

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
CAMPUS DE BAURU

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
Área de Concentração: Comunicação Midiática

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E CIDADANIA:
UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NA UNIDADE DO POUPATEMPO
BAURU (SP)**

MICHELLE KAREN DE BRUNIS FERREIRA

**BAURU
2009**

Michelle Karen De Brunis Ferreira

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E CIDADANIA:
UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NA UNIDADE DO
POUPATEMPO BAURU (SP)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, Campus de Bauru, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Regina Célia Batista Belluzzo.

**BAURU
2009**

Michelle Karen De Brunis Ferreira

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E CIDADANIA:
UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NA UNIDADE DO POUPATEMPO
BAURU (SP)**

Banca Examinadora:

Presidente: Prof^a. Dr^a. Regina Célia Baptista Belluzzo.

Instituição: FAAC, UNESP – Bauru.

Titular: Prof^a. Dr^a. Sônia Aparecida Cabestré

Instituição: USC / Bauru - São Paulo.

Titular: Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente

Instituição: FAAC-Unesp/Campus Bauru

Bauru, 18 de agosto de 2009.

Ferreira, Michelle Karen De Brunis.
Comunicação Pública e Cidadania: um estudo
exploratório na Unidade Poupa Tempo Bauru (SP) /
Michelle Karen De Brunis Ferreira, 2009. 182 f.

Orientador: Regina Célia Baptista Belluzzo.

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, Bauru, 2009

1. Comunicação Pública. 2. Cidadania. 3.



PÓS - GRADUAÇÃO
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

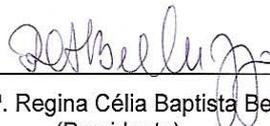
ATA DA DEFESA PÚBLICA DE MESTRADO DE MICHELLE KAREN DE BRUNIS FERREIRA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO, UNESP - CAMPUS DE BAURU.

Aos dezoito dias do mês de agosto de dois mil e nove, às nove horas e trinta minutos, na sala dos Órgãos Colegiados da UNESP - campus de Bauru, instalou-se a Comissão Examinadora da defesa pública de Mestrado, composta pelos seguintes membros: Prof^ª. Dr^ª. Regina Célia Baptista Belluzzo (presidente), docente do programa de pós-graduação em Comunicação da UNESP - campus de Bauru; Prof^ª. Dr^ª. Sônia Aparecida Cabestré, docente do departamento de comunicação da Universidade do Sagrado Coração e Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente, docente do programa de pós-graduação em Comunicação da UNESP - campus de Bauru, a fim de proceder à arguição pública da defesa de Mestrado de **MICHELLE KAREN DE BRUNIS FERREIRA**, discente do programa de pós-graduação em Comunicação, desta Faculdade, dissertação intitulada: **Comunicação pública e cidadania: um estudo exploratório na unidade do Poupatempo Bauru (SP)**. Abertos os trabalhos, foi dada a palavra à Prof^ª. Dr^ª. Sônia Aparecida Cabestré que arguiu a candidata por quarenta minutos, tendo esta respondido em vinte minutos. Em seguida, o Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente arguiu a candidata por quarenta minutos, tendo esta respondido em vinte minutos. Finalmente, a Prof^ª. Dr^ª. Regina Célia Baptista Belluzzo discorreu sobre o trabalho por vinte minutos. Logo após, reuniu-se a Comissão Examinadora tendo chegado ao seguinte julgamento que de público foi anunciado: Prof^ª. Dr^ª. Sônia Aparecida Cabestré – conceito: "aprovado"; Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente – conceito: "aprovado" e Prof^ª. Dr^ª. Regina Célia Baptista Belluzzo – conceito:

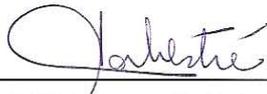


PÓS - GRADUAÇÃO
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

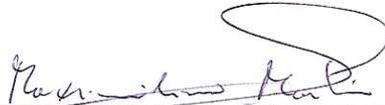
"aprovado". A Comissão Examinadora apresentou o conceito final: **"APROVADO"**. Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata, que vai por mim assinada, Silvio Carlos Decimone  e pela Comissão Examinadora. Bauru, 18 de agosto de 2009.



Profª. Drª. Regina Célia Baptista Belluzzo
(Presidente)



Profª. Drª. Sônia Aparecida Cabestré



Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente

Dedico este trabalho a todos aqueles que com apoio, carinho e muita paciência me fizeram chegar até aqui: meus pais, meu primo Richael e ao meu eterno amor e companheiro Renato.

AGRADECIMENTOS

Simplemente agradecer é pouco perto do que essas pessoas tão especiais fizeram para esta conquista...

...Àqueles que mesmo sem estarem presentes foram à essência deste trabalho.

...Aos meus pais por todo carinho e apoio nesta jornada.

...Ao primo Richael, por que sem ele, este trabalho não seria o mesmo.

.... Aos meus tios Dora e Caetano, e meu primo Rodolfo, que mesmo calados, torceram efetivamente por mim.

...À minha avó Izabel, que com toda paciência do mundo suportou todos os momentos de mau humor.

...À minha amiga e companheira Malena, que nas horas mais difíceis me deu apoio e incentivo.

...À minha orientadora professora Regina, que com toda a sua delicadeza e saber teórico, deram consistência e forma a esse trabalho.

...Ao professor Max, que com humildade e simplicidade, contribuiu valiosamente para o conteúdo aqui construído.

À professora Sônia Cabestré que com seu saber teórico ajudou a consolidar esse projeto.

À professora Cristiane Muniz a qual realizou a revisão ortográfica do texto.

...Mas em especial não poderia deixar de agradecer àquele que em todas as horas, principalmente nas mais difíceis, naquelas onde desanimei e tudo parecia não ter mais sentido, ele me apoio, me incentivou e não me fez desistir... Renato, esse trabalho não “nasceria” sem que você estivesse por perto e fazendo parte de minha vida... à você minha eterna gratidão.

“Na vida não construímos nada sozinhos, construímos com o apoio daqueles que incondicionalmente e sem esperar nada em troca, a não ser a satisfação de ver uma conquista realizada, esperam confiantes a certeza da realização de um sonho.”

FERREIRA, M. K. D. **Comunicação pública e cidadania**: um estudo exploratório na Unidade do Poupatempo Bauru (SP). 2009. 182f. Dissertação de Mestrado (Comunicação) Bauru: UNESP, 2009.

RESUMO

A comunicação pública é considerada como uma área emergente e carente de estudos que possam elucidá-la melhor na atualidade, em razão de sua importante função social e como mediadora do processo comunicacional entre instituições públicas e privadas e os cidadãos. Considera-se que a comunicação pública, quando apoiada em tecnologias de informação e comunicação (TIC) e em um trabalho em rede, possibilita a oferta de uma prestação de serviços mais abrangente, de modo a assegurar os direitos sociais da população e o exercício da cidadania. Desse modo, sua existência na sociedade contemporânea é permeada por estreita relação para a emancipação dos cidadãos e maior visibilidade das ações governamentais, em especial, estabelecendo novas formas de relações sociais. Assim, com o objetivo de estudar a relação entre a comunicação pública e a cidadania, realizou-se uma pesquisa de natureza exploratório-descritiva junto à Unidade Poupatempo de Bauru (SP), uma vez que esse ambiente congrega ações que envolvem basicamente a comunicação pública com os cidadãos, congregando ações governamentais e não governamentais em um único local, de forma articulada, estabelecendo uma nova forma de prestação de serviços de acesso e uso da informação à comunidade. A questão central foi estabelecida como sendo: *De que forma a comunicação pública pode influenciar na construção da cidadania?* Os procedimentos metodológicos consistiram em: pesquisa/revisão bibliográfica junto à literatura especializada para a construção de referencial teórico de apoio; pesquisa documental junto à memória da instituição estudada; pesquisa de campo, por meio de entrevista estruturada, com 350 usuários do ambiente pesquisado e com especialistas consagrados e reconhecidos na área de comunicação pública, estes mediante o envio de questões por *e-mail* e envolvendo a melhor compreensão de aspectos conceituais que pudessem servir como apoio à interpretação das respostas dos usuários envolvidos na pesquisa. Os resultados indicaram, em síntese: que as temáticas comunicação pública e cidadania, ainda não fazem parte do cotidiano das pessoas, onde as mesmas possuem uma idéia pouco clara do que venha a ser esses conceitos, bem como seus objetivos e funções. A pesquisa mostrou que o Programa Poupatempo Bauru disponibiliza seus serviços a uma população que possui acesso a informação, bem como uma condição sócio-econômica estável, e em decorrência não atinge a população que se encontra nas áreas mais vulneráveis do município.

Palavras-chave: Comunicação pública. Cidadania. Poupatempo.

FERREIRA, M. K. D. **Public communication and citizenship: an exploratory study in the Unit Poupatempo Bauru (SP)**. 2009. 182f. Dissertation of Master (Communication) Bauru: UNESP, 2009.

ABSTRACT

The public communication is seen as a needy and emerging area of study that can clear it better nowadays, because of its important social role as a mediator of the process and communication between public and private institutions and citizens. It is considered that the public notice, when supported by information and communication technologies (TIC) and work in a network, enables the provision of services more comprehensive, to ensure the social rights of the people and the exercise of citizenship. Thus, their existence in contemporary society is permeated by close relation to the empowerment of citizens and greater visibility of government actions, in particular, establishing new forms of social relations. Thus, to study the relationship between the public communication and citizenship, there was a search for exploratory-descriptive nature with the Office of Poupatempo Bauru (SP), since this environment brings actions involving mainly the communication with public citizens, bringing together government and non-governmental in one place, so articulate, establishing a new form of provision of access and use the information to the community. The central question was established as: How the public communication can influence the construction of citizenship? The methodological procedures consisted of: search/review from the literature for the construction of theoretical framework of support; documentary research with the memory of the institution studied; field research, through structured interviews with 350 users of the environment studied and established and recognized experts in the field of public communication, these issues by sending an e-mail and involving the best aspects of conceptual understanding that could serve as support for interpreting the responses of users involved in research. The results showed, in summary: the issues that public communication and citizenship, although not part of the daily lives of people, where they have a vague idea of what these concepts might be, as well as its objectives and functions. The research showed that the Bauru Poupatempo Program provides its services to a population that has access to information, as well as a stable socio-economic condition, and as a result does not reach the population that is most vulnerable areas in the municipality.

Key words: Public Communication. Citizenship. Poupatempo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Canais de inclusão digital (ID).....	31
Figura 2 – A espiral do conhecimento (b).....	52
Figura 3 – Dinâmica do conhecimento.....	52
Figura 4 - Ambiente da comunicação de interesse público.....	76
Figura 5 – Processo informacional de comunicação.....	81
Figura 6 – Processo consultivo de comunicação.....	82
Figura 7 – Processo de participação ativa da comunicação.....	82
Figura 8 – Processo de rede de relacionamento de comunicação.....	83
Figura 9 – Relação governo x cidadão.....	84
Figura 10 – Características das redes sociais.....	124
Figura 11 – Estrutura organizacional do programa Poupatempo.....	129
Figura 12 – Visão externa da unidade de Poupatempo de Bauru (SP).....	130

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Proporção de domicílios com computador e internet.....	33
Gráfico 2 – Motivos pelos quais não houve acesso a internet.....	34
Gráfico 3 – Estágio de implantação das práticas – todas as organizações.....	65
Gráfico 4 – Proporção de indivíduos que usaram serviços de governo eletrônico nos últimos 12 meses (%)......	95
Gráfico 5 – Serviços de governo eletrônico utilizados.....	96
Gráfico 6 – Serviços de governo eletrônico que as pessoas gostariam de utilizar.....	96
Gráfico 7 – Motivos para não utilizar o governo eletrônico.....	97
Gráfico 8 – Caracterização dos participantes - frequência dos gêneros.....	138
Gráfico 9 – Caracterização dos participantes - nível de escolaridade.....	138
Gráfico 10 – Caracterização dos participantes - modalidade de trabalho.....	139
Gráfico 11 – Caracterização dos participantes - renda mensal (nº salários mínimos).....	139
Gráfico 12 – Caracterização dos participantes - números de pessoas na família.....	140
Gráfico 13 – Definição sobre comunicação pública.....	142
Gráfico 14 – Comunicação pública - mediadora entre governo e sociedade.....	146
Gráfico 15 – Meios de comunicação - garantia dos direitos humanos e sociais.....	146
Gráfico 16 – Acesso à Informação de Caráter Público.....	147
Gráfico 17 – Poupatempo enquanto rede de serviço público.....	148
Gráfico 18 – Conhecimento dos serviços disponibilizados pelo Poupatempo Bauru.....	150
Gráfico 19 – Formas de conhecimento dos serviços disponibilizados pelo Poupatempo Bauru.....	150
Gráfico 20 – Serviços mais utilizados pelo Poupatempo Bauru.....	151
Gráfico 21 – Poupatempo - Trabalho de Forma Integrada.....	152

Gráfico 22 – Pontos positivos da rede de serviços do Poupatempo Bauru.....	153
Gráfico 23 – Aspectos a serem melhorados no Poupatempo Bauru.....	153
Gráfico 24 – Nível de compreensão das informações repassadas no Poupatempo Bauru.....	154
Gráfico 25 – Avaliação da qualidade dos serviços prestados pelo Poupatempo Bauru.....	155
Gráfico 26 – Avaliação do desempenho profissional dos funcionários do Poupatempo Bauru.....	155
Gráfico 27 – Integração dos serviços públicos facilitando a prestação de serviços.....	157
Gráfico 28 – Definição de cidadania.....	157
Gráfico 29 – Sentimento de cidadania (solicitação atendida).....	160
Gráfico 30 – Serviços disponibilizados pelo Poupatempo Bauru assegurando direitos humanos e sociais.....	160
Gráfico 31 – Ganho para Bauru com a instalação da unidade do Poupatempo.....	161
Gráfico 32 – Avaliação da divulgação dos serviços disponibilizados no Poupatempo Bauru.....	161
Gráfico 33 – Ganho para a cidade com a implantação de uma unidade móvel do Poupatempo Bauru.....	162

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Formas de poder.....	45
Quadro 2 – A espiral do conhecimento (a).....	51
Quadro 3 – Características da comunicação pública.....	79
Quadro 4 – Hierarquia de valores na governança.....	87

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
CAPÍTULO I – DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	22
1 SOCIEDADE ATUAL: CONTEXTUALIZAÇÃO.....	22
1.1 As dimensões sócio-culturais do desenvolvimento tecnológico.....	25
1.1.1 A inclusão digital: relação com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).....	30
1.1.2 Bases de um programa brasileiro para sociedade da informação.....	35
1.2 Mídia e modernidade: aspectos relevantes.....	43
1.2.1 O conhecimento, a mídia e a modernidade.....	48
1.3 Comunicação Pública: das origens à atualidade.....	67
1.3.1 Aspectos relevantes da dimensão interna da comunicação pública.....	80
1.3.2 A relação da comunicação pública e do cidadão receptor.....	84
1.4 O governo eletrônico: diferencial da gestão da informação e da comunicação pública.....	88
1.4.1 Diretrizes do governo eletrônico.....	90
1.4.2 Ações e atividades do governo eletrônico.....	92
CAPÍTULO II – CIDADANIA E COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	99
2 A CONSTRUÇÃO SOCIOCULTURAL DO CONCEITO DE CIDADANIA.....	99
2.1 Cidadania e mídia: interfaces.....	116
2.1.2 Redes Sociais – diferencial na sociedade da informação: breves considerações.....	122
CAPÍTULO III – PESQUISA DE CAMPO: POUPA TEMPO / UNIDADE BAURU (SP).....	126
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	127
3.1 Pesquisa/Revisão bibliográfica.....	127
3.2 Definição/Caracterização do universo de pesquisa.....	127

3.3 Desenvolvimento da pesquisa de campo.....	134
3.4 Apresentação dos dados da pesquisa.....	138
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	165
REFERÊNCIAS.....	169
APÊNDICE.....	176
ANEXOS.....	180

INTRODUÇÃO

Conhecer consiste em *construir* ou *reconstruir* o objeto do conhecimento para poder apreender o mecanismo desta construção... Conhecer é *produzir* no pensamento para reconstruir o 'modo de produção dos fenômenos' (BATTRO, 1976, p.300, grifos do autor).

A comunicação nos dias atuais surge como objeto de reflexão e de atenção para a sociedade. É fato que as transformações que vêm ocorrendo na “era digital” atingiram também o processo comunicacional na esfera pública.

O cenário mundial contemporâneo traz consigo uma série de mudanças que afetam tanto a realidade empresarial como os processos de comunicação das organizações públicas. Considera-se que a sociedade é a principal responsável pela sua própria organização e pela provisão de suas necessidades. Assim, há um crescente deslocamento de tarefas públicas para a esfera privada, o que vem exigindo das empresas públicas um maior diálogo e comunicação com a sociedade.

A sociedade da informação, a qual atualmente vivenciamos, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição da informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

Com o desenvolvimento das tecnologias que, de um lado, oferece mais recursos e, de outro, acelera os processos e altera uma cultura bastante tradicional de relacionamentos entre as comunidades interna e externa das organizações, o ambiente das comunicações também mudou.

Temos notícias via satélite e por redes de computadores, Internet e Intranet, uma explosão de informações em nosso cotidiano, crescente autonomia comunicacional do cidadão, diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim, tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea. (MATOS, 2000)

Diante de tantas transformações no âmbito da esfera pública, acaba por emergir um conceito pouco discutido anteriormente, que é o da *Comunicação*

Pública. Este conceito refere-se à comunicação no espaço público democratizado, com a discussão de temas de interesse público, o que subentende o envolvimento e a participação ativa do governo, das empresas, do Terceiro Setor e da sociedade como um todo.

Segundo Zémor (1995), esta não deve estar dissociada das finalidades das instituições públicas, possuindo as funções de: a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); e d) acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

Devido ao fato de a comunicação pública se dar em um espaço público democratizado, podemos entender democracia como:

Um conjunto de regras (primárias ou fundamentais) que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões coletivas e com quais procedimentos. [...] A regra fundamental da democracia é a regra da maioria, na qual são consideradas as decisões coletivas (BOBBIO, 1986, p. 18).

O conceito mínimo de cidadania pressupõe que os cidadãos estejam preparados e também tenham acesso à participação democrática de forma a efetivar seus direitos dentro de um ambiente constituído por diversos atores sociais, cada qual com seus interesses.

Com o propósito de atender melhor às demandas e interesses da cidadania, bem como trazer o cidadão às esferas públicas, os governos são desafiados à qualificação permanente em torno de técnicas de negociação, habilidades de harmonia de interesses, diversidades e da administração de conflitos.

Segundo Canclini (2001), o ato de consumir não se resume à aquisição de produtos, mas envolve também processos socioculturais mais amplos, os quais dão sentido e ordem à vida social e, principalmente, constroem as identidades neste mundo pós-moderno. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora.

