

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

LETÍCIA SOUZA MANZI

**COMPETÊNCIAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: QUALIDADES
PROFISSIONAIS PARA ATUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Bauru
2015

LETÍCIA SOUZA MANZI

**COMPETÊNCIAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: QUALIDADES
PROFISSIONAIS PARA ATUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes de Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social: Relações Públicas sob orientação do Prof. Dr. Danilo Rothberg.

Bauru

2015

RESUMO

As habilidades profissionais desejáveis aos graduados em relações públicas são delimitadas por vários autores da literatura científica especializada, além de serem continuamente desenvolvidas ao longo da vida acadêmica do estudante da área. Muitas são as oportunidades de aprendizado de aspectos como postura profissional, responsabilidades e desafios nos vários ramos de atuação. O campo da comunicação pública possui particularidades que devem ser respeitadas para um processo comunicacional efetivo, com qualidade e visão voltada para construção da cidadania. Esse trabalho examina as especificidades da comunicação pública no Brasil, marcadas por inovações do direito à informação sobre políticas públicas sociais, e oferece uma contribuição para a caracterização das competências e habilidades necessárias ao comunicador dessa área no cenário contemporâneo.

Palavras-chave: comunicação pública, direito à informação, relações públicas, habilidades, competências.

ABSTRACT

The professional skills desirable to graduates in public relations are defined by many authors of scientific specialized literature, and are continually developed throughout the academic life of the PR student. There are many opportunities of learning aspects such as professional behavior, responsibilities and challenges in the activity's various branches. The field of public communication has particularities that must be respected in order to have an effective communication process with quality and focused vision for citizenship building. This paper examines the specificities of public communication in Brazil, characterized by innovations of the right to information on public social policies, and offers a contribution to the characterization of the necessary skills and abilities of the communicator of this field in the contemporary scenario.

Keywords: public communication, right to information, public relations, abilities, skills.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Princípios para comunicação governamental.....	33
Quadro 2	Características desejáveis ao egresso do curso de relações públicas.....	42
Quadro 3	Competências e habilidades estimuladas no curso de relações públicas.....	44
Quadro 4	Conjunto de competências-chave do século XXI.....	47
Quadro 5	Competências interpessoais, operacionais, cognitivas e instrumentais.....	50
Quadro 6	Competências em relações públicas inseridas na comunicação pública.....	53

Sumário

1. INTRODUÇÃO	6
2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CONCEITOS E PRÁTICAS	9
2.1 Instrumentos e acepções do conceito de Comunicação Pública	13
2.2 O conceito de cidadania no cenário atual	17
3. O CONCEITO DE DIREITO À INFORMAÇÃO.....	19
3.1 A regulamentação do direito à informação no Brasil	21
4. RELAÇÕES PÚBLICAS	28
4.1 O surgimento.....	28
4.2 Responsabilidades e desafios.....	29
5. HABILIDADES E COMPETÊNCIAS	39
6. CONSIDERAÇÕES.....	57
REFERÊNCIAS	59

1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais os profissionais de comunicação estão conquistando maior visibilidade e reconhecimento, ocupando cargos em diferentes áreas de atuação, em grandes corporações privadas, setor público ou terceiro setor. As possibilidades de atuação do profissional tornam-se mais vastas, à medida que consolida-se o reconhecimento da comunicação como processo importante no funcionamento das atividades sociais.

Concomitantemente, as habilidades desejáveis ao profissional de comunicação são debatidas e delimitadas por vários autores da literatura científica especializada, além de serem continuamente abordadas ao longo da vida acadêmica do estudante de comunicação. Muitas são as discussões sobre a postura do profissional de comunicação, suas responsabilidades e desafios ao gerenciar relacionamentos e imagens organizacionais.

Frequentemente, características e habilidades pessoais são apontadas como necessárias e pertinentes para construção de um comunicador moderno, dinâmico e engajado. Além disso, a legitimidade do exercício da profissão é questionada quando o comunicador não prioriza o relacionamento pautado no diálogo, transparência e ética.

O atual cenário de instituições públicas no Brasil emprega diversos profissionais que atuam na área de comunicação e manejam diretamente as ferramentas próprias da área. São esses profissionais os responsáveis pela comunicação pública que encontramos hoje no país, que estabelecem os canais de diálogo com os cidadãos, os sites institucionais de órgãos públicos, etc.

No entanto, sabe-se que não são todos os profissionais atuantes no mercado de trabalho que possuem formação acadêmica ou habilidades desejáveis de desempenho para que a comunicação pública seja desenvolvida de forma eficiente. Esse contexto influencia diretamente a comunicação pública desenvolvida pelas organizações governamentais, na transmissão de informações de políticas públicas, diálogo e interatividade com setores sociais.

Para realização deste projeto, buscou-se relacionar as premissas necessárias para estabelecer uma comunicação pública de qualidade, com as características desejáveis ao profissional de comunicação, além daquelas previstas nas diretrizes curriculares do ensino superior de relações públicas.

Dessa forma, foi possível caracterizar, em perspectiva teórica, as qualidades profissionais desejáveis à atuação competente na comunicação pública produzida por governos para a disseminação de informações sobre políticas públicas sociais e a criação de espaços de diálogo

e interatividade com os diversos setores da sociedade, considerando aspectos contemporâneos trazidos pela literatura especializada nas áreas de comunicação e relações públicas.

O primeiro capítulo deste trabalho apresenta os conceitos e particularidades da comunicação pública, suas distinções e particularidades em relação a outros tipos de comunicação, seus pressupostos e finalidades. A íntima ligação entre comunicação pública e cidadania também é abordada, através do enfoque participativo e de construção de uma identidade cidadã.

O segundo capítulo apresenta o conceito de direito à informação, condicional essencial para existência de um Estado democrático em que seja possível estabelecer a comunicação pública, além da trajetória da regulamentação desse direito no Brasil. Viabilizar o acesso à informação e transmitir com transparência dados e informações exige uma estrutura física e humana que trabalhe em favor da consolidação desse direito.

O terceiro capítulo situa o profissional de comunicação, com enfoque nas relações públicas, no contexto da comunicação pública. As relações públicas, trabalhadas no âmbito governamental, possuem capacidade de desenvolver benefícios no fluxo comunicativo, além de responsabilidade em garantir relacionamentos interativos, construídos sobre diálogo e transparência.

O quarto e último capítulo apresenta as competências e habilidades desejáveis ao profissional de comunicação, principalmente voltadas aos profissionais que atuam no âmbito público, além daquelas pretendidas nas diretrizes curriculares do curso acadêmico de relações públicas.

Com o desenvolvimento deste projeto foi possível perceber que as exigências da comunicação pública, no tocante à inclusão social e construção cidadã, demandam profissionais de comunicação com formação crítica e humanizada, baseada em fundamentos éticos e atrelados aos princípios e filosofia das relações públicas legítimas.

A comunicação pública é responsável por informar questões de interesse coletivo aos cidadãos, corroborar para eficácia do direito de acesso à informação, proporcionar a elaboração de políticas públicas de qualidade por meio do atendimento de demandas públicas e prestação de serviços. Os agentes públicos são imprescindíveis para o sucesso do processo comunicativo.

Dessa forma, as relações públicas configuram-se como área de conhecimento pertinente e aplicável ao processo de comunicação entre Estado e cidadãos, fomentando a participação popular nos debates públicos e tomada de decisões coletivas. É imprescindível que os profissionais atuantes saibam manejar as ferramentas da área, utilizando competências específicas necessárias ao profissional.

2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CONCEITOS E PRÁTICAS

O conceito de comunicação pública é bastante amplo e engloba uma grande variedade de vertentes e atuações da comunicação. Devido à pluralidade de entendimentos aplicáveis ao termo, inúmeros autores debatem e buscam delinear as características definidoras da comunicação pública, muitas vezes realizando um trabalho comparativo, aproximando e afastando as características essenciais da comunicação pública de outras áreas comunicacionais.

Atualmente, no Brasil o conceito de comunicação pública está intimamente relacionado ao conceito de cidadania e questões de interesse público. Apesar da multiplicidade de entendimentos, para Brandão (2007) parece consenso no meio acadêmico que tal processo comunicativo instaure-se entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construção da cidadania. Esse aspecto diz respeito ao recente cenário de democratização do país, onde a visão sobre cidadania também sofreu mudanças e passou a pressupor participação cidadã em questões coletivas, exercício de direitos e deveres e autonomia política.

No contexto contemporâneo, o conceito de capital social também está vinculado às discussões acerca do desenvolvimento da comunicação pública e participação cidadã, tendo em vista que capital social pressupõe a existência de laços sociais de dependência recíproca (MATOS, 2009, p. 46). Para Matos, o capital social, entendido como engajamento cívico, é paradoxalmente a causa e a consequência da comunicação pública, porque é fruto de uma comunicação comprometida com o interesse coletivo, que busca o benefício público com condicionais de acessibilidade, participação e pluralismo.

De acordo com a revisão da literatura sobre capital social elaborada por Matos (2009), os atores sociais possuem maiores chances de transformar a realidade em que vivem quanto participam de uma comunidade cívica fortemente engajada, que conversa e debate cotidianamente. Essa conversação, denominada conversação cívica, proporciona a inclusão de experiências e perspectivas sobre diversos temas nos debates públicos, contribuindo com a qualidade de opiniões, argumentos e conhecimento de informações. Conforme Matos (2009, p. 89) “é possível afirmar que a conversação é parte significativa da socialização e integração cultural, contribuindo para formação de redes de interação de confiança e de laços de solidariedade – elementos que compõem a base do conceito de capital social”.

O conceito de capital social apresenta-se indissociável do processo de comunicação pública, considerando que a comunicação pública não se configura na ação isolada do governo ou

de grupos sociais, mas se manifesta como resultado da força de redes sociais, em que a confiança e a contínua interação entre os agentes podem proporcionar benefícios para os atores da esfera pública (2009, p. 130). Os laços sociais exercem influências sobre a vida privada e pública dos cidadãos, e as redes de integração são capazes de aumentar a consciência de seus membros, desenvolvendo uma consciência individual e coletiva, com maior interesse nos benefícios coletivos. A rede social de interações informativas gera debate e tomada de decisões, promovendo a coesão social (2009, p. 132).

Matos (2009) argumenta que a comunicação pública é responsável por criar o ambiente necessário para que o capital social exista, ressaltando valores-chaves do capital social, como solidariedade e confiança. Assim, pode-se entender o capital social como a dimensão e a qualidade das relações sociais entre os atores da esfera pública, ou ainda, como o conjunto de ganhos produzidos pela interação social, aproveitados por indivíduos e grupos (MATOS, 2009, p. 48, 51).

Para Zémor (1995), a finalidade da comunicação pública não pode estar desassociada de quatro ações principais, são elas: 1) Informar; 2) Ouvir as demandas e o debate público; 3) Contribuir para gerar pertencimento social e autonomia; 4) Acompanhar os câmbios sociais; A troca de informações de utilidade pública e a responsabilidade de ouvir as demandas dos cidadãos, para Zémor, é uma responsabilidade das instituições públicas.

Em conformidade com este pensamento, Monteiro (2007) argumenta que a comunicação pública tem a obrigação de estabelecer através do diálogo, um relacionamento que informe questões de interesse público, prestação de contas e serviços, além de colocar o interesse coletivo sempre à frente do interesse particular, manejando sempre informações obtidas por meio do debate público ou levadas para o debate público. No entanto, defende que a comunicação pública não deve ser feita somente pelo Estado, mas por movimentos sociais, empresas privadas e organizações do terceiro setor. Em outras palavras, a singularidade da comunicação pública não está no emissor da mensagem, mas é a própria mensagem, que deve ser portadora do interesse coletivo.

Neste contexto, Matos (2007) reforça que, ao contrário de Zémor, que atribuía ao Estado toda a responsabilidade em realizar comunicação pública, o atual conceito de comunicação pública exige a participação da sociedade e de seus segmentos, não apenas como receptores da mensagem, mas como agentes ativos no fluxo comunicacional. Pode-se definir a comunicação pública como "processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida

pública do país" (MATOS, 2003, p. 34).

A comunicação estabelecida entre os atores sociais vai além do objetivo de informar, capacitando o cidadão para participar de forma ativa em debates acerca de questões públicas e tomada de decisões. Para Haswani (2008), para que haja um fluxo comunicacional entre Estado e cidadão, é necessário que ocorra um compartilhamento de informações de forma bilateral. Neste patamar, a comunicação pública transforma o relacionamento entre Estado e cidadão e possibilita uma relação de troca em lugar da relação de submissão.

Segundo Duarte e Veras (2006), o governo detém o papel crucial de viabilizar o ambiente e os instrumentos necessários para existência de uma comunicação pública efetiva, que busque o entendimento acerca de interesses coletivos através do diálogo e troca de informações entre diferentes agentes sociais, com pressupostos de participação e cidadania ativa. Matos (2007, p. 52) defende que "cabe ao Estado a missão de convocar os agentes a participarem", que a participação acontece no âmbito da esfera pública definida como "conjunto de espaços físicos e imateriais em que os agentes sociais podem efetivar sua participação no processo de comunicação pública".

Neste ponto, alerta-se para dificuldade de estabelecer meios de interação que sejam acessíveis e universais. Antes disso, é necessário que os cidadãos se reconheçam como atores sociais da esfera pública, aptos para participar e interagir na arena pública. De acordo com Nobre e Gil (2013), a existência da comunicação pública está relacionada à formação de cidadãos politicamente autônomos, capazes de reconhecer suas necessidades, avaliar e integrar o debate público para sugerir políticas públicas efetivas e de qualidade, participar da tomada de decisões e acompanhar a implementação das medidas sugeridas e seus resultados.

