

# COMUNICAÇÃO PÚBLICA GOVERNAMENTAL: APRENDER PARA TRANSFORMAR

Reflexões sobre a importância da formação acadêmica na área de Comunicação Pública Governamental em cursos de Jornalismo.

**Silmara Helena**



Ainda que tenha grande relevância, a Comunicação Pública Governamental é assunto pouco recorrente na produção acadêmica e também na grade curricular dos cursos de Jornalismo.

Essa lacuna motivou a jornalista Silmara Helena Pereira de Paula a escolher tal tema para seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de pós-graduação, concluído em 2015, estudo no qual embasou a presente obra.

Muito além de analisar a importância de a Comunicação Pública Governamental ser merecedora de mais atenção na graduação e de levantar reflexões essenciais acerca do assunto, este estudo se torna um imperativo para que outros estudiosos e profissionais se dediquem a ele. E também para que os próprios governantes e agentes públicos percebam seu significado e se esforcem para profissionalizar, desenvolver e fortalecer seus canais de comunicação.

**Silmara Helena**

**Comunicação Pública Governamental:  
aprender para transformar**



**Silmara Helena**

**Comunicação Pública Governamental:  
aprender para transformar**

*Reflexões sobre a importância da formação acadêmica na área  
de Comunicação Pública Governamental em cursos de Jornalismo*



**Shuriken Produções**

1ª edição  
Mogi das Cruzes/SP  
2017

**Comunicação Pública Governamental:  
aprender para transformar**

*Reflexões sobre a importância da formação acadêmica na área de  
Comunicação Pública Governamental em cursos de Jornalismo*  
**Silmara Helena**

**Coordenação editorial:** Gilberto Yoshinaga  
**Capa:** Alan Neves  
**Foto (orelha):** Carlos Magno  
**Diagramação:** Toni C. – [www.literarua.com.br](http://www.literarua.com.br)

Conteúdo sob licença  
Creative Commons



**Shuriken Produções**  
[www.shurikenproducoes.com.br](http://www.shurikenproducoes.com.br)

**Contatos com a autora:**  
e-mail: [silmara.helena13@gmail.com](mailto:silmara.helena13@gmail.com)

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

Helena, Silmara
<b>H474c</b> Comunicação Pública Governamental: aprender para transformar / Silmara Helena
Mogi das Cruzes: Shuriken Produções, 2017
17,9 cm - 62 p.
ISBN 978-85-67688-02-2
1. Comunicação Pública 2. Comunicação Governamental 3. Jornalismo 4. Direito à Comunicação I. Helena, Silmara; Terplak, Rodrigo (mediad.).
<b>CDD-070</b>

## SUMÁRIO

Agradecimentos.....	07
Apresentação (por Gilberto Yoshinaga).....	11
Prefácio (por Jorge Duarte).....	13
Introdução.....	15
1. Comunicação Pública Governamental.....	21
2. A agenda do jornalismo do século XXI.....	27
2.1 A informação jornalística.....	27
2.2 A inserção da Comunicação Pública Governamental no currículo das faculdades brasileiras....	31
3. Comunicação Pública, Jornalismo e cidadania..	35
4. Comunicação Pública e mercado de trabalho..	39
5. Referencial teórico.....	43
6. Considerações finais.....	47
Referências.....	49
ANEXO I – Plano de trabalho docente.....	52
ANEXO II – Questionário aplicado.....	58





## **AGRADECIMENTOS**

A Deus,  
Aos meus irmãos, Ricardo e Rosemara  
Aos meus professores  
Aos meus colegas de profissão  
Aos ex-prefeitos de Suzano, Marcelo Candido,  
e de São José dos Campos, Carlinhos Almeida



### **Dedicatória**

A meus pais, José e Nair, a meu marido Nelson  
e aos meus filhos Nelsinho e Gabriela

“Não há homem imprescindível; há  
causa imprescindível. Sem a força  
coletiva não somos nada.”  
(José Mujica)



## APRESENTAÇÃO

Ainda que seja tema de grande importância, sobretudo no estabelecimento de canais entre o poder público e a sociedade, em nosso país a Comunicação Pública Governamental ainda é assunto pouco recorrente na produção acadêmica e também na grade curricular dos cursos de Jornalismo – segmento que, usualmente, mais costuma fornecer profissionais para tal setor. Essa lacuna acabou por motivar Silmara Helena Pereira de Paula a escolher tal tema para seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de pós-graduação, concluído em 2015 sob orientação do Prof. Ms. Rodrigo Terplak, e no qual embasou esta obra.

Muito além de analisar a importância de a Comunicação Pública Governamental ser merecedora de mais atenção nos cursos de Jornalismo e de levantar reflexões relevantes acerca do assunto, este estudo se torna um imperativo para que outros estudiosos e profissionais se dediquem a ele. E também para que os próprios governantes e agentes públicos percebam sua importância e se esforcem para profissionalizar, desenvolver e fortalecer seus canais de comunicação.

Com experiência em imprensa e assessoria de Comunicação, Silmara se destacou, sobretudo, na função de secretária municipal de Comunicação Social de Suzano, entre 2005 e 2012, durante os dois mandatos do prefeito Marcelo Candido.

Nesse período vivenciou, na prática, muitas situações que seguramente deram-lhe base fundamental para o desenvolvimento do presente estudo.

A concepção deste livro teve também um propósito singular, fruto do apreço pessoal da autora pelo compartilhamento de informações e sua convicção de que o conhecimento só é válido se for aplicado, de forma a gerar resultados e estimular a transformação da sociedade. E para isso se faz necessário superar questões que, porventura, possam atrapalhar a formação desta grande rede de difusão e troca de ideias - garantindo, desta forma, a democratização da produção acadêmica.

E foi com grande satisfação pessoal e profissional que recebi o convite para coordenar a edição da presente obra. Pessoal porque Silmara é também uma amiga por quem nutro grande estima. E profissional porque, nesse âmbito, em que já tivemos a oportunidade de trabalhar em mesmos ambiente e projetos, ela é igualmente merecedora de meu respeito e admiração.

Ademais, é sempre prazeroso poder contribuir com ideais de compartilhamento e que instigam reflexões relevantes. É neste contexto que participo do presente trabalho e compactuo com ela desses mesmos ideais.

**Gilberto Yoshinaga**

Jornalista, escritor e coordenador editorial desta publicação.

