

Comunicação Pública e Relações Públicas: sintonia a favor do cidadão

Aline Meneguini de Oliveira

Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP Bauru

Orientador: Dr. Maximiliano Martin Vicente

Índice

1 Comunicação Pública: breve trajetória histórica e construção do conceito no Brasil	1
2 Relações Públicas e Comunicação Pública: sintonia e comprometimento para com a Cidadania	7
Considerações finais	11
Referências Bibliográficas	11

Resumo

O presente artigo pretende analisar a Comunicação Pública como uma vertente de comunicação focada na construção da cidadania, demarcando-se na contemporaneidade como uma iniciativa à participação do cidadão nos meios de comunicação. Destacamos, especialmente, o rádio por ser um meio de comunicação de amplo alcance viabilizando espaços de diálogo com o ouvinte, fomentando a reflexão a respeito de conflitos e divergências públicas, ou seja, como um agente gerador de cidadania.

Nessa perspectiva faz-se uma conexão entre as teorias de Comunicação Pública em

complemento às teorias e habilidades de Relações Públicas, enfocando a atuação deste profissional comprometido com as questões sociais e como propulsor da cidadania.

Palavra Chave – Relações Públicas, Comunicação Pública, Rádio, Cidadania.

1 Comunicação Pública: breve trajetória histórica e construção do conceito no Brasil

A Comunicação Pública, considerada por autores como Jorge Duarte (2007), Heloisa Matos (; In Duarte 2007) e Elizabeth P. Brandão (; In Duarte 2007) como conceito em construção pelo fato de abranger grande variedade de conhecimentos e práticas, tem sua origem na formação da comunicação governamental. No âmbito brasileiro a expressão da *comunicação pública* vem sendo utilizada desde quando se iniciaram as reivindicações por direitos e políticas de comunicação, em meados da década de 1970. Já na década de 1980, movimentos civis

como a Frente Nacional de Luta pela Democratização da Comunicação, constituída por entidades, profissionais e intelectuais objetivava apresentar um projeto de políticas públicas de comunicação para a feitura da Constituição Federal. No ambiente de redemocratização e de reivindicações, a expressão ganhou sentido de comunicação estatal, advinda do Estado, diferenciando-a da comunicação feita por organizações privadas. Nessa linha de análise Heloísa Matos acrescenta:

Uma análise do uso da expressão *comunicação pública* desde o início do séc. XX mostra que o conceito esteve relacionado com a comunicação estatal e a implantação da radiodifusão, e, mais tarde, da televisão pública. Enquanto a imprensa tradicional se desenvolveu regulada pelas forças políticas, culturais e de mercado, os meios eletrônicos necessitavam ser autorizados e regulados por concessão pública. [...]

No Brasil, a implantação da radiodifusão (anos 20) consagrou a expressão *comunicação pública*, entendida como comunicação estatal. Isto é, o termo era utilizado em contraste com a comunicação do setor privado (MATOS; In DUARTE, 2007: 49).

Compreende-se assim que as raízes do uso do termo *comunicação pública* (CP) é oriunda da radiodifusão, da distribuição de frequências sonoras e de imagens, por meio de concessões públicas, desse aspecto surgiu a

associação das organizações com a comunicação dita pública.

No século XX a comunicação pública entendida pela noção Estatal possuía cunho autoritário e propagandista, consolidada pela implantação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) pelo governo federal, cuja função era definir políticas de controle de informação e orientar a imprensa nacional. E durante o período militar foi implantado o Sistema de Comunicação Social de cunho governamental, com enfoque na ação propagandista e de censura.

Com o fim da ditadura e a volta da redemocratização a população passou a se envolver mais efetivamente nas questões sociais. Os ganhos na cidadania, fruto dessa movimentação dos setores populares implicaram numa cobrança efetiva no sentido de pedir mais transparência às ações estatais. Concomitantemente o terceiro setor (ONGs) adquiriu maior notoriedade, passando a requisitar, a responsabilidade social das organizações privadas. Assim o termo CP foi tornando-se inapropriado uma vez que a comunicação estava fortalecida devido ao surgimento de novos atores no âmbito político-sociais, oriundos das transformações da sociedade e da política que minavam o autoritarismo exercido pelo Estado em épocas anteriores.