Essas condicionais apresentam uma problemática delicada para os moldes da sociedade atual, onde inúmeros cidadãos ainda não interiorizaram seus direitos e deveres. Matos (2007, p. 53) argumenta que "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 da comunicação pública". É imprescindível o desenvolvimento de uma cultura que capacite os atores sociais a comunicarem-se na esfera pública, independente da classe social ou nível de escolaridade.

A existência de grupos e indivíduos marginalizados, socialmente sem voz e que não têm suas demandas incluídas no processo comunicativo, segundo Marques (2008), torna inacessível o desenvolvimento pleno da comunicação pública. A esse respeito, Matos (2011) sustenta uma interessante teoria que aproxima reconhecimento social e comunicação pública, na medida em

que reconhecimento social proporcionaria uma relação positiva do indivíduo consigo mesmo e com a sociedade onde vive.

Quando indivíduos ou grupos marginalizados adquirem consciência de que estão excluídos da esfera pública e organizam-se em coletividade, há o início de questionamentos que buscam o reconhecimento social por parte da esfera pública. Esses cidadãos podem envolver-se em movimentos sociais com o objetivo de superar a exclusão, obter voz e visibilidade frente aos debates públicos e posicionar-se perante as políticas públicas. No entanto, para a autora, os grupos sociais incapazes de se organizarem e participarem, desenvolvem um sentimento de afastamento que impede o diálogo com outros membros da sociedade.

Além desse fator, Duarte (2011) recorda a existência de cidadãos socialmente apáticos, que desconsideram as questões públicas e governamentais como elementos que constituem parte de suas vidas. Esses atores sociais mantêm-se afastados de participar da esfera pública por não acreditar que as políticas públicas possam ser influenciadas pelo interesse coletivo. Ademais da falta de interesse do cidadão, essa situação pode ser agravada pela falta de informação, falta de oportunidade em participar e afastamento da arena pública, como explicado por Matos.

A comunicação pública não pode existir sem o reconhecimento dos atores sociais excluídos e ignorados na comunidade, visto que a comunicação pública democrática deve buscar a representação de todos os extratos da sociedade, escutar todas as vozes e demandas coletivas no exercício da construção da cidadania. Os obstáculos enfrentados por negros, mulheres e índios, por exemplo, para alcançar o reconhecimento social, interagir e apresentar reivindicações e demandas para serem debatidas, demonstram as injustiças e desigualdades presentes no país e configuram uma luta que, segundo Matos (2011), é elemento básico para consolidação e ampliação da democracia.

Para Nobre e Gil (2013, p. 16), o debate e o fluxo de informações entre vozes autônomas e desvinculadas de grupos dominantes é o que define a comunicação pública. Tais cidadãos são os chamados "desinstitucionalizados", ou seja, independentes de instituições de comando, de grupos majoritários ou até mesmo do espaço onde ocorre o debate público, sendo considerados pela pluralidade. Assim, é possível atingir um entendimento coletivo denominado deliberação, que posteriormente, se transformará na tomada de decisão que exige participação e igualdade de acesso entre todos os cidadãos. Para que isso ocorra existem fatores essenciais devem ser assegurados.

A relação entre reconhecimento social e comunicação pública se faz óbvia no momento

em que a comunicação pública depende do reconhecimento dos atores sociais para se estabelecer de forma efetiva. Neste cenário, o Estado torna-se responsável por criar e implementar estruturas que permitam a inclusão e visibilidade dos movimentos sociais, desvinculando a desigualdade social do afastamento do exercício político. Nobre e Gil (2013) apelam para uma política que reduza as defasagens sociais e culturais e que habilite os cidadãos a decidirem questões de interesse comum coletivamente.

2.1 Instrumentos e acepções do conceito de Comunicação Pública

Duarte (2011, p. 131) apresenta propostas de instrumentos que poderiam levar ao alcance de uma comunicação pública de qualidade no setor público, criando uma cultura de integração entre os envolvidos, mantendo o compromisso do diálogo e valorização de diferentes perspectivas para consolidação da democracia. Os instrumentos são divididos em operacionais e de diálogo. Os operacionais permitem o acesso à informação, com foco na disponibilização de dados e orientações. Como exemplos são os relatórios, bancos de dados, publicações institucionais, publicidade, imprensa, folhetos, etc. Os de diálogo estabelecem interação entre os agentes sociais, buscando compreensão mútua e consensos. Exemplos são ouvidorias, fóruns de trabalho, atendimento, conferências públicas, eventos, centrais de serviços e atendimento aos cidadãos.

De forma mais detalhada, Weber (2011) preocupa-se em agrupar canais de comunicação usados pelo Estado para atingir visibilidade e gerar um fluxo comunicacional, apesar de admitir que esses canais podem ser ocupados com objetivos distintos daqueles pregados pela comunicação pública. Após realizar uma pesquisa empírica para reconhecer os canais, Weber (p. 107) os dividiu da seguinte forma: publicização, debate público, prestação de contas, prestação de serviços, informação jornalística, mídias públicas, mídias sociais, propaganda, relações públicas.

O conceito de publicização consiste em disponibilizar informações que levem conhecimento aos cidadãos. Neste aspecto, o Estado cumpre com uma obrigação exigida por lei, que é tornar acessível toda informação de interesse público, seja por dispositivos como agendas, bibliotecas virtuais, discursos ou pronunciamentos oficiais, revistas, notas na imprensa, etc.

Debates públicos são espaços que buscam promover assuntos de interesse coletivo para obter informações ou promover tomada de decisões, através da deliberação e participação cidadã. Esses debates podem se materializar por meio de fóruns digitais, pesquisas e espaços

físicos para opinião e discussões.

A prestação de contas diz respeito a uma exigência democrática que permite que os cidadãos possam acompanhar o uso do dinheiro público. Nesse caso, a palavra de ordem é transparência, que pode ser viabilizada através do acesso a licitações, contratos, relatórios de gestão, portais da transparência, etc.

Já a prestação de serviços possui um caráter utilitário, em benefício dos cidadãos que podem ter acesso a bibliotecas, cursos, manuais, endereços e telefones úteis, entre outros.

No campo da informação jornalística, diversos tipos de notícias são disponibilizadas e colocadas em circulação. Nesse âmbito, são identificados boletins impressos e digitais, programas de rádio, releases, artigos jornalísticos.

As mídias públicas possuem o papel de veicular informações sobre diversos temas, políticos, culturais e sociais. Elas são reguladas constitucionalmente e difundem a comunicação pública. Exemplos: TV Senado, TV Câmara, Rádio Senado.

As mídias sociais estão na esfera da internet e produzem comunicação, colocando políticos e governantes em contato direto com os usuários da rede. Esse relacionamento ocorre através de blogs, Facebook, Youtube, etc.

O conceito de propaganda está relacionado à persuasão, que por meio de “ações publicitárias” coloca em circulação materiais necessários aos programas do governo, como adesivos, camisetas e cartazes, logomarcas, publicações, selos, campanhas educativas, de conscientização, saúde, etc.

Por fim, as Relações Públicas abrangem as formas de relacionamento entre os cidadãos e o agente público, permitindo um diálogo personalizado. Entre as ferramentas das Relações Públicas estão eventos dirigidos a públicos específicos, ouvidoria, pesquisa de opinião, congressos, seminários.

Segundo Weber (2011) o manejo dos diversos instrumentos e canais utilizados pelo Estado para promover a comunicação pública é regido por uma série de estratégias que trabalham para conquistar e sustentar a opinião pública e imagem pública. Oito estratégias são citadas: visibilidade, credibilidade, autonomia, relacionamento direto, propaganda e imagem pública. Em contrapartida, para uma comunicação pública de qualidade, Duarte (2011, p. 133) indica quatro pré-requisitos que devem estar presentes na comunicação e na postura dos agentes públicos. São eles: transparência, acesso, interação, ouvidoria social.

A transparência configura-se por atuar de forma responsável no campo das questões coletivas, além da conduta e incorporação de valores éticos por parte dos trabalhadores públicos

envolvidos.

O acesso significa facilitar a obtenção de informações por parte da sociedade, estimular e orientar a busca por conhecimento, participação e posicionamento. Trata-se do atendimento adequado das necessidades de cada segmento público, em todos os quesitos necessários para que a interação se efetive.

Interação consiste em manter fluxos bilaterais ou multilaterais, com pressupostos de equilíbrio, simetria e igualdade. Estabelecer mecanismos que propiciem e facilitem o acesso, a compreensão e participação cívica.

A ouvidoria social define-se pelo interesse em escutar e tomar conhecimento das demandas sociais, por meio de pesquisas e proximidade, sendo capaz de considerar todas as perspectivas encontradas para atender a sociedade.

É importante ressaltar que o entendimento recente sobre comunicação pública passou a desvincular o conceito da exclusividade de comunicação realizada entre governo e cidadão, em função das transformações políticas, sociais e econômicas que ocorreram nas últimas décadas. Esse alargamento do conceito, de acordo com Matos (2011), inclui a participação efetiva de outros atores sociais, como instituições privadas e terceiro setor, que estão agindo e posicionando-se na esfera pública. Matos (2011) identifica a sociedade, o terceiro setor, a mídia, o mercado, as universidades, as instituições religiosas e outros grupos minoritários ou sem reconhecimento, todos como agentes da comunicação pública.

Acompanhando as recentes transformações sociais, Brandão (2007) afirma que as empresas privadas preocupadas com a imagem pública, sentiram-se forçadas a posicionar-se de forma mais responsável e atender as reivindicações dos cidadãos. O empresariado percebeu que o respeito à cidadania, a responsabilidade social e a transparência são mais rentáveis que a mera propaganda. Além disso, o terceiro setor também conquistou um lugar de destaque na democracia contemporânea e essas novas vivências democráticas são parte constituinte de um novo espaço público (2007, p. 10).

No campo acadêmico, uma temática relevante e vastamente explorada é a distinção entre a comunicação pública e outros tipos de comunicação, como governamental e política. Segundo Kunsch (2012), a comunicação pública deve ser desenvolvida por meio de interação e diálogo entre os agentes sociais e pode conter inúmeras significações e abordagens como comunicação estatal, comunicação da sociedade civil organizada em prol da coletividade, comunicação institucional de órgãos públicos, promoção de ações do governo e comunicação política. Admitindo a pluralidade e complexidade do conceito, para Kunsch, os princípios da comunicação

pública estão relacionados à comunicação governamental no âmbito da administração pública de um país.

Sobre tal aspecto, Nobre e Gil (2013) argumentam que as distintas aplicações do termo comunicação pública estão diretamente relacionadas ao uso histórico no país. Historicamente no Brasil, confundiu-se comunicação pública e governamental no governo de Getúlio Vargas, período em que os meios de comunicação foram exaustivamente usados com a finalidade de fortalecimento político e legitimação do regime vigente, de forma unilateral e parcial. A comunicação governamental, ao entrar em declínio, permitiu a visibilidade de novos sujeitos que passaram a compor a esfera pública e modificar a comunicação realizada, que aos poucos tornou-se mais democrática.

Nobre e Gil (2013) preocupam-se em ressaltar as diferenças entre comunicação pública, organizacional e política. Para as autoras, a comunicação pública refere-se ao alcance do entendimento social, através do debate e participação e está presente em todos os cenários da esfera pública. Em contrapartida, a comunicação governamental está estritamente relacionada ao âmbito do Estado e a comunicação política, especificamente, ao jogo de poder.

Entre os autores que buscaram identificar limites e semelhanças entre a comunicação pública e outras, Monteiro (2007) ocupou-se em definir comunicação institucional, governamental e política. A primeira, diz respeito à comunicação que acontece no contexto organizacional e objetiva mostrar aos públicos o papel da organização, expor dados e atividades. A comunicação governamental é aquela praticada pelo governo e envolve todas as informações provenientes dos sistemas Executivo, Legislativo e Judiciário. Já a comunicação política está relacionada diretamente aos processos eleitorais, emitida de políticos e partidos para eleitores. Contudo, nota-se que a comunicação pública engloba características de todas as outras comunicações citadas.

Para Brandão (2007), o conceito de comunicação pública ainda está em construção, de forma que admite pluralidade de significados. Com base em pesquisas e análises sobre o tema, a autora identificou áreas de conhecimento e atuação profissional diversas dentro dos significados recorrentes sobre comunicação pública. Assim, apontou cinco áreas de identificação:

A primeira é a comunicação pública identificada com os conhecimentos e técnicas da área de comunicação organizacional. Essa área consiste na comunicação que ocorre no interior das organizações e entre ela e seus públicos, visando principalmente o mercado com intuito de venda para obtenção de lucro, status ou poder.

A segunda área é da comunicação pública identificada com comunicação científica. Especificamente, objetiva despertar interesse sobre temas agrícolas ou de saúde pública, por exemplo, buscando integrar a ciência na vida cotidiana dos indivíduos. Essa comunicação é construída e mantida pelo Estado e seu caráter público explica a identificação com a comunicação pública.

A comunicação pública identificada com comunicação do Estado é a terceira área. Trata-se da responsabilidade do governo em estabelecer uma comunicação bilateral com os cidadãos, voltada para construção da cidadania. Essa área dialoga vastamente com a comunicação pública na medida em que promove o debate público, legitima a prestação de contas governamental e trabalha em prol do interesse coletivo.

A quarta área é sobre comunicação pública identificada com comunicação política. Está relacionada aos cenários político, econômico e social na disputa de poder entre segmentos diversos e Estado. Pode-se tratar da expressão pública de posicionamentos políticos ou disputa de poder sobre os detentores das tecnologias de comunicação e sociedade civil pelo acesso aos veículos.

A comunicação pública identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada é a quinta área e consiste em práticas comunicacionais desenvolvidas pelas comunidades ou terceiro setor, a partir do reconhecimento que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos. Neste âmbito, a comunicação pública pode ser identificada na existência de um processo democrático e autônomo.