## PREFÁCIO

Pesquisas, reflexões e publicações sobre Comunicação Pública são uma das mais generosas novidades da produção acadêmica brasileira na área de Comunicação. Elas fortalecem um campo de debates que surgiu com relativo atraso e recupera terreno enfrentando a tradição do uso das ferramentas de comunicação para a promoção pessoal e visibilidade.

Este trabalho de Silmara Helena Pereira de Paula é resultado de uma paixão pela Comunicação Pública, conectada à exigência acadêmica do curso de pós-graduação no Senac. E insere-se com mérito nesta nova etapa, em que buscamos encontrar não apenas uma base teórica, mas propostas efetivas que ajudem a sociedade a apropriar-se da informação e do diálogo para exercer sua cidadania.

Silmara fornece subsídios para agendar o conteúdo de Comunicação Pública nos cursos de jornalismo. Para isso, revisa a literatura, vai em busca de experiências e propõe a atualização da prática pedagógica por meio da inclusão de uma disciplina específica. Para isso, também conta com sua experiência no dia a dia.

Jornalista formada em 1994, atuou na comunicação da Diocese de Mogi das Cruzes, na Assembleia Legislativa, nas prefeituras de Suzano e de São José dos Campos e na Câmara Municipal de Arujá. Nessa trajetória, amadureceu

reflexões sobre a necessidade de uma comunicação mais estratégica e vocacionada para o desenvolvimento social e humano. Ao mesmo tempo, identifica a Comunicação Pública como promissora no âmbito do mercado, que precisa deixar de ser intuitiva para ter um lastro acadêmico e teórico. E, ao contrário de muitos de nós, em variadas situações, não fica apenas na opinião, mas reúne reflexão e prática para deixar um legado em favor do avanço.

**Jorge Duarte**

\* **Jorge Duarte**

Coordenador de Comunicação em Ciência e Tecnologia  
Secretaria de Comunicação (Secom)  
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa)  
Brasília/DF.



## INTRODUÇÃO

Adaptada de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de pós-graduação em Docência no Ensino Superior desenvolvido sob orientação do Prof. Ms. Rodrigo Terplak, esta obra se propõe a refletir sobre a importância da inclusão do tema Comunicação Pública Governamental como disciplina nos cursos de graduação na área de Jornalismo, considerando existir uma lacuna no processo de aprendizado dos discentes neste nível.

Apresenta, a partir deste objetivo, um plano de ensino estruturado em condições de ser incorporado à proposta pedagógica das faculdades, a fim de estimular o debate acadêmico e possibilitar, além de aprendizado, estudo e pesquisa, um entendimento mais amplo e científico sobre o conceito.

Dessa forma, também pretende qualificar a atuação profissional dos jornalistas no setor público, visando uma mudança de postura e atitude que possibilite às ações de comunicação espelhar a necessidade de fortalecimento da cidadania, da democracia e da transparência nas relações entre Estado e sociedade.

O plano de ensino elaborado com esta perspectiva abarca uma proposta político-pedagógica que também reivindica a transformação social e do papel exercido pelos comunicadores nas instituições públicas governamentais.

A primeira etapa para a elaboração deste estudo consistiu na realização de uma pesquisa bibliográfica destinada à seleção das obras e à leitura dos autores considerados referências nesta temática. Entre eles encontram-se o francês Pierre Zémor, os professores Bernardo Kucinski e Heloiza Matos e o jornalista e relações-públicas Jorge Duarte.

A revisão literária possibilitou a contextualização e a delimitação do tema. Considerando que, como afirma Brandão (2009, p.1)<sup>1</sup> “a expressão Comunicação Pública (CP) vem sendo usada com múltiplos significados, frequentemente conflitantes, dependendo do país, do autor e do contexto em que é utilizada”, a Comunicação Pública aqui abordada é identificada como comunicação de Estado e/ou governamental devido a sua importância, impacto e crescente campo de trabalho para jornalistas.

No capítulo inicial serão apresentados os aspectos conceituais e históricos da Comunicação Pública Governamental e os objetivos, discutidos entre os autores, aos quais ela deve atender. Além disso, enfocará a sua utilização como forma de democratização da informação e da garantia do direito à comunicação, conforme salienta Kucinski:

---

1 BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

“Os autores que associam a comunicação pública a um padrão de Estado enfatizam dois atributos desse Estado ideal: o Estado que atende a todos os requisitos modernos do direito de informar e de ser informado, e que, além disso, instaura políticas públicas voltadas à democratização da informação, estimulando o pluralismo e coibindo o domínio do ‘mercado da informação’ por monopólios privados que produzem e vendem informação como mercadoria”. (KUCINSKI, 2009, p. xii)<sup>2</sup>

Em seguida o texto abordará a formação do jornalista, considerando os princípios orientadores dispostos em dois documentos: as Diretrizes Nacionais Curriculares para o Curso de Jornalismo e o Modelo Curricular da Unesco para o Curso de Jornalismo, elaborados nos anos de 2009 e 2010, respectivamente.

A abordagem enfatiza as mudanças impostas pelas novas tecnologias ao Jornalismo e as novas configurações exigidas das empresas de comunicação para atendimento das demandas de interatividade, entre outras, presentes na sociedade. Destaca ainda o que se espera do profissional da área e como a Comunicação Pública Governamental se insere nesta condição.

---

2 KUCINSKI, Bernardo. Apresentação. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

“Do Jornalismo que hoje está nas expectativas da Sociedade [...] Exige-se também o manejo competente das habilidades pedagógicas na prestação de serviço público, para que os cidadãos possam tomar decisões conscientes e responsáveis.” (2009, pág.6)<sup>3</sup>

Nesta etapa também apresenta o conteúdo da grade curricular para o curso de Jornalismo em cinco faculdades brasileiras distribuídas pelas regiões do País, indicando avanços, ainda que tímidos, na abordagem acerca da Comunicação Pública.

O terceiro capítulo enfoca o arcabouço legal que determina e aponta o espaço a ser ocupado pela Comunicação Pública no sistema de Comunicação do País.

O quarto capítulo apresenta as perspectivas do mercado na área de Comunicação Pública Governamental. Parte de um levantamento feito pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), com o tema “Quem é o jornalista brasileiro?”. A enquete aponta que  $\frac{1}{4}$  dos profissionais que atuam fora da mídia estão inseridos no serviço público,  $\frac{1}{3}$  em empresas ou órgãos públicos e 68,3%

---

3 DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA O CURSO DE JORNALISMO. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação (Portaria N° 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009).

são contratados para trabalhar em assessorias de imprensa ou comunicação.