No entanto não pode ser ignorado o fato de que a CP ainda é utilizada com múltiplas abordagens e significações, dependendo do país, da linha de pesquisa do autor e do contexto que é observado. Apesar desse embate existir o termo Comunicação Pública, tal como argumenta Elizabeth Brandão (; In Duarte, 2007), exerce a função de mediação entre Estado e Cidadão, com o objetivo de informar para a construção da cidadania.

nia. Na Comunicação Pública mais contemporânea busca-se a democratização nos meios de comunicação, assim como a participação cidadã, despertando a população para seu protagonismo, sua autonomia, sua capacidade de produzir sua própria informação, em consonância com seus costumes, seu cotidiano sua história.

Nesse mesmo prisma, Monteiro (; In Duarte, 2007) discorre sobre a necessidade de se estabelecer uma singularidade acerca de Comunicação Pública, singularidade essa caracterizada pela relação existente entre a participação social nas questões da agenda pública. Para o autor a Comunicação Pública possui uma característica primordial: enfoque no interesse público. Para tanto essa comunicação é concebida mais do que uma simples divulgação ou promoção das ações de governo. Passa a desempenhar um papel fundamental na construção da cidadania, na medida em que favorece a troca de idéias e contribui para que o Estado tenha respaldo nas suas ações para atender as necessidades da população.

Na comunicação pública, o RECEPTOR é a um só tempo: cliente, consumidor, contribuinte, eleitor, voluntário, em suma: cidadão. E, como tal, tem direitos e trata de exercê-los. Para tanto, ele se ampara em instrumentos legais, como a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor, e em instituições públicas, como o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), os programas de orientação e pro-

teção ao consumidor, existentes nas administrações públicas estaduais (PROCON), e o Conselho Federal Gestor do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos (CFDD), por exemplo. (MONTEIRO; In DUARTE, 2007: 41).

Portanto compreende-se que a Comunicação Pública pode ser considerada como portadora de interesse coletivo, de questões públicas. No entanto mesmo com seu caráter transformador ela, por si própria, não desenvolve a mudança. O processo de comunicação com o objetivo de transformação social é uma ação coletiva. Para Matos (2007) essa ação coletiva tem por objetivo a tomada de decisão de maneira consensual a fim de estabelecer o benefício de ambas às partes, na medida em que determina procedimentos para a atuação pautada em valores compartilhados na sociedade. Nesse sentido a comunicação pública promove a cooperação e a confiança entre os sujeitos.

Dentre as suas diversificadas derivações e especificidades o conceito de Comunicação Pública no âmbito nacional foi tratado de maneira bastante completa por Pierre Zémor, presidente da Associação francesa “Communication Publique”, que em 1995 publicou o livro *La communication publique*. No Brasil o livro foi traduzido por Elizabeth Brandão e passou a ser referência obrigatória em trabalhos que abordam a problemática.

Para Zémor a Comunicação Pública, além de informar e ouvir as demandas da população deve considerar que o cidadão também é produtor da informação. As constatações e argumentação de Zémor (1995) são extremamente importantes para a compreensão sobre o tema uma vez que o foco dado ao Es-

tado e às instituições públicas deve convergir também para o cidadão. Segundo Matos (; In Duarte, 2007: 54) “Sob regime de comunicação pública todos os agentes envolvidos na Esfera Pública devem desempenhar as atribuições que Zémor atribuiu exclusivamente ao Estado”.

Sob o mesmo foco de análise o autor Jorge Duarte (; In DUARTE 2007) acredita que a Comunicação Pública, pode ser caracterizada como um *etos*, como um modo de perceber e realizar a comunicação como ferramenta de uso e interesse coletivo objetivando a promoção e fortalecimento da cidadania. Sendo assim o teórico aponta que o processo de Comunicação Pública está centralizado no cidadão, indo além das garantias do direito à comunicação, propiciando o diálogo de acordo com os aspectos e demandas da população estimulando a participação ativa.