2.2 O conceito de cidadania no cenário atual

Com base em extenso estudo bibliográfico sobre construção da cidadania, Marques e Matos (2011, p. 233) defendem que os baixos níveis de participação social atuais incidem de forma negativa sobre a governabilidade do país, além da desigualdade social e econômica comprometer a estabilidade da democracia. O chamado vazio social consiste na indiferença e intollerância dos cidadãos frente às questões coletivas, com elevado déficit de capital social e empoderamento popular, num cenário de incerteza quanto à plenitude democrática.

Na perspectiva de Marques e Matos (2011), o conceito de empoderamento assume um papel crucial na construção da cidadania, que depende da igualdade mínima entre os cidadãos para consolidar-se. E o empoderamento consiste em, através da institucionalização de meios de

participação e controle popular, conferir poder sobre questões coletivas aos cidadãos. O empoderamento pode ser individual, organizacional, comunitário ou de classe social, mas sempre está relacionado a reflexão, tomada de consciência e ação.

Com base na realidade vivenciada nos dias de hoje, nota-se que o sistema democrático vigente não garante que os atores sociais e as práticas políticas sejam democráticas. Problemas estruturais como a fragmentação e exclusão social, o distanciamento político e o individualismo são consequências do modelo em vigor. Nesse contexto, surgem propostas teóricas de uma democracia pautada na igualdade social e preocupação com os indivíduos, fortalecida através da participação cidadã.

Segundo Marques e Matos (2011, p. 239), a chave para a participação política consiste no aumento do capital social, que implica em uma rede de confiança e cooperação entre seus membros, que pode ser gerada por meio da interação frequente dos indivíduos e dissemina valores democráticos.

O desafio consiste em modificar a cultura da desigualdade presente no Brasil, além da relação de desconfiança que paira sobre o relacionamento entre Estado e sociedade. A construção da cidadania é prejudicada em um cenário aonde os indivíduos mantêm distância da política, por julgá-la antiética e injusta.

É vital o desenvolvimento de cidadãos ativos e participantes, além de uma sociedade com base na confiança e interação entre indivíduos, com mecanismos de inclusão e empoderamento popular. Para isso, cada ator social deve reconhecer seu papel, com direitos e obrigações na esfera pública, incluindo-se no processo de tomada de decisões.

Marques e Matos (2011) ainda alertam para dificuldade do desenvolvimento das transformações necessárias na construção de um novo cenário democrático, tendo em vista as condicionais de igualdade social, capacidade de inclusão de todos os membros sociais no debate público para deliberação, além da limitada relação entre Estado e sociedade.

3. O CONCEITO DE DIREITO À INFORMAÇÃO

Segundo Canela e Nascimento (2009) o direito à informação configura-se como um pressuposto essencial para o funcionamento de sociedades democráticas, além de ser um direito universal assegurado em diversos documentos internacionais de defesa dos direitos humanos.

Para Gentilli (2002, p. 43), o direito à informação deve ser concebido com base em duas perspectivas: 1º) é um direito para todos; 2º) deve fornecer informações em quantidade e qualidade aos cidadãos para o juízo de cada um.

Com base em Bobbio (1986), Gentilli (2002) alerta que sociedades democráticas podem tornar-se mais ou menos democráticas, dependendo dos procedimentos democráticos usados, além do grau de participação social observado. Nesse aspecto, o direito à informação instaura-se como questão chave para promoção de outros direitos essenciais para esfera pública.

Bobbio (1986) preocupou-se em discorrer sobre o contraste entre a democracia idealmente proposta e democracia realmente alcançada. O conceito ideal de democracia supõe participação direta do povo nas tomadas de decisões, como maneira de legitimar a soberania popular. Bobbio (1986, p. 29) definiu que a democracia “nasceu com a perspectiva de eliminar para sempre das sociedades humanas o poder invisível e de dar vida a um governo cujas ações deveriam ser desenvolvidas publicamente”.

Apesar disso, sabe-se que o regime democrático ideal jamais foi colocado em experiência efetiva. As formas democráticas de governo em exercício até os dias atuais propõem apenas a possibilidade de representação, que segundo Bobbio (1986) denota limitações e perda de autonomia. Neste aspecto, ainda há uma clara distinção entre governantes e governados.

Definindo democracia como oposição a qualquer forma de regime autocrático, Bobbio (1996) defende uma caracterização mínima deste regime como um conjunto de regras que estabelecem quem está autorizado a tomar decisões coletivas e com quais procedimentos. Em uma democracia, é elevado o número de pessoas que podem participar da tomada de decisão coletiva.

No entanto, para Bobbio (1986), não basta atribuir a um número elevado de cidadãos o direito de participar direta ou indiretamente da tomada de decisões. É imprescindível garantir alternativas e condições reais de escolha, para Bobbio (1986, p. 20) “para que se realize esta condição é necessário que aos chamados a decidir sejam garantidos os assim denominados direitos de liberdade, de opinião, de expressão das próprias opiniões, de reunião, de associação,

etc.”. Conclui-se que são necessárias certas liberdades para manutenção de um regime democrático.

A possibilidade existente através da democracia de promover a “transparência do poder”, segundo Bobbio (1986, p. 29), apresenta-se como um fator benéfico dessa forma de governo. O autor alerta para necessidade de garantir os direitos de liberdade por meio do direito de controlar o poder do Estado. Para exercer tal controle, o direito de acesso à informação é condição essencial. Com outras palavras, Bobbio argumenta:

(...) a exigência de publicidade dos atos de governo é importante não apenas, como se costuma dizer, para permitir ao cidadão conhecer os atos de quem detém o poder e assim controlá-los, mas também porque a publicidade é por si mesma uma forma de controle, um expediente que permite distinguir o que é lícito do que não é (BOBBIO, 1996, p. 30).

Desse modo, o direito à informação é apresentado por Gentili (2002, p. 39) como um direito-meio e não um direito-fim. Isso significa que ele não se realiza em si mesmo, mas consiste em uma condicional para que direitos políticos se concretizem da melhor forma possível.

Como exemplo, o autor ilustra que durante uma disputa eleitoral, se todos os cidadãos não possuírem informações sobre todas as alternativas de voto, essa eleição se tornará menos democrática.

Portanto, no campo de direitos políticos, o direito à informação é crucial para o exercício pleno do direito de voto, caso contrário, não existirá voto consciente. A esse respeito, Gentili (2002, p. 45) acrescenta que a fiscalização de ações do governo e políticas públicas está condicionada ao recebimento de informações.

Atualmente, a esfera pública detém um importante papel na organização da sociedade, à medida que políticas públicas são influenciadas e controladas pelos cidadãos, através do acesso à informações coletivas. O aperfeiçoamento desse cenário, exposto por Gentili (2002), depende de formas de aproximação entre cidadãos e Estado, além de valorização o pluralismo.

Para alcançar um melhor nível de sociedade democrática, é necessário que todos os cidadãos tenham acesso igualitário a informações pluralistas (2002, p. 41). Embasado na concepção de Bobbio (1986), Gentili desenvolve o seguinte raciocínio: para ter acesso ao poder público e conseqüentemente estar em posse de direitos civis e políticos, é condicional possuir acesso à informação pública.

Como viabilizador dos demais direitos (civis, políticos e sociais), o acesso à informação torna-se um modificador da intensidade democrática, exercendo influência direta sobre ela. Segundo Gentili (2002, p. 43) o direito à informação é uma porta de acesso para outros direitos que, certamente, seriam prejudicados em caso de inexistência do direito à informação.

O conceito de direito à informação também está intimamente relacionado ao conceito de cidadania, visto que propicia o conhecimento de informações imprescindíveis à participação, além de apresentar características emancipatórias que pressupõem liberdade de escolha e capacidade de tomada de decisões. Com esses argumentos, Gentili (2002, p. 43) defende que:

O direito à informação, assim, deve ser pensado como o direito que inclui necessariamente as condições necessárias para realizar as escolhas concernentes ao exercício pleno dos direitos. O direito de cada um ter acesso às melhores condições possíveis para poder formar as próprias preferências particulares, fazer suas escolhas e seus julgamentos de modo autônomo. Nestas condições é uma circunstância que gera um direito à autonomia; é, portanto, um fator de mão dupla no processo de emancipação humana na medida em que auxilia o cidadão no exercício de suas prerrogativas, por outro, consolida o conjunto dos demais direitos posto que sua difusão, ao se tornar mais ampla, torna-se por consequência mais acessível.

A relação entre direito à informação e cidadania também foi abordada por Duarte (2007, p. 67), ao esclarecer que a falta de informação restringe a participação social em termos igualitários.

3.1 A regulamentação do direito à informação no Brasil

Na perspectiva de Canela e Nascimento (2009), assegurar o acesso à informação resulta em benefícios tanto no âmbito individual, quanto coletivo, afetando a maneira como os indivíduos se relacionam consigo e com outros. No aspecto individual, escolhas cotidianas são melhores orientadas se ponderadas sob uma ótica informada e consciente. No aspecto coletivo, além dos benefícios decorrentes de decisões políticas baseadas em informações de qualidade, é possível controlar as ações governamentais por meio do acesso à informações de respeito coletivo disponibilizadas pelo Estado.

Para os autores, no formato das sociedades contemporâneas, verifica-se uma desigualdade entre seguimentos sociais e indivíduos, no que diz respeito ao conhecimento e detenção de informações. Parece óbvio que cada indivíduo possua uma determinada habilidade ou especialização e por esse motivo, dependa da relação com outros indivíduos para viver. Ademais, no caso da democracia representativa, apenas um grupo eleito de pessoas é responsável por manejar diariamente questões de interesse coletivo de diferentes ordens.

Nesse contexto de dependência, estabelecer relações sociais baseadas em confiança e principalmente, garantir a efetividade do direito de acesso à informação são fatores imprescindíveis para evitar prejuízos em função da desigualdade de conhecimento.

Dessa forma, o funcionamento das sociedades democráticas para Canela e Nascimento (2009, p. 15), está interligado ao estabelecimento de mecanismos de acesso à informação, através da aprovação e implementação de leis que regulamentam o campo de divulgação e distribuição de informações, obrigações e penalidades previstas para descumprimento da lei.

No Brasil, desde antes da aprovação da lei que regulamenta o acesso à informação (lei 12.527) promulgada em novembro de 2009 (ROTHBERG, NAPOLITANO E REZENDE, 2013), a Constituição Federal de 1988 já defendia que todos os cidadãos possuem o direito de receber dos órgãos públicos informações de interesse individual ou coletivo:

a) artigo 5º, inciso XIV: assegura a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional; b) artigo 5º, inciso XXXIII: estabelece que todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado; c) artigo 5º, inciso XXXIV: assegura a todos, independentemente do pagamento de taxas, o direito de petição e de obtenção de certidão; d) artigo 5º, inciso LXXII: garante o conhecimento de informações, relativas à pessoa, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público; e) artigo 5º, inciso LXXVII: garante a gratuidade de ações de “habeas corpus” e “habeas data”, e os atos necessários ao exercício da cidadania; f) artigo 216: dispõe sobre gestão documental e consulta aos acervos pela sociedade (BATISTA, 2010, p. 213, 214).

No entanto, apesar de previsto constitucionalmente, não havia no Brasil regulamentação e efetividade do inciso. Além disso, Canela e Nascimento (2009) argumentam que faltava por parte da população tomar conhecimento sobre seus direitos e entender que as informações públicas são patrimônio de todos os cidadãos, não podendo serem usadas para detenção de poder e privilégios por parte dos governantes.

Canela e Nascimento (2009) explicam que a relação de assimetria das informações não ocorre somente no âmbito público, entre Estado e cidadão. A desigualdade pode estar presente em uma relação de compra, por exemplo. Um vendedor de carros detém informações sobre o veículo que o comprador desconhece, nesse caso, é necessário fornecer ao comprador uma segurança sobre o bem que está sendo adquirido, solucionando o problema.

No âmbito governamental, o bom funcionamento democrático pressupõe transparência e abertura por parte do governo para que os cidadãos possam ter acesso à informações públicas, participar e opinar. Com base em autores revisados, Canela e Nascimento (2009) alertam que a falta de interesse de governantes em divulgar informações que podem ser contrárias aos seus

interesses, poderia causar um monopólio de informações que se transforma em um mecanismo de poder e mantém informações públicas em sigilo.

No Brasil, a divulgação e acesso facilitado de informações poderiam revelar situações ilícitas de políticos e administradores públicos. Sobre esse aspecto, Rothberg, Napolitano e Rezende (2013) argumentam que o país sofre com relações de clientelismo, definido como recebimento de benefícios em troca de apoio político, fenômeno que pode atrapalhar a transparência de questões políticas que perpassam o jogo de poder.

Para os autores, garantir o acesso à informação através da divulgação de questões coletivas, relacionadas ao cotidiano de políticos eleitos pelo povo e ações colocadas em prática por políticas públicas, segundo Rothberg, Napolitano e Rezende (2013, p. 6), pode contribuir para reverter o efeito do patrimonialismo e clientelismo no cenário da política brasileira.

Em conclusão, Canela e Nascimento (2009) sustentam que difundir o conhecimento e tornar acessível a informação significa democratizar o poder. Ao contrário, restringir a informação sob o domínio de um grupo minoritário resulta na concentração de poder. A existência de uma democracia plena está relacionada a possibilidade dos indivíduos participarem efetivamente da tomada de decisões coletivas e para isso é necessário informação.

O conceito de informação pública foi definido por Batista (2012, p. 205) como um bem público, patrimônio cultural de uso comum da sociedade, produzida ou em poder da administração pública, disponível ao interesse coletivo com capacidade para afetar a estrutura social. Baseada nessa definição, informação pública se opõe aos conceitos de privado e secreto.