Os meios de comunicação constroem seus espectadores e, na medida em que pretendem desempenhar o papel da esfera pública, configuram modos simbólicos de ser cidadão.

A configuração dessa nova realidade conduz ao debate para o espaço da comunicação, onde a definição de novas redes sociais, de acordo com Fossatti (2004), passa a impor medidas que assegurem ao cidadão a facilidade de acesso, *direito* e disponibilidade de informação.

Para Mattelart (2000) existe uma perspectiva de ampliação do espaço da comunicação, ao afirmar que:

Essas novas redes sociais passam a fazer parte do debate sobre a possibilidade de um espaço público em escala planetária. Em todas as latitudes, a problemática da transformação do espaço público, nacional e internacional, tende, aliás, a ocupar lugar de destaque nas abordagens críticas inspiradas pela sociologia, pela ciência política e pela economia política (p.170).

O direito à informação adequada, suficiente e veraz, é um dos pilares do direito do consumidor. A Resolução nº 30/248 da Assembléia Geral das Nações Unidas, de 16.04.1985 (apud LOBO, 2000), determina em seu artigo 3º que é necessário promover o acesso dos consumidores à informação. Os efeitos do direito à informação não estão contidos apenas no âmbito da legislação infraconstitucional, pois as constituições mais recentes elevaram-no ao nível dos direitos fundamentais. Portanto, não diz respeito apenas à ordem privada dos sujeitos, mas irradia-se na consideração pública do campo indisponível da cidadania ativa segundo a concepção contemporânea, que não a vê apenas no exercício do direito oposto ao poder político, mas em face do poder econômico.

O direito à informação, no âmbito do direito da comunicação, tem significado diferenciado. Na perspectiva do direito fundamental da liberdade de expressão, é direito oponível ao Estado, e a qualquer pessoa, de não impedirem o acesso e a transmissão de informação, tanto para quem comunica quanto para quem recebe a comunicação. É um direito sensível e vulnerável ao autoritarismo político. Enquadra-se entre os direitos fundamentais de primeira geração, direitos de liberdade ou direitos à prestação negativa. Em sentido

estrito, relaciona-se com o direito à comunicação, entendido este como direito de procurar, receber, compartilhar e publicar informações. (LOBO, 2000)

O acesso e o direito à informação tornam-se requisitos básicos para o exercício da cidadania. Isso exige transparência e fidedignidade nas informações veiculadas pelos meios de comunicação de massa para que a opinião pública possa formar-se democraticamente. (OLIVEIRA, 2004)

Tendo como eixos básicos de análise a comunicação pública e a cidadania, faz-se de suma importância analisar de que forma a comunicação pública pode influenciar a construção e/ou a efetivação da cidadania, visando à ampliação de direitos sociais, bem como a construção de uma sociedade mais igualitária, onde os fossos de desigualdade possam ser extintos.

Diante da contextualização realizada, foi escolhido como objeto de estudo o Poupatempo, programa do Governo do Estado de São Paulo, criado em 1996, o qual possui como filosofia voltar todas as suas atividades para o cidadão. Sua prioridade é o atendimento ao cidadão, de forma rápida, eficiente e adequada, e sua missão é “estabelecer um novo modelo de atendimento ao cidadão, que ofereça serviços públicos com eficiência, qualidade, rapidez e sem privilégios.”

Esse programa caracteriza-se por reunir em um só local a prestação de serviços de órgãos de diferentes esferas (municipal e estadual), bem como de empresas do setor privado e do terceiro setor. Cada unidade possui suas características, determinadas pela população à qual presta serviço.

O Poupatempo foi escolhido porque seus objetivos vêm ao encontro dos questionamentos de nossa pesquisa, ou seja: de que forma a comunicação pública pode influenciar na construção/emancipação da cidadania? De que forma o acesso às informações de interesse público influenciam nas ações da sociedade civil?

O mesmo também se caracteriza por ser uma grande rede social e de relacionamento, onde realidades diferenciadas se interrelacionam em um mesmo espaço sem discriminação e/ou privilégios.

Desse modo, o estudo apresentado teve como objetivo principal analisar as influências dos meios de comunicação pública como instrumento mediador para a construção da cidadania. Os objetivos específicos do mesmo foram:

- Verificar o grau de influência da comunicação pública como mediadora do processo de construção da cidadania;
- Caracterizar a prestação de serviços públicos que compõe a rede de relacionamento Poupatempo da cidade de Bauru;
- Caracterizar a população usuária dos serviços oferecidos pelo Poupatempo;
- Analisar o processo comunicacional dessa rede como forma de garantia e acesso à informação e efetivação de direitos sociais;
- Analisar o papel desenvolvido pelo Poupatempo como forma de comunicação pública junto a seu público alvo.

Diante do objeto de estudo proposto, o saber teórico se deu por meio da construção de uma revisão de literatura, a qual foi organizada como se segue:

O primeiro capítulo, “As dimensões da comunicação pública na sociedade contemporânea”, aborda os seguintes temas: a) a contextualização da sociedade atual; b) a relação entre a mídia e a modernidade; c) o desenvolvimento da comunicação pública; d) o governo eletrônico, como sendo o diferencial da gestão da informação e da comunicação pública. Os temas estudados tiveram por objetivo caracterizar a relação da comunicação pública e o seu desenvolvimento e interfaces com a sociedade atual.

O segundo capítulo, “Cidadania e comunicação pública”, compreende a abordagem dos seguintes tópicos: a) a construção sociocultural do conceito de cidadania; b) cidadania e mídia: interfaces; c) rede social – diferencial na sociedade da informação. Os presentes tópicos fazem a relação entre os meios de comunicação e o seu papel enquanto mediador para o desenvolvimento social, pois a comunicação não possui uma relação estanque com o cidadão, ela possibilita o processo de reflexão para proposição de ações de interesse público.

Finalmente, o terceiro capítulo mostra a pesquisa de campo realizada no Poupatempo / Unidade Bauru (SP), a qual foi sistematizada neste terceiro momento, trazendo a caracterização dos serviços prestados pela unidade, evidenciando os procedimentos adotados para a coleta de dados, bem como breves considerações sobre a metodologia utilizada. Neste capítulo também

são apresentados os dados da pesquisa realizada, bem como as inferências entre teoria e prática, podendo assim estabelecer a práxis do objeto de estudo proposto.

Concluimos nossa dissertação com o capítulo, “Considerações Finais”, no qual se apresentam as conclusões obtidas por meio do estudo realizado.

CAPÍTULO I – A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: DIMENSÕES

1 SOCIEDADE ATUAL: CONTEXTUALIZAÇÃO

Refletir sobre a comunicação pública na sociedade contemporânea enquanto processo que se insere na dimensão da coletividade e se volta para o interesse comum da sociedade, sendo que sua essência está no compartilhamento da informação, significa identificar novas formas de comunicação geradas com a crescente complexidade da vida no século XXI. (Zémor, 2009)

O desenvolvimento tecnológico é tão marcante, que nos remete a aspectos positivos como o desenvolvimento de tecnologias que visam a melhoria da qualidade de vida do cidadão, como na medicina por exemplo. Entretanto, esse mesmo desenvolvimento acaba por aprofundar cada vez mais as desigualdades sociais, acentuar o desemprego, a poluição, a precariedade das condições de trabalho, dentre tantos outros aspectos.

O processo de globalização, vivenciado desde o último século, possibilitou a abertura das fronteiras territoriais de todos os países, com a “falsa” ilusão de que estaria ali a grande oportunidade de, finalmente, fazerem parte do chamado primeiro mundo e terem a chance de consumir produtos e serviços que somente países desenvolvidos tinham acesso. Entretanto, com o decorrer do processo notou-se que o cenário mundial era outro, que a proposta dessa globalização, reafirmada com o processo neoliberal, acabou por tornar os países chamados de 3º mundo, inclusive o Brasil, mais reféns das políticas internacionais.

O território perde espaço, as fronteiras são agora virtuais, o mundo se abriu para um cenário onde as novas tecnologias constituem um ponto fundamental de todas as transformações que ocorrem no tecido social do mundo contemporâneo.

Diante de tantas transformações, as sociedades se modificam, o mercado de trabalho é outro, as cidades já não são as mesmas, as pessoas perdem a sua identidade local e passam a “desejar” uma identidade virtual para assim serem chamadas de “cidadãos do mundo”.

Surge, dentre tantos conceitos, o de mundialização, que, segundo Bourdin (2001), é mais que uma doutrina ou a vontade de alguns: é um contexto de que ninguém é verdadeiramente dono, que produz uma “nova distribuição” com seus riscos, suas injustiças, mas igualmente suas vantagens e aberturas.

Perante tantas modificações e tendo como objetivo a globalização de todas as sociedades, o *local*, espaço onde tudo se inicia, também se modifica, mas não perde seu significado diante de tanta imensidão, a saber:

O último debate é a gestão do local. O modelo do Estado moderno é questionado de todos os lados: pelo liberalismo agressivo, pelo fracasso dos modelos socialistas ou populistas e pelos crimes que lhes são associados. A mobilidade dos indivíduos, dos bens e das informações cresce continuamente, os comportamentos se diversificam com rapidez, aumentam espetacularmente sem cessar as dimensões de certos conjuntos humanos e, sobretudo, das cidades. Por isso, as sociedades se tornam cada vez mais difíceis de governar. Ao mesmo tempo, o modelo dos direitos humanos e do governo democrático progride. Mas, neste contexto, ele procura se “refugiar” na democracia local, associada à boa governança, quer dizer, à arte de associar todos os atores locais, públicos e privados, políticos, econômicos, sociais à ação coletiva pelo bem comum (BOURDIN, 2001, p.11)

A governabilidade local passa a “congregar” toda a rede de serviços que possui disponível em seu território para suprir as falhas das políticas públicas, que muitas vezes deixam a desejar, para assim proporcionarem o acesso do cidadão à prestação de serviços com qualidade, objetivando a efetivação da cidadania.

Neste contexto, a população desenvolve um papel importante, o de agente motivador das demandas sociais que necessitam ser supridas pelo poder público. O cidadão se tornar presente na vida pública por meio dos Conselhos, da utilização das Ouvidorias e também pelos meios de comunicação. Este último oferece várias formas de participação: o jornal, o rádio, a televisão e a internet.

Atualmente proximidade/distância possuem significados bem diversificados.

No mundo moderno, a dupla proximidade/distância constitui um duplo princípio de percepção e de organização da experiência, tanto na ordem das relações sociais quanto das relações econômicas ou políticas. O controle das distâncias geográficas pelos transportes, das distâncias políticas pelas organizações dos aparelhos do Estado (administrativos, policiais, judiciários...), das distâncias sociais pela

redistribuição, das distâncias econômicas pelo contrato, etc., representa riscos. A proximidade e a distância não apenas são apenas constatações reais, mas são construídas. A própria proximidade é construída e acima de tudo, espacial (BOURDIN, 2001,p.14).

Segundo Sfez (1977), “o local é a prática que contesta, é o espírito que diz não. É o dispositivo crítico... Ele trabalha os multipossíveis. É impossível definir o objeto local e principalmente dar-lhe um contorno territorial preciso”.

Partindo das especificidades de cada localidade que se constroem a identidade das pessoas, as prioridades de cada governo, os limites e possibilidades de atuação dos atores sociais que compõem o desenvolvimento das cidades. É a partir dessas questões que o local se insere no global, pois também faz parte dele, não sendo possível caracterizar o global sem as especificidades de cada local.

O local proporciona a criação do vínculo social, ou seja, as pessoas passam a ter o sentimento de fazer parte do mesmo, de realmente estarem construindo algo que também lhes pertence. Segundo Bourdin (2001), há três grandes dimensões que fundamentam o vínculo social:

- A complementaridade e a troca.
- O sentimento de pertença à humanidade.
- O fato de viver junto.

Na opinião do autor citado:

Com a grande revolução da mobilidade e das telecomunicações, a questão das escalas da organização social se impõe igualmente. Também ela assume um caráter muito geral, na medida em que contribui ao mesmo tempo para organizar uma percepção do mundo e para definir princípios de ação (BOURDIN, 2001, p.29).

Assim, o local oferece formas diversificadas de ação diante das diferenças, das diversidades, da multiplicidade do contexto vivenciado pela sociedade.

Françoise Choay (1997) reconhece o triunfo do “ciberespaço”, admite que “as redes têm o futuro diante de si e cobre campos tão ricos quanto imprevisíveis à criatividade dos humanos” (p.99), mas também afirma o valor

antropológico do governo em escala local, lugar do “corpo-a-corpo com o mundo e o espaço concreto”.

Para Veltz (1996, p.54), os desafios da organização espacial “consistem menos no controle dos custos da distância do que na aplicação de efeitos sociais de coordenação e relação”. No lugar “do mundo bem ordenado pela distância” se desenvolve o território em rede: não só as cidades se dissociam de seu território, privilegiando a relação com outras cidades, às quais elas estão ligadas por meio de redes, mas “[...] o território das redes dá lugar a um verdadeiro território *em rede*, em que cada pólo se define como ponto de cruzamento e de comutação de redes múltiplas, conectadas por pessoas e pela tecnologia. Assim, são múltiplas as dimensões derivadas dessa ambiência na sociedade atual.

1.1 As dimensões sócio-culturais do desenvolvimento tecnológico

Segundo Ferreira (2007), as mudanças na economia capitalista, neste final de século, é a principal razão para as alterações socioeconômicas e políticas no mundo moderno. Contudo, são eminentemente contraditórias, visto que, se por um lado abrem oportunidades ao desenvolvimento e ao bem-estar, por outro excluem os que não estão “preparados tecnologicamente” a tais transformações.

Por meio dos impactos sofridos pela economia mundial, provocados pelos efeitos da globalização e do processo neoliberal, é que se agravam os problemas relacionados à morfologia social, ocasionando transtornos na economia global.

Carvalho (2007), na mesma medida em que não se pode falar em tecnologia sem considerar as transformações sociais que estão ao mesmo tempo provocando e favorecendo seu desenvolvimento, também não se pode analisar a sociedade sem que se leve em consideração o avanço tecnológico que ocorre em seu âmbito. Sociedade e tecnologia constituem fenômenos indissociáveis e os impactos que ocorrem num deles altera, reciprocamente, o outro.

Para avaliar a extensão dos efeitos causados pela globalização, Nascimento (1996, p.80) afirma que: “[...] globalização refere-se à

reorganização das estruturas produtivas e ao aumento dos fluxos comerciais e financeiros, configurando uma situação de crescente interdependência mundial no presente contexto de aceleração do desenvolvimento tecnológico”.

Tais transformações, no mundo econômico, provocam uma reorganização tanto nas estruturas produtivas como nos fluxos comerciais e financeiros fazendo com que as economias nacionais percam sua importância, em termos relativos, e a economia mundial torne-se cada vez mais interconectada e relevante.

Com a globalização, a sociedade adquire uma nova forma de organização social tendo como suporte a tecnologia. O processo de globalização desencadeou várias consequências, tais como: livre comércio entre países; desemprego estrutural provocando grande desestruturação social; desaparecimento das fronteiras nacionais; desregularização e privatização de empresas estatais; reafirmação da concentração de capital e poder nas mãos de uma minoria; desigualdade e exclusão social; alteração do papel do Estado, qual perde a função de produtor de bens e de repositor do sistema produtivo; flexibilidade das normas trabalhistas; melhoria na qualidade dos produtos, por meio da tecnologia altamente sofisticada para maior produção e menor custo, dentre outras.

De acordo com Antunes (2000), percebe-se que o salto tecnológico, a automação, a robótica e a microeletrônica afetaram, inclusive, as relações de trabalho e produção no sistema capitalista; os novos processos produtivos se mesclaram com o fordismo¹ e o toyotismo², ocorrendo a substituição da produção em série e em massa pela flexibilidade da produção.

¹ Modelo de produção em massa que revolucionou a indústria automobilística na primeira metade do século XX. Idealizado por Henry Ford (1863-1947), o qual utilizou os princípios de padronização e simplificação de Frederick Taylor. Suas fábricas eram verticalizadas. Uma de suas principais características foi o aperfeiçoamento da linha de montagem. Exigia vultosos investimentos e grandes instalações. Seu ápice se deu no período posterior a Segunda Guerra Mundial (décadas de 1950 e 1960). Seu declínio se deu a partir da década de 1970, quando a GM flexibiliza sua produção e seu modelo de gestão. (ver mais em <http://PT.wikipedia.org>)

² Modo de organização da produção capitalista originário no Japão, resultante da conjuntura desfavorável do país. O toyotismo foi criado na fábrica da Toyota após a Segunda Guerra Mundial, elaborado por Taiichi Ohno e que foi caracterizado como a filosofia orgânica da produção industrial (modelo japonês), adquirindo uma produção global. Principais características: 1. Mecanização flexível; 2. Processo de multifuncionalização de sua mão-de-obra; 3. Implantação de sistemas de controle de qualidade total; 4. Sistema Just in time – “produzir o necessário, na quantidade necessária e no momento necessário”; 5. Personificação dos produtos; 6. Controle visual. (ver mais em <http://PT.wikipedia.org>)

Ressalta-se, portanto, que as atuais transformações no mundo do trabalho marcam a transição de uma sociedade industrial para uma sociedade tecnológica.

Os avanços tecnológicos que eclodiram na década de 90 provocam uma revolução na sociedade globalizada. A não assimilação das novas exigências tecnológicas transforma-se num dos maiores entraves para o mundo do trabalho, visto que o trabalhador que não consegue se adequar tão rapidamente a estas exigências fica excluído do mercado.

A revolução infotecnológica surgiu com as transformações ocorridas na sociedade no decorrer do século XX, compreendendo três fases distintas de acordo com Chiavenato (1997 apud CELESTINO, 2005): **1)** Era de Industrialização Clássica, que cobriu o período de 1900 a 1950, processo que se iniciou com a Revolução Industrial. As mudanças eram lentas, suaves, progressivas, previsíveis. A mudança era vagarosa. **2)** Era da Industrialização Neoclássica, que durou de 1950 a 1990. A partir desse período as mudanças passaram a ser mais rápidas, intensas e pouco previsíveis. A cultura organizacional deixou de privilegiar as tradições passadas e passou a concentrar-se no presente e o conservadorismo cedeu lugar à inovação. **3)** Era da Informação, que teve início em 1990. Sua característica principal são as mudanças, que se tornaram rápidas, imprevistas, inesperadas.

Esta última se caracteriza por três grandes avanços técnico-científicos: a microeletrônica e o progresso da área informacional; a microbiologia, com grandes inovações no campo da engenharia genética, e a revolução energética, com a utilização da energia nuclear.

A disseminação da informação por parte dos meios de comunicação é algo avassalador e acaba nos colocando como “observadores” do progresso desenfreado e muitas vezes perigoso.