A respeito dos fluxos de informações e manutenção do direito a informação, mencionados pelos autores estudados, Jorge Duarte aprofunda sua análise discorrendo que a informação é a premissa do conhecimento da compreensão, da conversação, propiciando, quando bem assimilada, um desenvolvimento intelectual, e conseqüentemente desenvolvimento social. O autor faz uma relação a título de comparação das tipologias informativa classificando-as em: *informações institucionais, informações de gestão, de utilidade pública, de interesse privado, mercadológicos, de prestação de contas e dados públicos*.

A informação é apropriada em geral por interação social, e depende de fatores como conhecimento de sua existência, disponi-

bilidade, oportunidade, acesso, do ambiente em que se viabiliza a interação, de linguagem adequada, exigindo até mesmo uma pedagogia apropriada às circunstâncias (DUARTE; In DUARTE, 2007: 63).

Portanto a transmissão de informação, no sentido de apenas recepção de mensagem, não condiz com o processo que se dá na Comunicação Pública. De acordo com os autores citados anteriormente, além de assimilação da informação, o sujeito tem competência para interagir, dialogar na comunicação, desde que nessa ação ele seja reconhecido como ator social. Valoriza-se seu conhecimento o que não impede que se pense na possibilidade de elaborar uma educação para os meios de comunicação na perspectiva cidadã.

Nesse sentido a emissora de rádio pública pode desempenhar um papel fundamental no processo de comunicação para a cidadania, já que consiste num veículo voltado para as questões públicas, estando livre das exigências mercadológicas pautadas na disputa pela audiência. Portanto, constitui-se num meio de comunicação em comprometimento com os problemas do cotidiano da comunidade, o que o torna um veículo eficiente, de modo que, por seu caráter democrático oriundo de suas principais características, possui uma grande penetração na sociedade e independência na abordagem dos assuntos públicos, viabilizando assim a Comunicação Pública.

Emissoras públicas no Brasil e no mundo vêm testando fórmulas de programação interativas, apor-

tando em seus cardápios conteúdos produzidos em redes autônomas de credibilidade comprovada, abrindo suas instâncias à participação do público numa escala mais radical do que aquela experimentada por instituições privadas. A partir daí, a experiência da comunicação pública pode permitir-se, inclusive, sonhar com audiências expressivas – não porque venha a se apropriar da cartilha do entretenimento, mas porque saberá propor horizontes inteiramente diversos. Daí virá sua energia.¹

Pelo exposto, percebe-se que a participação do cidadão nas emissoras de rádio pública é de extrema importância para que a Comunicação Pública entre outros aspectos por permitir a interação com os cidadãos em moldes bastante abrangentes. Tal interação deve gerar uma dependência mútua, ou seja, nem a comunicação pública pode existir sem os cidadãos e nem os cidadãos podem prescindir da comunicação pública para externar suas opiniões e demandas sociais. Para compreensão desta dependência faz-se necessário um breve esclarecimento de radiodifusão pública:

O serviço público de radiodifusão parte do pressuposto que a radiodifusão é uma área estratégica que apenas o Estado, atuando de forma direta ou indireta, pode controlar. Esse controle teria como fim assegurar o acesso universal,

¹ BUCCI, Eugênio. *A razão de ser das Emissoras Públicas na Democracia*. Revista Interesse Nacional abril/ junho 2008. 65-75 pg.

a correta distribuição do espectro eletromagnético e a manutenção da unidade nacional. Além disso, a constituição do serviço público de radiodifusão visa também garantir que a radiodifusão desempenhe um papel democrático de formação da cidadania. Já a perspectiva do atendimento ao interesse público através da radiodifusão tem um cunho liberal- embora dependa também de mecanismos regulatórios- em que é necessária a pulverização das fontes de informação, criando um mercado competitivo de idéias. Adicionalmente, nesse modelo, o público tem um perfil próximo a do consumidor, que deve ser atendido em seus interesses, ou buscará os serviços de outro fornecedor (MIOLA, 2009: 34).