Juntam-se a este documento entrevistas realizadas com especialistas em Comunicação, sobre como avaliam a formação do jornalista em relação à atuação no setor público, e um questionário feito com profissionais que trabalham nesse meio.



## 1. Comunicação Pública Governamental: origem, princípios e conceito

As mudanças tecnológicas, principalmente as advindas da expansão da internet e das exigências da sociedade por uma participação mais ativa nos processos de decisão, estão afetando diretamente o trabalho do jornalista não apenas nas redações, mas também nas assessorias de comunicação das instituições públicas.

As ações publicitárias, que historicamente basearam a atuação dos profissionais na Comunicação Pública Governamental no Brasil (BRANDÃO 2009, p.10)<sup>4</sup>, não são mais suficientes para atender as demandas do cidadão, ávido por informação e interação.

As próprias instituições governamentais demonstram maior preocupação em se relacionarem com os cidadãos e, para isso, utilizam-se das mais diversas estratégias de comunicação. “[...] é a partir do governo Lula que o conceito de comunicação pública com o sentido de informação para a cidadania começa a ser citado com frequência e ganha status”, relata Brandão (2009, p.11)<sup>5</sup>. Foi neste período, segundo a autora, que os técnicos do governo apresentaram propostas de criação da função de Gestor da

---

4 BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

5 Ibid., p.11.

Comunicação Pública e a elaboração de um documento no qual constaria a Política Nacional de Comunicação.

Entre os movimentos sociais, a pressão pela constituição de um novo Marco Regulatório para a Comunicação no Brasil também começa a ganhar fôlego, culminando com a Conferência Nacional de Comunicação realizada em 2009, e a exigir do poder público uma nova postura.

Na prática, no entanto, a falta de formação do jornalista dentro de uma perspectiva de cidadania para o exercício da comunicação pública dificulta a mudança de postura e a elaboração de planos de comunicação mais preocupados em informar, formar e estimular a participação da sociedade nos processos comunicativos das instituições de governo. Por isso, os modelos de assessorias de comunicação presentes no setor público ainda focam muito de suas ações em atividades publicitárias ou de produção de conteúdo para a imprensa.

Mesmo com o advento das redes sociais, faltam a esta comunicação a interatividade e a participação mais efetiva do cidadão em sua produção.

Pierre Zémor<sup>6</sup> salienta em seu livro *La Communication Publique* (1995, Paris) que “as finalidades da Comunicação Pública não devem estar dissociadas das finalidades das institui-

---

<sup>6</sup> ZÉMOR, Pierre. *La Communication Publique*. Paris, PUF, 1995. Tradução resumida do livro por Prof<sup>a</sup> Dra. Elizabeth Pazito Brandão.



ções públicas [...]”, sendo estas: informar; ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; contribuir para assegurar a relação social; e acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

Autores brasileiros reconhecem a dificuldade de separar Comunicação Pública de Comunicação Pública Governamental. Kucinski, no texto de apresentação do livro *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*, cita acadêmicos para salientar que a comunicação pública “não é um conceito, portanto não tem sentido unívoco e contorno claro”; “é um conceito em construção”, mas que surgiu com o objetivo de “designar uma situação ideal e genérica de transparência total dos negócios de Estado e de empresas privadas, e do exercício pleno do direito do cidadão de se informar e ser informado sobretudo o que for de interesse público”.

No texto de Elizabeth Pazito Brandão, intitulado *Conceito de Comunicação Pública* (BRANDÃO, 2009, p. 5)<sup>7</sup>, no qual especifica os vários sentidos da Comunicação Pública, ela afirma que

---

7 BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

“A comunicação pública governamental é entendida como comunicação pública, na medida em que é um instrumento de construção da agenda pública [...] estímulo para engajamento da população nas políticas públicas adotadas [...] provoca o debate público.” (BRANDÃO, 2009, p.5)<sup>8</sup>

O conceito de comunicação pública vem sendo discutido no Brasil desde as décadas de 1970 e 1980, como esclarece Brandão, utilizando análise de Daniel Herz, “entendida como comunicação estatal, própria do Estado, como uma forma de distingui-la da comunicação realizada pelo setor privado”.

No entanto, o que salientam os diversos acadêmicos e estudiosos do tema é que a Comunicação Pública desenvolvida pelos profissionais nas instituições deve superar os objetivos institucionais e publicitários e realmente envolver todos os agentes sociais em uma arena de debate e reflexão da realidade.

É preciso que se institua a partir dos governos uma comunicação dialógica, que permita a participação efetiva do cidadão.

Nesta linha, Matos (2009, pág. 52) aponta que “a comunicação pública exige a participação da sociedade e de seus segmentos. Não

---

8 MATOS, Heloiza. Comunicação Pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

apenas como receptores da comunicação do governo e de seus poderes, mas também como produtores ativos do processo”. E a acadêmica complementa: “Um cidadão que não acredita ter direito a se expressar, que não valoriza o que tem a dizer e que se sente incapaz de comunicar isso adequadamente aos outros dificilmente terá condições de integrar a rede social de comunicação pública”.



## **2. A agenda do Jornalismo do Século XXI**

### **2.1. A formação jornalística**

Está presente nas Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo a análise da Comissão nomeada pelo Ministério da Educação em 2009, com o objetivo de rever os princípios orientadores para formação profissional e os apontamentos sobre os desafios impostos aos comunicadores na atualidade, sobretudo aos jornalistas.

O relatório dos especialistas reconhece que o avanço das redes sociais e o surgimento de atores sociais com capacidade de interagir e de divulgar e comentar fatos influenciaram diretamente no trabalho dos meios de comunicação tradicionais, exigindo uma nova forma de atuação.

Há algumas décadas, somente era noticiado aquilo que fosse intermediado pelo jornalista. “[...] Só acontecia o que fosse noticiado pelo jornalista e por sua decisão.” E os especialistas continuam:

“Não é demais acentuar que a nova fisionomia da atualidade coloca ao Jornalismo problemas novos e inesperados. Talvez o mais complexo e desafiador resida nos novos papéis que o mundo globalizado e informacional atribui ao Jornalismo, em geral, e às redações convencionais, em par-

ricular.” (DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA O CURSO DE JORNALISMO, p.5)<sup>9</sup>

Na prática, a crise por que passa o Jornalismo requer do comunicador novo entendimento sobre a função de informar. Não sendo mais o protagonista da notícia, o jornalista precisa oferecer mais do que o fato a seu público. Objetivo semelhante deve nortear o trabalho das assessorias de comunicação, principalmente, as que atuam no setor público. A informação deve ser oferecida considerando os princípios da transparência, da obrigação de publicizar e da garantia de acesso aos dados de governo a fim de despertar interesse, conhecimento, participação e cidadania.