[...] Assim como máquinas e equipamentos ficam obsoletos, as instituições, o conhecimento, os produtos, os resultados também ficam. As pessoas tem que se conscientizarem que vivem em comunidade, que é um ser social. O avanço científico e tecnológico do mundo contemporâneo tem contribuído para essa panacéia universal (CELESTINO, 2005, p.2).

Segundo Schaff (1990), uma nova sociedade se configura: a sociedade passa a ser dividida entre quem detém a informação ou não. O conhecimento

tecnológico permite dominar sociedades dependentes que se encontram submetidas às malhas de poder dos detentores deste conhecimento. O poder não é apenas de quem possui a informação, pois esta poderá ser adquirida através de medidas educativas adequadas. A dominação ocorre quando há a possibilidade de controle da informação.

Na sociedade informacional os grupos que controlam a produção do conhecimento têm também condições de armazenar informações, construindo verdadeiros bancos de dados sobre outros grupos, nações, empresas, ramos da produção, pessoas, enfim, sobre o que for de seu interesse. Este controle permite dominar todos os que dependem do conhecimento tecnológico para se integrar ao mundo informatizado.

Entretanto, diante da atual crise que impactou o cenário mundial, foi possível observar que o poder está muito mais vinculado ao poder econômico do que ao poder simbólico, uma vez que, deter informações e possuir “poder” sobre as mesmas, não influenciou de forma positiva a crise vivenciada neste momento. Os impactos da crise foram sentidos em todos os países, ou seja, daqueles que detêm e por aqueles que não detêm o chamado “poder simbólico”.

Assim, pode-se perceber que:

Do ponto de vista das políticas públicas, em TICs, há três universos. Nos países desenvolvidos, são determinadas pelos investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) feitos no passado remoto ou recente, somados às necessidades e decisões estratégicas nacionais, aliadas a uma indústria de TICs lastreada por capital próprio, de risco ou empréstimo a taxas que fomentam a inovação (tecnológica) com base para o aumento de produtividade na economia. Nos países pobres, simplesmente não há política pública para TICs. Nos países em desenvolvimento, como o nosso, é difícil dizer o que realmente ocorre, porque, não havendo indústria nacional (de classe mundial, pelo menos ainda), capital próprio, investimento de porte mundial em P&D e muito menos capital de risco ou taxas decentes de juros, o comportamento do setor é caótico, com raros episódios coerentes e/ou conseqüentes (MEIRA, 2006, p1.).

Perante tantas transformações que essa nova configuração de sociedade impõe, a consequência social mais importante deste processo de desenvolvimento técnico-científico encontra-se no campo cultural. A interpenetração e a internacionalização das culturas trazem novos elementos à dinâmica cultural nunca vivenciada anteriormente na história humana. Fala-se

que a revolução da informação, com suas grandes redes e a velocidade cada vez maior da comunicação eliminarão as barreiras artificiais entre as culturas. A desterritorialização é hoje um fato verdadeiro. Entretanto, surge uma indagação: até que ponto será possível eliminar as identidades culturais?

O fato de as pessoas consumirem os mesmos bens, participarem do mesmo mercado, estarem submetidas às mesmas leis econômicas não as uniformiza culturalmente, nem lhes dá a mesma identidade. Se o mercado mundial pressiona a todos que dele participam a uma uniformização do consumo, por outro lado, as manifestações da vida cotidiana, na dinâmica das relações sociais, mantêm as diferenças, reproduzindo assim a diversidade.

Segundo Castells (1999), as sociedades nacionais, locais e regionais passam de uma posição de exploração dependente a uma inadaptação estrutural à nova economia. Este fenômeno desencadeia diversos processos na nova estrutura social, característica da sociedade informacional:

- Uma dualização crescente no interior das sociedades dependentes. Alguns segmentos são integrados à economia e à cultura mundiais enquanto a marginalidade atinge parte considerável da população.
- Uma tentativa desesperada das sociedades excluídas de rejeitar as regras do jogo, afirmando sua identidade cultural em termos fundamentalistas.
- Tentativas de instauração, nos países marginalizados, de uma “conexão perversa” à economia global caracterizada pela criminalidade: o comércio de drogas, de armas, a lavagem de dinheiro sujo, o tráfico de seres humanos (a prostituição, a adoção de crianças, o comércio de órgãos, dentre outros).
- A reconstituição da unidade mundial através de migrações maciças para os países do centro. É o fluxo de pessoas que só consegue ser interrompido por amplas medidas policiais que afetarão fundamentalmente o caráter da democracia dos países adiantados.

Dando continuidade ao pensamento desse autor, o hiato entre a dinâmica da economia global e a estrutura da sociedade informacional está transformando de maneira fundamental as redes sociais das sociedades

avançadas, assim como a dos países dependentes. O processo de transição histórica à economia informacional será provavelmente dominado pela separação fundamental entre, de um lado, uma economia global e uma rede de informações mundiais e, de outro, de sociedades civis nacionalistas, de culturas comunitárias e de Estados cada vez mais fechados.

O paradoxo do final do século é a globalização econômica de um lado, com a internacionalização do capital e maior comunicação entre as diferentes regiões do mundo para alcançar um objetivo comum (a integração ao mercado global) e, de outro, as lutas entre grupos religiosos, étnicos e de identidade que reagem a esta tendência.

A forma como está organizada a sociedade global não dá acesso a todos os cidadãos a seus benefícios. Segundo Bienaymé (1994), o desenvolvimento tecnológico nem sempre significa desenvolvimento social. Desse modo, explorar a comunicação pública nesse novo contexto requer também a incorporação de alguns dilemas e tensões presentes nessa realidade.

Um dos problemas contemporâneos consiste no acesso à tecnologia de informação e comunicação, o qual está limitado a um grupo de privilegiados, resultando no “analfabetismo digital” para a maioria da população, grupo este identificado como “excluídos digitais”. Vários são os fatores que impedem o acesso das pessoas às novas tecnologias, dentre eles, serem portadores de algum tipo de deficiência. Daí, a importância de se procurar compreender melhor as questões que envolvem a inclusão digital, e suas principais nuances.

1.1.1 Inclusão digital: relação com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)

Atualmente a inclusão digital tem sido foco de discussões na sociedade democrática. De acordo com o Comitê pela Democratização da Informática (CDI), os avanços tecnológicos dos últimos 200 anos, não trouxeram apenas conforto e qualidade de vida, modificaram a capacidade cognitiva do ser humano, suas habilidades para aprender, ensinar, raciocinar e exercer a criatividade (MISSÃO, 2003).

A Inclusão Digital (ID) representa um canal privilegiado para a equalização de oportunidades e sua expansão e reconhecimento fortalecem a cidadania. A grandeza deste fenômeno vai desde teclar o voto eletrônico até os cartões eletrônicos com as mais diversas finalidades, como as de transferência de renda ou as de crédito pessoal.

O tardio reconhecimento da importância desse campo que vem evoluindo a passos largos fez com que houvesse em nosso país um grande fosso nas políticas públicas com foco nessa temática, trazendo como consequência uma grande “massa” de excluídos na esfera digital. Essa exclusão é “só mais uma” dentre as muitas que caracterizam a nossa sociedade.

Em se tratando de Inclusão Digital, podemos citar os seus principais canais de desenvolvimento e viabilidade:

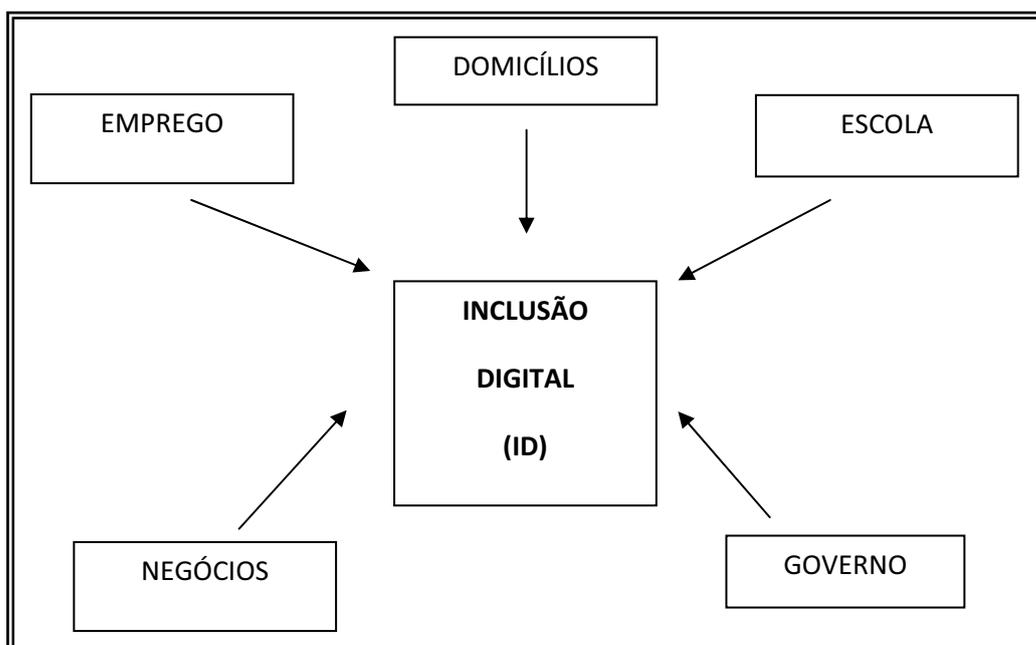


Figura 1 - Canais de inclusão digital (ID)

Fonte: Fundação Getúlio Vargas (FGV), Mapa da exclusão digital, 2003.

A Oficina de Inclusão Digital realizada em Brasília (2001) definiu:

Inclusão Digital é gerar igualdade de oportunidade na sociedade da informação. A partir da constatação de que o acesso aos modernos meios de comunicação, especialmente a Internet, gera para o cidadão um diferencial no aprendizado e na capacidade de ascensão financeira. Com isso pretende-se gerar um avanço na capacidade e na qualidade de vida de grande parte da população, bem como preparar o país para necessidades futuras (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 2003, p.1).

Vários fatores impedem o acesso das pessoas às novas tecnologias digitais, dentre eles destacam-se as desigualdades econômicas, sociais e as pessoas que possuem de algum tipo de deficiência.

A Fundação Getúlio Vargas em parceria com o Comitê para a Democratização da Informática (CDI) realizaram, no ano de 2003, pesquisa sobre a temática da inclusão digital, da qual resultou a elaboração do “*Mapa da Exclusão Digital*”³, elaborado pelo Centro de Políticas Sociais da FGV, apontando que temos aproximadamente 150 milhões de excluídos digitais no Brasil e que apenas 12,5% dos brasileiros têm computador em casa. Os percentuais dos que estão conectados à Internet são ainda menores: 8,31% (FVG, 2003). Assim, pode-se dizer:

O mapa da Exclusão Digital permite traçar o público-alvo das ações de inclusão digital; e ao cidadão comum enxergar o seu país, a sua cidade e mesmo seu bairro desde uma perspectiva própria (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV - MAPA DA EXCLUSÃO DIGITAL, 2003, p. 45)

Para termos um parâmetro mais atual dessa temática, no ano de 2008 o Comitê Gestor da Internet no Brasil⁴, cujo objetivo é promover a inclusão digital no país, realizou uma pesquisa intitulada “*Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no Brasil 2008*”⁵, a qual apontou que as principais barreiras para o uso da internet ainda são o custo elevado para a posse de computador e a falta de habilidade com a tecnologia. O gráfico demonstra proporção de domicílios que possuem computador e internet:

³ Mais informações: <http://www.fgv.br>.

⁴ Disponível em: <http://www.cgi.br>

⁵ Disponível em: <http://www.cetic.br>

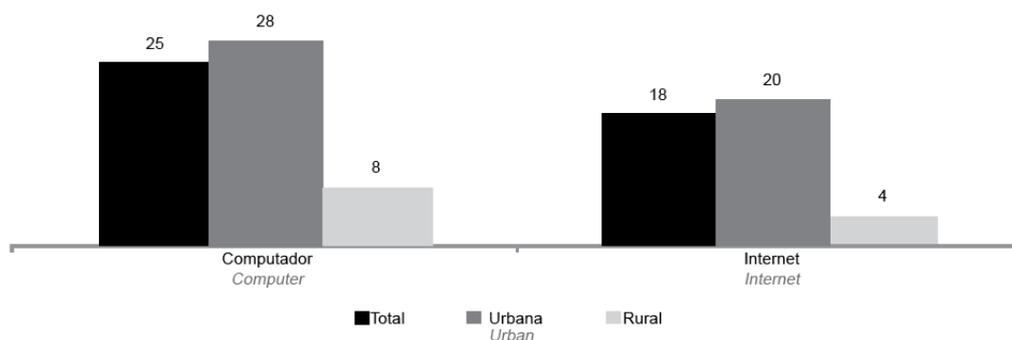


Gráfico 1 – Proporção de domicílios com computador e internet
Fonte: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação Brasil 2008.

A pesquisa ainda aponta:

- Em 2008, quase metade dos brasileiros já havia tido acesso à rede de alguma forma.
- O crescimento dos que têm acesso à rede em banda larga é maior do que os que têm acesso via linha discada, o que mostra uma migração para a conexão permanente, especialmente nos centros metropolitanos. Notemos que há uma mudança radical na postura do internauta quando este passa a se despreocupar com o tempo de acesso à rede e torna-se, virtualmente, uma presença permanente.
- Entre os que usam a rede, 16% já fizeram transações comerciais via Internet. Se agregarmos a esse fato a inequívoca tradição do sistema bancário brasileiro em se utilizar de meios eletrônicos desde os anos 1970, fica clara a aposta certa no crescimento dos números do comércio eletrônico na rede.
- A participação do Governo, através de ferramentas que permitam o acesso a serviços e sistemas via rede, foi importante desde o começo. Basta citar o impressionante (em termos mundiais!) uso da Internet para entrega de declarações de Imposto de Renda e a disponibilidade de serviços públicos pela rede.

Por meio da pesquisa realizada, foi possível identificar as barreiras para o uso da internet, como demonstra o gráfico 2:

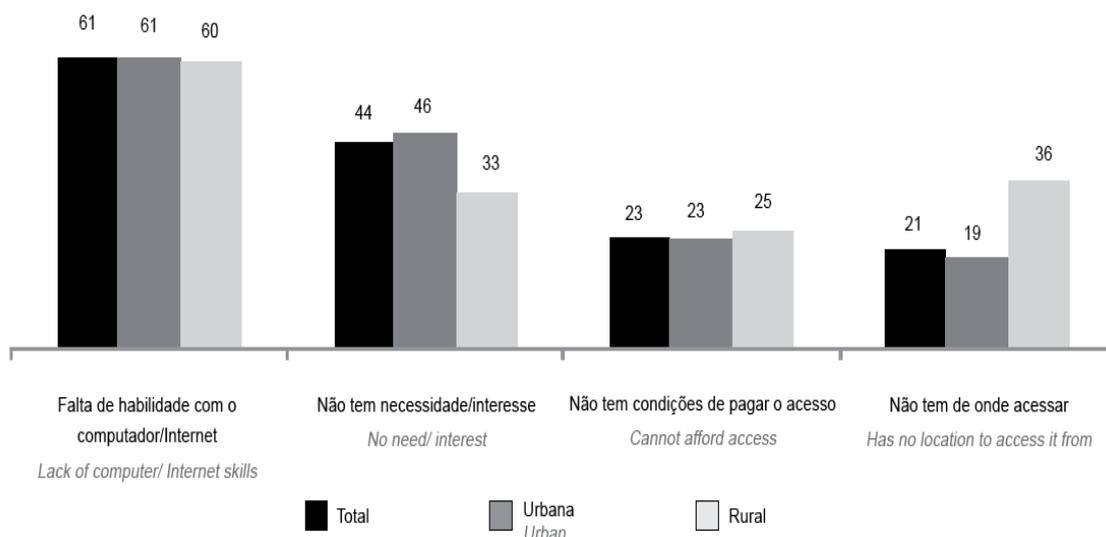


Gráfico 2 – Motivos pelos quais não houve o acesso a internet
Fonte: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação Brasil 2008.

Diante da constatação das barreiras pelas quais muitos brasileiros não possuem acesso a internet, ou mesmo não têm condições de adquirir equipamentos e serviços, há cada vez mais o empenho do governo e da sociedade civil, por meio das organizações não governamentais, de encontrarem soluções para garantir a inclusão digital dessa população. Nesse sentido é que tem importância a inserção da comunicabilidade como elo central de reflexão sobre os destinos do país e os estímulos a participação cidadã.

Para combater este quadro, destaca-se o Comitê pela Democratização da Informática (CDI), fundado no Rio de Janeiro em 1995, que tem como missão “promover a inclusão social de populações menos favorecidas, utilizando as tecnologias de informação e comunicação (TIC) como instrumento para construção e o exercício da cidadania”. Sua atividade principal é a criação de Escolas de Informática Cidadã, com o objetivo de prover às pessoas que fazem parte de comunidades de baixo poder aquisitivo e/ou com necessidades especiais, o acesso às técnicas e ao uso da informática.

Thiago Guimarães, jornalista e coordenador de atividades nos telecentros da Prefeitura de São Paulo, apresenta a inclusão digital não como um conceito isolado, mas como dupla inclusão: a digital e a social. Para ele, ou acontecem as duas, ou não existe inclusão digital.

Ocorre a inclusão digital quando as tecnologias de informação e comunicação são utilizadas para a inclusão social. Ou seja, deve-se ter a perspectiva de que o uso dos computadores em rede contribua para gerar renda, facilitar o acesso aos serviços públicos, integrar o cidadão na esfera pública e, de um modo mais amplo, melhorar a qualidade de vida das pessoas (GUIMARÃES, 2003, p.2).

Para que a inclusão digital ocorra, Guimarães (2003) destaca dois aspectos relevantes: o caráter humano dos projetos de inclusão digital e a dimensão da democratização da informática, ressaltando que inclusão digital não é um processo que brota das máquinas: a máquina é o meio de conquista de autonomia, de afirmação de identidade, de exercício da cidadania e de aproximação entre as pessoas. A atividade humana de instrução e orientação é fundamental.

Para que estas oportunidades não sejam desperdiçadas, não basta colocar pessoas à frente do computador; é preciso articular as comunidades com projetos culturais e educacionais, onde a comunicação é fator primordial. Inclusão digital deve ser vista como democratização da comunicação e da informação.

Desta forma, faz-se necessário a implementação e efetivação de políticas públicas que tenham como foco a inclusão digital, uma vez que a temática se insere na formação da sociedade da informação, a qual está em pleno desenvolvimento no cenário mundial. Assim, cabe destacar as ações que estão sendo desenvolvidas no Brasil.