Com base em vasta literatura sobre o tema, Batista (2012) contextualiza as noções sobre público, privado e secreto. A definição de público pode ser entendida como algo que pertence ao povo, que pode ser usado por todos em condições de igualdade, ou que recebe visibilidade. Já o segredo é a negação da divulgação e da visibilidade, aparecendo como apropriação.

Historicamente, a reivindicação do acesso à informações públicas acontece desde a antiguidade, período em que apenas reis, sacerdotes ou pessoas autorizadas possuíam o direito de manejar documentos e arquivos. Durante muito tempo, a permissão para acesso de informações do governo e instituições públicas foi privilégio de poucos e mantinha uma forte segregação entre dominantes e dominadas, através da manutenção do poder de poucos.

Com base em Jordão (2011, p. 13) a denominada cultura do segredo dentro da administração pública lida com a ideia de que a visibilidade de informações pode ocasionar riscos. Dessa forma, obstáculos são instaurados como o direito de acesso apenas a informações de

ligação direta, uso indevido de dados por grupos de interesses, divulgação de informações permitida ou não pela chefia.

Segundo Batista (2010) lentamente o cenário começou a mudar, com o advento da imprensa, o crescimento da liberdade de opinião e noções democráticas, a permissão de acesso de arquivos históricos para pesquisadores e o desenvolvimento científico e tecnológico foram fatores que influenciaram na abertura de informações públicas.

No Brasil a evolução normativa do direito ao acesso à informações públicas ocorreu de forma tardia e gradual, a partir da Constituição Federal de 1988. Batista (2012), com base em outros autores, discorre brevemente sobre os avanços normativos galgados para alcançar a regulamentação presente hoje no país.

A CF/88 foi o primeiro documento que tratou sobre o acesso à informação no país, demonstrando atenção à questões como possíveis ações sigilosas do Estado, além da tentativa de colocar a constituição em conformidade com a democracia participativa que supõe cidadãos informados. Apesar disso, na prática pouco ocorreu para legitimação do direito de acesso à informação.

Em 1991, a promulgação da lei 8.159 tratava da garantia do direito à informação para eventuais dispositivos legais no âmbito estadual e municipal. Em 1997, um decreto regulamentou parte dessa lei, sobre o acesso de documentos públicos sigilosos no âmbito do próprio Estado. Para a sociedade civil não representou nenhuma mudança.

No ano de 2003, tramitou o projeto de Lei 219 que regulamentava o artigo 5º da Constituição de 1988 sobre acesso à informação, abordando procedimentos para o acesso. No entanto, não foi votada.

Vários decretos e leis sobre o sigilo de documentos resguardados pelo Estado, informação e segurança nacional, foram elaborados. Todavia, nenhum desses projetos chegaram a serem votados.

Em 2009, o Congresso Nacional Brasileiro recebeu o Projeto de Lei 5.228 que visava a regulamentação do inciso sobre acesso à informação do artigo 5º, que trata sobre os valores que devem estar presentes na prestação do serviço público, além da questão da documentação governamental.

A discussão sobre o projeto de lei 5.228 teve início no Senado em 2010 e em novembro de 2011 foi convertido na Lei 12.527, a lei de acesso à informação que constitui importante episódio na luta pelos direitos humanos no Brasil.

Na revisão da literatura realizada por Rothberg, Napolitano e Rezende (2013, p. 6) o direito à informação compreende ao direito da coletividade sobre a informação, visto que ela é um recurso social imprescindível para orientação e tomada de decisões de grupos sociais.

A lei de acesso à informação objetiva garantir o exercício de direitos humanos fundamentais, permitindo que o povo influencie e participe das políticas públicas. Para Rothberg, Napolitano e Rezende (2013, p. 7), a crescente adoção da lei de acesso à informação em inúmeros países está relacionada ao fortalecimento do conceito de governança, definido como o exercício transparente do governo, através da disponibilização de informações que permitem aos cidadãos julgarem as políticas e ações públicas.

Para orientar a elaboração de leis de acesso à informação, a Unesco (MENDEL, 2009 *apud* ROTHBERG, NAPOLITANO E REZENDE 2013, p. 8) identificou nove princípios essenciais: a) divulgação máxima; b) obrigação de publicar; c) promoção de governo aberto; d) limites para as exceções; e) procedimentos que facilitem o acesso; f) custos acessíveis; g) reuniões abertas; h) precedência da divulgação; i) proteção aos denunciante.

De acordo com Mendel (2009) o primeiro princípio define que o acesso à informação deve abranger o maior número de pessoas possível. O segundo princípio sustenta que as informações devem ser publicadas antes mesmo de serem solicitadas, ou seja, facilitar o acesso, sem necessidade de requisição.

O terceiro diz respeito aos dois primeiros princípios, visto que um governo aberto depende da circulação da informação. A cultura de silêncio no âmbito governamental deve ser mudada, neste ponto, deve haver penalidade para aqueles que impeçam o acesso à informação.

O quarto princípio coloca limites na recusa do fornecimento de informações, tornando-se aceitável apenas em casos muito específicos em que os danos da exposição sejam maiores que os benefícios coletivos.

O quinto refere-se a acessibilidade da informação, através da implantação de ferramentas facilitadoras, mas que não ultrapassem custos aceitáveis tornando-se uma barreira para o acesso, que é o sexto princípio.

O sétimo princípio defende que todos têm a liberdade de participar de reuniões de órgãos públicos ou sobre temas que afetem a coletividade.

O oitavo princípio sustenta que a divulgação de informações tem primazia sobre reivindicações de sigilo. Por fim, o nono princípio define que os denunciante espontâneos de atos ilícitos devem ser protegidos.

De acordo com Rothberg, Napolitano e Rezende (2013, p. 8), a lei 12.527 no Brasil atende melhor aos princípios primeiro, quarto e oitavo. No entanto, não contempla determinações sobre reuniões abertas (sétimo princípio), nem sobre proteção aos denunciantes (nono princípio). Os dois princípios que permanecem em falta na regulamentação brasileira são essenciais para o bom funcionamento da lei.

De forma resumida, a lei 12.527¹ pretende assegurar o direito fundamental do acesso à informação com base em algumas diretrizes e definições. As diretrizes estabelecem que a visibilidade da informação deve estar sempre em primeiro plano, a divulgação de informações deve ocorrer de forma espontânea através de canais e meios de comunicação. Ademais, deve haver incentivo à transparência e controle social na administração pública.

A lei adota a definição de informação como dados usados para produção e transmissão de conhecimento, encontrados em qualquer meio, suporte ou formato. Já o conceito de disponibilidade é definido como qualidade da informação que pode ser conhecida e usada por indivíduos.

Aos órgãos públicos é atribuído o dever de realizar uma gestão transparente das informações, garantindo a disponibilidade da informação pública e protegendo as informações sigilosas.

Quanto ao pedido de acesso, a Lei 12.527 garante que qualquer interessado poderá apresentar um pedido de acesso à informações de interesse público, com a identificação do requerente que não pode conter exigências que inviabilizem a solicitação. É proibido questionar os indivíduos sobre solicitações de acesso à informação.

A disponibilidade do acesso à informações solicitadas deve ser preferencialmente imediata, não sendo possível, inferior a vinte dias. Em caso de recusa da divulgação da informação, o requerente pode recorrer.

Entre as informações que podem ser negadas estão informações que põe em risco soberania e território nacional, segurança ou saúde da população, economia do país, compromete atividades de pesquisa, forças armadas ou inteligência nacional, entre outras.

Ademais, é proibido que os agentes públicos se recusem a transmitir informações, ajam de má fé no processo de solicitações de informações, mantenham informações em sigilo para benefício próprio, omitam informações ou documentos, etc.

¹ Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm>. Acesso em 3 de março de 2015.

4. RELAÇÕES PÚBLICAS

4.1 O surgimento

Com base em inúmeros autores e registros, Kunsch (2009, p. 21) discorreu sobre o surgimento da prática de relações públicas e do uso do termo que designa as atividades da área. O autor concorda que as relações públicas modernas surgiram na primeira década do século XX, momento em que os Estados Unidos enfrentavam um cenário conturbado, com acontecimentos como a Primeira Guerra Mundial e a crise da Bolsa de Nova York.

Tanto nos Estados Unidos, quanto no Brasil, dois nomes aparecem como iniciadores das relações públicas, um no âmbito prático, outro no âmbito acadêmico e de pesquisa. Apesar disso, Kunsch (2009) alerta para relatividade em definir alguém como pioneiro das relações públicas, tendo em vista que tal título é aplicável de acordo com interesses e pontos de vista de cada um.

De acordo com Kunsch (2009, p. 9) o surgimento da prática de relações públicas nos Estados Unidos ocorreu em um cenário aonde era necessário a mudança de imagem e relações de produção mais equilibradas. À serviço do poderoso empresário de petróleo John Rockefeller, o jornalista Ivy Lee com princípios de transparência e valorização da opinião pública, consegue transformar a imagem negativa do empresário.

Em razão das atividades que exerceu, com princípios de legitimação e transparência de suas ações e informação aos públicos, Ivy Lee é reconhecido pelo título de pai ou pioneiro das relações públicas por alguns autores.

Já na área acadêmica, Kunsch (2009, p. 10) explica que Edward Louis Bernays foi o primeiro estudioso a delimitar as características do profissional de relações públicas, que deveria ser ético, com responsabilidade social e entendedor da opinião pública, além disso, Bernays também foi o primeiro professor de relações públicas em uma universidade.

Edward Bernays preocupou-se em consolidar teoricamente as características definidoras das relações públicas, afim de afastar a profissão de atividades desprestigiadas da época, fato que contribui para que Bernays seja considerado por alguns como o “pioneiro mundial das relações públicas” (BARQUERO e BARQUERO, 2001, p. 129-130 *apud* KUNSCH, 2009, p. 11).

Sobre os possíveis iniciadores da profissão, Kunsch (2009) pondera que Ivy Lee desenvolveu uma vertente das relações públicas de uma só via, ou seja, apenas disseminava informações sem a preocupação com o diálogo entre as partes. Já Edwards Bernays, preocupou-se com o feedback dos públicos, mas trabalhava com a persuasão e manipulação, preocupando-se de forma insuficiente com os interesses públicos.

No Brasil, o início das relações públicas também data do começo do século XX, segundo Kunsch (2009, p. 15) época de conflitos entre classes sociais e organizações operárias. Nesse contexto, uma multinacional inaugura no Brasil o primeiro departamento de relações públicas do país, coordenado pelo engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo, com o objetivo de lidar com os interesses da empresa e seus públicos.

Em meio a opiniões controversas, o nome de Eduardo Pinheiro Lobo recebeu o título de patrono das relações públicas no Brasil, além da data do seu aniversário (2 de dezembro) ter sido transformada no Dia Nacional das Relações Públicas. No entanto, Kunsch (2009, p. 17) embasada em outros autores, alerta que o título atribuído ao engenheiro poderia ser apenas uma estratégia para legitimar a profissão no país.

No âmbito da pesquisa, Teobaldo de Souza Andrade é apontado como pioneiro no Brasil e possuidor de características semelhantes àquelas encontradas em Edwards Bernays. Para Kunsch (2009), Teobaldo representa mais do que Eduardo Lobo, tendo em vista que desenvolveu um papel determinante na divulgação das relações públicas no país, foi cofundador do primeiro curso superior de Relações Públicas, com inúmeros estudos e livros publicados na área.

Kunsch (2009, p. 20) ressalta, no entanto, que no Brasil inúmeros nomes e instituições são frequentemente apontados como responsáveis por iniciar as relações públicas no país. O autor exemplifica citando a Fundação Getúlio Vargas, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), entre outros nomes e instituições.

4.2 Responsabilidades e desafios

Retomando o conceito de comunicação pública, Haswani (2007, p. 217) defende o envolvimento de todos os atores públicos e privados na interação entre Estado e cidadãos, para o desenvolvimento civil e social na busca pelo alcance do interesse comum. Os principais agentes dessa interação são o Estado e seus órgãos administrativos, que devem engajar os cidadãos para participarem e promover transparência nas ações de políticas públicas.

O conceito de cidadania é proposto por Oliveira (2011) como participação na esfera pública, exigindo um relacionamento entre os atores sociais pautado em respeito, liberdade e justiça. Nesse ponto, o cidadão é colocado no centro dos interesses sociais, sendo necessário estabelecer relações com esse sujeito independente do grupo ao qual pertença.

Para Oliveira (2011, p. 82) o cidadão “representa um estágio avançado do indivíduo. Ele deixa de ser objeto e passa a ser sujeito; deixa de ser receptor e passa a ser interlocutor; deixa de ser público e passa a ser agente social”.

Desenvolver o relacionamento humano é, segundo Oliveira (2011), uma forma de garantir a cidadania, tendo em vista que os indivíduos isolados tendem a perder a capacidade de conviver e entender seus direitos e deveres. Esse cenário poderia causar impactos negativos nos diferentes grupos sociais, afetando o espaço público.

Para que a busca pelo interesse coletivo seja efetiva, o posicionamento de todos os agentes sociais, sujeitos privados e terceiro setor, deve ser considerado e integrado. Oliveira (2011, p. 84) define que as políticas de comunicação desempenham a função de contribuir em nível crescente para o exercício da cidadania, reconhecendo o papel dos diferentes grupos sociais, entendendo sua importância e valorizando cada um deles.

No âmbito da comunicação governamental, no qual o Estado configura-se como principal emissor, Haswani (2007, p. 219) alerta para necessidade de estabelecer um fluxo comunicativo, muito além de publicidade ou visibilidade de informações. Nesse ponto, as relações públicas devem zelar pela transmissão responsável de dados, além de adotar estratégias comunicacionais que busquem o interesse comum dos agentes sociais.