Nesta perspectiva, os especialistas apontam critérios para auxiliar na construção dos Projetos Pedagógicos dos cursos, dentre os quais destacam-se, entre outros:

a) Estar focado teórica e tecnicamente na especificidade do jornalismo, com grande atenção à prática profissional, dentro de padrões internacionalmente reconhecidos, comprometidos com a liberdade de expressão, o direito à informação, a dignidade do seu exercício e o interesse público;

---

<sup>9</sup> DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA O CURSO DE JORNALISMO. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação (Portaria N° 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009).

b) Incluir na formação as rotinas de trabalho do jornalista **em assessoria a instituições de todos os tipos** (grifos meus);

c) Pensar a graduação como uma etapa de formação profissional continuada e permanente.

No que se refere à Comunicação Pública Governamental, as Diretrizes salientam como competências específicas desejáveis nos profissionais a de “Discernir os objetivos e as lógicas de funcionamento das instituições privadas, **estatais** (grifo meu), públicas, partidárias, religiosas ou de outra natureza em que o jornalismo é exercido, assim como as influências do contexto neste exercício”.<sup>10</sup>

No Modelo Curricular da Unesco para o Curso de Jornalismo, de 2005, é apresentada uma série de disciplinas e competências que podem ser incorporadas aos cursos de Jornalismo. O texto ressalta a importância de formar um profissional com conhecimento amplo e, neste aspecto, afirma:

“O ensino do jornalismo deve garantir aos estudantes a aquisição de conhecimentos gerais amplos, bem como conhecimento especializado em um campo que seja importante para o jornalismo. Deve assegurar igualmente que os alunos desenvolvam – ou que tenham como pré-requisito – a habilidade linguística necessária para o tra-

---

10 Ibid., p. 18.

balho jornalístico, incluindo, onde se fizer necessário, a habilidade de trabalhar com línguas indígenas ou vernáculos locais. O ensino de jornalismo deve preparar os estudantes para se adaptarem ao desenvolvimento tecnológico e a outras mudanças nos meios de comunicação.” (UNESCO, pp. 6 e 7)<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> UNESCO. *Model Curricula for Journalism Education*. Paris: UNESCO, 2007.



## **2.2. A inserção da Comunicação Pública Governamental no currículo das faculdades brasileiras**

Como já explicitado na introdução deste trabalho, a proposta desta pesquisa é refletir sobre a abordagem do tema Comunicação Pública Governamental nos currículos das faculdades de Jornalismo. O presente estudo parte do problema de que este tema é ignorado nos cursos ou tratado como disciplina secundária, sem a relevância que a área, nos últimos anos, vem alcançando no mercado e também na sociedade, na condição de serviço público.

Uma das formas de avaliar se esta percepção tinha fundamento foi verificar, nos sites de algumas das principais faculdades brasileiras, como este assunto estava inserido na grade curricular dos cursos de Jornalismo.

Foram pesquisados os sites oficiais de cinco universidades brasileiras: Universidade de Brasília (UNB), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Em apenas duas delas - UFRGS e UFPE - havia disciplinas que aproximam os alunos do estudo da Comunicação Pública, ainda que não tivessem essa denominação.

No caso do Rio Grande do Sul, os estudantes têm a disciplina Comunicação e Cidadania

como obrigatória no currículo. Mas, de acordo com a professora Ilza Girardi<sup>12</sup>, representante do curso de Jornalismo na Comissão de Graduação da UFRGS, tal disciplina não trata diretamente da Comunicação Pública.

A Comunicação Pública integra o conteúdo da disciplina Fundamentos de Rádio e TV, que também trata de rádios e TVs públicas. “Nas disciplinas de Teoria do Jornalismo 1 e Ética e Jornalismo tratamos do interesse público como valor fundante do jornalismo e da responsabilidade social do jornalista no trato com a informação pública. E temos, nas eletivas, a disciplina Assessoria de Comunicação, que trata das organizações públicas. Temos ainda a disciplina Comunicação e Política e mais a Assessoria de Comunicação (esta, eletiva), que tratam das organizações públicas”, explicou Girardi.

Já em Pernambuco, a disciplina mais relacionada à Comunicação Pública Governamental é a de Assessoria de Comunicação, de caráter eletivo e que tem como proposta de aprendizado a “Estrutura e o funcionamento das Assessorias de Comunicação: Papel, objetivos e formas de atuação. Assessorias de Entidades Públicas, privadas e organizações não governamentais. A questão ética e as relações com os meios de comunicação de massa”.

Nas outras três universidades não foi pos-

---

12 Ilza Girardi. Entrevistadora: Silmara Helena Pereira de Paula. Entrevista concedida em agosto de 2015.

sível identificar a disciplina Comunicação Pública e nem mesmo relacionar o estudo de seu conteúdo a nenhuma das matérias inseridas nas respectivas grades curriculares.

Neste caso, a pesquisa exigiria um aprofundamento, a fim de identificar com mais precisão como a Comunicação Pública Governamental é apresentada aos alunos e inserida na proposta pedagógica. Portanto, o fato de ela não estar explicitamente presente e visível para quem busca conhecer o conteúdo dos cursos de Jornalismo não significa necessariamente que seu ensino seja ignorado. Contudo, pode indicar um certo distanciamento da academia com o tema, como ocorreu há algumas décadas com o ensino sobre Assessoria de Imprensa, segundo o jornalista e relações-públicas Jorge Duarte, estudioso da área de Comunicação Pública

Ao ser indagado sobre como o distanciamento das universidades em relação à Comunicação Pública impacta na gestão da comunicação em instituições públicas, o profissional respondeu:

“Parece-me um pouco como há alguns anos, quando as faculdades recusavam-se a incluir disciplinas de assessoria de imprensa nas grades, mesmo que a maior parte dos egressos fosse para esse mercado. Nas décadas de 1980 e 1990 isto ocorria, com alguma mudança mais recente. As universidades, parece-me, são um tanto lentas para

incorporar as inovações e as transformações do mercado profissional e até mesmo da teoria. Comunicação pública e até mesmo governamental deveria fazer parte do currículo. Isso não ajudaria apenas a quem fosse trabalhar em governo, mas também para o comunicador entender como funciona o governo e melhor exercer sua cidadania.” (JORGE DUARTE)<sup>13</sup>