Portanto a emissora de rádio classificada como “pública” atua a serviço e interesse da comunidade local, corresponde á necessidade dos cidadãos propiciando espaços de interação e diálogo, para que questões importantes e muitas vezes conflitantes sejam discutidas e pensadas coletivamente. Assim as emissoras públicas são fomentadoras e incentivadoras da cidadania, seja destacando e favorecendo a liberdade de expressão seja na reivindicação por direitos assegurados na lei mas nem sempre levados ao conhecimento da população.

A radiodifusão pública desempenha um papel fundamental no processo democrático, na medida em que alimenta os cidadãos com informações políticas (não partidárias), programações culturais, educativas, dentre

varias outras possibilidades, e quando assume a atuação de serviço público pode orientar o cidadão e promover a cidadania. No entanto a tendência contemporânea de radiodifusão condiz com um setor repleto de complexidades. Tais complexidades se manifestam, por exemplo, quando o fator econômico se sobrepõe ao fator democrático. Dito de outra maneira, enquanto empresa de comunicação, salvo quando tem o respaldo oficial, deve buscar sua sobrevivência o que o leva, via de regra, a esquecer seu papel de agente promotor da cidadania. Miola (2009) acredita que por meio da promoção de vínculos, pela proximidade entre emissoras de rádio e a sociedade como um todo se conquistará a preservação da sua função democrática. Nesse sentido pode-se inferir que a radiodifusão pública, em sua forma ideal, constituiu-se em um canal, um espaço onde o cidadão tem livre acesso para expressar sua opinião, sua reclamação, sua reivindicação, em suma propicia uma ação comunicativa ao cidadão, a respeito de assuntos que o cercam, enfim de interesse da comunidade.

O estímulo a interatividade, tendência estratégica de marketing nas emissoras comerciais, estabelece o vínculo mais forte entre ouvinte e emissora. No entanto a interatividade deve ser compreendida de uma forma que transcenda a noção de apenas intervenção, uma reação à programação, à hegemonia do locutor. Nos estudos atuais o processo interativo está longe de ter um consenso. Contudo, o termo interatividade tem sido empregado para designar “a possibilidade de trocas enunciativas entre emissor e receptor da mensagem midiática, mediadas por um aparato tecnológico” (MACIEL, 2009, p. 88). A autora complementa

que a noção de interatividade está carregada de uma concepção de ação recíproca, em tempo real e simultânea entre um ou mais sujeitos, sendo que ambos podem exercer influência mútua, num processo dinâmico que implica a troca de posições e a utilização do aparato tecnológico gerando a interlocução. Portanto a interatividade se distingue de interação a partir do ponto que necessita de uma mediação tecnológica para ocorrer.

A interatividade não deve ser entendida como uma simples ação-reação, interpretação recorrente usada por uma boa parte dos estudos sobre o rádio. A ação interativa supõe uma reação autônoma e criativa, por meio da qual o sujeito torna-se livre para agir no ato comunicacional de maneira irrestrita, não limitando-se a atuar com respostas pré-estabelecidas pela emissora (PRIMO, 1998).

A partir da compreensão do potencial democratizador do veículo rádio, torna-se possível a reflexão a respeito das emissoras de radiodifusão pública como uma esfera na qual a participação da população pode ser estimulada e legitimada, a fim de construir, promover e assegurar os direitos do cidadão, por meio de discussões e debates sobre políticas públicas, aproximando e fortalecendo o vínculo entre o sujeito e o Estado.