1.1.2 Bases de um programa brasileiro para sociedade da informação.

No ano de 2000, o Ministério da Ciência e Tecnologia lançou o Livro “Sociedade da Informação no Brasil – Livro Verde”⁶, o qual propõe um conjunto de ações para impulsionar a sociedade da informação no Brasil em diversos aspectos, tais como: ampliação do acesso, meios de conectividade, formação de recursos humanos, incentivo à pesquisa e desenvolvimento, comércio eletrônico e desenvolvimento de novas aplicações (p. 6), ressaltando que o

⁶ Disponível em: <http://www.mct.gov.br>

mundo digital pode aprofundar a desigualdade que já existe entre os brasileiros, pois traz a ameaça do “*apartheid* digital”. Não só no Brasil mas em todo o mundo, parte considerável do desnível entre pessoas e instituições já é — e será progressivamente ainda mais — resultado da assimetria no acesso e entendimento da informação disponível na Sociedade e na consequente capacidade de agir e reagir de forma a usufruir seus benefícios.

A Sociedade da Informação não é um comodismo. Representa uma profunda mudança da sociedade e da economia, havendo quem a considere um novo paradigma técnico-econômico. É um fenômeno global, com elevado potencial transformador das atividades sociais e econômicas, uma vez que a estrutura e a dinâmica dessas atividades inevitavelmente serão, em alguma medida, afetadas pela infraestrutura de informações disponíveis. É também acentuada sua dimensão político-econômica, decorrente da contribuição da infraestrutura de informações para que as regiões sejam mais ou menos atraentes em relação aos negócios e empreendimentos. Sua importância assemelha-se à de uma boa estrada de rodagem para o sucesso econômico das localidades. Tem ainda marcante dimensão social, em virtude do seu elevado potencial de promover a integração, ao reduzir as distâncias entre pessoas e aumentar o nível de informação (SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NO BRASIL – LIVRO VERDE, 2000, p.30).

A transformação dos processos de produção, distribuição, comercialização e consumo possibilitado por cadeias de valor em rede, têm forte impacto na forma como se distribui a riqueza entre nações e regiões. Aquelas que, mais rapidamente, adotarem políticas de fomento e absorção destes novos processos terão vantagens competitivas enormes a longo prazo.

Ao mesmo tempo, na medida em que se amplia a quantidade de informação disponível em rede, também são maiores as oportunidades. A utilização crescente da comunicação abre um grande potencial para o desenvolvimento humano em todos os níveis: pela absorção da informação, sua transformação em conhecimento e sua utilização nas dimensões sociais, econômicas e culturais.

O Programa Sociedade da Informação busca contribuir de forma efetiva para:

- A construção de uma sociedade mais justa, em que sejam observados os princípios e metas relativos à preservação de nossa identidade cultural, fundada na riqueza da diversidade.

- A sustentabilidade de um padrão de desenvolvimento que respeite as diferenças e busque o equilíbrio regional.
- A efetiva participação social, sustentáculo da democracia política.

O papel fundamental do governo, em um Programa para a Sociedade da Informação como o proposto, deve ser o de universalizar as oportunidades individuais, institucionais e regionais. Ao mesmo tempo o governo deve dar suporte e incentivar o desenvolvimento tecnológico, no sentido de assegurar um empreendimento privado competitivo de caráter local, regional e global.

Além de estabelecer as bases para a massificação da comunicação digital na educação pública e nas instituições sociais, cabe ao governo incentivar e implantar experimentos que sirvam para a criação de uma verdadeira capacitação nacional nas áreas de infra-estrutura de informação e conhecimento digital. Os custos de tal empreitada, por maiores que possam ser, são investimentos da Sociedade no seu futuro. Não realizá-los, implicará, num curto prazo, em despesas muito maiores e de duvidoso retorno, no futuro, para a habilitação da cidadania e inserção do país na nova economia digital. Antes de ser um instrumento compensatório, a redução da desigualdade no acesso à informação, é e será um direito e, igualmente, essencial para o desenvolvimento e crescimento das redes digitais no país. A própria expansão da Internet pode ser bloqueada, em curto prazo, pela limitada penetração social decorrente das diferenças de poder aquisitivo.

O extraordinário impacto positivo que a nova economia e sociedade digital trazem consigo depende fundamentalmente de sua capacidade de ampliar o número de usuários, sejam domicílios, empresas ou instituições. Algumas experiências internacionais mostram que esses novos processos podem auxiliar — através, sobretudo da elevação da produtividade — a ampliar os horizontes do próprio crescimento econômico. Nesse cenário, é de extrema importância a contribuição da comunicação pública para a orientação permanente de uma construção política e econômica sob a ótica dos direitos sociais.

Um dos pressupostos do Programa é a estruturação de uma rede digital de comunicação de dados que permita a pesquisa, desenvolvimento e utilização, dentro de critérios aceitáveis de uso não competitivo ou pré-

competitivo da rede, de ambientes, ferramentas, sistemas e serviços que se possam considerar típicos da próxima geração de infra-estrutura digital de comunicação. Mais do que velocidade da rede deve-se almejar qualidade de serviço e modelos de negócio que garantam sua sustentação independentemente do próprio Programa.

Tal rede deve abranger todo o território nacional, criando oportunidades de educação, pesquisa e desenvolvimento, para todos, e provendo condições para a criação de empreendimentos digitais que poderão ser significativos para o crescimento nacional na nova economia. Para tal, é preciso articular a ação de governo, e dele com a iniciativa privada e o terceiro setor, para maximizar o impacto do investimento a ser realizado.

As características básicas da economia atual estão associadas à informação e ao conhecimento, sua conectividade e apropriação econômica e social.

Os meios de comunicação, computação e os processos de cooperação convergem rapidamente em torno de redes digitais abertas, interoperáveis, de alcance mundial. Tal convergência cria novos espaços e, em particular, exige que novos processos de coordenação sejam postos em prática para intermediar as formas de relacionamento entre os mais variados agentes. As mudanças no cenário socioeconômico são mais do que suficientes para provocar rupturas que tornam necessária a intervenção do governo para capacitar e rearticular os mais diversos atores socioeconômicos.

O conhecimento, sua geração, armazenamento e disseminação, tornam-se focos de um Programa para a Sociedade da Informação em qualquer país.

Não é possível hoje desconsiderar ou apenas reagir passivamente à inexorável expansão das redes digitais, especialmente para países que têm aspirações maiores. Muitos dos processos em curso dependem de interação de qualidade eficaz e eficiente, externa e interna. A ausência de conectividade e/ou de capacitação local retarda, paralisa ou leva mesmo à extinção desses processos, com perdas econômicas cada vez mais significativas e com impactos crescentes em outras dimensões do desenvolvimento humano (BRASIL, 1999).

Os objetivos do programa brasileiro para sociedade da informação

O Programa Sociedade da Informação estabelece um conjunto de objetivos qualitativos globais, priorizando Ciência, Tecnologia, Educação e Cultura, considerados habilitadores e indutores de outros, dentre os quais destacamos a seguir: Saúde, Aplicações Sociais, Educação para a Sociedade da Informação e Acompanhamento e Avaliação (BRASIL, 1999):

- Em Ciência e Tecnologia, aumentar radicalmente as capacidades de colaboração e condução de experimentos cooperativos por pesquisadores e de disseminação de resultados científicos e tecnológicos, incluindo a definição e prototipagem de serviços, processos e sistemas de informação científica e tecnológica;
- Em Educação, contribuir para a qualidade dos processos de educação à distância, incluindo elaboração e disseminação de conteúdo em rede, interação e verificação de aprendizado, utilizando uma infraestrutura avançada de comunicações. Adicionalmente, é preciso garantir a universalização do acesso à Internet, pelo menos, para todos os níveis da rede pública de educação;
- Em Cultura, utilizar os meios providos pelas tecnologias da informação e comunicação, para criação e difusão cultural brasileiras, com ênfase nas identidades locais, seu fomento e preservação;
- Em Saúde, estabelecer protótipos de serviços de referência em atendimento e de informação, dando atenção a projetos e sistemas que possam representar a universalização de tais serviços em todo o território brasileiro;
- Em Aplicações Sociais, investir para que a rede e suas aplicações possam ser usadas não só como elemento compensatório das diferenças sociais, mas como, principalmente, ambiente habilitador de competências e de participação social, sem nenhuma distinção, em nenhum nível;

- Em Educação para a Sociedade da Informação, onde se deve tratar de um programa de treinamento e formação para o mundo virtual, desde a preparação de especialistas em Tecnologias da Informação para projeto, construção, instalação, operação e manutenção de sistemas e serviços digitais em rede até a popularização em massa dos elementos essenciais da Sociedade da Informação, essencial para o acesso de todos ao mundo informatizado e conectado e, finalmente,
- Em Acompanhamento e Avaliação, estabelecer critérios, métodos e processos de medida de performance do Programa e suas ações, de forma a avaliar, em caráter permanente, o impacto das Tecnologias de Computação, Comunicação e Cooperação na Sociedade.

Para atingir tais objetivos, será necessário: (BRASIL, 1999)

- Estabelecer uma infraestrutura avançada de rede capaz de prover qualidade de serviço diferenciada, interconectando instituições de ensino e pesquisa, órgãos de governo e entidades não governamentais e privadas envolvidas no desenvolvimento do Programa. Tal infraestrutura atenderá prioritariamente as demandas das aplicações necessárias à comunidade de ensino e pesquisa, fundamentais para a criação dos serviços e aplicações da próxima geração de redes digitais para uso geral;
- Induzir, articular e fomentar o desenvolvimento e adoção de aplicações avançadas, provendo um conjunto de serviços básicos e ferramentas adequadas para o desenvolvimento das aplicações; iniciar e manter um programa de treinamento em capacidades relacionadas às tecnologias da Sociedade da Informação, seu uso, criação e disseminação de conteúdo através de serviços nela baseados;
- Promover experimentos com novas tecnologias de computação, comunicação e coordenação, com ênfase especial em iniciativas multidisciplinares, cujas consequências práticas possam vir a ter impacto socioeconômico relevante;

- Coordenar a adoção de padrões e práticas comuns entre as instituições participantes, para garantir a qualidade e interoperabilidade da infraestrutura, serviços e aplicações;
- Catalisar parcerias entre entidades governamentais, não governamentais, de ensino e pesquisa e do setor privado em geral;
- Estimular e articular a transferência de tecnologias desenvolvidas no Programa para a próxima geração de redes Internet no país para a sociedade em geral;
- Articular a política de informática com a de comunicação, principalmente nos aspectos referentes ao investimento em pesquisa e desenvolvimento e à universalização de acesso;
- Monitorar e avaliar o impacto da nova infraestrutura, serviços e aplicações, principalmente em ensino, pesquisa, desenvolvimento e na Internet em geral.

Em suma, para construir um conjunto de novas aplicações que deverão servir como base e protótipos para o desenvolvimento acelerado de uma Sociedade da Informação no Brasil, é preciso envolver, de forma decisiva e cooperada, o governo, a iniciativa privada e as instituições de ensino e pesquisa para criar e operar, em conjunto, uma infraestrutura e serviços de suporte para tais aplicações.

O Brasil tem ampla experiência no estabelecimento e uso de redes tipo Internet, representada principalmente pelos recursos humanos capacitados nas universidades e centros de pesquisa, em grande parte com o estímulo da Rede Nacional de Pesquisa (RNP).

Depois de uma fase de iniciação da Sociedade ao uso dos serviços e aplicações associados à versão atual da Internet, é necessário que se planeje e execute um salto qualitativo onde, mais uma vez, como no início do projeto da RNP, a principal preocupação deve se voltar para a formação de recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento, de forma que se criem as melhores condições possíveis para a apropriação socioeconômicoindustrial das próximas gerações de redes e serviços de computação, comunicação e informação.

As ações do Ministério da Ciência e Tecnologia voltados para o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação são muitas. O

MCT possui diversas unidades de pesquisa que realizam constantes estudos sobre o tema, tais como: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICTI), Instituto Nacional de Tecnologia (INT), Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RPN), dentre outros.

No presente ano, por meio do Decreto n. 6.868⁷, de 04 de junho, foi instituído o Programa de Apoio à Pesquisa, desenvolvimento e inovação em tecnologias digitais e informação e comunicação (Pro TIC), cujas atribuições, segundo seu artigo terceiro, são:

- I - promover estratégias de articulação de programas, projetos e atividades desenvolvidas no País nas áreas de atuação do ProTIC;
- II - propor diretrizes para o estabelecimento de redes de colaboração em pesquisa, desenvolvimento e inovação em tecnologias digitais, em particular sobre TV Digital;
- III - promover a cooperação internacional;
- IV - estabelecer critérios para aprovação de projetos, aplicação de recursos e avaliação de resultados; e
- V - elaborar e aprovar seu regimento interno.

Segundo dados do Observatório Nacional de Inclusão Digital (ONID)⁸, o Brasil possui atualmente 85 programas de inclusão digital cadastrados no portal. Destes, 65 são de gerenciamento público e 23 da sociedade civil. Cabe ressaltar que deste total (85), 31 são de abrangência municipal, 9 regional, 22 estadual e 26 nacional.

Desta forma, observamos que o governo federal tem ao menos dado continuidade às ações desenvolvidas nessa área, não as interrompendo a cada “troca de governo”, o que propicia o desenvolvimento continuado dos programas.

A inclusão digital é temática complexa e agrega grande importância no cenário atual, uma vez que, a mesma pode possibilitar a minimização das desigualdades sociais, bem como proporcionar o desenvolvimento econômico e social. Assim, pode-se considerar de fundamental importância as relações

⁷ Disponível em: <http://www.mct.gov.br>

⁸ Mais informações: <http://www.onid.org.br>

existentes entre essa temática e, a mídia e a modernidade, questões essas que serão tratadas a seguir.

1.2 Mídia e modernidade: aspectos relevantes

Em todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico (THOMPSON, 2008, p. 19).

Segundo Thompson (2008), o desenvolvimento dos meios de comunicação – desde as mais remotas formas de interação até os mais recentes tipos de comunicação eletrônica – foi uma parte integral do surgimento das sociedades modernas e se entrelaçou de maneira complexa com um número de outros processos de desenvolvimento que, considerados em sua totalidade, se constituíram naquilo que hoje chamamos de ‘modernidade’. Só poderemos entender o impacto do desenvolvimento das novas redes de comunicação e do fluxo de informação, se pusermos de lado a idéia intuitivamente plausível de que os meios de comunicação servem para transmitir informação e conteúdo simbólico a indivíduos cujas relações com os outros permanecem fundamentalmente inalteradas.

Os meios de comunicação não são apenas “meios” para se transmitir informações de forma estática. Seu conteúdo está inserido dentro de um contexto social e é elaborado para atingir públicos determinados e fazer com que os sujeitos tenham atitude perante o que lhe é repassado. Não cabe mais termos a visão de que o sujeito é um ser alienado perante os meios de comunicação, que “somos vegetais” e não sabemos formar nossas próprias opiniões. Os meios influenciam sim, mas hoje o receptor é perfeitamente capaz de elaborar seus próprios conceitos diante do mundo do qual faz parte. Assim “os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos. A comunicação midiática é sempre contextualizada.” (THOMPSON, 2008, p.20)

Nos tempos mais recentes se faz necessário entender a comunicação inserida na sociedade e dentro de um contexto social, pois este não deve ser ignorado. Esse processo se dá, uma vez que, na sociedade existem relações de poderes que constituem o tecido social, e através deles há o desenvolvimento das sociedades, ou seja: o poder político; o poder econômico;

o poder coercitivo e o poder simbólico. Por meio da relação entre esses “poderes” é possível visualizar o contexto social. Podemos caracterizá-los como:

- 1) Poder Político: estrutura o âmbito legal da sociedade (concepções políticas). Há a construção das leis, as quais determinam a estrutura da sociedade. Devemos, nos dias de hoje, trabalhar com o conceito de Democracia, pois em tese permite que a sociedade participe do processo decisório de uma nação. Seus componentes simbólicos são: a) rotatividade no poder; b) possibilidade de escolha.
- 2) Poder Econômico: são as formas econômicas que se encontram na sociedade. Dá-se na relação Estado x iniciativa privada, não significando necessariamente oposição entre ambos.
- 3) Poder Coercitivo: Implica o uso, ou a ameaça, da força física para subjugar ou conquistar um oponente. Realizado pelas forças de ordem, como por exemplo, exército e polícia.
- 4) Poder Simbólico: possui 2 componentes básicos: a) o poder da cultura e b) o poder da comunicação. O poder simbólico pode ser mais forte que o poder político, econômico e coercitivo. Esse poder gera significado às ações dos indivíduos. Trata-se de uma atividade social distinta que envolve produção, transmissão e recepção de formas simbólicas e implica também a utilização de recursos de vários tipos. O uso da mídia provoca uma reorganização do tempo e do espaço. O poder simbólico cria conceitos que visam interesses. Destrói identidades para criar outras identidades. É por meio deste poder que os outros 3 (político, econômico e coercitivo) se materializam.

FORMAS DE PODER	RECURSOS	INSTITUIÇÕES PARADIGMÁTICAS
Poder Econômico	Materiais e financeiros	Instituições econômicas (p. ex. empresas comerciais)
Poder Político	Autoridade	Instituições políticas (p.ex. Estados)
Poder Coercitivo (especialmente poder militar)	Força física e armada	Instituições coercitivas (especialmente militares, mas também a polícia, instituições carcerárias, etc.)
Poder simbólico	Meios de informação e comunicação	Instituições culturais (p.ex. a igreja, escolas e universidades, as indústrias da mídia, etc.)

Quadro 1 – Formas de poder
Fonte: THOMPSON (2008, p.25)

Com o desenvolvimento de uma variedade de instituições de comunicação, a partir do século XV até os nossos dias, os processos de produção, armazenamento e circulação têm passado por significativas transformações. Estes processos foram alcançados por uma série de desenvolvimentos institucionais característicos da era moderna. Em virtude destes desenvolvimentos, as formas simbólicas tornaram-se mercadorias que podem ser compradas e vendidas no mercado; ficaram acessíveis aos indivíduos largamente dispersos no tempo e no espaço. De uma forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólico no mundo moderno (THOMPSON, 2008).

A atual configuração do desenvolvimento tecnológico faz com que “tudo” se torne mercadoria, estando à venda. A informação é atualmente o objeto que mais possui valor de mercado. É por meio dela que tudo se desenvolve, ou seja, quem detém informação detém poder⁹, quem não a possui está excluído socialmente.

Os meios de comunicação, segundo Thompson (2008), se adaptaram rapidamente a essa valorização da informação, transformando totalmente a “forma de se fazer a notícia”. Até mesmo as campanhas políticas ganharam ‘nova roupagem’, saíram do face a face e mergulharam de cabeça no *show*

⁹ Poder, de modo geral, é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhes são disponíveis; recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses (THOMPSON, 2008, p. 21).

business. A política torna-se cada vez mais financiada por aqueles que detém poder aquisitivo, pois dessa forma passam também a deter o poder decisório. O conteúdo simbólico ganha força e expressão, chegando a ser o ponto crucial nas tomadas de decisão e na formulação da vida pública.