---

13 DUARTE, Jorge. Entrevistadora: Silmara Helena Pereira de Paula. Entrevista concedida em agosto de 2015.

### 3. Comunicação Pública e Cidadania

O conceito de Comunicação Pública foi tratado na América Latina e inclusive no Brasil assimilou, segundo Elizabeth Brandão<sup>14</sup>, o “ideal histórico da Comunicação, quase quixotesco” e, ainda que tenha havido uma “desideologização” em meados da década de 1980, como cita Marques de Melo, e transformações pouco radicais na prática da Comunicação no âmbito de Estado, a sociedade organizada amadureceu e fortaleceu as reivindicações por uma comunicação mais democrática.

“Busca-se uma comunicação mais democrática, muito mais participativa e autóctone do que se pretendeu naqueles anos e que seja capaz de reconhecer o papel decisivo e protagonista das populações, sua autonomia e a defesa para produzir sua própria informação, de acordo com sua história, costume, com seu cotidiano e sua estética.” (BRANDÃO, p.21)

O avanço da pauta dos movimentos sociais pela democratização da comunicação também começa a impactar as relações comunicativas entre o Estado e os cidadãos. Exige uma nova visão, capaz de tornar mais transparentes e

---

14 BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

acessíveis as informações, de forma a fazer prevalecer o “diálogo” e a ampliar as possibilidades de participação nas decisões do governo.

Portanto, a Comunicação Pública Governamental deve, a partir deste olhar, desenvolver-se de maneira a atender a expectativa das pessoas de tornarem a sua ação como cidadãos mais evidente e perceptível a quem está no exercício do Poder.

“Canais de comunicação colaboram para a manutenção do bom funcionamento do mecanismo da representação, pois são capazes de estimular a participação (em oposição à passividade) dos cidadãos e solidificar uma cultura democrática e flexível (em vez de autoritária e dogmática) nas classes políticas, incentivando o diálogo entre representantes e representados.” (DUARTE, p. 101)<sup>15</sup>

Segundo Noberto Bobbio, existem pelo menos três formas de participação política: a designada pelo termo presença, caracterizada por comportamentos pouco intensos, basicamente receptivos, sem contribuição pessoal do indivíduo; a segunda é a ativação, quando a pessoa realiza atividades que lhe foram delegadas, dentro ou fora de uma organização política; por

---

15 DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Comunicação e Cidadania. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

fim, o terceiro tipo é a participação propriamente dita, onde o sujeito contribui, direta ou indiretamente, por meio de um representante, para uma decisão política. (BOBBIO apud Glossário de Relações Públicas Governamentais, p.28)<sup>16</sup>

A liberdade de expressão e a garantia do direito à informação estão expressas na *Constituição Brasileira*<sup>17</sup> em seu artigo 5º e presentes em artigos da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão<sup>18</sup>, desde 1789, dentre os quais o 11º: “A livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem. Todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos dessa liberdade, nos termos previstos na lei”.

---

16 GLOSSÁRIO DE RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS. Centro Universitário de Brasília. Instituto de Ciências Aplicadas - Comunicação Social/Relações-Públicas. Disciplinas: Relações Públicas Governamentais. Professor: Jorge Duarte. Brasília. Junho de 2002.

17 CONSTITUIÇÃO FEDERAL [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)

18 DECLARAÇÃO DOS DIREITOS DO HOMEM E DO CIDADÃO: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-antiores-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html>

No documento divulgado pelo Coletivo Intervozes<sup>19</sup>, em que o grupo elenca as ações e políticas necessárias à efetivação da Comunicação como Direito Humano, é apontada a função de Estados e municípios neste contexto:

“Estados e municípios devem se constituir como parte ativa no desenvolvimento de políticas de comunicação que tenham como objetivo: (1) fomentar a comunicação como ferramenta de democratização da gestão pública; (2) garantir a transparência na gestão e o acesso dos cidadãos e cidadãs a todas as informações necessárias para o pleno exercício da cidadania; (3) integrar as ações e políticas de comunicação às demais políticas públicas, de forma a constituir arranjos que contribuam para o fortalecimento de políticas integradas; (4) potencializar a apropriação dos meios de comunicação e o exercício do direito humano à comunicação pelos cidadãos e cidadãs locais; (5) contribuir para a ampliação da pluralidade e diversidade das fontes disponíveis de informação na localidade; e (6) fortalecer os instrumentos de participação popular para definição, monitoramento e avaliação das políticas de comunicação.” (COLETIVO INTERVOZES, pp. 3 e 4)

---

19 INTERVOZES. COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Plataforma Intervozes pela Efetivação do Direito Humano à Comunicação no Brasil.



#### 4. Comunicação Pública e Mercado de Trabalho

A exigência da sociedade por mais transparência na relação com o Poder Público e a crescente preocupação dos governos em atender a esta necessidade de diálogo com o público, aliada à crise por que passa a imprensa brasileira com o aumento considerável das demissões no setor, transformaram o setor público em mercado promissor para os jornalistas.

Enquete feita pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), com o tema “Quem é o jornalista brasileiro?”<sup>20</sup>, já apontava no ano de 2012 que 40% dos jornalistas empregados atuavam fora da mídia, em atividades como assessoria de imprensa/comunicação ou outras ações que utilizavam o conhecimento jornalístico. Desses, cerca de 1/3 trabalhavam em empresas ou órgãos públicos.

Profissionais que trabalham em órgãos públicos no Estado de São Paulo e que responderam a um questionário elaborado para este relatório de pesquisa afirmaram acreditar que o setor público seja um mercado de trabalho pro-

---

20 “QUEM É O JORNALISTA BRASILEIRO?” Perfil da Profissão no País. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política – Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). 2012.

missor para o jornalista. A checagem não pode ser considerada uma amostra científica devido ao baixo número de consultas, mas, considerando a experiência dos jornalistas na área, pode apontar uma tendência a ser confirmada em estudos futuros.

Também chama a atenção nas respostas o fato de 90% dos jornalistas confirmarem que não tiveram qualquer aprendizado sobre Comunicação Pública Governamental antes de trabalharem no setor público e 70% afirmarem que as faculdades não oferecem conteúdo suficiente sobre o assunto.