Nesse sentido a radiodifusão pública aquém das estratégias mercadológicas de obtenção de lucro, deve estimular a interatividade não para ampliar o público-alvo, ou utilizá-la como instrumento para fidelizar o público já conquistado, e sim para constituição de um canal no qual a sociedade encontre “[...] além dos benefícios promovidos diretamente à radiodifusão pública, a participação dos cidadãos para que possa beneficiar também o seu entendimento, de suas obri-

gações e responsabilidades quanto à garantia de independência dos media.” (JOSEPH, 2005: 26 apud MIOLA, 2009: 80).

Quando observado pelo véis da participação nas emissoras de radiodifusão pública, o rádio é analisado e compreendido como veículo com grande potencial democratizador e que quando atua sem fins lucrativos pode desempenhar a função de esfera pública, tornando efetiva a proposta de comunicação pública, abordagem de comunicação que possui como principal objetivo a contribuição para o desenvolvimento da cidadania².

2 Relações Públicas e Comunicação Pública: sintonia e comprometimento para com a Cidadania

Qual seria o profissional que desempenharia uma função estratégica em relação aos públicos da organização de radiodifusão pública, refletindo, teorizando e praticando a comunicação social comprometida com a cidadania a fim de viabilizar o diálogo e interação social?

Teóricos da área de Relações Públicas, como Margarida M. K. Kunsch (1997) argumentam que as relações públicas, assim como a comunicação, integram as ciências

² Sob a ótica da comunicação pública, a *esfera pública / espaço público* é designado ao ambiente de expressão de mediação ao qual advêm as trocas de informação, as deliberações, os eminentes conflitos sociais, enfim a interação que se dá nesse processo comunicativo entre emissor e receptor das mensagens de caráter público. (Duarte e Veras, 2006: 48).

sociais aplicadas, ciências sociais aplicadas que podem contribuir com a democratização da sociedade. Edward Bernays (apud VIEIRA, 2002) se considera o precursor da teorização da área de relações públicas entendidas desde a óptica de compromisso com os avanços democráticos.

Partindo da premissa de que as Relações Públicas, como processo pluridimensional de interação das organizações com a sociedade, orientam-se segundo as estruturas psicossocial, cultural, econômica, política, ideológica, jurídico-estatal, histórica e filosófica, temos uma perspectiva integrada de conceitos que faz das Relações Públicas uma atividade adequada aos interesses de uma organização, bem como uma contrapartida das comunidades ligadas a ela, direta ou indiretamente (VIEIRA, 2002:15).

Nesse sentido infere-se que a atividade de Relações Públicas se projeta numa ação refletida, consciente e transformadora, na medida em que aplicada a interdisciplinaridade, dentro do suporte comunicacional, na relação organização-público e seus intrínsecos conflitos. No desempenho de suas funções e atividades específicas, esse profissional coopera para o cumprimento dos objetivos e comprometimento social das organizações. Pois na sociedade global contemporânea as organizações possuem metas e obrigações que vão além da sua posição mercadológica e de obtenção de lucro. “A abertura das fontes e a transparência das ações serão fundamentais para que as organizações possam

se relacionar com a sociedade e contribuir para a construção da cidadania na perspectiva da responsabilidade social” (KUNSCH, 2003: 90). Portanto as organizações não podem estar restritas apenas ao Marketing, necessitam de práticas que privilegiem o estabelecimento estratégico e político de canais de comunicação que possibilitem a interação e mediação entre a organização e seus diversos públicos.

Aliás, as Relações Públicas transcende esses objetivos estratégicos, pois no processo de interação da organização com a sociedade podem provocar mudanças no sentido de humanizar as relações interpessoais no âmbito organizacional. Segundo Vieira (2002: 20) as Relações Públicas vão além da conquista de objetivos estratégicos impostos no planejamento da organização. Buscam um método de motivação para a mudança da mentalidade, na medida em que humaniza as relações de trabalho, minimizam as diferenças sociais, transformando a própria sociedade. Constituem-se não apenas como um braço armado do modo de produção capitalista, mas também de instituições como sindicatos, escolas, hospitais, associações, nem sempre afinados com esse modo de produção que visa essencialmente o lucro.