Um outro aspecto atual de influência para a mídia é a relação tempo espaço e suas novas configurações. As fronteiras territoriais “perdem espaço”, pois as atividades que impactam no desenvolvimento social, político e econômico de uma nação extrapolam o territorial e ganham o ciberespaço.

Essa transformação do espaço-tempo altera também as condições sob as quais os indivíduos exercem o poder: tornam-se capazes de agir à distância; podem intervir e influenciar no curso dos acontecimentos mais distantes no espaço e no tempo.

O advento da telecomunicação, a partir da segunda metade do século XIX, trouxe uma disjunção entre o espaço e o tempo, no sentido de que o distanciamento espacial não mais implicava o distanciamento temporal. Informação e conteúdo simbólico podiam ser transmitidos para distâncias cada vez maiores num tempo cada vez menor; quando a transmissão telegráfica foi instalada, as mensagens eram recebidas em menos tempo do que era necessário para codificar e decodificar a informação. O distanciamento espacial foi aumentado, enquanto a demora temporal foi sendo virtualmente eliminada (THOMPSON, 2008, p. 36).

Com o advento da disjunção espaço-tempo, outro conceito ganha forma e torna-se global: a simultaneidade. A mesma pressupunha localidade, e com o desenvolvimento dos meios de comunicação este conceito se desvincula da “localidade”, o que permite a realização de eventos simultâneos.

A relação espaço-tempo transformou também a vida cotidiana das pessoas, transformações estas vivenciadas na arte, na literatura, na música, enfim, na compreensão do passado e do futuro, que cada vez mais passa a ser mediada pelas formas simbólicas. O passado passa a ser compreendido não apenas “pelas histórias que os outros contam”, mas pelo conteúdo simbólico que passa a ser armazenado nos livros, nas músicas, nas artes plásticas, nos filmes. Assim, em decorrência:

Os horizontes espaciais de nossa compreensão se dilatam grandemente, uma vez que eles não precisam estar presentes fisicamente aos lugares onde os fenômenos observados ocorrem. Tão profunda é a medida em que a nossa compreensão do mundo foi modelada pelos produtos da mídia hoje que, quando viajamos para lugares distantes como visitantes ou turistas, nossa experiência vivida é muitas vezes precedida por um conjunto de imagens e expectativas adquiridas através de nossa prolongada exposição aos produtos da mídia. Ao alterar a compreensão do lugar e do passado, o desenvolvimento dos meios de comunicação modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos – isto é, a compreensão dos grupos e das comunidades a que eles sentem pertencer (THOMPSON, 2008, p. 38-39.)

Atualmente, podemos nascer em uma região e pertencer a comunidades das mais diversas naturezas, e que estão “sediadas” no mundo virtual. O sentimento de pertencimento muda, se transforma, dá a oportunidade de as pessoas serem o que realmente querem, ou de extrapolar os limites da conduta diária. Ficção e realidade se misturam em um mesmo mundo. O relacionamento interpessoal também se modifica, as pessoas não precisam estar mais na presença física de outrem para se relacionarem. As barreiras territoriais estão sendo eliminadas pelo mundo virtual. Já é possível estar em qualquer parte do mundo sem sair de casa, ou seja, do “seu território”.

A partir das modificações ocorridas na mídia, o ator fundamental para o seu desenvolvimento, como já citado anteriormente, é a informação. Mas de que forma se adquire a informação? Como sentimos seu impacto em nossa vida cotidiana?

A partir dessas indagações e do desenvolvimento das tecnologias e das sociedades, acaba por emergir um fator que agrega valor e se torna crucial no desenvolvimento humano: o conhecimento.

Atualmente, quem possui conhecimento está em vantagem competitiva no mercado, acaba por tornar o seu capital intelectual valorativo, e desta forma agrega valor ao seu produto no mercado, ou seja, as pessoas.

1.2.1 O conhecimento, a mídia e a modernidade

Aproximações ao conceito de conhecimento

Gestão do conhecimento, capital intelectual, inteligência competitiva e vários outros termos têm surgido para tentar caracterizar uma nova área de interesse na administração das organizações, sejam elas públicas ou privadas, ressaltando que o setor privado está bem à frente, neste novo modelo, do setor público.

Para compreendermos melhor o que vem a ser o conceito de Gestão do Conhecimento e quais são os seus desdobramentos diante do cenário vivenciado atualmente no mundo do trabalho, se faz necessário abordarmos a diferenciação de alguns conceitos – dados / informação / conhecimento, para que possamos fundamentalmente compreender o que venha a ser este último.

Conforme Davenport; Prusak (1998, p.2), **dados** “são um conjunto de fatos distintos e objetivos, relativos a eventos, sendo que, em um contexto organizacional, dados são utilitariamente descritos como registros estruturados de transações.” Os dados nada mais dizem sobre a sua própria importância ou relevância. Porém, são importantes para as organizações – em grande medida, porque é a matéria-prima essencial para a criação de informação.

Segundo Drucker (1999, p.32), **informações** “são dados interpretados, dotados de relevância e propósito.” De forma complementar, Senge (1999, p. 487) afirma que “informações são dados com relevância à situação do receptor”, demonstrando “o importante papel do ser humano ao converter dados em informações.”

Davenport; Prusak (1998, p.4) pontuam que “informação visa a modelar a pessoa que a recebe no sentido de fazer alguma diferença em sua perspectiva ou *insight*”.

Assim como a informação provém dos dados, o conhecimento deriva das informações. Os autores supracitados mencionam que “os dados tornam-se informação quando seu criador lhes acrescenta significado, sendo que este significado pode ser agregado por meio de cinco processos: a)

contextualização; b) categorização; c) cálculo; d) correção; e) condensação.” (p.5)

Entretanto, “para que a informação se transforme em conhecimento, os seres humanos precisam fazer todo o trabalho, isto é, agregar valor à informação por meio de quatro processos: a) comparação; b) consequências; c) conexões; d) conversação.” (DAVENPORT; PRUSAK, 1998 p. 7).

Diante dessas diferenciações, qual seria a forma mais adequada para se definir o conhecimento?

Como o objetivo não é elucidar completamente essa questão, por não se tratar do foco deste estudo, serão apontadas algumas definições mais mencionadas na literatura especializada, decorrentes de diferentes autores, que, entretanto, se complementam:

O conhecimento tornou-se o fator econômico mais importante no ambiente competitivo das organizações. Conhecimento não no sentido abstrato, ou teórico, mas aplicado ao dia-a-dia das empresas (TEIXEIRA, 2000, p. 16).

O conhecimento pode e deve ser avaliado pelas decisões ou tomadas de ação, às quais ele leva (DAVENPORT; PRUSAK, 1998, p. 7).

O conhecimento é a capacidade para a ação eficaz e este conhecimento somente se difunde quando existem processos de aprendizagem pelos quais os seres humanos desenvolvem novas capacidades de ação eficaz (SENGE, 1999, p. 487).

O conhecimento, ao contrário da informação, diz respeito a crenças e compromissos. O conhecimento é uma função de uma atitude, perspectiva ou intenção específica. Está relacionado à ação, possui sempre algum fim (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p.63).

Conhecimento não é nem dado nem informação, porém, está relacionado a ambos. Seria então um conjunto formado por experiências, valores, informação de contexto e – por que não? – criatividade aplicada à avaliação de novas experiências e informações (TEIXEIRA, 2000, p. 161).

Ao longo da história, a supremacia nos conflitos, mais cedo ou mais tarde, foram daqueles que detinham o conhecimento. Isso valeu para o ser humano que lutava para se adaptar a um ambiente hostil na pré-história e valeu também para as civilizações da Antiguidade. E isso se repete nos dias atuais, no momento em que estamos vivenciando uma sociedade diferente, na qual o trabalho tende a ser cada vez mais intelectual do que artesanal.

Conforme Lévy (1993, p. 75), são três as etapas do processo de *difusão do conhecimento*:

- A oralidade (primária e secundária).
- A escrita.
- A informática.

Entretanto, ao vislumbrarmos que a informática é apenas uma das possíveis categorias de expressão das formas escrita e oral, podemos argumentar que, na história da humanidade, os processos de gestão e difusão da informação e do conhecimento devem ser subdivididos, não apenas em três, mas em quatro grandes dimensões:

- Da oralidade.
- Da escrita.
- Da impressão.
- Da informática.

Essas etapas podem ser complementares, umas às outras, e possuem patamares de complexidade, intensidade e abrangência cada vez maiores.

De Masi (1999) defende que após a humanidade passar por vários séculos numa sociedade essencialmente agrícola, os últimos duzentos anos foram dominados por um tipo de organização social em torno da indústria. Estaríamos agora em vias de dar início a outro tipo de organização social, com novas características, novas formas de trabalho e de vida. O “pós-industrial”, nesse caso, poderia significar não só uma sociedade aberta, rica, interconectada e socialmente mais justa, mas também, em direção oposta, um retorno à organização agrária, depois de um fracasso da industrialização. Para esse autor portanto, a sociedade “pós-industrial” se caracteriza pelo predomínio dos trabalhadores do setor terciário, isto é, o setor de serviços. São os chamados *brain workes*, ou trabalhadores de cérebro, ou ainda, como preferimos, trabalhadores do conhecimento.

As mudanças mais perceptíveis na estrutura social são: a passagem da produção de bens para a economia de serviços, o avanço das classes de

trabalhadores técnicos, a centralidade da inovação, a gestão do desenvolvimento tecnológico e uma nova organização do saber.

Podemos por assim dizer que, além da industrial, temos também hoje a ‘*economia do conhecimento*’, pois a sociedade que tem acesso à informação pode tanto dominar setores como desenvolvê-los (ANDRIANI; ZOMER, 2002).

O conhecimento é a matéria-prima da carreira profissional dos indivíduos. Geri-lo bem passa, então, a ser essencial no estágio atual da história da sociedade, tanto para as organizações quanto para as pessoas.

As pessoas obtêm e geram conhecimento das informações de diversas formas: por comparação, pela experimentação, por outros conhecimentos e por meio de outras pessoas. O conhecimento é transmitido por pessoas e para pessoas através de meios estruturados como vídeos, livros, documentos, páginas da Web, entre outros. Pode-se obtê-lo daqueles que já o tem, pelo aprendizado interpessoal e pelo compartilhamento de experiências e idéias. Este está intimamente relacionado com a ação.

Segundo Nonaka; Takeuchi (1997), o conhecimento se amplia através do conhecimento tácito versus conhecimento explícito. O conhecimento tácito é aquele que as pessoas possuem, mas não está descrito em nenhum lugar, residindo apenas em suas cabeças. O explícito é aquele registrado de alguma forma, portanto disponível para as demais pessoas. Muito do que é feito em Gestão do Conhecimento tem por base essas sucessivas passagens de conhecimento tácito para explícito e vice-versa, na chamada “espiral do conhecimento”.

Conhecimento		
Tácito – Explícito		
Socialização:	Tácito para Tácito	= Comunidade
Externalização:	Tácito para Explícito	= Memória
Combinação:	Explícito para Explícito	= Sistemas
Internalização:	Explícito para Tácito	= Treinamento

Quadro 2 – A espiral do conhecimento (a)
Fonte: NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p. 80.



Figura 2 – A espiral do conhecimento (b)
Fonte: NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p. 80

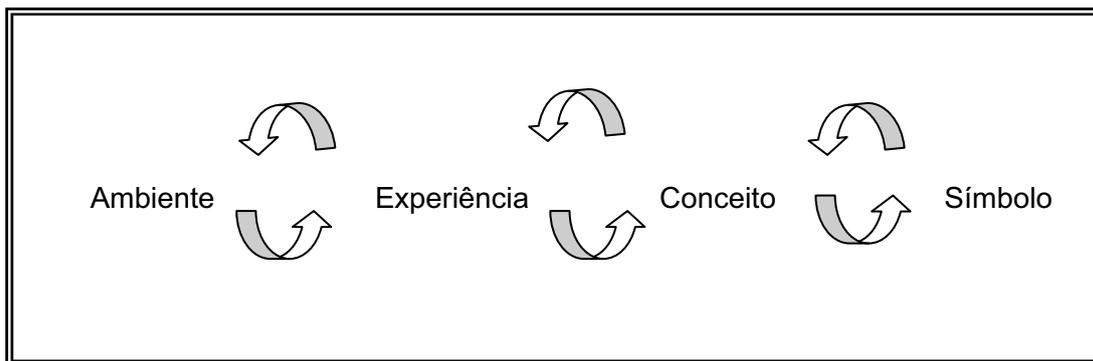


Figura 3 – Dinâmica do conhecimento
Fonte: TEIXEIRA, 2000, p. 80.

O **conhecer** é atividade especificamente humana e significa a apreensão, a interpretação. Conhecer supõe a presença do sujeito; um objeto ou problema que suscita sua atenção compreensiva; o uso de instrumento de apreensão, um trabalho de debruçar-se.

Cria-se uma representação do conhecimento – que já não é mais o objeto inicial, mas uma construção do sujeito (resultado da relação que se estabelece entre sujeito e objeto). O conhecimento produz, assim, modelos de apreensão que, por sua vez, vão instruir conhecimentos futuros.

Conhecer significa voltar-se para a realidade, e “deixar falar” o objeto; mas conhecer significa também apreender o mundo através de esquemas já

conhecidos, identificar no novo a permanência de algo já existente ou reconhecível.

Conhecer não é apenas re-conhecer a prática, mas antecipá-la, revesti-la de sentidos, projetá-la, isto é, abrir o ato para seu significado cultural.

O surgimento do tema Gestão do Conhecimento.

O tema Gestão do Conhecimento pode ser encontrado sob vários títulos, mais ou menos equivalente a capital intelectual e inteligência competitiva.

Segundo Teixeira (2000), o interesse pelo conhecimento nas empresas (ou capital intelectual) começou com a constatação de que o valor de mercado de diversas empresas como Lótus, Microsoft, Apple, Amazon.com, Yahoo!, Nokia, Skandia, Nike, Benneton, América On-Line, dentre outras, é muito maior que o valor de seu patrimônio físico (instalações, equipamentos, etc.).

Ainda, segundo o autor, do ponto de vista acadêmico, talvez se possa dizer que a Gestão do Conhecimento é uma ‘zona cinza’ no cruzamento entre Teoria da Organização, estratégia de negócios, tecnologia da informação e cultura administrativa.

Por ser o precursor das discussões sobre o tema, Klein (1998) trabalha com o conceito de “gestão do capital intelectual” e com o axioma de que “as organizações competem crescentemente com base em seus ativos intelectuais”. Sendo assim o conhecimento passou a ser considerado o principal fator de produção das modernas economias e a competitividade é determinada pelo “capital intelectual das empresas – seu conhecimento, experiências, especialização e diversos ativos intangíveis, ao invés do capital tangível, físico e financeiro” – e pelas inovações que as organizações conseguem gerar e difundir.

As dimensões da Gestão do Conhecimento.

O tema em questão possui várias dimensões que podem ter diferentes abordagens, todas válidas e complementares.

Segundo Teixeira (2000), podemos citar as seguintes:

- 1) Estratégica – a ênfase que começa a ser dada atualmente ao conhecimento na empresa representa uma profunda transformação em relação ao “paradigma industrial”, consagrado desde Taylor, Fayol e Ford. Numa “nova economia”, muito mais baseada em valores intangíveis, será preciso uma empresa totalmente diferente;
- 2) Trabalho – passagem do trabalho manual para o intelectual, num momento em que a maioria das tarefas repetitivas já é assumida por máquinas, indica que a relação da pessoa com o trabalho muda, como muda o que ela precisa saber para trabalhar. O mercado de trabalho passa a demandar um novo perfil de profissional, no qual identifique as seguintes palavras-chaves: iniciativa, discernimento e aprendizado. Cabe a questão: qual o perfil profissional do trabalhador do conhecimento? E ainda: é possível uma reeducação para o trabalho ou a aplicação dos novos conceitos só será possível para uma nova geração?
- 3) Tecnológica – Percebe-se que as tecnologias da informação e das telecomunicações são os principais habilitadores dessa “nova economia”. Desta forma questiona-se: qual o impacto da tecnologia internet para a gestão do conhecimento? Como as comunicações virtuais afetam a estratégia das empresas? Quem compete com quem na “nova economia”? E quais as tecnologias mais importantes neste novo cenário?
- 4) Social - A tecnologia está se sobrepondo às instituições sociais, se tornando autojustificada, autopropetuada e onipresente. A mesma está redefinindo o que entendemos por arte, privacidade, inteligência, etc. Vivemos num “tecnotópico” em que a individualidade é minada e a liberdade é pervertida. A gestão do Conhecimento é mais uma inovação, num cenário de profundas mudanças. Desta forma, questiona-se: Como manter uma posição crítica e independente neste cenário? Não estaremos diante de um perigo real de “overdose de informação”? Por outro lado, quem serão os agentes culturais principais neste novo ambiente?

Ressalta-se que a distribuição de conhecimento no mundo acompanha a distribuição de riquezas. Os locais onde as pessoas estão mais bem preparadas para a “nova economia” são os locais onde hoje há maior concentração de riquezas. As enormes discrepâncias nos níveis de educação no mundo – entre países, regiões e classes sociais diferentes – formam um mapa das oportunidades e ameaças da “era do conhecimento”.

As configurações da Gestão do Conhecimento nas organizações.

O interesse das organizações no conhecimento deve-se, entre outros aspectos, ao fato do conhecimento estar muito associado à ação.

As pessoas têm utilizado o conhecimento nas organizações há muito tempo, pelo menos implicitamente. No entanto, o reconhecimento de que o conhecimento é um recurso que precisa ser gerenciado é relativamente recente.

Segundo Teixeira (2000), a Gestão do Conhecimento é uma área nova na confluência entre tecnologia da informação e administração, um novo campo entre a estratégia, a cultura e os sistemas de informação de uma organização.

Numa economia global, o conhecimento torna-se a maior vantagem competitiva de uma organização, uma vez que o ciclo de desenvolvimento de novos produtos é cada vez mais curto. E é o setor privado que primeiramente vislumbra essa potencialidade do conhecimento. Este passa a utilizar o conhecimento como uma vantagem competitiva.

Inovadora diante das atuais mudanças, a GC – como é mais conhecida - possui uma natureza complexa, multidimensional e evolutiva. Podemos assim defini-la:

[...] como um conjunto de processos sistematizados, capazes de incrementar a habilidade dos gestores públicos em criar, coletar, organizar, transferir e compartilhar informações e conhecimentos estratégicos que podem servir para a tomada de decisões, para a gestão de políticas públicas e para inclusão do cidadão como produtor de conhecimento coletivo (Comitê Executivo do Governo Eletrônico, 2004, apud BATISTA; PACHECO; TERRA, 2005, p.9).

A Gestão do Conhecimento é, em seu significado atual, um esforço para fazer com que o conhecimento de uma organização esteja

disponível para aqueles que dele necessitem dentro dela, quando isso se faça necessário, onde isso se faça necessário e na forma como se faça necessário, com o objetivo de aumentar o desempenho humano e organizacional (TERRA, 2002, p.245).