Outro dado relevante é que a maioria dos jornalistas afirmou que sente necessidade de saber mais sobre Comunicação Pública Governamental e que a obtenção de mais conhecimento sobre o tema seria fundamental para aprimorar a prática profissional.

Portanto, jornalistas sentem falta de aprofundar o estudo e o aprendizado sobre Comunicação Pública Governamental e, em entrevista com o especialista Cássio Politi, da empresa Tracto, é possível relacionar a falta de conhecimento com as práticas pouco criativas e eficazes dos jornalistas responsáveis pelas assessorias de comunicação no setor público.

Ao responder à questão “Como você avalia o desempenho dos profissionais de comunicação, principalmente os jornalistas, no atendimento às demandas de comunicação pública

governamental?”, Cássio Politi<sup>21</sup> afirmou:

“Vejo os profissionais de comunicação mais como executores de tarefas do que estrategistas de comunicação. Em geral, são bons executores. Ou seja, produzem com dedicação e competência as atividades ligadas à comunicação institucional, mas falta uma visão de planejamento e de busca de alternativas. A inovação normalmente acontece porque alguém inovou e sinalizou a existência de um caminho, e não porque há muita gente buscando inovar. Veja o caso da Prefeitura de Curitiba. Ela inovou na forma de dialogar com o público. O que acontece agora? Outras instituições fazem o mesmo e acham que estão inovando. Na verdade, estão copiando. Seria interessante se mais gente buscasse formatos diferenciados. Falta isso ao setor público. Nesse aspecto a iniciativa privada arrisca muito mais.” (CÁSSIO POLITI)

Ele também acredita em uma deficiência no processo de aprendizado sobre Comunicação Pública nas faculdades:

“Sim, percebo muita deficiência na formação dos profissionais não apenas em relação a instituições públicas, mas ao mercado em geral. Há um distanciamento enorme entre academia e mercado, e isso é ruim para os dois. A causa do problema está no radicalismo dos dois lados: um excessivamente teó-

---

<sup>21</sup> POLITI, Cássio. Entrevistadora: Silmara Helena Pereira de Paula. Entrevista concedida em agosto de 2015.

rico, e o outro, o inverso. Uma aproximação seria benéfica para ambos, com pesquisas apoiando o mercado e vice-versa, mas não vejo nenhum movimento nesse sentido. Conclusão: todos saem perdendo." (CASSIO POLITI)

## 5. Referencial teórico

Este trabalho é baseado nas reflexões e análises publicadas por autores brasileiros e estrangeiros em obras de referência sobre Comunicação Pública e Comunicação Pública Governamental. Cita, entre outros acadêmicos, Bernardo Kucinski, Heloíza Mattos, Elizabeth Pazito Brandão e Jorge Duarte, além de Pierre Zémor. Conta ainda com a contribuição do Interozes - Coletivo Brasil de Comunicação no que diz respeito à consolidação do Direito à Comunicação em nosso País.

No que diz respeito às possibilidades de construção do TCC, busca atender às exigências para a elaboração de um relatório temático de pesquisa alinhando para esse fim três ações - levantamento de informações, seleção bibliográfica e análise política do tema: “a pesquisa, por sua vez, ultrapassou o conceito anterior de acumulação de dados, de informação, para alcançar o status de possibilidades de emancipação”. (DEMO, 2007, apud Pesquisa Temática e as etapas do relatório de pesquisa, p.2)<sup>22</sup>

---

22 DINIZ, Idelta Bianca de Souza. *Pesquisa Temática e as etapas do relatório de pesquisa*. In: Atualização e Contextualização Temática.

*“O currículo no ensino superior: princípios epistemológicos para um design contemporâneo”<sup>23</sup>, estudado na disciplina Fundamentos da Educação Superior, teve papel extremamente relevante na sustentação da ideia central do trabalho: a inclusão do estudo da Comunicação Pública Governamental nos cursos de Jornalismo.*

Seus apontamentos chamam a atenção para a necessidade de tornar os currículos mais flexíveis, possibilitando que novos conhecimentos teóricos cheguem à sala de aula e uma concepção permanentemente inovadora oriente a prática profissional.

“Para o contexto atual, urge um currículo que desenvolva a capacidade do pensamento crítico, da reflexão e da reconstrução da própria gênese histórica do currículo, das teorias e da prática da profissão, reconhecendo que as escolhas (pessoais e profissionais) são sempre carregadas de valores. Por isso, tanto o currículo quanto seus fundamentos devem ser históricos e críticos. Desenvolver habilidades de pesquisar a própria prática, confrontá-la com as produções teóricas, redimensionando tanto a prática em si quanto a teoria, num movimento dialógico e contínuo, no qual se produz a prática profissional, parece ser a tônica para uma formação profissional consciente”. (GESSER (2011); RANGHETTI (2011) p.4)

---

23 GESSER, Verônica. RANGHETTI, Diva Spezia. O currículo no ensino superior: princípios epistemológicos para um design contemporâneo. In: HARDAGH, Claudia Coelho. *Fundamentos da Educação Superior. In: Paradigmas da Educação Superior do Século XXI no Brasil.*

Não há dúvida de que a exigência de um olhar mais perspicaz quanto à eficiência dos currículos no atendimento às demandas sociais afeta a prática pedagógica e, portanto, o professor. Diferente daquele que apenas transmite a teoria, o docente, inserido neste contexto diferenciado de pensar a educação em nível superior, deve proporcionar a seus alunos experiências úteis e substanciais capazes de desenvolver com relativo sucesso suas capacidades e habilidades profissionais e intelectuais.

O professor, portanto, necessita fundamentar sua prática nos saberes da docência – saberes científicos, pedagógicos e experienciais – os quais, em diálogo com os desafios do cotidiano, sustentam e possibilitam o desenvolvimento da identidade de um profissional reflexivo, crítico e pesquisador, articulado a contextos mais amplos, considerando o ensino como uma prática social.” (GRILLO & GESSINGER p. 38)<sup>24</sup>

Dessa forma, o plano de ensino proposto ao final deste estudo não apenas tem a ambiciosa meta de formar profissionais competentes como também comprometidos com a transformação da realidade.

---

24 GESSINGER, Rosana Maria & GRILLO, Marlene Corro. Constituição da identidade profissional, saberes docentes e prática reflexiva. In: SEMENTILLE, Maria Olinda Gottsfritz. *Identidade Profissional Docente*.