A postura institucional do Estado, segundo Salgado (2011, p. 247), deve respeitar os princípios fundamentais do homem, entre eles o direito à informação e prestação de contas ao cidadão. Além disso, numa sociedade democrática e cidadã, qualquer conduta governamental deve estar pautada sobre os princípios da administração pública e em planos de comunicação e relações públicas, objetivando “comunicar, esclarecer, educar e conscientizar os cidadãos/contribuintes, tornando-os, também, partícipes da obra governamental”.

Salgado (2011) pontua a existência de graves deficiências na transmissão de informações por parte do governo, problema que afeta a esfera pública. No Brasil, o processo de comunicação pública é marcado por falhas que podem ser explicadas pela trajetória política vivenciada no país. Ademais, Haswani (2007) alerta para ausência de reconhecimento dos atores sociais que constituem a esfera pública em sua totalidade.

Para Oliveira (2009, p. 466) o cenário de relacionamento social atual do país demonstra a inexistência de uma base estruturada, ocasionando fendas no tecido social. Valores como respeito mútuo e solidariedade necessitam serem resgatados e cultivados por meio de ações colaborativas entre os diversos setores. Tal interação é denominada como “alianças intersetoriais”.

Em outras palavras, as noções de espaço público e cidadania emergem da interação entre os múltiplos atores da esfera pública. A defasagem desses conceitos no Brasil, está relacionada, segundo Oliveira (2009), aos preconceitos e diferenças culturais, desvalorização da importância do outro e baixa participação na sociedade civil.

Para solucionar os problemas existentes, a ação isolada dos setores sociais não seria suficiente. Posto isso, Oliveira (2009) advoga em favor da interação e esforço conjunto para o alcance de melhoras democráticas. A comunicação, com ênfase nas ações de relações públicas, configura-se como essencial para conscientizar os agentes públicos sobre a importância da cidadania e busca pelo interesse coletivo, através do cumprimento de direitos e deveres.

Reconhecendo a comunicação como ferramenta básica para estabelecer relacionamentos por meio da integração e interação social, Oliveira (2009) enfoca o trabalho das relações públicas com o governo, empresas privadas, terceiro setor e sociedade civil, gerando uma política social consistente, com reconhecimento cidadão e participação nas tomadas de decisões.

Segundo Oliveira (2009, p.469), com estratégias e ferramentas de relações públicas, a comunicação presente nas alianças intersetoriais seria capaz de colaborar com práticas que favoreçam ações voltadas para coesão e fortalecimento social, além de construir a ligação entre os diversos setores sistematizando as contribuições de cada um na resolução dos problemas sociais.

De acordo com Oliveira (2009, p. 467), existem alguns pressupostos para o aperfeiçoamento do cenário de integração, o qual deve ser trabalhado para garantir relacionamento e envolvimento entre todos.

Inicialmente, para o bom funcionamento de uma sociedade organizada, os cidadãos devem estar conscientes de seus direitos e deveres, além das empresas privadas e organizações do terceiro setor sustentarem uma postura condizente com os interesses coletivos.

Em segundo lugar, o governo deve transmitir transparência e honestidade, agir de forma eficiente na identificação e atendimento de demandas sociais, inclusive dos grupos minoritários. Com base em pesquisa bibliográfica, Salgado (2011, p. 253) desenvolve princípios imprescindíveis para consolidação de um governo “empreendedor”, delimitando o perfil ideal de um Estado pertinente ao contexto social demandado atualmente.

Em linhas gerais, o governo ideal deve fomentar a integração social ao articular o contato entre empresas, organizações e sociedade civil, além de assegurar a prestação de serviços públicos de qualidade. É importante que atenda aos cidadãos, que são os usuários e contribuintes do serviço público. Ademais, deve estimular a participação nas decisões governamentais, ser proativo e orientado para o desenvolvimento de resultados e soluções aos problemas coletivos.

Para obtenção de resultados favoráveis no cenário da comunicação governamental, Salgado (2011) defende que o desenvolvimento de um processo de relações públicas promoveria confiança e conquista de apoio popular para planos governamentais, a medida em que a população sentisse que todas as informações necessárias em relação ao funcionamento e ações dos órgãos públicos estão sendo transmitidas.

Outro aspecto essencial da comunicação governamental é o direito de expressar opiniões, contrárias ou favoráveis ao governo, elemento que consiste um preceito basal da liberdade democrática. Além desse, Salgado (2011, p. 255) elenca algumas características indispensáveis da comunicação governamental responsável e crível, expostas no Quadro 1.

Quadro 1 – Princípios para comunicação governamental

Correta: a informação governamental tem de ser verdadeira e honesta, sempre para educar e esclarecer.

Concisa: a informação tem de ser precisa e clara, sem quaisquer subterfúgios que prejudiquem o entendimento.

Objetiva: a informação deve apresentar uma linguagem comum, evitando rodeios e expressões ou linguajar desnecessários, verdadeiros obstáculos à compreensão.

Oportuna: a informação tem de ser a expressão do momento, representando o tempo real, sem cair na vala das explicações posteriores e extemporâneas.

Transparente: a informação deve contemplar a ideia e postura do objetivo inatacável, a começar pela proatividade.

Total: a informação deve ser completa, não se admitindo transmissões parciais ou retalhadas, que podem conotar omissão.

Abrangente: a informação deve ser onipresente de modo a atingir todas as camadas ou segmentos da sociedade, não se admitindo prioridades ou privilégios.

Atual: a informação deve ser pontual e presente, em conformidade com os próprios princípios da administração pública (legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, razoabilidade, finalidade, motivação e interesse público).

Fonte: SALGADO, P. R. Comunicação Organizacional: a ótica das relações públicas governamentais. 2011, p. 255.

Salgado (2011, p. 255) também ressalta que os princípios enumerados são aplicáveis em qualquer forma de comunicação que componha o cenário governamental. Como exemplo, a comunicação estatal oficial, inserida em organizações públicas. A comunicação política, referindo-se a comunicação entre Estado e sociedade por meio de agentes públicos. A comunicação pública, essencialmente na troca de informações de interesse público por iniciativa do Estado. E por fim, a comunicação comunitária, que refere-se a interação entre público e privado, envolvendo o segundo e terceiro setor.

Para Oliveira (2009), a comunicação pública não está limitada apenas aquela emitida pelo governo, mas compreende a comunicação praticada no primeiro, segundo e terceiro setor,

sempre em busca do interesse público. Tal comunicação realizada nas alianças intersetoriais depende de estratégias de relações públicas para melhor interlocução entre as partes.

De acordo com Oliveira (2009, p. 469) o encaixe das relações públicas ao coordenar os diversos processos comunicativos, está em colaborar para as ações de interesse público, garantindo o cumprimento responsável da transmissão da informação, contribuindo para promoção democrática e da cidadania.

Para interação entre os setores sociais, público, privado e organizações da sociedade civil, é necessária reformulação de papéis a fim de fortalecer ações sociais e políticas públicas destinadas a sanar os problemas enfrentados pela sociedade, em benefício coletivo.

Oliveira (2009, p. 471) defende que cada setor deve externar suas motivações e possibilidades, bem como suas limitações, interagindo e estabelecendo uma relação ética e de confiança, bases vitais para construção da cidadania.

Como desafio à atuação das relações públicas, estão as dificuldades em estabelecer parcerias entre os setores sociais. Embasado em outros autores, o autor argumenta que o poder público tende a pautar-se em práticas tradicionais de conduta, enquanto a sociedade civil encontra-se desorganizada.

Para Oliveira (2007, p. 184) esse cenário apresenta-se como obstáculo a ser trabalhado pelas relações públicas, para alcance de resultados satisfatórios: “tais dificuldades acabam revelando-se um desafio ao profissional de relações públicas, que, por trabalhar relacionamentos, administra conflitos e pode contribuir para consolidação de uma participação cidadã nas políticas públicas”.

Salgado (2011, p. 257) sustenta a impossibilidade de desenvolver atividades de relações públicas sem a tríplice visão “organização, opinião pública e comunicação recíproca”. Isso significa que as relações públicas devem dedicar-se para que o Estado desempenhe uma comunicação mútua, escute as demandas sociais e elabore políticas que reflitam um consenso.

As relações públicas devem estabelecer uma política de relacionamento, transmitir as informações com transparência e responsabilidade, buscar participação e interação com os cidadãos. Salgado (2011, p. 257) sintetiza da seguinte maneira: “Na essência é, da mesma forma, o objetivo e a finalidade maior das relações públicas: mais que informar, obter a compreensão, a aquiescência e o apoio dos públicos”.

Para atingir um patamar comunicacional satisfatório e para que as relações públicas sejam determinantes e efetivas na construção da cidadania, auxiliando no desenvolvimento social

e promovendo integração, Oliveira (2007) ressalta a necessidade de reconhecimento das responsabilidades da área e seus profissionais.

Neste aspecto, é imprescindível que as relações públicas estejam fundamentadas em princípios de bem comum e democracia, contribuindo para transformação social e da mentalidade dos agentes envolvidos. Esses pressupostos estão em conformidade com a conceituação de relações públicas proposta por França (2006), que defende equilíbrio entre as partes envolvidas no processo comunicativo.

Delimitando características gerais das relações públicas, França (2006) argumenta que seu fundamento consiste em buscar objetivos através de ações e estratégias, com o pressuposto de interação e relacionamento entre os envolvidos.

No âmbito dos relacionamentos, França (2006) defende que as relações públicas agem sempre buscando compreensão mútua entre os diferentes públicos, conquistando credibilidade. Assim, as relações públicas baseiam-se na reciprocidade, nos relacionamentos simétricos e no diálogo.

O diálogo constitui-se como elemento determinante para entendimento e participação na esfera pública, possibilitando que os agentes sociais compartilhem e alcancem consensos para tomada de decisões.

Segundo Salgado (2011, p. 259), o diálogo deve ser norteado por algumas finalidades: contribuir para o entendimento de questões fundamentais que envolvem a temática debatida, nivelar a linguagem adotada nas discussões públicas tornando a mensagem acessível e não permitir reservas, extremismos ou dogmas indiscutíveis.

Os conceitos definidores das relações públicas, como transparência, responsabilidade social e diálogo, são pilares indispensáveis no trabalho que deve ser desenvolvido nas sociedades atuais com o intuito de conquistar melhoras democráticas e condições para o exercício pleno da cidadania.

De acordo com Oliveira (2007, p. 182), as funções das relações públicas estão interligadas à “educação com fim social”, considerando que objetivam “estabelecer a relação entre organização e públicos de forma consciente, transparente, ética e baseada na confiança”. O papel de promover o envolvimento entre o primeiro, segundo e terceiro setor, para atendimento das demandas sociais, está relacionado a uma filosofia das relações públicas atrelada à função social.

Um aspecto muito importante das relações públicas consiste em sua função estratégica. Ferrari (2003) preocupou-se em discorrer sobre a importância estratégica da área, principalmente no âmbito das organizações privadas. A construção de relacionamentos é fator essencial para o alcance de objetivos, além de beneficiar todos os envolvidos no processo comunicativo.

Para autora, uma visão estratégica deve englobar os recursos disponíveis e objetivos pretendidos de uma situação, além de uma análise com visão global. Primordialmente, a função estratégica da comunicação e das relações públicas deve buscar como meta o bem-estar social, a qualidade de vida e relações mais democráticas e justas.

A função social das relações públicas também é abordada por Ferrari (2003, p. 9) ao definir que “se colocarmos juntos o interesse das organizações e da sociedade, estaremos frente à verdadeira natureza das relações públicas”. O ponto essencial da função estratégica da área consiste na busca pelo equilíbrio entre individual e coletivo.

Sobre tal aspecto, a autora define que as relações públicas tendem para o interesse coletivo, além de estarem todo o tempo trabalhando sobre a dicotomia individual e coletivo, público e privado, buscando o equilíbrio em benefício da democracia.

Ferrari (2003) fundamenta sua argumentação com base na importância da construção de relacionamentos, admitindo as relações públicas como diálogo que objetiva administrar conflitos, construir e manter relações bilaterais com ganhos mútuos.

No campo das organizações privadas, as relações públicas exercem papel importante ao colocar as empresas em conformidade com os interesses sociais e possibilitar que elas resolvam conflitos referentes à sua área de atuação. Ferrari (2003) explica que as organizações são partes da sociedade e são moldadas pelo relacionamento estabelecido com os diversos setores.

A melhor forma de nortear as ações das relações públicas, segundo Ferrari (2003), é pensar globalmente e atuar de forma local. Isso significa trabalhar relacionamentos com os diversos públicos, com responsabilidade social e dentro do contexto local, sem esquecer-se das necessidades globais da sociedade.

É pertinente pontuar que, com as recentes transformações sociais ocasionadas pelo avanço tecnológico e popularização da comunicação digital, novos desafios apresentam-se aos profissionais de relações públicas. Terra (2011) sustenta que saber posicionar-se neste contexto pode ser estratégico para as organizações que buscam investir na construção de relacionamento com os seus públicos consumidores e públicos em potencial.

A internet tornou-se espaço de produzir e compartilhar conteúdo. Segundo Terra (2013), as mídias digitais são usadas como instrumento de divulgação, exposição e expressão pessoal.

Tais fatores permitem que, cada indivíduo torne-se criador, produtor ou apenas difusor de conteúdo.

Este cenário, no qual o indivíduo tem papel ativo na transmissão de informações, confere maior poder e controle aos consumidores: “o poder de comunicar, antes restrito aos grandes grupos de mídia e aos conglomerados corporativos, passa estar também nas mãos do público” (TERRA, 2013, p. 51). Tal aspecto aponta para relevância das informações difundidas na internet no sucesso das organizações no geral.

A comunicação digital, segundo Terra (2011) apresenta características peculiares e trabalha de forma dialética, permitindo interação entre emissores e receptores. Por isso, o surgimento de novos meios e canais de comunicação pode ser positivo ou desfavorável:

(...) por um lado, abre oportunidades para exposição institucional para as organizações; por outro, deixa-as muito vulneráveis. Gerir essa dupla consequência é um dos grandes desafios dos profissionais de comunicação, demandando, também, uma especialização e entendimento no meio (TERRA, 2011, p. 264).