A Gestão do Conhecimento deve incluir duas estratégias relevantes, que podem ser chamadas de coleção e conexão. Na primeira, o conhecimento das pessoas pode ser codificado em documentos, modelos e *software*, para que outras pessoas possam usá-lo. Na segunda, as pessoas podem ser conectadas diretamente a outras com experiência relevante, para que este conhecimento possa ser aplicado a um problema específico (DAWSON, 1998, apud IPEA¹⁰, 2005, p. 88).

Conhecimento pode ser definido como a “capacidade de agir”. Conhecimento é um processo; é dinâmico, pessoal e absolutamente distinto da informação, que é uma mídia para a comunicação explícita. Quando tratarmos das características do conhecimento, devemos ter em mente que o termo Competência Individual (ou Humana) pode ser entendido como o seu sinônimo mais adequado. Como se concluiu que o conhecimento é uma faculdade humana, a meta e a obrigação das empresas com a GC, então, é nutrir, alavancar e motivar as pessoas a compartilharem a sua capacidade de agir: a GC se transforma em uma tarefa da organização inteira. Isso é o que eu chamo de Estratégia Baseada no Conhecimento (SVEIBY, 2001, p.2).

A criação, o aprendizado, o compartilhamento (transferência) e o uso ou a alavancagem do conhecimento constituem um conjunto de processos e dinâmicas sociais que precisa ser administrado (a tecnologia não é o centro da questão). Não conseguimos descrever isso tudo de uma maneira melhor que Gestão do Conhecimento (WIIG, 1998, apud IPEA, 2005, p.88).

O conceito de GC alia-se diretamente à comunicação pública, porque refere-se ao processo que uma organização adota para gerenciar seus ativos intelectuais – implica a adoção de um enfoque integrado para gerenciar:

- Os processos de criação, absorção, organização, acesso e uso da informação codificada e do conhecimento tácito;
- O conteúdo das informações organizacionais de diversas fontes internas e externas, como documentos, bancos de dados, normas, procedimentos etc.;
- A base tecnológica e funcional que serve de suporte aos dois itens anteriores, incluindo a automação da gestão da informação, as ferramentas de captura, a difusão e a colaboração e a automação de processos;

¹⁰ IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

- A extensão ou o alcance do processo de GC na estrutura organizacional, que pode se limitar a aplicações pontuais ou abranger uma variedade de competências da empresa e de parceiras interligadas a ela.

Gestão do Conhecimento é um processo sistemático de conectar pessoas com pessoas, e pessoas com o conhecimento de que elas precisam para agir eficazmente e criar novo conhecimento. As iniciativas de Gestão do Conhecimento visam melhorar o desempenho de uma organização e das pessoas que nela trabalham, por meio de identificação, captura, validação e transferência de conhecimento. O objetivo não é simplesmente compartilhar conhecimento, embora este seja um subproduto valioso do processo (*American Productivity and Quality Center – APQC*).

Conhecimento não é simplesmente uma “coisa” explícita e tangível como a informação, mas informação combinada com experiência, contexto, interpretação e reflexão. Conhecimento envolve a pessoa como um todo, integrando os elementos de pensamento e sentimento. Portanto, alguns se opõem à sugestão implícita na utilização do termo Gestão do Conhecimento de que o conhecimento pode ser assim gerenciado porque isso revela um erro fundamental na compreensão da natureza do conhecimento. Por esse motivo:

Muitos profissionais vêm cada vez mais “compartilhamento de conhecimento” como uma descrição melhor daquilo que eles se propõem a fazer do que “Gestão do Conhecimento”. Outros preferem enfatizar “aprendizagem”, porque o desafio maior na implementação da Gestão do Conhecimento está menos no “envio” e mais na “recepção”, principalmente os processos de criar sentido, entendimento, e poder agir com base nas informações disponíveis. Em geral, qualquer que seja o termo empregado para descrever o processo, a Gestão do Conhecimento está deixando de ser encarada como a última moda em administração, mas como um sinal de um modo mais orgânico e holístico de entender e explorar o papel do conhecimento nos processos de gerenciar e executar o trabalho, e um guia autêntico para que indivíduos e organizações encarem o ambiente cada vez mais complexo e mutante da economia moderna (WORLD BANK, 1998, p. 43).

Para a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Gestão do Conhecimento é uma ampla coleção de práticas organizacionais relacionadas à geração, à captura, à disseminação de *know-*

how e para promover o compartilhamento do conhecimento na organização e com o mundo exterior. Inclui:

- Mudanças organizacionais (descentralização de autoridade, desburocratização de unidades gerenciais, uso de Tecnologias de Informação e Comunicação, etc.).
- Desenvolvimento de pessoas (práticas de *mentoring* e treinamento, etc.).
- Transferência de competências (banco de dados das competências das equipes, boas práticas de trabalho, etc.) e
- Mudanças gerenciais e incentivos para o compartilhamento de conhecimento (avaliação do desempenho dos servidores e promoção relacionada ao compartilhamento do conhecimento, evolução no papel dos gestores, etc.).

O processo de Gestão do Conhecimento assegura que as atividades de uma organização sejam transformadas em novos conhecimentos, ou seja, em novos processos e em produtos ou soluções.

A Gestão do Conhecimento faz com que renasça outra expressão há muito esquecida:

Aprendizagem Organizacional, componente importante nesse novo cenário, onde esta prioriza o processo contínuo de detectar e corrigir erros nesta nova organização que aprende (SENGE, 1999, p. 324).

O processo da GC focaliza: a) aprendizagem contínua; b) estratégia de inovação; c) geração do conhecimento.

Para se ter uma dimensão da complexidade da GC, esta propõe formas para efetivação deste novo processo, sendo elas:

- 1) Gestão do Capital Intelectual – formada pela tríade: Capital Humano x Capital estrutural/organizacional x Capital de clientes/relacionamentos. Fase onde a organização é capaz de implementar processos de criação contínua e de proporcionar valor de qualidade superior. Está associada à manutenção da memória organizacional, ou seja, ao mapeamento, à sistematização e à adequada disseminação do conhecimento.
- 2) Gestão de Competências – é a expressão utilizada para promover a integração entre as atividades, as habilidades e os conhecimentos

necessários para que as pessoas alcancem resultados diferenciados, além de haver uma maior responsabilidade pelo processo de aprendizagem, tanto por parte do gestor, quanto por parte dos colaboradores (funcionários operacionais). Ressaltam-se dois aspectos importantes: a) o desenvolvimento de um programa de capacitação; b) “gestão de talentos” – a identificação de conhecimentos, habilidades e potenciais na equipe de colaboradores.

- 3) Aprendizagem Contínua - é fato que o melhor profissional é aquele que “sabe aprender” ou que “está continuamente aprendendo”.
- 4) Portais Corporativos – Promovem o aumento da capacidade de solução de problemas e/ou de geração de inovação no interior das organizações, sendo:

A nova forma para dar apoio à transformação fundamental nos atuais modelos organizacionais e naquelas atividades intensivas em conhecimento, assim como são os provedores de um ambiente tecnológico que permite a adequada gestão das informações e dos conhecimentos de uma organização (TERRA, 2002, p.16).

Os portais corporativos têm por objetivo:

- a) integrar o uso de aplicativos e bases de dados informatizados;
- b) conectar os indivíduos às fontes de informação, unificando os ambientes de pesquisa, organização e divulgação e/ou publicação das informações e do conhecimento necessário às organizações;
- c) permitir a personalização do acesso à informação;
- d) automatizar e aperfeiçoar os ciclos de decisão dos trabalhadores do conhecimento;
- e) permitir a criação de níveis profundos de colaboração entre os funcionários;
- f) fomentar a criação e a reutilização do conhecimento explícito e a localização de pessoas que podem aplicar seu conhecimento tácito em situações específicas.

Os portais corporativos, ao integrarem os fluxos de dados, informações e conhecimentos, também podem ser utilizados como ferramenta de apoio à mudança da cultura das organizações, incentivando a colaboração e o

compartilhamento de experiências e conhecimentos, remodelando as formas de organização do trabalho e de capacitação, assim como redesenhando processos, atividades, relacionamentos, hierarquias e estruturas.

- 5) Comunidades de Prática (CdP) – comunidades virtuais de colaboração voluntária, que na verdade, nada mais são do que grupos de pessoas constituídas de maneira informal, em função da satisfação de interesses ou de soluções de problemas comuns, seja para a troca de ideias, informações e experiências, seja para um tipo de aprendizado mais estruturado.

As CdPs usam ferramentas especiais de *groupware*¹¹ ou mesmo aquelas disponibilizadas para os grupos de discussão e para as comunidades virtuais gratuitas, como o compartilhamento de áreas de disco, o correio eletrônico, as salas de discussões, as votações eletrônicas, os murais *on line*, os *e-zines*¹², os *blogs*¹³, etc. para a troca de ideias, documentos, programas, informações, conhecimentos e experiências. Esse conceito:

Foi originalmente cunhado por Etienne Wenger¹⁴ e é, atualmente, um dos temas mais promissores no campo da gestão do conhecimento. Comunidades de Prática é um termo que se refere às maneiras como as pessoas trabalham em conjunto e/ou se associam naturalmente (TERRA, 2002, p.72).

¹¹ “Sistemas de computadores que assistem grupos de pessoas engajadas em uma tarefa (ou objetivo) comum e que provém uma interface com um ambiente compartilhado. Têm como objetivo dar assistência aos grupos na comunicação, colaboração e coordenação de atividades.” (ELLIS; GIBBS; REIN 1993, apud ZOTTO; ALVARES, 1998, p.3).

¹² *E-zines* é a nova nomenclatura dada no mundo virtual ao Fanzine, que seria, segundo o Dicionário Michaelis, edição de 1998, “publicação de imprensa alternativa, geralmente dedicada a assuntos musicais e outras manifestações culturais”. Entretanto insuficiente. Falta dizer que o fanzine não tem objetivo de lucro, é feito para fãs e por fãs, que são responsáveis por todas as etapas da produção. O fanzine não tem periodicidade, formato e tiragem definidos, e é distribuído pelo correio ou de mão em mão. (DICKEL, 2001).

¹³ **Blog** é uma página da web cujas atualizações (chamadas *posts*) são organizadas cronologicamente (como um histórico ou diário). Estes *posts* podem ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, se referir ao mesmo assunto ou à mesma pessoa. A maioria dos blogs são miscelâneas onde os *blogueiros* escrevem com total liberdade. (WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre, 2006).

¹⁴ WENGER, Etienne C. & SNYDER, W. M. *Communities of Practice: The Organizational Frontier*. Harvard Business Review, jan-fev, 2000, p.139-145.

Entretanto, todos os estudos realizados têm demonstrado que, em geral, os colaboradores possuem uma resistência natural ao compartilhamento de conhecimentos e que os conhecimentos não fluem facilmente, mesmo quando as organizações realizam esforços consistentes e coordenados no sentido de implementar projetos de gestão do conhecimento. Isso traz consigo a necessidade do incentivo da criação de formas de comunicação interpessoal e coletiva.

Segundo Teixeira (2000), a internet representa um exemplo concreto de virtualização do texto pelo hipertexto; do corpo pela alteração das noções de espaço e tempo; e da economia pelas possibilidades de teletrabalho e comércio eletrônico.

O crescimento de comunidades virtuais, a partir da popularização da internet, apresenta-se como um campo fértil de estudo do comportamento humano e das relações sociais em várias áreas, e muitos aspectos da sociedade passam a ser discutidos com essa perspectiva. O consumo de bens e serviços, o marketing eletrônico, o *home office* e o teletrabalho, o comércio eletrônico e os serviços de suporte a clientes via correio eletrônico são alguns dos aspectos impactantes da internet para as organizações.

Diante deste cenário, podemos citar alguns projetos que estão sendo desenvolvidos por diversas organizações na área de GC. São eles:

- a) Memória Organizacional: ocorre através da revisão dos processos organizacionais, mídias usadas, responsabilidades e tecnologias empregadas, visando registrar de forma acessível o acervo de conhecimentos da organização.
- b) Gestão de processos: repensar os processos das organizações à luz dos conceitos e ferramentas de GC.
- c) Comunicação intraempresarial: dotar a empresa de infraestrutura, proporcionando tecnologia adequada para intervir na cultura organizacional, com o objetivo de otimizar a comunicação de conhecimentos entre as pessoas.
- d) e-business: transformar os processos de negócio visando aproveitar as oportunidades de inovação oferecidas pela “desintermediação” e o contato mais direto com clientes e fornecedores.

- e) Formação do trabalhador do conhecimento: rever o perfil profissional das pessoas nas organizações mediante as transformações induzidas nos processos de negócio pela GC.
- f) Inteligência Competitiva: criação de processos e ferramentas que permitam à empresa monitorar melhor seu mercado e a concorrência, com informações de apoio à decisão dos negócios.

Diante de tantas mudanças, não se pode excluir a revolução “infotecnológica” e com ela o surgimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação – TIC -, as quais compõem o processo da globalização, exercendo profundas transformações na Gestão, tanto do Setor Público quanto do Setor Privado.

Segundo Teixeira (2000), na maioria das organizações, a responsabilidade pela Gestão do Conhecimento não está centralizada na alta direção, mas sim disseminada entre a média e, muitas vezes, vista como parte do trabalho de cada colaborador.

O desafio para a área de Tecnologia da Informação (TI) passa a ser migrar de uma posição de suporte a processos para o suporte a competências. É preciso sair do patamar do processamento de transações, da integração da logística, do *workflow*¹⁵ e do comércio eletrônico e agregar um perfil de construção de formas de comunicação, de conversação e aprendizado *on the job*, de comunidades de trabalho e de estruturas e acesso às ideias e experiências.

O papel a ser desempenhado pela TI é estratégico: ajudar o desenvolvimento do conhecimento coletivo e do aprendizado contínuo, tornando mais fácil para as pessoas da organização compartilharem problemas, perspectivas, ideias e soluções. No entanto, a Gestão do Conhecimento é ainda questão essencialmente de pessoas e processos.

As tecnologias úteis para a GC são aquelas que propiciam a integração das pessoas, que facilitam a superação das fronteiras entre unidades de negócio, que ajudam a prevenir a fragmentação das informações e permitem

¹⁵ *Workflow* é o termo utilizado para descrever a automação de sistemas e processos de controle interno, implantado para simplificar e agilizar negócios. É utilizado para controle de documentos e revisões, requisições de pagamentos, estatísticas de desempenho de funcionários, dentre outros (IPEA, 2005).

criar redes globais para o compartilhamento do conhecimento. As ferramentas para isso – para modelagem e análise de cenários, por exemplo – devem ser mais flexíveis e fáceis de usar.

O processo de GC pode ter como ferramenta de suporte um sistema de informações baseado em tecnologia Web, formando o núcleo de uma intranet para a organização, mas também pode ser uma proposta de ação voltada à comunicação pública.

Gestão do Conhecimento na Administração Pública.

Apesar das organizações públicas serem notadamente intensivas em conhecimento, a sociedade brasileira em geral e as esferas da administração pública, de maneira genérica, não possuem uma cultura e um ambiente voltados para a aprendizagem organizacional e/ou para a inovação e com raras exceções também não incentivam a educação continuada de seus servidores.

Cabe ressaltar, dentro dessas raras exceções, duas iniciativas que vêm ao encontro da gestão do conhecimento.

A primeira está vinculada ao Governo do Estado de São Paulo e denomina-se *Comitê de Qualidade da Gestão Pública (CQGP)*¹⁶, criado pelo Decreto n. 47.836 de 28 de maio de 2003. A CQGP é um portal eletrônico do Governo que se originou mediante o surgimento das TIC, pois a consideram a principal ferramenta de modernização e suporte gerencial.

O portal tem, entre outras funções, a atribuição de “formular, dar proposição e implementação de diretrizes voltadas à elevação do nível de eficiência e eficácia da Administração Pública Estadual mediante a evolução do uso da tecnologia da informação”.

O objetivo desse sítio é disponibilizar informações, divulgar projetos/programas desenvolvidos e em desenvolvimento, que proporcione aos gestores públicos utilizar as tecnologias já disponíveis e discutir o uso da tecnologia da informação e comunicação para facilitar a integração entre todos os órgãos e poderes do Estado.

¹⁶ Mais informações: <http://www.cqgp.sp.gov.br>

A segunda iniciativa surge da Administração Pública Direta (governo federal) e é desenvolvida pelo *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)*¹⁷ – fundação pública vinculada ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. O IPEA fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por técnicos.

Através do IPEA (2005) foi realizada a pesquisa “*O governo que aprende – a Gestão do Conhecimento no setor público*” - trabalho de extrema relevância para o assunto e que realiza um profundo estudo sobre a GC no setor público.