Nessa perspectiva de análise as Relações Públicas, deixam de ser porta-vozes do discurso de status-quo, ou representantes da ideologia dos modos capitalistas de produção. Compreendendo as organizações como *unidades sociais*, denominação mencionada por Kunsch (1997), o profissional passa a desempenhar uma função estratégica e importante para a construção da cidadania, na medida em que sob uma ótica abrangente, sua função extrapola os limites organizacionais podendo realizar os processos comu-

nicacionais juntamente a favor de transformações sociais.

Nessa temática, encontra-se uma vertente teórica em desenvolvimento, **às Relações Públicas Comunitárias:**

Deixemos claro, de início, que relações públicas comunitárias autênticas são muito mais do que um trabalho “para” a comunidade, nos moldes tradicionais, por meio de ações sociais paternalistas. Elas pressupõem uma atuação interativa, em que o profissional é, antes, um articulador e um incentivador, mais do que um simples transmissor de saberes e aplicado de técnicas aprendidas na universidade. Ele não deve ser um mero “consultor”, que não vivencia as necessidades da comunidade. As relações públicas comunitárias implicam sua participação “na” comunidade, dentro dela e em função dela. Melhor ainda será se ele for um “agente orgânico” surgido no seio da própria comunidade (KUNSCH, M; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007: 173).

Percebe-se, que a vertente de Relações Públicas Comunitária possui como diretriz norteadora o modelo de Relações Públicas **simétrico de duas mãos**. Estabelecendo canais de comunicação de mão dupla, a troca, compartilha, ou seja, o diálogo entre emissor e receptor. A atividade desse profissional seja na pesquisa de opinião pública, seja na que procura identificar o perfil do público, seja no desenvolvimento e no pro-

cesso de execução de planos de comunicação, dá-se de maneira a incentivar a participação efetiva da sociedade ou grupo estudado.

Nesse momento cabe uma questão pertinente. Pelo explicitado a cima: às Relações Públicas pode ser considerada como profissão capaz de possibilitar a transformação social, promovendo ao público a cidadania, a deliberação pública?

Para Murade (; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007), por meio do estímulo a discussão, a deliberação pública, propiciando a compreensão dos problemas, e das questões controversas da comunidade, pode sim ocasionar uma promoção da cidadania proporcionando relações comunitárias solidárias. Nesse processo às Relações Públicas desempenha o papel de contribuir para o fomento das deliberações, utilizando instrumentos de comunicação, assim como deve encaminhar as reivindicações dos grupos sociais aos órgãos públicos em pauta.

Trata-se de oferecer às comunidades informações e ferramentas de comunicação (assessoria) que possibilitem à leitura do mundo (pesquisa-diagnóstico da realidade), a articulação em torno de pólos e de projetos reivindicativos (planejamento e organização), a ação transformadora da realidade (execução), para, uma vez superada a situação geradora da controvérsia, chegar ao consenso e estimular novas reivindicações – dissenso –, com base na releitura do mundo (avaliação) (MURADE; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007:159).

Segundo o autor às Relações Públicas tem por função desenvolver a inquietude social e, assim formar a cidadania, pois considera o dissenso, o conflito e a discussão como uma maneira para se chegar à cidadania. Uma das funções do profissional de Relações Públicas é justamente gerenciar, mediar os conflitos de interesses, auxiliando a comunidade /organização a compreender a realidade, a sua posição diante a sociedade, propiciando uma leitura do contexto em que se encontra.