Através da comunicação digital, as organizações podem comunicar-se com os públicos desejados, estabelecendo uma comunicação direta e simétrica. A autora salienta que a comunicação digital deve posicionar-se embasada em um planejamento alinhado às estratégias globais da organização.

Sendo assim, as mídias digitais são um campo de atuação que não pode ser esquecidas por organizações que almejam fidelizar clientes, manter relacionamentos e até mesmo vender produtos. É necessário que as organizações compreendam como o mercado se modificou em função da interação das pessoas na internet e como a comunicação deve ser redefinida por conta disso.

Para Terra (2013), as organizações devem modificar sua postura, discurso e práticas, adaptando a comunicação ao perfil dos novos consumidores e cidadãos para obter aceitação pública. Informações mercadológicas, arbitrárias e unidirecionais não são mais pertinentes ao processo comunicacional de empresas responsáveis.

As organizações devem estabelecer um canal de diálogo pautado na comunicação bidirecional, prezando pela transparência e confiança. Além disso, o agravante da velocidade da informação e propagação de notícias exige um sólido planejamento das organizações.

A necessidade de gerir estrategicamente ações e crises inesperadas demanda que as organizações estejam preparadas para dialogar em um mesmo nível com os seus consumidores. Caso contrário, podem sofrer prejuízos na sua imagem e reputação. Terra (2013) considera que

as relações públicas são indissociáveis de tal atividade, pois viabilizam a interação e a consolidação de novos relacionamentos sempre pautados no diálogo.

Também configura-se como tarefa do profissional de relações públicas mapear os consumidores da organização e incluir no planejamento comunicacional da empresa ações estratégicas a fim de aproveitar as vantagens oferecidas pelas mídias digitais, trabalhando para oferecer respaldo aos seus clientes para consolidar relacionamentos.

Sobre as novas possibilidades do universo digital, Moreira e Silva (2013) fazem algumas considerações:

(...) a internet possibilita que o Relações Públicas possa interagir fazendo a imediação entre as partes, e se utiliza de sua postura estratégica para garantir que essas trocas visem a resultados positivos e eficazes, levando o nome da marca para dentro da conversação e do diálogo, fazendo-a participar e garantindo que os integrantes ali tenham uma boa impressão dela (MOREIRA e SILVA, 2013, p. 99).

Para os autores, a forma como as organizações irão posicionar-se no universo digital, definirá o sucesso ou fracasso da empresa neste âmbito. Mostrar-se disposto a conversar e solucionar o problema dos públicos é a melhor forma de estabelecer entendimento.

Portanto, no contexto de comunicação digital, as relações públicas segundo Terra (2013) devem mediar os interesses entre públicos e organização, buscar recursos que permitam maior interação, gerir relacionamentos, monitorar a opinião pública, além de compreender e agir para que estas ações solidifiquem a imagem corporativa da organização, de modo integrado à todo o planejamento comunicacional.

5. HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Brandão e Guimarães (2001) alertaram para importância do capital humano no sucesso e produtividade das organizações modernas, considerando que o êxito organizacional depende de profissionais capacitados e preparados para a realidade do ambiente em que trabalham. Nesse aspecto, a gestão de competências torna-se fator determinante no sucesso e eficiência dos processos administrados pelos profissionais que estão atuando no mercado.

Com base na literatura sobre o tema, Brandão e Guimarães (2001) definem que, antigamente, o termo competência era definido como a possibilidade de indivíduos avaliarem e julgarem assuntos diversos, além de significar reconhecimento social e qualificação de algo ou alguém sobre determinado assunto.

A busca por profissionais competentes, com desempenho eficiente ao desenvolver suas atividades, está cada vez mais intensa e rigorosa. Os autores argumentam que o ambiente de trabalho é dinâmico e mutável, não é possível elencar uma lista rígida e permanente de atividades. Dessa forma, os profissionais devem estar preparados para lidar com eventos inesperados e situações adversas, adaptando-se ao ambiente de trabalho.

Compilando definições sobre o tema, Brandão e Guimarães (2001) apresentam ainda conceituações de competências como atitudes relevantes para o alcance de desempenho em determinada tarefa, aplicação prática de qualificações pessoais, produção de resultados dentro de objetivos organizacionais, união de conhecimento, habilidades e atitudes para obtenção de propósitos.

No que se refere à competência como conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes, para Brandão e Guimarães (2001) a dependência de domínios e técnicas para exposição de habilidades, a necessidade de informação para detenção de conhecimento e tomada de atitudes.

Além do âmbito individual, os autores consideram o conceito de competência no âmbito coletivo, sendo que valores compartilhados por uma equipe ou ambiente de trabalho podem influenciar o desempenho de cada integrante. As competências também podem ser classificadas como um conjunto de características positivas inerentes a organização, garantindo vantagem competitiva.

Brandão e Guimarães (2001) classificam as competências em duas vertentes, humanas e organizacionais. As humanas configuram-se nas competências relacionadas ao indivíduo ou equipe de trabalho, enquanto as organizacionais referem-se à organização de forma geral.

Ao discorrerem sobre o campo educacional, Carvalho e Martins (2013) defendem que o ensino de competências não está relacionado ao nível intelectual e técnico-científico, mas a procedimentos operacionais pertinentes em determinadas situações, fomentando a mobilização de conhecimentos quando necessários.

De acordo com Carvalho e Martins (2013, p. 147) “as competências tornam os trabalhadores multifuncionais, isso significa que é preciso que o indivíduo apreenda com rapidez a executar novas e diversificadas tarefas sempre que requeridas”. Nesse aspecto, o termo “aprender a aprender” sugere que cada um busque a melhor forma de aprender o que é importante para si.

Sobre as exigências atuais do mercado, Carvalho e Martins (2013, p. 147) pontuam que não são os trabalhadores intelectualizados que garantem espaço e oportunidades, mas aqueles que possuem “jogo de cintura” para se adequar à mudanças constantes com flexibilidade e eficiência.

Os autores alertam para grande competitividade do mercado, tendo em vista que, muitas vezes, não é necessário alguém que saiba profundamente realizar uma tarefa específica, mas alguém que disponha-se a fazer várias coisas, sem aprofundar-se em nenhuma delas.

Esse fator pode gerar grande competição e superficialidade, em um cenário onde todos realizam muitas tarefas, além de setores ou indivíduos de uma organização conseguirem realizar várias funções sem maiores dificuldades.

Carvalho e Martins (2013) enxergam de maneira crítica as transformações que estão ocorrendo na formação profissional e no mercado de trabalho atual:

O imperativo da empregabilidade sustenta o discurso da reformulação da educação dos indivíduos, calcado agora sob a aparência da competência. Os conhecimentos escolares, os conteúdos das ciências, das artes, da filosofia tornam-se secundários para esse tipo de currículo fundado no desenvolvimento das características “cognitivas” e “afetivas”, como se isso fosse possível na ausência de uma sólida formação acadêmica (MARTINS e CARVALHO 2013, p. 147).

Para os autores é importante o ensino de competências para formação de indivíduos capacitados para o mercado de trabalho, no entanto a formação escolar e acadêmica deve formar cidadãos para atuarem como agentes da transformação social. Para que isso ocorra, é necessária uma formação crítica e humanizada, com conhecimento histórico da sociedade de classes vivenciada no país.

Atualmente, não é difícil encontrar profissionais sem formação acadêmica ou sem as competências desejáveis para determinado cargo, atuando no mercado de trabalho. Conforme

ilustrado por Martins e Carvalho (2013) existem indivíduos ou setores dentro das organizações que acumulam funções, podendo causar prejuízos à excelência dos processos.

Na área da comunicação, França (2003) argumenta que a multiplicidade de entendimentos sobre relações públicas e a confusão perante o papel do profissional pode atrapalhar a consolidação da profissão. Muitas vezes, as relações públicas são limitadas em ferramentas, e sua essência e função estratégica são ignoradas.

O ensino formal de relações públicas, segundo França (2003), teve início na década de 1960, com o surgimento das primeiras faculdades oferecendo curso de formação superior. Foi nesse momento em que as relações públicas surgiram como nova opção de profissão através da formação acadêmica.

De acordo com as a Resolução nº 2, de 27 de novembro de 2013, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Graduação em Relações Públicas, é desejável que os estudantes que ingressam no ensino superior possuam características pessoais específicas, além de aperfeiçoarem e desenvolverem competências e habilidades através do ensino acadêmico.

Segundo as diretrizes, o egresso do curso de relações públicas deve ser ético, humanista, crítico e reflexivo. As características desejáveis estão expressas no Quadro 2:

Quadro 2 – Características desejáveis ao egresso do curso de relações públicas

I - Ter capacidade aprimorada de análise, de forma que saiba lidar quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para elaboração de políticas de comunicação.

II - Percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos.

III - Compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas.

IV - Entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos.

V - Capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

Fonte: Resolução nº 2, de 27 de setembro de 2013. Ministério da Educação, Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior.

As características pessoais desejáveis ao indivíduo proponente a tornar-se profissional de relações públicas apontam para um perfil profissional específico, que seja capaz de atuar de forma transparente, ética e plural, que esteja consciente do contexto contemporâneo, das transformações sociais e culturais recentes.

Além disso, o estudante deve possuir características específicas que podem ser desenvolvidas e trabalhadas ao longo do tempo, mas que também estão intimamente relacionadas a traços psicológicos e de personalidade, como instinto de liderança e proatividade. A capacidade de negociar e tomar decisões de forma segura também está relacionada a especificidades de cada um, podendo aparecer em maior ou menor grau.

É importante ressaltar que a existência de requisitos desejáveis ao estudante que pretende exercer atividades de relações públicas demonstra que há um modelo ideal de atuação, ou pelo menos, características pessoais que podem influenciar positivamente no desempenho profissional e garantir uma conduta coerente com os princípios da área.

A filosofia das relações públicas demanda aptidão para escutar demandas sociais e organizacionais, a fim de desenvolver um plano de comunicação estratégico, pautado no diálogo e com benefícios mútuos.

Para comunicação pública, campo em que as relações públicas exercem função social calcada em preceitos democráticos, é indispensável que o profissional possua habilidades de relacionar-se com distintos grupos, reconhecer e projetar necessidades coletivas, zelar pelo compromisso público, viabilizar a transmissão responsável de informações, etc.

As diretrizes curriculares dos cursos de relações públicas no Brasil preveem o desenvolvimento, durante o período acadêmico, de habilidades e competências úteis para realidade e qualificação para o mercado de trabalho.

O documento define que o projeto pedagógico dos cursos superiores deve demonstrar com objetividade como as atividades realizadas durante a formação acadêmica irão desenvolver capacidades esperadas, permitindo que haja coerência entre teoria e prática, além de inovação na atuação mercadológica e formação de profissionais com perfil adequado.

Competências e habilidades que o curso superior deve estimular estão expressas no Quadro 3.

Quadro 3 – Competências e habilidades estimuladas no curso de relações públicas

I - Gerais:

- a)** domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação.
- b)** capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática.
- c)** atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas, voltadas para os direitos humanos e a sustentabilidade.
- d)** capacidade de produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das relações públicas e de exercer a docência.

II - Específicas:

- a)** interesse em desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio organizacional.
- b)** criatividade para gerar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública.
- c)** habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas.
- d)** conhecimento de técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado.
- e)** capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas.
- f)** condições de atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e de comunicação pública.
- g)** habilidade para administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.

Fonte: Resolução nº 2, de 27 de setembro de 2013. Ministério da Educação, Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior.

As competências e habilidades que deverão ser reveladas e aprimoradas no processo de ensino superior em relações públicas, somadas às características pessoais anteriores, capacitarão o profissional de comunicação para lidar com os obstáculos e dificuldades da área, com bagagem e conhecimento para atuar com excelência.

Segundo as diretrizes nacionais da formação universitária em relações públicas, cidadania, direitos humanos e o processo de comunicação pública são pontos importantes. O documento prevê habilidades para atuação na área governamental, para construção da cidadania e fortalecimento democrático.

As competências desejáveis, de forma direta ou indireta, exigem a formação de um cidadão consciente, engajado, informado e dialético. No entanto, para o campo da comunicação pública, o profissional de relações públicas, segundo as diretrizes nacionais, deverá alcançar através do ensino superior um patamar de atuação em conformidade com os conceitos da própria comunicação pública.

Isso significa que a comunicação pública deve ser guiada por princípios democráticos, empoderamento popular, acesso a informações públicas e participação social, enquanto as relações públicas por meio de profissionais qualificados devem ser competentes para atuar de forma articulada, com base em princípios éticos, integrando setores diversos e contribuindo para construção cidadã.

Considerando que o profissional de relações públicas deve atuar em consonância com os princípios éticos de comunicação para cidadania, voltado para os direitos humanos, ele deverá, através da sua capacidade de desenvolver estratégias criar canais de acesso à informação pública, divulgar dados de interesse coletivo, promover conhecimento e condições para participação.

As competências e habilidades citadas como necessárias aos indivíduos que exercem as relações públicas, quando somadas, configuram-se num profissional de âmbito global, atento à nova realidade mundial e mercadológica e com competências-chave do século XXI.

A esse respeito, Okada (2014) discorreu sobre a relevância do papel das tecnologias e recentes transformações sociais para o desenvolvimento e ensino de competências-chave, além daquelas imprescindíveis para século XXI.

Com base em diversos estudos e discussões, uma lista das principais competências atuais foi elaborada e justificada. Inicialmente, palavras que indicam competências-chave foram apresentadas: liderança, colaboração, trabalho em grupo, pensamento crítico, adaptabilidade, tomada de decisão, criatividade, cidadania digital, entre outras.