Com o desenvolvimento desta pesquisa foi possível constatar práticas que estão sendo desenvolvidas pelos Órgãos da Administração Direta, como:

1) *Práticas relacionadas à gestão de recursos humanos:*

- Fóruns (presenciais e virtuais) / Listas de discussão
- Comunidades de prática ou Comunidades de conhecimento
- Educação Corporativa
- Narrativas
- Mentoring e Coaching
- Universidade Corporativa

2) *Práticas relacionadas a processos facilitadores da GC:*

- Melhores Práticas (*Best Practices*)
- *Benchmarking* interno e externo
- Memória organizacional / Lições aprendidas / Banco de conhecimentos
- Sistemas de inteligência organizacional
- Mapeamento ou auditoria do conhecimento
- Sistema de gestão por competência
- Banco de competências organizacionais
- Banco de competências individuais
- Gestão do capital intelectual ou gestão dos ativos

¹⁷ Mais informações: <http://www.ipea.gov.br>

3) Práticas relacionadas à base tecnológica e funcional de suporte à GC:

- Ferramentas de colaboração como portais, intranets e extranet
- Sistemas de *workflow*

- Gestão de conteúdo
- Gestão Eletrônica de Documentos (GED)

Diante das práticas analisadas pela pesquisa, podemos visualizar melhor sua situação através do gráfico 3:

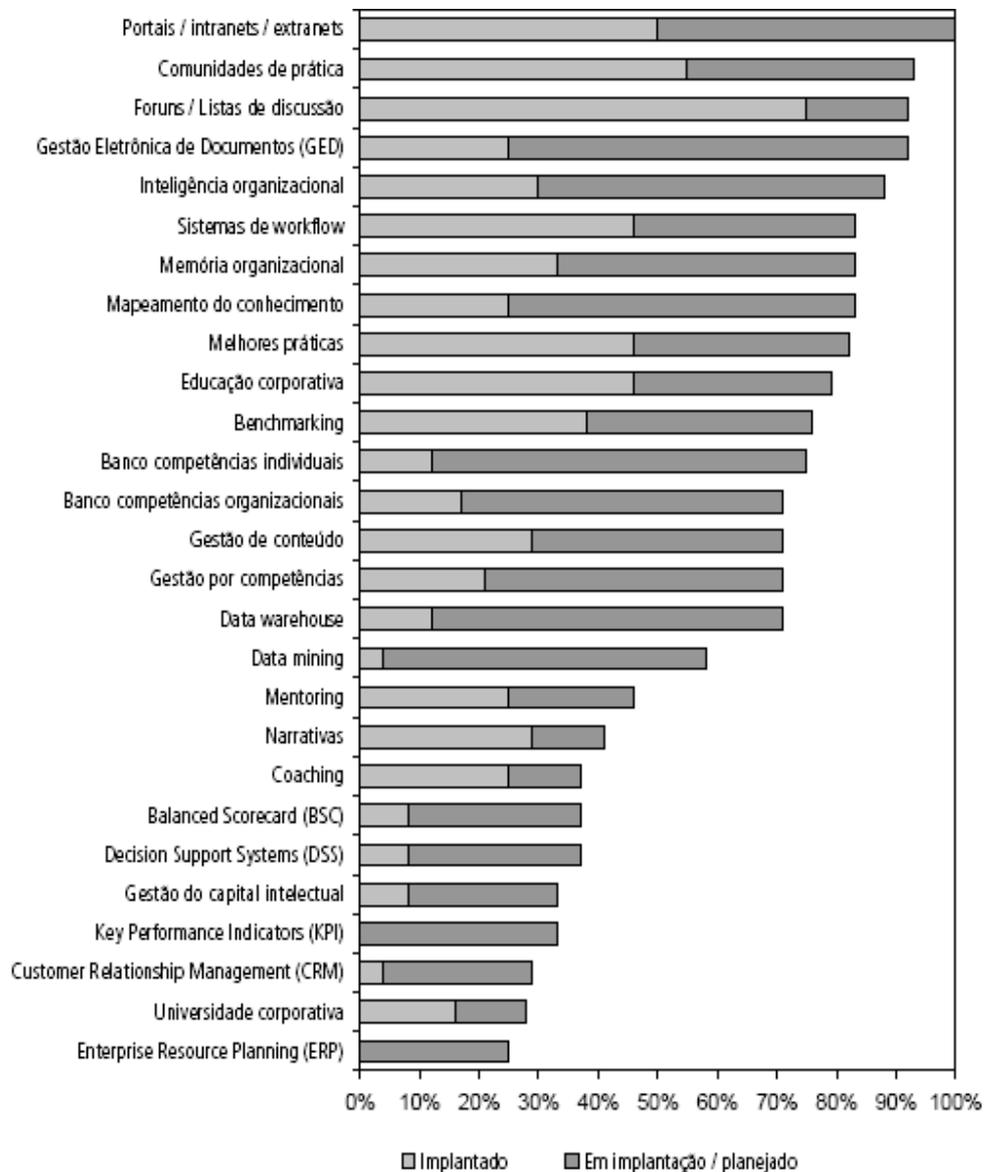


Gráfico 3 – Estágio de implantação das práticas – todas as organizações
 Fonte: IPEA, 2005, p.29.

Segundo o estudo realizado pelo IPEA (2005), as iniciativas isoladas, os esforços pulverizados, muitas vezes em um mesmo ministério, a ausência de comunicação e compartilhamento de informações internamente e entre as organizações sobre práticas de GC, e o desconhecimento do tema entre membros da alta administração, chefias intermediárias e servidores de maneira geral demonstram, que para que ocorra a efetivação da Gestão do Conhecimento na Administração Direta, uma política de GC faz-se necessária.

Dentro da perspectiva do IPEA, a GC é mais que a agregação de projetos, metodologias e ferramentas: significa compromisso com a transparência; foco nos processos em vez da hierarquia; uso e reuso eficaz de informações, conhecimentos, boas práticas de gestão e *expertises*; visão integradora; uso eficaz de Tecnologias de Informação e Comunicação; e, principalmente, foco nas necessidades dos cidadãos. As ações listadas, portanto, têm um objetivo amplo de modernização dos processos de gestão do setor público, de acordo com as mais modernas técnicas de gestão que estão sendo adotadas por organizações de ponta dos setores privados e públicos, tanto no Brasil como nos países desenvolvidos. Nesse cenário, as ações que envolvem uma política de gestão da informação e do conhecimento por meio da comunicação pública são consideradas como sendo a prioridade um.

O Centro Canadense para o Desenvolvimento da Gestão (CCMD, 2001, p.101) constatou que “o simples tamanho de várias organizações públicas torna difícil a administração de mudanças de forma abrangente. Além disso, ainda não está claramente definida a maneira de gerenciar o conhecimento e o “poder do intelecto”, que são bem menos tangíveis do que outras características da vida organizacional”.

Uma maior investigação está sendo implementada para que os governos sejam mais abertos, transparentes e responsáveis. Os cidadãos e a mídia demandam garantias mais concretas de que o serviço público está prestando serviços de alto valor. Isto quer dizer que as informações do governo precisam ser postas ao alcance dos cidadãos – por meio de novas tecnologias eletrônicas (governo eletrônico) e de um diálogo mais interativo entre os servidores públicos e os cidadãos.

Dentro desse cenário e para a concretização e/ou efetivação da Gestão do Conhecimento na Administração Pública, outro conceito, portanto, adquire amplitude e se torna fundamental na sociedade contemporânea: a comunicação no âmbito público, sendo importantes contribuições que levem à sua melhor compreensão.

1.3 Comunicação pública: das origens à atualidade

As empresas podem mudar de clientes, mas as instituições públicas não podem mudar de cidadãos (ZÉMOR, 1995, p.1).

Como pode ser verificado diante do exposto, a comunicação no ambiente público passa a ser elemento essencial para a Gestão Pública, que tem o objetivo de proporcionar uma comunicação produtiva, onde os atores integrantes do processo, principalmente o receptor, e no caso da esfera pública este é o cidadão, possa participar de forma ativa das decisões da vida pública.

Com as mudanças na forma de gerenciar a Administração Pública, o ambiente das comunicações também precisou sofrer mudanças, pois há um crescente deslocamento das tarefas públicas para a esfera privada, o que vem exigindo das empresas públicas um maior diálogo e comunicação com a sociedade.

A sociedade da informação, como mencionada anteriormente, caracteriza-se pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição da informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente das comunicações também mudou com a inclusão de tecnologias inovadoras e complexas que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos, alterando uma cultura bastante tradicional de relacionamentos entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e redes de computadores, Internet e Intranet, explosão da informação em nosso cotidiano, crescente autonomia comunicacional do cidadão, diminuição da prestação de serviços públicos

presenciais, crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea (MATOS, 2000).

Nos anos 90, a Administração Pública tem um ótimo período com a investida do governo em inovações tecnológicas que facilitam o acesso às redes informatizadas na esfera pública, permitindo o processo de interação do cidadão com os vários órgãos prestadores de serviços públicos. Essa participação no setor público envolve os sistemas de Co-gestão, Autogestão, Planejamento Participativo, Orçamento Participativo, Comunidades virtuais e os Instrumentos de Consulta Constitucional.

Em meio a esse cenário, a gestão da comunicação na esfera pública pode ser explicada pela administração de conflitos, da diversidade e da cooperação entre os públicos e a necessidade de uma gestão de relações entre a esfera pública e a privada. Isto porque:

As relações entre Estado, mídia e sociedade só tem sentido se a comunicação for pensada como possibilidade de adotar a perspectiva do outro, o que tem valor inestimável para a democracia e resgata, em meio ao individualismo exacerbado, a preocupação com o bem público e com a noção de coletividade (GUSHIKEN, 2004, p.7).

Tomando como base o conceito utilizado por Zémor (1995), o domínio da comunicação pública se define pela legitimidade do interesse geral. Esta acompanha a aplicação de normas e regras, o desenvolvimento de procedimentos, enfim, a tomada de decisão pública. A comunicação pública se insere no *espaço público*¹⁸ e está voltada para o interesse comum da sociedade. Suas informações possuem uma característica peculiar: a de utilidade pública e sua essência está no compartilhamento da informação, cuja responsabilidade compete a uma instituição ou organização que tenha interesses coletivos. Para o exercício pleno da comunicação pública é preciso

¹⁸ Considerado como aquele que, dentro do território urbano tradicional, seja de uso comum e posse coletiva (pertence ao poder público). Por definição, aberto a todos e que não deve ser opressor de liberdades, frequentemente é ameaçado de ser manipulado por atores ou pela mídia, que é quando são perdidos de vista os interesses gerais ou os direitos do Homem. Para Miotto (2004), o espaço público é o *locus* da ação e do discurso que, juntos, dão sentido à política e promovem, simultaneamente, a *liberdade*, onde esta, segundo Lafer (1992, p.342) só pode ser exercida mediante a recuperação e a reafirmação do mundo público, que permite a identidade individual através da palavra viva e da vivida, no contexto de uma comunidade política criativa e criadora.

conhecer o perfil do interlocutor, buscando um diálogo direcionado a diferentes grupos e estar ligada aos papéis de regulação¹⁹, de proteção²⁰ ou de antecipação do serviço público. Suas funções são:

- Informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar).
- De ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público.
- De contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator).
- Acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

A comunicação pública acaba por ser mediadora entre o Governo e a sociedade, de forma a dar e/ou buscar significação às informações de interesse público, para que se estabeleça uma relação de confiança entre a instituição pública e o cidadão e um diálogo produtivo entre ambos, pois a “prática participativa aumenta a democracia”. Entretanto, é necessário que a Instituição pública tenha credibilidade e legitimidade junto ao cidadão, ofertando serviços de qualidade, garantindo assim o acesso aos direitos sociais dos cidadãos e rompendo com o estigma de que o serviço público não possui qualidade e ‘age como se fizesse um favor para a população’. “Espera-se da comunicação pública que a mesma contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público” (ZÉMOR, 1995, p.1).

Segundo Brandão (2009), a expressão “Comunicação Pública” vem sendo usada com múltiplos significados, freqüentemente conflitantes, dependendo do país, do autor e do contexto. A autora ressalta que essa expressão abarca saberes e atividades diversas e poderia ser considerada um conceito em processo de construção. Para ela, a expressão Comunicação Pública está relacionada com cinco diferentes áreas do conhecimento e atividade profissional, sendo:

¹⁹ **Regulação:** consiste em assegurar o funcionamento e a manutenção do equilíbrio do complexo sistema que constitui um país moderno.

²⁰ **Proteção:** pode-se dizer o mesmo dessa função, quer no que diga respeito à segurança dos bens ou das pessoas, tratando-se de recomendação, prevenção ou repressão, quer no que diga respeito ao social ou à saúde.

- 1) Comunicação Pública identificada com a Comunicação Organizacional e/ou Institucional – estuda e trabalha a análise e a solução de variáveis associadas à comunicação no interior das organizações e entre elas e seu ambiente externo. Sua característica é tratar a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos, bem como construir uma identidade e uma imagem dessas instituições, sejam elas públicas e/ou privadas.

Segundo Zémor (1995), este tipo de comunicação tem por objetivo esclarecer as atribuições da instituição, afirmar sua identidade²¹ e sua imagem²², prestar contas do conjunto de suas atividades e, mais geralmente, acompanhar a política da instituição. Trata-se, portanto, de uma comunicação global que só pode ser executada a sério quando assume ao mesmo tempo a função de fazer a comunicação externa e a comunicação interna. Esse processo comunicacional compreende 3 faces: *a) estratégica*, onde a comunicação contribui para: análise do meio ambiente; alocação de verbas financeiras, técnicas e humanas; repartição de tarefas; planejamento e avaliação das políticas públicas; *b) estruturas*, ou seja, a organização dos meios próprios (inerentes) à missão da instituição; *c) identidade*, face quase oculta, porém essencial, pois condiciona a missão e a estrutura da instituição.

Esse processo de comunicação é de fundamental importância para dar transparência ao serviço realizado, de maneira a assegurar a legitimidade da instituição, onde, segundo Zémor (1995, p.12):

²¹ **Identidade** – é o que permite a uma organização desenvolver um sentimento de existir enquanto coerente e específico, assumindo sua história e reconhecendo seu lugar em relação aos outros. Ela está no coração da comunicação de um emissor institucional, pois ao mesmo tempo ela forja o clima interno e marca o discurso externo. A identidade de uma instituição pública, fundada sobre o sentimento de pertencer de seu pessoal, está associada a sua legitimidade. A identidade é uma trajetória (ZÉMOR, 1995, p. 12).

²² **Imagem** – no serviço público, a imagem não percebida no exterior não pode, pelo menos por muito tempo, ser diferente da imagem real que existe no interior de uma instituição pública. O respeito ao princípio da transparência condiciona em longo prazo a legitimidade. A imagem que o servidor público tem de seu papel está fortemente marcada por aquela que o usuário (cidadão) tem da função pública. A estabilidade e a coerência da imagem institucional correm também perigo devido à diversidade de atividades agrupadas em um mesmo órgão, dificultando a formação de uma imagem coesa e coerente (ZÉMOR, 1995, p. 12-13).

A legitimidade pode provir por vezes do sagrado, por vezes da história – e, portanto da reverência feita à tradição – por vezes do respeito à lei. No serviço público, o foco está geralmente voltado tanto para o funcionamento institucional herdado do passado, quanto sobre os procedimentos legais guiados pela racionalidade. Se existe crise de legitimidade no serviço público é que esta racionalidade não está suficientemente partilhada com os cidadãos. Se o diálogo deve acompanhar os procedimentos, é sobre o serviço ofertado que pode se operar, com uma legitimidade renovada, uma melhor identificação da instituição pública.

- 2) Comunicação Pública identificada como Comunicação Científica – engloba uma variada gama de atividades e estudos cujo objetivo é criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas em sociedade, ou seja, despertar o interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, buscando encontrar respostas para a sua curiosidade em compreender a natureza, a sociedade, seu semelhante (DUARTE, 2003). Dois fatores colaboram para esta identificação: a) a Comunicação Científica se expande a partir de uma área tradicional da Ciência da Informação, a divulgação científica, acrescida dos conhecimentos e experiências acumulados no campo da difusão de informação que tem longa história no Brasil, em especial nos setores agrícolas e de saúde pública, onde a doutrina do difusionismo fez escola e gerou expressiva quantidade de estudos, pesquisas e metodologias de trabalho no campo; b) a produção e difusão do conhecimento científico incorporam preocupações sociais, políticas e econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência pura e obrigam as instituições de pesquisa a estender a divulgação científica além do círculo de seus pares. Neste âmbito da comunicação, surge um profissional que vem ganhando espaço no mercado, o profissional de Ciência e Tecnologia (C&T). Desse modo:

A atuação da mídia, independente de qualquer julgamento de valor, além de ser aspecto relevante do ponto de vista da abrangência, certamente pode ser incluída em pelo menos dois atributos do novo modo de produção científica: heterogeneidade/diversidade organizacional e responsabilidade social (DUARTE, 2003 apud BRANDÃO, 2009, p.4).

Segundo Caldas (2004), a compreensão pública da ciência não pode mais estar limitada ao conhecimento específico dos conteúdos, mas incluir o acompanhamento e a apreensão dos processos de produção, limites, dificuldades, assim como as perspectivas estratégicas de seus usos, não raras vezes mediados por diferentes interesses corporativos e/ou empresariais.

Neste processo de evolução da Ciência e Tecnologia (C&T), cabe ressaltar a importância do papel do Estado como agente regular entre as duas áreas, garantindo assim o desenvolvimento de um trabalho ético e íntegro à sociedade.

Como coloca Dupas (2000), é imprescindível o papel elucidatório dos meios de comunicação e da escola na formação da opinião pública, para uma melhor compreensão dos rumos da C&T e de eventuais intervenções do Estado e da sociedade civil organizada para imprimir um debate em que seja possível uma postura ética na produção da ciência em benefício da humanidade e não da economia de mercado.

Desta forma será garantido o desenvolvimento tecnológico voltado para uma 'ciência cidadã', onde todos poderão usufruir dos benefícios desenvolvidos pela ciência, e não somente aqueles que possuem recursos financeiros para custear tratamentos de saúde. A evolução da ciência deve priorizar a coletividade, para que assim possamos minimizar os malefícios 'das novas epidemias da era moderna' como, por exemplo, a pandemia da gripe suína.

- 3) Comunicação Pública identificada em Comunicação do Estado e/ou Governamental – entendida como de responsabilidade do Estado e do Governo para estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos. Tem como base um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania (órgãos governamentais, organizações não governamentais, associações profissionais e de interesses diversos, enfim, o denominado Terceiro Setor, conselhos, agências reguladoras, etc.). Este tipo de comunicação é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social. Em

suma, provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público.

A comunicação governamental diz respeito aos fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo os gestores e a ação do Estado e da sociedade. Estado, nesse caso, é compreendido como o conjunto das instituições ligadas ao Executivo, Legislativo e Judiciário, incluindo empresas públicas, institutos, agências reguladoras, área militar e não deve ser confundido com governo. A gestão administrativa e política do aparato do Estado é responsabilidade do governo. Este é apenas o gestor transitório daquele. Os agentes são a elite política e todos os integrantes das instituições públicas, representantes eleitos, agentes públicos nomeados e funcionários de carreira (DUARTE, 2006, p.7).

Cabe ressaltar outro aspecto que compõe a Comunicação Governamental: a Publicidade de Utilidade Pública (PUP)²³, que, segundo Costa (2006), está diretamente envolvida em ações concretas de comunicação dos governos para melhorar a qualidade de vida da população, na medida em que a característica desta é mobilizar, levar o indivíduo/cidadão a adotar um determinado comportamento que lhe traga benefícios tangíveis para melhorar sua qualidade de vida.

- 4) Comunicação Pública identificada com Comunicação Política – comunicação e política é uma relação de raiz desde que a imprensa, as técnicas de comunicação e as pesquisas de opinião começaram a influenciar a vida política dos Estados. Área também conhecida por mídia e política ou mídia e poder, está hoje em verdadeira simbiose com o cenário político, econômico e social, na medida em que a vida na sociedade contemporânea também está cada vez mais ‘mediada’ pela comunicação. A mídia é hoje parte deste jogo, partilhando e disputando o poder com ou contra o Estado e, segundo alguns autores, à custa do

²³ Definição oficial da PUP, conforme consta na Coletânea de Instrumentos Normativos da Secretaria de Estado de Comunicação de Governo (Secom): “Publicidade de Utilidade Pública – a que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população a adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida.” A mesma deve “vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social”.

enfraquecimento do papel do Estado na sociedade. Segundo Matos (1999, p.1), *“essa modalidade de comunicação é aquela travada unicamente entre partidos, candidatos, eleitores e mídia”*.