As Relações Públicas Comunitárias, centralizadas na comunicação simétrica de mão dupla, certamente podem ser desempenhadas numa organização de rádio pública, pois quando compreendida como uma organização que produz informações para a sociedade, desvinculada das exigências mercadológicas, possuindo autonomia, independência na produção de conteúdos e na elaboração de programação, constituiu-se num espaço propício para uma gestão voltada à cidadania, à emancipação do sujeito, em suma para realização da comunicação pública. Voltada para uma visão organizacional, a emissora de rádio pública pode se beneficiar com a atuação do profissional de Relações Públicas, seja em sua função estratégica, auxiliando a rádio a se reconhecer em sua realidade, em seu ambiente macro e micro, colaborando com a definição de valores, políticas e objetivos organizacionais, a fim de melhor se comunicar com cada público. Em sua função mediadora, a qual gerencia e compreende as raízes sócio-históricas de conflitos, busca um consenso/debate de interesses; seja na função comunitária, na qual o profissional encontra-se comprometido com a cidadania, transformando o processo comunicativo,

num diálogo, como também no estímulo ao dissenso:

Nesse processo de enfrentamento para a construção da cidadania, as relações públicas devem incentivar a inquietação dos protagonistas sociais, o desejo de transformar a realidade, de construir outra diferente da instituída pelo poder hegemônico, enfim, de alcançar a consciência e a ação crítica (MURADE in KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007:162).

Nesse sentido a teorização de Comunicação Pública se correlaciona com as de Relações Públicas, tornando-se práticas diretamente interligadas. Pois na realização da comunicação pública, o profissional pode colaborar com a negociação, a deliberação das questões públicas, de interesse comum, na medida em que é capaz de estimular a inquietação do sujeito. Sob essa análise o teórico Vieira (2002) argumenta que a polarização das Ciências Sociais permite ao profissional de Relações Públicas a busca de legitimação do poder do sujeito em marcar, manter e ampliar seu espaço na sociedade. E ainda propicia a observação crítica dessas mesmas atividades, colaborando então na eficiência da elaboração de projetos em concordância com as necessidades e mazelas do cidadão.

Infere-se pelas teorias apresentadas que às Relações Públicas transcende a visão mercadológica, no qual o profissional está preocupado em atender as necessidades e expectativas do sujeito apenas enquanto consumidor. Compreende-se também que esse profissional está habilitado para atuar em di-

versas faces do sistema social, em contraposição da visão tradicional na qual se associava às Relações Públicas na gerência de comunicação em empresas privadas ou governamentais.

Com a necessidade vigente de pluralidade e diversidade dos meios de comunicação, assim como a ânsia de espaços para participação do cidadão, a fim de buscar uma democratização da comunicação no cenário nacional, favorecendo assim uma consolidação da democracia social, o profissional de Relações Públicas torna-se uma peça chave, nesse contexto, por possuir aparato teórico humanístico, que proporciona a compreensão das raízes de conflitos de interesses. Por conta disso desempenha a função mediadora e estratégica, colaborando para a comunicação ser praticada com excelência, havendo a troca e o diálogo, além de auxiliar as organizações de comunicação a se posicionar enquanto instituição social.

Essa abordagem de atuação do profissional implica numa abrangência e aprofundamento de concepção política e social atrelada a rotina de suas atividades, não limitada apenas às contingências das organizações de modelo capitalista de produção. Nesse prisma de análise, às Relações Públicas pode assumir a sua intrínseca função social, ou seja, compreender as teorias de democracia e cidadania em suas complexidades na sociedade, para assim conciliar as demandas sociais junto às ações de comunicação, valorizando os princípios democráticos, a diversidade, o pluralismo e a justiça social.

Considerações finais

Apesar de o termo Comunicação Pública ser interpretado como “teoria em construção”, suas origens e suas diversas vertentes deixam evidente sua singularidade científica, e sua preocupação com o interesse público. Esta linha de comunicação destaca-se pelo reconhecimento, pelo despertar do indivíduo como ator social, protagonista, sujeito de sua própria história. No entanto a Comunicação Pública por ela mesma não é capaz de transformar, desenvolver a mudança na sociedade. Toda sua eficiência é dependente da ação coletiva, do incentivo a inquietação do sujeito.

Portanto a simples transmissão de informação/conteúdo não condiz com o processo de comunicação pública. A excelência desta vertente comunicacional está diretamente relacionada à interação social, ao diálogo do cidadão diante o processo.