É possível identificar conexões entre muitas competências relevantes, segundo Okada (2014), e aquelas desejáveis ao profissional de relações públicas, assim como características que poderão ser aperfeiçoadas no período do curso superior na área.

Um conjunto de competências-chave, de acordo com Okada (2014, p. 47), foi separado em quatro categorias de competências, chamadas domínios constitutivos. São eles: Literacia Digital, Colaboração-Comunicação, Pensamento Crítico-Criativo e Literacia Científica.

Os domínios foram definidos com base em relevância, agrupando conhecimentos e habilidades que se assemelham, através de características similares. De forma geral, empreendedorismo, gestão colaborativa, pesquisa, resolução de problemas, inovação, responsabilidade social, entre outras, são competências relacionadas aos quatro domínios.

Com base em diversos autores, Okada (2014, p. 48-51) definiu brevemente o que são os quatro domínios constitutivos, ou seja, os quatro conjuntos de competências-chave do século XXI, apresentados no Quadro 4:

Quadro 4 – Conjunto de competências-chave do século XXI

I – Literacia Digital: refere-se ao uso efetivo das tecnologias, acessar, avaliar e compartilhar informações de modo eficiente e ético. Entender o funcionamento das mídias e sua influência sobre valores, pontos de vista, questões éticas. Capacidade de usar as tecnologias para interpretar, avaliar e reconstruir conhecimentos de forma crítica e criativa, promovendo transformação, visando o “aprender a aprender”. Requer iniciativa e auto direção, gerenciar objetivos e tempo.

II – Colaboração – Comunicação: refere-se ao respeito por habilidades individuais e coletivas, contribuindo para o alcance de objetivos comuns. Capacidade de interagir e construir com outras pessoas ou grupos heterogêneos, com responsabilidade, eficaz, flexível, adaptável. As tecnologias também facilitam projetos colaborativos através de interfaces digitais.

III – Pensamento Crítico – Criativo: centra-se na criatividade e criticidade como duas características-chave do pensamento. Capacidade de avaliar, analisar, tomar decisões conscientes, ação reflexiva. Intuição, síntese e elaboração de novos conhecimentos.

IV – Literacia Científica: inclui consciência da interdependência das ciências, conhecimento para fins individuais e sociais. Capacidade de resolução de problemas, propor soluções obtidas através de raciocínio científico, ter habilidade e atitude para investigação.

Fonte: OKADA, A; Competências-chave para aprendizagem na era digital: fundamentos, métodos e aplicações, 2014, p. 48-51.

Esses quatro domínios consistem em competências-chave para Okada (2014) e a interação e correlação entre eles é fator essencial. A correlação de pensamento crítico-criativo e colaboração-comunicação formariam capacidades específicas que sintetizam também características imprescindíveis aos profissionais de relações públicas.

Okada (2014, p. 50) argumenta que a interação dos dois domínios permitirá: a) capacidade de fazer perguntas, esclarecer diferentes pontos de vista e levar melhores soluções; b) compreender evidências e discutir fundamentos buscando o consenso; c) reavaliar argumentações, reconhecer pontos fortes e fracos; d) interagir uns com os outros para produzir resultados globais.

Essas ações constituem parte importante do processo de comunicação pública, tendo em vista a necessidade de interação e participação na esfera pública. As instituições públicas devem atender as demandas sociais, escutar a população através da abertura de canais e produzir resultados para os problemas públicos.

A interação entre os pensamentos crítico-criativo e colaboração-comunicação gera também habilidades desejáveis à condução de debates públicos, com objetivo na busca pelo consenso. O mediador de um debate deve estar disposto a escutar todos os argumentos e pontos de vista, compreender o fundamento de cada argumento, valorizar a opinião do outro, promover integração entre os membros e colaborar para o alcance do consenso.

Além disso, as relações públicas são responsáveis pela gestão de relacionamentos, concedendo espaço, físicos ou digitais, para perguntas e discussões pertinentes à coletividade, com a finalidade de encontrar benefícios para sociedade de forma geral. Como defendido por Ferrari (2003), as relações públicas estratégicas devem lembrar-se das necessidades globais, considerar contextos e cenários sociais.

A função social das relações públicas exige as competências-chaves de pensamento crítico-criativo e colaboração-comunicação. São conceitos intimamente relacionados, na medida em que a atuação estratégica das relações públicas depende, entre outras coisas, das competências-chave do profissional que está exercendo a atividade.

Sobre a literacia digital pode-se depreender que a integração de habilidades e conhecimentos que visem aprimoramento através das tecnologias é essencial para o século XXI. Para Okada (2014, p. 55) trata-se de uma competência capaz de “saber – fazer – ser”, sendo necessário ser empreendedor, que planeja e atua com desafios; técnico, que sabe usar as ferramentas digitais; proativo, que dissemina conteúdo.

No âmbito das tecnologias digitais, os profissionais de relações públicas necessitam estar conscientes da relevância do universo digital, saber manejar as ferramentas apropriadas e gerenciar os processos de comunicação presentes nesse meio.

O desenvolvimento da internet e a popularização das mídias digitais modificaram os relacionamentos sociais, promovendo interações humanas inéditas, demandando das organizações e administração pública o domínio de recursos comunicacionais do meio digital.

Saber posicionar-se nesse contexto é essencial para construção de relacionamentos e gerenciamento de conflitos, além de espaço para canais de interação com os cidadãos e prestação de serviços públicos. Portanto, o profissional de relações públicas deve coaprender, segundo Okada (2014), através da competência da literacia digital, para melhor adaptar-se ao contexto atual.

Já a literacia científica é, de acordo com Okada (2014), uma competência-chave emergente, referente à capacidade de compreender o funcionamento das tecnologias e mídias e saber usar de forma pertinente as ferramentas desse universo, compreendendo os benefícios e riscos, participando de forma coletiva das decisões.

Para Okada (2014, p. 58), a literacia científica “está associada com a capacidade de acessar, compreender, avaliar e usufruir os avanços científicos” além de usá-los com “ética para estabelecer questões, escolher procedimentos, elaborar pesquisa e produzir conclusões com base em evidências”.

Nesse aspecto, a literacia científica configura-se não apenas como uma competência necessária ao profissional de relações públicas, que deve estar consciente do contexto científico e tecnológico, mas também como uma competência que deve ser desenvolvida nos cidadãos por meio de ações educativas do Estado, voltadas para construção da cidadania e formação de indivíduos responsáveis e autônomos.

Okada (2014) também estabeleceu outras competências mais específicas, divididas em interpessoais: relacionadas aos indivíduos e suas atitudes; cognitivas: representam as habilidades, o saber fazer; as instrumentais; e as operacionais que são os cognitivos e instrumentais juntos. Estão apresentadas no Quadro 5.

É importante ressaltar que os domínios elencados por Okada (2014) foram observados no universo digital, por meio de condutas, posicionamentos e interações. No entanto, os domínios são apresentados como base para as competências-chave e essas podem manifestar-se dentro de fora do universo digital.

Quadro 5 – Competências interpessoais, operacionais, cognitivas e instrumentais

Competências In-terpessoais	Definição	Domínio Cognitivo	Domínio Instrumental
Grupo ou indivíduo Empreendedor	Identificam oportunidades de interesse, estabelecem metas e são capazes de planejar estratégias de atuação.	Saber planejar: visão de futuro, prever, conceituar e transformar.	Planeja objetivos, tempo, prioridades, desafios, prós e contras, auto-gestão.
Grupo ou indivíduo Técnico	Iniciativa de explorar, aprender o funcionamento de ferramentas, capazes de utilizar com frequência os ambientes digitais.	Saber usar: exploração, utilização, aplicação.	Usa marcadores, hipermídia, tradutores, notificações, upload/download, RSS feed, aplicativos.
Grupo ou indivíduo Proativo	Iniciativa e atitude participativa, capazes de compartilhar conteúdos em ambiente digital.	Saber compartilhar: comunicar, decidir, disseminar, distribuir, publicar.	Compartilha perguntas, links, ideias, comentários, anotações, conteúdo aberto.
Grupo ou indivíduo Interativo	Capacidade de gerenciar interações de modo colaborativo, com a finalidade de construção de algo significativo de interesse individual ou coletivo.	Saber gerenciar: colaborar, retribuir, interagir, organizar, intermediar.	Gerencia ações, apoio, organização, feedback, interesses, consenso, revisão.
Grupo ou indivíduo Reflexivo	Capazes de integrar contribuições coletivas e elaborar uma visão aprimorada por meios e mídias virtuais.	Saber elaborar: integrar várias ações, analisar, contextualizar, estruturar.	Elabora mapeamentos, interpretação, análise, síntese, sistematização, auto avaliação.

<p>Grupo ou indivíduo Científico</p>	<p>Aptos para desenvolver investigações colaborativas: problematização, fundamentação, implementação e divulgação da pesquisa científica.</p>	<p>Saber desenvolver: elaborar, implementar procedimentos com sucesso.</p>	<p>Desenvolve questões científicas, revisão, metodologia, procedimentos, discussão analítica, produção científica, feedback de especialistas, divulgação de pesquisa.</p>
<p>Grupo ou indivíduo Inovador</p>	<p>Capacidade de criar ou aprimorar conhecimentos, metodologias, práticas ou políticas.</p>	<p>Saber criar: criatividade, inovação, produção.</p>	<p>Cria teorias, melhores práticas, métodos, políticas, maior impacto, pesquisas derivadas.</p>

Fonte: OKADA, A; Competências-chave para aprendizagem na era digital: fundamentos, métodos e aplicações. 2014, p. 59-65.

Retomando conceitos de comunicação pública, Weber (2011) argumenta que é necessário estabelecer diversas estratégias para utilização de canais e ferramentas que promovam a comunicação pública. Nesse aspecto, é necessário que o comunicador possua a competência empreendedora, para planejar estratégias de atuação, objetivos e prioridades com base em tempo, recursos disponíveis, situações adversas, etc.

Para Kunsch (2006) o planejamento é o ponto de partida para as relações públicas que visam eficácia e excelência. Através do diagnóstico do ambiente e contexto social é possível traçar planos e objetivos coerentes, prevendo ameaças e oportunidades, possíveis riscos e disponibilidade de recursos.

Sem dúvidas, saber manejar as ferramentas da área de comunicação também é fator imprescindível para boa atuação profissional em relações públicas. Os instrumentos para comunicação pública podem configurar-se em operacionais, como transmissão de dados, através de banco de dados e relatórios. Contudo, para o manejo de ferramentas da área, considerando as recentes transformações tecnológicas e relevância das mídias digitais na interação com os públicos, torna-se necessária a competência técnica.

A competência proativa dialoga diretamente com a função das relações públicas em disseminar informações, compartilhar dados e levar conhecimento de questões de interesse co-

num. Facilitar o acesso à informação, que é fator crucial para existência da comunicação pública e empoderamento popular, é habilidade do indivíduo proativo que possui a competência em informar. Para Kunsch (2006) é fundamental que as relações públicas exerçam um papel proativo nas ações decorrentes dos relacionamentos gerados entre organizações e públicos diversos.

O indivíduo ou grupo interativo, definido por Okada (2014, p. 59) como aquele que “tem a capacidade de gerenciar as interações de modo colaborativo com vistas à coconstrução de algo significativo de interesse individual ou coletivo”, sintetiza os esforços do profissional de relações públicas no âmbito da comunicação pública.

A competência interativa está voltada para o gerenciamento de relacionamentos, independente do canal de interação, organizando contatos, opiniões, interesses, buscando consenso na tomada de decisões, oferecendo apoio e feedback. O gerenciamento de relacionamentos e mediação de conflitos é função primordial das relações públicas.

O diálogo e a bilateralidade da comunicação necessitam da competência reflexiva na elaboração de visões que englobem diversos fatores, considerando contextos, analisando perspectivas, sintetizando informações, etc. As competências operacionais do sujeito reflexivo também constituem boa parte das ferramentas de relações públicas, como mapeamento de cenários, interpretação, análise, reflexão. A competência reflexiva reflete-se em um profissional mais humano, crítico, consciente.

Os indivíduos ou grupos com competência científica são aqueles aptos a desenvolver investigações sobre temas variados, através de um processo em etapas que alcance uma nova produção científica.

Essa competência relaciona-se com habilidades desejáveis ao profissional de relações públicas que exigem aptidão para articular áreas do conhecimento de forma interdisciplinar, provendo integração teórico-prática e sistematizando conhecimentos necessários para desempenho eficiente.

A competência de criar, definidora dos indivíduos inovadores, refere-se à criação ou aprimoramento de conhecimentos, práticas ou políticas, no sentido de inovar. Tal competência é interessante e desejável ao relações públicas por supor melhorias em práticas ou métodos e promoção de novas ideias que visem benefícios ao processo comunicacional.

Com base nas diretrizes curriculares nacionais do curso de relações públicas, na teoria sobre competências-chave e nos conceitos e princípios da comunicação pública apresentados em capítulos anteriores, é possível aqui, finalmente, sintetizar a contribuição deste trabalho, de

forma a relacionar competências e habilidades dos profissionais de relações públicas e inserir a relevância dessas competências no contexto da comunicação pública. Essa relação está expressa no Quadro 6.