## 6. Considerações finais

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no qual se embasou a presente obra não esgota as reflexões e análises sobre o currículo dos cursos de Jornalismo, principalmente se considerarmos que o currículo e os planos de ensino que se desdobram a partir dos seus princípios orientadores estão em constante mutação.

Este estudo aponta para a necessidade de atualização da prática pedagógica dos cursos de Jornalismo a partir da inclusão da disciplina Comunicação Pública Governamental na grade curricular dos cursos de graduação, considerando a importância e o impacto desse assunto na sociedade.

A defesa desta inserção parte do princípio de que há uma lacuna de aprendizado sobre o tema nas faculdades de Jornalismo – problema que o relatório identifica na análise dos currículos de universidades brasileiras e em entrevistas com profissionais e especialistas. Todos os depoimentos e opiniões apontam para um mercado crescente que não encontra respaldo no conhecimento científico oferecido pelas faculdades e dificulta a atuação profissional.

Paralelamente, coloca o trabalho de comunicação no setor público em uma condição inferiorizada diante de outros conteúdos obrigatórios propostos para o curso, limitando o desenvolvimento deste campo que já se mostrou funda-

mental para a construção de uma nova prática comunicacional. Prática essa voltada à formação não apenas de profissionais mais críticos e conhecedores do funcionamento das estruturas do serviço público, como também de cidadãos mais participativos e ativos em seu papel de fiscalizadores do Estado.

Está posto o desafio.

## Referências

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)

DECLARAÇÃO DOS DIREITOS DO HOMEM E DO CIDADÃO: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-anteriores-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html>

DINIZ, Idelta Bianca de Souza. Pesquisa Temática e as etapas do relatório de pesquisa. In: *Atualização e Contextualização Temática*.

DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA O CURSO DE JORNALISMO. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação (Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009) [http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento\\_final\\_cursos\\_jornalismo.pdf](http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf)

DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo. Atlas, 2009.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. *Comunicação e Cidadania*. In: In:DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

GESSER, Verônica & RANGHETTI, Diva Spezia. *O currículo no Ensino Superior: Princípios Epistemológicos para um design Contemporâneo*. In: HARDAGH, Claudia Coelho. *Fundamentos da Educação Superior*. In: *Paradigmas da Educação Superior do Século XXI no Brasil*.

GLOSSÁRIO DE RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS. Centro Universitário de Brasília. Instituto de Ciências Aplicadas- Comunicação Social/Relações-Públicas. Disciplinas: Relações Públicas Governamentais. Professor: Jorge Duarte. Brasília. Junho/2002.

INTERVOZES -COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Plataforma Intervozes pela Efetivação do Direito Humano à Comunicação no Brasil. <http://www.intervozes.org.br/publicacoes/plataforma-do-intervozes-para-a-efetivacao-do-direito-humano-a-comunicacao-no-brasil/>

KUCINSKI, Bernardo. Apresentação. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo, Atlas, 2009.

QUEM É O JORNALISTA BRASILEIRO? Perfil da Profissão no País. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política – Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). 2012

Universidade de Brasília (UNB): [www.unb.br](http://www.unb.br)

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE): [https://www.ufpe.br/proacad/images/cursos/ufpe/jornalismo\\_perfil\\_9605.pdf](https://www.ufpe.br/proacad/images/cursos/ufpe/jornalismo_perfil_9605.pdf)

Universidade do Rio Grande do Sul (UFRGS): [http://www.ufrgs.br/ufrgs/ensino/graduacao/cursos/exibeCurso?cod\\_curso=313](http://www.ufrgs.br/ufrgs/ensino/graduacao/cursos/exibeCurso?cod_curso=313)

Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ): [http://www.aconteceh.uerj.br/fcs2013/?page\\_id=568](http://www.aconteceh.uerj.br/fcs2013/?page_id=568)

Universidade de São Paulo (USP). Grade Curricular de Jornalismo (matutino). <https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcg=27&codcur=27011&codhab=402&tipo=N>

### **Anexo I – Plano de trabalho docente**

**OBJETIVO:** Aprofundar o conhecimento dos estudantes da área de Jornalismo sobre Comunicação Pública Governamental: sua origem, fundamentação teórica e estratégias visando o aprimoramento da atuação profissional neste setor

**EMENTA:** Abordagem sobre os conceitos de Comunicação Pública no Brasil e no mundo com ênfase nas instituições governamentais.

UNIDADES	OBJETIVOS/COMPETÊNCIAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS	AVALIAÇÃO	BIBLIOGRAFIA
Comunicação Pública: origem, princípios e conceitos	Compreender os diferentes conceitos de Comunicação Pública no Brasil e no mundo Perceber suas semelhanças e diferenças	Análise dos conceitos apresentados por Heloíza Matos, Jorge Duarte, e Piérre Zemor.	Webconferência com exposição geral do tema e ênfase nos principais aspectos da disciplina	Elaboração de síntese	DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo. Atlas, 2009 ZÉMOR, Pierre. La communication publique. Paris, PUF, 1995

UNIDADES	OBJETIVOS/COMPETÊNCIAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS	AValiação	BIBLIOGRAFIA
Comunicação Pública Governamental no Brasil	Entender a origem da comunicação pública governamental no Brasil Compreender suas implicações nos dias atuais	A origem da Comunicação Pública no Brasil e seus desafios	Texto	Desenvolver texto analítico sobre o tema: Comunicação Pública Governamental no Brasil: qual o caminho a seguir?	DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo. Atlas, 2009
Comunicação Pública: fundamentação legal	Identificar os tipos de Comunicação Pública de Governo Entender a fundamentação legal da Comunicação Pública Governamental Compreender os diversos sistemas de comunicação existentes no Brasil	A Constituição Federal, a Comunicação Governamental e sua relação com a cidadania	Texto Podcast – entrevista com especialistas na área de Comunicação Pública de Governo	Aplicação de teste de conhecimento	Declaração Universal dos Direitos do Homem; Constituição Federal



UNIDADES	OBJETIVOS/COMPETÊNCIAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS	AValiação	BIBLIOGRAFIA
Comunicação Pública x Comunicação Privada	Identificar as estratégias de comunicação mais adequadas às instituições públicas Perceber as diferenças entre um plano de comunicação institucional para o setor público e para o setor privado Apontar as semelhanças nas estratégias de comunicação desenvolvidas para atendimento de clientes nos setores público e privado	Diferente entre assessoria para setor público e assessoria para setor privado	Texto Vídeo com apresentação e análise de caso concreto	Criar um plano de comunicação para resolver uma situação-problema simulada no âmbito de uma instituição pública governamental	DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo. Atlas, 2009  KOPPLIN, Elisa. FERRARETO, Luiz Arthur. Assessoria de Imprensa – Teoria e Prática. Porto Alegre. Sagra Luzzatto. 2000.