Neste sentido os veículos de comunicação são grandes aliados da Comunicação Pública na medida em que viabilizam canais de expressão do cidadão auxiliando a legitimação dos seus direitos e deveres sociais. No passado a radiodifusão pública foi associada à Comunicação Pública, na atualidade é considerada como uma importante ferramenta para construção da cidadania. TVs e Rádios Públicas atuam como verdadeiros canais de expressão da sociedade, interlocutores do interesse público possuem extrema importância na deliberação e discussão a respeito de questões sociais. Veículos então que viabilizam a Comunicação Pública.

Perante este contexto a atuação do profissional de Relações Públicas, devido sua bagagem humanística e suas habilidades de

mediação de conflitos de interesses, mostra-se pertinente e eficaz no processo de Comunicação Pública seja em emissoras de radiodifusão públicas, seja nas mais variadas organizações que visem à comunicação para a cidadania.

O Relações Públicas pelo seu véis Comunitário torna-se peça chave para o processo de Comunicação Pública já que possui ferramentas e abordagens necessárias para atuar de maneira a humanizar as relações da organização com seus diversos públicos, transformando-as em unidades sociais viabilizando a comunicação via de mão dupla, por meio de desempenho participativo.

Referências Bibliográficas

- DUARTE, Jorge; VERAS, Luciara (Org.). *Glossário de Comunicação Pública*. Brasília: Casa Das Musas, 2006.
- DUARTE, Jorge (Org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas, 2007.
- FARIAS, Luiz Alberto de. *A literatura de Relações Públicas: produção, consumo e perspectivas*. São Paulo: Summus, 2004.
- FERRARETO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. 3. ed. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007. 232 p.
- GUARESCHI, Pedrinho A; BIZ, Osvaldo. *Mídia, educação e cidadania: tudo*

- o que você deve saber sobre mídia.* Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- KINZO, Maria D'Alva G. *Partidos, eleições e democracia no Brasil pós-1985.* *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2004, vol.19, n.54, pp. 23-40.
- . *A democratização brasileira- um balanço do processo político desde a transição.* São Paulo Perspec. vol.15 no.4 São Paulo Oct./Dec. 2001.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Org.). *Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.* São Paulo: Summus, 2007.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional.* São Paulo: Summus, 1997.
- . *Obtendo resultados com Relações Públicas.* 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- . *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.* Ed. Ver., atual. e ampl. – São Paulo: Summus, 2003.
- LIMA, Venício A. de *Mídia: teoria e política.* São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2ª edição, 2004
- . *Mídia: crise política e poder no Brasil.* São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006. 176p.
- MARCHIORI, Marlene. *Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização.* São Caetano SP: Difusão Editora, 2006.
- MARQUES, Rosa Maria; MENDES, Áquilas. *Servindo a dois senhores: as políticas sociais no governo Lula* *Rev. katálysis* vol.10 no.1 Florianópolis Jan./June 2007.
- MEDITSCH, Eduardo. *O Rádio na era da infomação.* Florianópolis: Insular, Ed. da Ufsc, 2001. 304 p.
- MIGUEL, Luis Felipe *Teoria democrática atual: esboço de mapeamento.* BIB Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais nº 59. São Paulo, 2005 pp. 5-42.
- MIOLA, Edna. *Radiodifusão Pública e Participação Deliberativa: um estudo das características e dos modos de atuação do Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini.* 2009. 195 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.* 4. ed. São Paulo: Summus, 1985. 117 p.
- . *A interativa teoria do rádio.* XXII Congresso Brasileiro da Ciência da Comunicação, Rio de Janeiro, setembro de 2009. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/ortriwano-gisela-radio-interactividade.html.
- PRIMO, Alex. *Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo.* Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano. *Rádio oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica*. São Paulo: Annablume, 1999. 116 p.

VIEIRA, Roberto Fonseca. *Relações Públicas: opção pelo cidadão*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 72 p.

ZÉMOR, Pierre. *La Communication Publique*. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995.