Quadro 6 – Competências em relações públicas inseridas na comunicação pública

Competências dos profissionais de relações públicas	Definição da competência	Relevância para comunicação pública
Perceptivo	<p>Refere-se à capacidade de analisar cenários, econômicos, sociais e culturais, perceber as demandas de públicos diversos, saber decodificar signos e dados. O profissional deve estar atento às condições ambientais, aos indivíduos envolvidos nos processos que gerencia, seus comportamentos e anseios, mudanças de hábitos, pensamentos etc.</p>	<p>A instituição pública deve ouvir a sociedade, atender as demandas sociais. Para isso, necessita identificar interesses e necessidades específicas, grupos marginalizados etc. É necessário que o profissional de comunicação esteja atento para perceber as particularidades de cada setor social, os comportamentos e ações dos cidadãos. A comunicação pública deve reconhecer o papel e contribuição de cada setor para que possa haver uma integração que gere ganhos coletivos.</p>
Compreensivo	<p>Implica a capacidade de compreender problemáticas e transformações contemporâneas. Pressupõe repertório teórico e conhecimento da das dinâmicas socioculturais, além de altruísmo, visão holística e ponderação.</p>	<p>A pluralidade dos indivíduos envolvidos na comunicação pública demanda um comunicador compreensivo, que valorize a contribuição de cada um ao debate público, valorizando as diferentes perspectivas presentes na esfera pública. As ações devem ser baseadas em preceitos democráticos, devem ceder espaço para todos, sem discriminação ou exclusão. É necessário estabelecer ações que integrem e fomentem a iniciativa de todos os grupos sociais, respeitando suas particularidades.</p>

<p>Perspicaz</p>	<p>A perspicácia está relacionada à inteligência, clareza e facilidade de visualizar e resolver questões. O indivíduo perspicaz é capaz de estabelecer uma visão sistêmica, posicionando-se de forma pertinente e estratégica, articulando variáveis.</p>	<p>As informações públicas devem ser transmitidas com rapidez e transparência, elucidando assuntos de interesse coletivo. Para isso é necessário que o processo comunicativo seja claro, coeso e não admita lacunas ou omissões. Os profissionais de comunicação devem saber lidar com públicos extremos, com respeito e maleabilidade. Saber reconhecer e utilizar os canais mais adequados de interação com os atores sociais para democratizar as ações da administração pública é uma conduta perspicaz e inteligente.</p>
<p>Autônomo</p>	<p>A autonomia é habilidade de indivíduos críticos e conscientes, que não estão sujeitos a influências tendenciosas. Possuem capacidade de liderança, negociação e tomada de decisão. Além, de interesse em desenvolver ações que beneficiem os processos comunicativos.</p>	<p>O âmbito público demanda uma comunicação independente, que não seja influenciada por poderes econômicos ou políticos, para que a pluralidade seja assegurada. A comunicação pública deve zelar para promover condições de igualdade de participação para todos. É necessário que os comunicadores concentrem seus esforços no desenvolvimento de ações que superem limitações burocráticas ou impostas pelo jogo de interesses. Seu objetivo é o aprimoramento da comunicação sobre serviços públicos à comunidade.</p>
<p>Ético</p>	<p>Refere-se à capacidade de atuar dentro dos princípios éticos da comunicação, com respeito aos direitos humanos e compromisso em assumir os riscos e responsabilidades de cada ação para outras pessoas e ambiente.</p>	<p>A ética na comunicação pressupõe verdade, integridade e transparência. A comunicação pública está calcada sobre preceitos democráticos e preza pela circulação de informações públicas e facilidade de acesso. O comunicador deve criar canais que favoreçam a disseminação de</p>

		informações promovendo conhecimento e estimulando participação e responsabilidades. Além disso, a ética na comunicação configura-se pela luta do direito de expressão, respeito a opiniões, preservação de direitos, honestidade, ações em conformidade com interesses públicos, busca pela compreensão mútua e credibilidade.
Resiliente	Implica a capacidade de adaptar-se e evoluir positivamente frente à obstáculos, além de saber administrar crises e controvérsias, promovendo ações na busca de resolução de problemas e melhorias.	Para que a comunicação pública seja legítima, deve estar alinhada aos interesses da sociedade, sendo necessário adaptar o processo comunicacional ao contexto atual, superando os desafios impostos pela eventual desconexão com os diversos públicos. A comunicação pública deve superar os interesses privados e problemas estruturais da administração, como intensa burocratização, limitação de recursos e coação.
Mediador	Competência de articular diferentes perspectivas, promover integração entre indivíduos e saberes. Possuir domínio de linguagem e técnicas para conciliação, construção e manutenção de relacionamentos.	A circulação de informações sobre questões coletivas é uma das bases da cidadania, de forma a contribuir para a participação na tomada de decisões e o empoderamento da população. O comunicador deve adotar uma linguagem acessível e inibir a expressão de posições extremas, contestáveis ou geradoras de exclusão. Deve integrar, estimular e conduzir o debate na busca pela mediação, articulando diferentes perspectivas. Além disso, o cidadão deve sentir-se próximo da gestão pública, ouvido e respeitado.

Fonte: Elaborado pela autora.

As competências estruturadas na tabela acima demonstram habilidades dos profissionais de relações públicas imprescindíveis para uma atuação eficiente e de qualidade no âmbito da comunicação pública. A área governamental, ao lidar com questões de interesse público e administração de recursos coletivos, necessita de profissionais capacitados para concretização de políticas públicas democráticas e que visem construção cidadã.

As características consideradas são aquelas desejáveis ao profissional da área e fomentadas através do ensino acadêmico em relações públicas, incentivando a formação de profissionais plurais e com competências importantes para o atual cenário do mercado de trabalho, com habilidades indispensáveis, inclusive para comunicação pública.

6. CONSIDERAÇÕES

Considerando as diversas possibilidades de atuação das relações públicas e a importância da comunicação no gerenciamento de organizações privadas ou administração pública, as responsabilidades e capacidades dos profissionais graduados na área são frequentemente debatidas e exploradas.

Esse projeto foi motivado pelo interesse em conhecer mais sobre a aplicabilidade de conceitos de comunicação pública na realidade profissional, assim como as práticas necessárias para que os conhecimentos apreendidos em disciplinas teóricas sejam respeitados, tendo em vista as discussões sobre o assunto ao longo da vida acadêmica do estudante de relações públicas.

No campo da comunicação pública, os princípios éticos dos agentes públicos devem ser inquestionáveis, posto que esses profissionais são responsáveis por questões de interesse coletivo e devem estar comprometidos com a transparência a serviço dos cidadãos.

Buscou-se apresentar os princípios da comunicação pública e desenvolver reflexões acerca das responsabilidades e competências necessárias ao profissional de relações públicas para uma atuação ética e eficiente, com enfoque na construção cidadã e melhorias democráticas.

Inicialmente, foram expostas as acepções sobre comunicação pública, seus princípios e especificações. Por meio dessa conceituação, foi possível considerar particularidades do âmbito público que exigem responsabilidades do profissional que desenvolve o processo de comunicação.

Nesse contexto, as responsabilidades das relações públicas foram apresentadas considerando a essência e filosofia da área, sua função estratégica, possibilidades de aplicação e ferramentas.

Por fim, competências desejáveis ao profissional, inclusive aquelas com aperfeiçoamento previsto nas diretrizes curriculares de ensino acadêmico em relações públicas, foram relacionadas com as competências-chave do século e inseridas no cenário da comunicação pública.

De maneira geral, as competências-chave apontadas como essenciais para o século XXI podem ser comparadas as competências desejáveis ao profissional de relações públicas, inclusive aquelas previstas de aperfeiçoamento durante o ensino superior em relações públicas, segundo as diretrizes curriculares.

Os profissionais graduados em relações públicas estariam condizentes com as demandas do mercado de trabalho, através do desenvolvimento das competências-chave do século XX, necessárias ao contexto contemporâneo forjado pelas transformações tecnológicas.

Ademais, os profissionais de relações públicas tornam-se adequados para dirigir o processo de comunicação pública, embasados em conhecimentos atuais, pertinentes ao contexto democrático, com habilidades reconhecidas e apreciadas na formação de indivíduos críticos, autônomos e plurais, com aptidão para conviver com a diversidade, promover melhor convivência e construção de ganhos coletivos.

Os preceitos e particularidades da comunicação pública demandam um profissional com sólida formação ética, perfil dinâmico e engajado, capaz de conduzir com imparcialidade processos de gestão pública. As ações desenvolvidas no processo de comunicação pública devem estar voltadas para construção cidadã e alcance de melhorias na esfera pública.

Esse trabalho pretendeu desenvolver considerações válidas para realidade das relações públicas, promovendo reflexões acerca das competências capazes de aprimorarem a prática profissional em comunicação pública.

Além disso, o tema abordado oferece questões pertinentes para serem exploradas e aprofundadas posteriormente, contribuindo para diversificação de questionamentos e estudos da área de comunicação, integrando questões teóricas e realidade prática.

REFERÊNCIAS

BARQUERO CABRERO, J. Daniel; BARQUERO CABRERO, Mario. **O livro de ouro das relações públicas**. Tradução de Abílio da Fonseca. Porto/Portugal: Porto Editora, 2001.

BATISTA, C. L. **Informação pública: controle, segredo e direito de acesso**. In Texto (UFRGS. Online), v. 26, p. 204-222, 2012.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia Uma Defesa das Regras do Jogo**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1986.

BRANDÃO, H. P.; GUIMARÃES, T. A.; **Gestão de competências e gestão de desempenho: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto?** São Paulo: RAE, revista de administração de empresa, 2001. V. 41, n. 1, p. 8-15.

BRASIL. **Lei nº 12.527**. 18 de novembro de 2011.

CANELA, Guilherme; NASCIMENTO, Solano. **Acesso à informação e controle social das políticas públicas**. Brasília, DF: ANDI; Artigo 19, 2009.

CARVALHO, S. R.; MARTINS, L.M.; **A escola pública e as competências para o mercado: realidade e mitos**. Revista semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional, São Paulo, 2013. V. 17, n. 1, p. 141-149.

DUARTE, Jorge.; Veras, Lúcia (org.). **Glossário de comunicação pública**. Brasília: Ed. Casa das Musas, 2006.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação Pública (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. Série Pensamento e Prática, v.4, pp. 121-134.

FERRARI, Maria Aparecida. Relações Públicas, função estratégica e responsabilidade social. In: **Revista de Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. UMESP, São Bernardo do Campo. Vol 1, no. 1, junho de 2003.

FRANÇA, Fábio. **Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p.127-154, 1o. sem. 2003.

FRANÇA, Fábio. Relações Públicas no século XXI: relacionamentos com pessoas. In: KUNNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2. ed. rev. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

GENTILLI, V.; **O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação**. Revista Famecos. Porto Alegre, 2002.

HASWANI, M. (2007). Comunicação pública e as novas dimensões para as relações públicas. In KUNNSCH, M. M. K.; KUNNSCH, W. L. (orgs.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora** (209-223). São Paulo: Summus.

HASWANI, Mariângela Furlan. **A comunicação do Estado democrático de direito na mobilização para a sustentabilidade**. In: II congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Belo Horizonte - MG. Anais do II ABRAPCORP, 2008.

JORDÃO, Rogério. **Acesso à Informação Pública: Controladoria-Geral da União Uma introdução à Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Brasília, 2011.

KUNNSCH, M. M. **Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas**. Análisi 34, 2006. p. 125-139.

KUNNSCH, W. L. (2009). Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das relações públicas no Brasil. In KUNNSCH, M. M. K. (org.) **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas** (7-42). São Paulo: Saraiva.

MATOS, Heloiza. **Comunicação política e comunicação pública**. Organicom, São Paulo, v. 4, n. 3, 2006, pp. 58-73.

MATOS, Heloiza. **Capital Social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

MATOS, Heloiza. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. Série Pensamento e Prática, v.4, pp. 39-59.

MATOS, Heloiza.; GIL, P. G.. **Alternativas ao conceito e à prática da comunicação pública**. Eptic (UFS), v. 15, p. 12-27, 2013.

MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. 1. ed. São Paulo: ECA-USP, 2013. v. 1. 288 p.

MARQUES, Ângela.; MATOS, HELOIZA. **Comunicação e política: capital social, reconhecimento e deliberação pública**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

MENDEL, T. **Liberdade de informação: um estudo de direito comparado**. 2 ed. Tradução: Marsel N. G. de Souza. Brasília: UNESCO, 2009.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Pública**. Resolução nº 2, de 27 de setembro de 2013.

MOREIRA, E. H. SILVA, J. X. Os públicos nas mídias sociais digitais: comunicação e relacionamento estratégico. In: MOREIRA, E. H. e PONS, M. (org.). **Relações Públicas, tecnologia e públicos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013.p. 88 – 102.

OKADA, A; **Competências-chave para coaprendizagem na era digital: fundamentos, métodos e aplicações**. Santo Tirço, abril de 2014.

OLIVEIRA, M. J. C. (2009). Comunicação pública e as estratégias de relações públicas nas alianças intersetoriais. In KUNSCH, M. M. K. (org.) **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas** (465-484). São Paulo: Saraiva.

OLIVEIRA, M. J. C. (2011). De públicos para cidadãos: reflexo sobre relacionamentos estratégicos. In FARIAS, L. A. (org.) **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos** (79-88). São Paulo: Summus.

OLIVEIRA, M. J. C (2007). Relações Públicas e as questões sociais nos três setores da sociedade. In KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, W. L. (orgs.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora** (209-223). São Paulo: Summus.

ROTHBERG, Danilo; NAPOLITANO, C. J.; RESENDE, L. P.. **Estado e burocracia: limites de aplicação da Lei de Acesso a Informações no Brasil**. Revista Fronteiras (Online), v. 15, p. 108-117, 2013.

SALGADO, P. R. (2011). Comunicação Organizacional: a ótica das relações públicas governamentais. In FARIAS, L. A. (org.) **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos** (247-262). São Paulo: Summus.

TERRA, C. Usuário-Mídia: O formador de opinião on-line no ambiente das mídias sociais. In: MOREIRA, E. H. e PONS, M. (org.). **Relações Públicas, tecnologia e públicos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013. P: 42 - 56.

TERRA, C. F. (2011). Relações públicas na era dos megafones digitais. In FARIAS, L. A. (org.) **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos** (263-284). São Paulo: Summus.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. Série Pensamento e Prática, v.4.