UNIDADES	OBJETIVOS/COMPETÊNCIAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS	AValiação	BIBLIOGRAFIA
Comunicação Pública e cidadania	Compreender a relação entre comunicação governamental e o direito à comunicação Perceber o papel da comunicação pública de governo na construção da cidadania Desenvolver uma visão crítica sobre as relações entre as instituições públicas e a mídia	Setor público e cidadãos: uma nova relação comunicacional	Texto Vídeo	Elaboração de síntese	INTERVOZES -COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Plataforma Intervenções pela Efetivação do Direito Humano à Comunicação no Brasil. Intervenções.org.br/publicacoes/plataforma-do-intervenções-para-a-efetivação-do-direito-humano-a-comunicação-no-brasil BARROS FILHO, Clóvis. Ética na Comunicação – da informação ao receptor. São Paulo. Moderna. 1995

UNIDADES	OBJETIVOS/COMPETÊNCIAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS	AVALIAÇÃO	BIBLIOGRAFIA
Comunicação pública e novas mídias	Perceber como as novas tecnologias podem se tornar instrumentos de comunicação no setor público Identificar estratégias e oportunidades de comunicação pública de governo nas redes sociais e mídias alternativas	Setor público e novas tecnologias	Texto Apresentação de caso concreto: facebook da Prefeitura de Curitiba	Criar uma ação de comunicação no setor público utilizando as redes sociais	MATTOS, Heloíza. Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo. ECA/USP. 2012

## Anexo II - Questionário aplicado

Antes de atuar profissionalmente, você teve acesso a algum tipo de aprendizado sobre Comunicação Pública?

- Sim
- Não

Se sim, informe de que maneira:

- Na graduação
- Fiz cursos e/ou especializações
- Em seminários, semanas de comunicação ou eventos similares
- Li sobre o tema

Você consegue relacionar o seu trabalho ao conceito de Comunicação Pública?

- Sim
- Não
- Em alguns aspectos

Quando pensa em Comunicação Pública Governamental, o que lhe vem à mente?

- Assessoria de Imprensa no setor público
- Publicidade e Marketing
- Comunicação Institucional
- Cidadania

Sente necessidade de saber mais sobre o que é Comunicação Pública Governamental?

- Sim, muito
- Às vezes
- Não, não sinto

Acredita que estudar com mais profundidade o conceito de Comunicação Pública Governamental poderia melhorar sua prática profissional?

- Sim, com certeza
- Pode ser
- Não acredito

Tem conhecimento sobre faculdades ou universidades que ofereçam formação para quem trabalha ou gostaria de atuar na área de Comunicação Pública Governamental?

- Sim
- Não

Acredita que o setor público é um mercado de trabalho promissor para jornalistas?

- Sim, muito
- Não, pois são poucas as vagas oferecidas
- Tem potencial para se tornar

Acredita que seu trabalho colabore para que as pessoas exerçam com mais consciência a sua cidadania? Se pudesse quantificar este impacto, qual seria, considerando uma escala de 1 a 5, sendo:

- (1) nenhum
- (2) pouco
- (3) considerável
- (4) bom
- (5) grande

Ao pensar em seu trabalho diário, como classificaria a maior parte das ações implementadas em seu setor de comunicação:

- ( ) Institucionais (divulgação de dados, *press-releases* etc.)
- ( ) Publicitárias
- ( ) Com foco no cidadão prioritariamente

Qual a percepção que você acredita ter a sociedade sobre seu trabalho?

- ( ) Muito positiva
- ( ) Positiva
- ( ) Negativa
- ( ) Indiferente

Já teve, em algum momento, de explicar a alguém o que exatamente faz em seu trabalho?

- ( ) Sim, várias vezes
- ( ) Não, todos já sabem
- ( ) Algumas vezes

Está satisfeito (a) em atuar como jornalista no setor público?

- Sim
- Bastante
- Não
- É apenas mais uma fase de minha carreira

Você acredita que as faculdades de jornalismo ofereçam conteúdo adequado e suficiente para embasar a atuação profissional no setor público?

- Sim
- Não, de jeito nenhum
- Precisaria aprofundar mais

Considerando a experiência profissional acumulada e o conhecimento adquirido, defenderia a ideia de criar uma disciplina de Comunicação Pública em nível de graduação - que abordaria, entre outros temas, a Comunicação Governamental?

- Seria ideal
- É uma boa ideia, mas não sei se funcionaria
- Não, bastaria incluir esta informação em outra disciplina
- Não, isso se aprende na prática mesmo

Acredita ser possível construir uma carreira como jornalista no setor público?

- Sim, claro
- Não







#### **A autora**

Silmara Helena é jornalista desde 1994, formada pela Universidade de Mogi das Cruzes (UMC) e pós-graduada em Docência no Ensino Superior pelo Senac-SP. Com mais de dez anos de experiência no setor público, já trabalhou na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo e nas prefeituras de Suzano e São José dos Campos. Atualmente é assessora de Comunicação na Câmara Municipal de Arujá. Esta é sua primeira publicação.

Este trabalho de Silmara Helena Pereira de Paula é resultado de uma paixão pela Comunicação Pública, conectada à exigência acadêmica do curso de pós-graduação no Senac. E insere-se com mérito nesta nova etapa, em que buscamos encontrar não apenas uma base teórica, mas propostas efetivas que ajudem a sociedade a apropriar-se da informação e do diálogo para exercer sua cidadania. A autora fornece subsídios para agendar o conteúdo de Comunicação Pública nos cursos de jornalismo.

Ao mesmo tempo, identifica a Comunicação Pública como promissora no âmbito do mercado, que precisa deixar de ser intuitiva para ter um lastro acadêmico e teórico. E, ao contrário de muitos de nós, em variadas situações, não fica apenas na opinião, mas reúne reflexão e prática para deixar um legado em favor do avanço.

(Jorge Duarte)

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-67688-02-2



9 788567 688022