Esse tipo de comunicação pode também ser entendida como comunicação político-eleitoral, que segundo Costa (2006, p.25) *“é aquela que visa garantir a conquista e a permanência de grupos e partidos políticos no poder”*. A mesma é Regulamentada pelo Tribunal Superior Eleitoral e pela Constituição Federal, onde a comunicação político-eleitoral utiliza técnicas do marketing para eleger um candidato a cargos no Executivo e no Legislativo nas três esferas de governo: federal, estadual e municipal.

Tendo em vista as transformações ocorridas na sociedade em decorrência do desenvolvimento tecnológico, nos últimos anos a mídia tem sido o palco principal para a efetivação da política eleitoral, onde muitos profissionais se especializaram apenas para exercer o *“marketing político”*, pois sabem que a mídia é hoje a grande mediadora no cenário político.

- 5) Comunicação Pública identificada como estratégia de comunicação da sociedade civil organizada – são práticas e formas de comunicação desenvolvidas pelas comunidades e pelos membros do Terceiro Setor e de movimentos populares²⁴ também denominadas Comunicação Comunitária ou Alternativa. Entende-se a prática da comunicação a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade.

Segundo Peruzzo (2004), entre as principais características desse processo comunicacional estão: opção política de colocar os meios de comunicação a serviço dos interesses populares; transmissão de conteúdos a

²⁴ Segundo Peruzzo (2004), movimentos populares são manifestações e organizações constituídas por objetivos explícitos de promover a conscientização, a organização e a ação de segmentos das classes subalternas visando a satisfazer seus interesses e necessidades, como os de melhorar o nível de vida, através do acesso às condições de produção e de consumo de bens de uso coletivo e individual; promover o desenvolvimento educativo-cultural da pessoa; contribuir para a preservação ou recuperação do meio ambiente; assegurar a garantia de poder; exercitar os direitos de participação política na sociedade e assim por diante. Em última instância, pretendem ampliar a conquista de direitos de cidadania, não somente para pessoas individualmente, mas para o conjunto de segmentos excluídos da população.

partir de novas fontes de informação (do cidadão comum e de suas organizações comunitárias); a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; está imbuído de uma proposta de transformação social e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.

Esse processo comunicativo faz com que ‘atores tidos como comuns’ possam ter vez e voz no cenário social, abrindo espaços para reivindicações e mobilização por causas coletivas, de forma a garantir sua efetiva participação na tomada de decisão da vida pública. Acaba por desenvolver a consciência cidadã, com o objetivo de mobilizar as pessoas para realmente fazerem parte do controle social das políticas públicas, de maneira a nortear os eixos realmente necessários para a construção das mesmas.

Cabe ressaltar que a comunicação comunitária possui grande força nas comunidades nas quais se constitui, e às vezes não ‘aparece na grande mídia’, mas realiza seu trabalho com seriedade, com objetivo social e educativo, visando minimizar as necessidades vivenciadas pela comunidade.

No Brasil, segundo Peruzzo (2004), a comunicação comunitária vem sendo gerenciada no contexto dos movimentos populares, sendo produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns. A mesma não possui fins lucrativos, se alicerça nos princípios da comunidade e visa contribuir para a ampliação dos direitos e deveres de cidadania. Cabe ressaltar que o espaço na mídia comunitária é um campo de conflitos, pois revela uma pluralidade de formas, e muitas vezes não são aceitas por todos os segmentos da sociedade, tidas como “piratas” e causadoras de quedas de aviões.

Podemos citar outras formas de conceituação com relação à Comunicação:

- 1) Comunicação de Interesse Público (CIP), que segundo Costa (2006, p.20):

É toda ação de comunicação que tem como objetivo primordial levar uma informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo. Na Comunicação de Interesse Público, os beneficiários diretos e primordiais da ação sempre serão a sociedade e o cidadão.

A missão da CIP se traduz num esforço para difundir, influenciar, criar ou mudar comportamentos individuais ou coletivos em prol do interesse geral. Sua principal característica é o endereçamento primário e direto: a sociedade e o cidadão e não o emissor da comunicação. No Brasil, a CIP é quase que exclusivamente associada à comunicação realizada pelos governos e outros agentes públicos.

As transformações sofridas pelo Estado diante do desenvolvimento social, onde outros atores passaram a “exercer” atividades antes de exclusiva prioridade deste – como, por exemplo, empresas corporativas (responsabilidade social); organizações não-governamentais – abriram espaço para a rápida difusão da CIP.

Toda vez que a comunicação busca o interesse geral, estamos falando de Comunicação de Interesse Público.

O Ambiente em que a Comunicação de Interesse Público atua pode ser visualizado da seguinte forma:



Figura 4: Ambiente da comunicação de interesse público
Fonte: DUARTE, 2005, p.2.

- 2) Comunicação Mercadológica, que segundo Costa (2006) é predominante no cenário de massa, é conhecida também como comunicação de marketing, sendo aquela que, em linhas gerais, diz respeito à oferta de produtos e serviços no mercado. Segundo Kotler (apud COSTA 2006, p.24), “é o meio pelo qual as empresas buscam informar, persuadir e lembrar os consumidores – direta ou indiretamente – sobre os produtos e marcas que comercializam”. Ainda, segundo o autor, “os consumidores podem conhecer ou ver como e porque um produto é usado, por qual tipo de pessoa, quando e onde; podem receber informações sobre quem o fabrica e o que a empresa e a marca representam, e, ainda, podem receber um incentivo ou recompensa pela experimentação ou uso” (p.24).

Esse tipo de comunicação cria a imagem da marca, utilizando do marketing para fixar na memória das pessoas seu produto. Um exemplo típico desta comunicação é utilizada pelo McDonald's – “eu amo muito tudo isso”.

- 3) Comunicação Cívica, que segundo Zémor (1995) é entendida como o conjunto das instituições públicas nas suas relações permanentes com os cidadãos, sobretudo a nível local, mas também aos atores sociais mais marcantes para os cidadãos, por exemplo, o local de trabalho. A informação cívica tem por objetivo o conhecimento de base necessário ao funcionamento institucional e político. No entanto, o apelo para participar da vida política, ou a chamada clássica versando em torno de direitos e deveres do cidadão, está se mostrando cada dia mais fraco e hoje é um desafio que se coloca para a classe política e para os responsáveis políticos. Constata-se atualmente um frágil nível de cultura cívica, uma espécie de “déficit” cívico que torna insuficiente todos os esforços da comunicação neste sentido. A comunicação cívica opera o movimento do conjunto da comunicação pública.

Zémor (1995, p.5) estabelece cinco formas de se fazer a comunicação pública, tendo como base sua missão:

- Responder à obrigação que têm as instituições públicas de levar informação a seus públicos.
- Estabelecer a relação e o diálogo de forma a desempenhar o papel que cabe aos poderes públicos, bem como para permitir que o serviço público atenda às necessidades do cidadão de maneira mais precisa.
- Apresentar e promover cada um dos serviços oferecidos pela administração pública.
- Tornar conhecidas as instituições, tanto por uma comunicação interna quanto por uma externa.
- Desenvolver campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral.

A seguir o quadro 3, com as características do campo da Comunicação Pública segundo Zémor (1995, p.14):

INSTITUIÇÃO PÚBLICA	CAMPO DA COMUNICAÇÃO	FINALIDADES DA COMUNICAÇÃO	REFERENTES LINGUAGEM	FORMAS E MODALIDADES DA COMUNICAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES
INTERIOR	<p>Pessoal (funcionários)</p> <ul style="list-style-type: none"> estado maior staf <i>fonctionnels</i> departamentos e serviços serviços externos, <i>rattachés</i> gabinetes, tutelias 	<ul style="list-style-type: none"> qualidade de ação dos agentes e condições de trabalho mobilização interna preparação para a comunicação externa 	<p>identidade</p> <p>legitimidade</p>	<p>Comunicação Interna</p> <ul style="list-style-type: none"> ligações hierárquicas e funcionais procedimentos, instâncias internas decisões, negociações sistemas de informação reuniões, participação
MEIO AMBIENTE OPERACIONAL (micro-ambiente)	<p>Usuários</p> <ul style="list-style-type: none"> usuários individuais empresas outras instituições públicas <p>Parceiros</p> <ul style="list-style-type: none"> associações de funcionários associações de usuários administração indireta 	<p>obrigação de informar</p> <p>eficácia e qualidade das operações de serviços (transações, decisões)</p> <p>notoriedade e imagem dos serviços ofertados</p> <p>notoriedade e imagem do órgão</p> <p>mudanças institucionais</p>	<p>relacionamento (proximidade)</p> <p>Serviços Públicos</p> <ul style="list-style-type: none"> imagem missão 	<p>Disponibilidade dos Dados Públicos (acesso, consultas, difusão)</p> <p>Relação com Usuários (atendimento, consultas, tratamento)</p> <p>Promoção de Serviços Ofertados</p> <ul style="list-style-type: none"> publicidade relações públicas
MEIO AMBIENTE SETORIAL (médio meio ambiente)	<p>Imprensa e Mídia Especializada</p> <p>Sindicatos e Associações</p> <p>interlocutores interministeriais ou intersectoriais e experts jurídico-administrativo</p> <p>Lideranças Políticas e Partidos</p> <p>Líderes de opinião</p> <p>Mídia</p> <p>Relações internacionais</p>	<p>mudanças sociais e políticas</p> <p>mudança do comportamento social</p> <p>difusão do saber cívico</p>	<p>Poderes Públicos</p> <ul style="list-style-type: none"> interesse geral democracia 	<p>Comunicação Institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> acompanhamento da política da instituição e de seus valores agregados campanhas publicitárias relações públicas coordenação, coerência, outras formas de comunicação (externas e internas) patronato, mecenato
MEIO AMBIENTE GERAL (macro-ambiente)				<p>Comunicação Política</p> <p>formulação da oferta política (acompanhamento do exercício do poder)</p> <p>Comunicação Cívica e de Interesse Geral</p> <p>ouvitoria social, campanhas</p>

Quadro 3 – Características da Comunicação Pública
Fonte: ZEMOR, 1995.

O quadro 3 expressa as diferentes formas de atuação da comunicação, tendo como referência o meio, ou seja, desde seu interior até a interface com a macroestrutura da sociedade. Aponta suas finalidades e formas de linguagem e suas relações com organizações públicas e privadas.

1.3.1 Aspectos relevantes da dimensão interna da comunicação pública

Diante das transformações que ocorreram no mundo do trabalho nas últimas décadas, as organizações também sofreram profundas mudanças, principalmente no que se refere à questão do relacionamento, tanto de forma externa quanto de forma interna.

Historicamente, as organizações, principalmente as públicas, nunca tiveram a preocupação de estabelecer uma política de comunicação interna para seus funcionários, o que acaba por refletir na imagem da organização e muitas vezes na prestação de serviço dos próprios funcionários.

O fato das transformações sociais gerarem mudanças nas organizações traz para essas um obstáculo, pois mudar gera muitas vezes conflitos, considerando-se que:

As organizações públicas encontram barreiras na tentativa de diminuir a burocracia interna, onde a rigidez da estrutura hierárquica representa, muitas vezes, obstáculos para as decisões e execução de serviços, repercutindo negativamente junto à opinião pública, e estendendo uma impressão singular para todo o complexo administrativo governamental (ANDRADE, 1982, p. 26).

Segundo Curvello (2008), hoje, admite-se que uma organização é uma rede dinâmica de conversações com seu ambiente. Sua criação, seus limites e sua estrutura são convencionais e só existe porque uma rede de comunicações e de expressões viabiliza a construção de sua identidade. A forma como conversam condiciona as possibilidades de desempenho, o nível de efetividade, sua viabilidade, seu êxito ou seu fracasso. Para o autor, a Comunicação Interna se define como:

O conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública (CURVELLO, 2008, p. 5).

Podemos complementar a definição do autor, com o que coloca Zémor:

Para conduzir a política de um serviço público, mobilizar sua estrutura, assegurar a informação e a formação de pessoal, seu entendimento e o diálogo interno e contribuir para a formação permanente, a comunicação interna tem por base a identidade. Sua função primeira é ouvir. Hoje em dia existem novas e variadas técnicas de trabalhar com o público interno, que vão desde sondagens, estudos qualitativos, reuniões, debates alimentados por relatórios, apresentação de proposições até difusão de entrevistas filmadas com membros do pessoal, além dos canais mais tradicionais. Enfim, a comunicação interna tem também por objetivo se preocupar em fazer com que os membros de uma instituição sejam na medida do possível, os primeiros informados e tomem conhecimento do que está acontecendo no órgão dentro dele mesmo e não por fontes externas (ZÉMOR, 1995, p.13).

Segundo Curvello (2008), podemos identificar quatro modelos de comunicação mais utilizados pelos órgãos públicos federais:

- a) Informacional – modelo predominante, que se baseia na lógica da transmissão de informação, no qual o servidor é público destinatário.

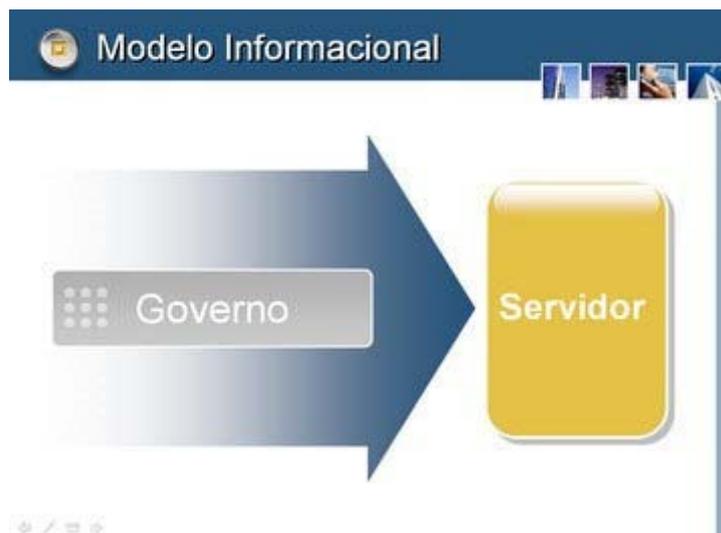


Figura 5 – Processo informacional de comunicação
Fonte: CURVELLO, 2008, p.6

- b) Consulta – na qual o governo aciona o servidor/cidadão e espera receber em troca o retorno da informação para realimentar o ciclo de conversações.

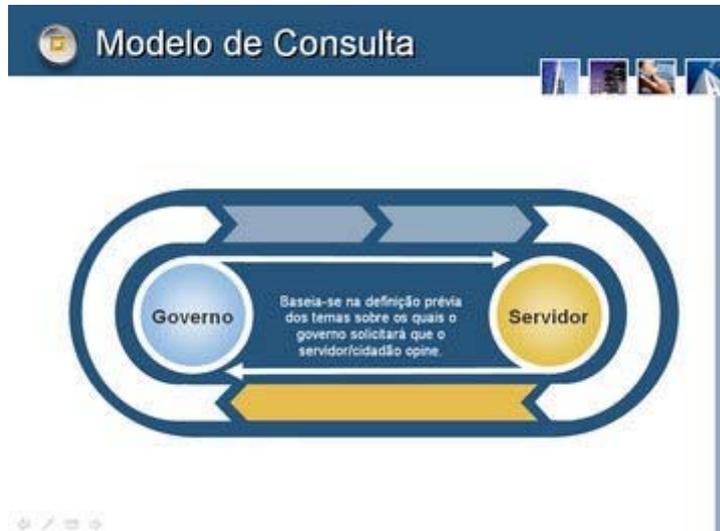


Figura 6 – Processo consultivo de comunicação
Fonte: CURVELLO, 2008, p.6

- c) Participação Ativa – na qual o servidor ganha papel central no acoplamento estrutural entre governo e sociedade.



Figura 7 – Processo de participação ativa da comunicação
Fonte: CURVELLO, 2008, p.6

- d) Rede de Relacionamento – na qual se percebe que o sistema governo está em interação com outros sistemas, também autônomos, mas ainda assim interdependentes.

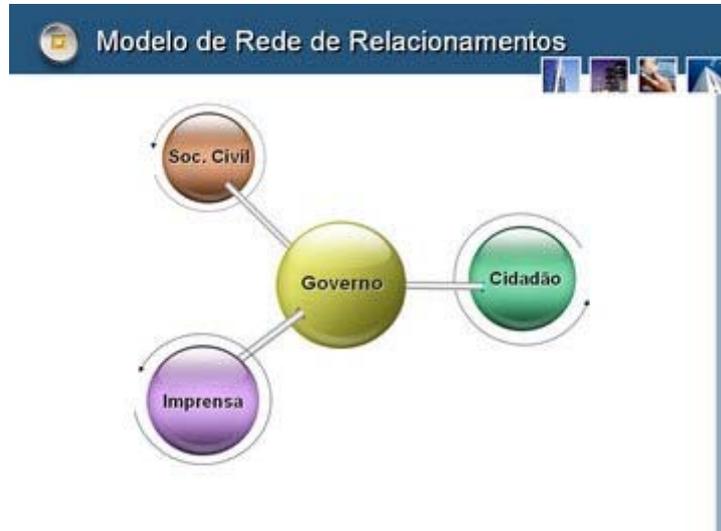


Figura 8 – Processo de rede de relacionamento de comunicação
Fonte: CURVELLO, 2008, p.6

Para Curvello (2008), uma comunicação interna eficaz é aquela que contribui para atribuir sentido à vida organizacional, que busca o equilíbrio entre as necessidades da organização e as de seus principais públicos e que mobiliza todos os segmentos organizacionais para uma cultura de diálogo, inovação e participação.

Por outro lado, é importante salientar que, além da comunicação interna:

Exige-se a participação e a atuação de todos os setores da sociedade, para atendimento às inúmeras necessidades [...] demonstrando, dessa forma, falta de noção mais clara de cidadania, refletida no espaço público [...] É nesse cenário que se evidencia a comunicação pública [...] (OLIVEIRA, 2004, p.9).

Daí, a importância do foco no cidadão receptor e no estabelecimento de diálogo mediante a comunicação utilizada no espaço público democratizado.

1.3.2 A relação da comunicação pública e do cidadão receptor

A comunicação Pública, na sociedade atual, deve estabelecer um “canal aberto” com o cidadão, de forma a torná-lo parte do processo de construção das políticas públicas e, principalmente, para melhorar a qualidade dos serviços públicos prestados, com o objetivo de “romper” com o estigma de que todo serviço público não possui qualidade e de que todo “funcionário público não gosta de trabalhar”.

Hoje as pessoas se portam de maneira mais ativa, mesmo que de forma lenta, mas procuram estar participando mais da vida pública. Segundo Zémor (1995, p. 2), “na Comunicação Pública o cidadão é um interlocutor ambivalente. Ao mesmo tempo em que ele respeita e se submete à autoridade das instituições públicas, ele protesta sobre a falta de informação, ou sobre suas mensagens mal construídas, incompletas ou mal divulgadas”.

Essa ambivalência na relação entre Governo e cidadão foi ilustrada por Matos (s/d), da seguinte forma:

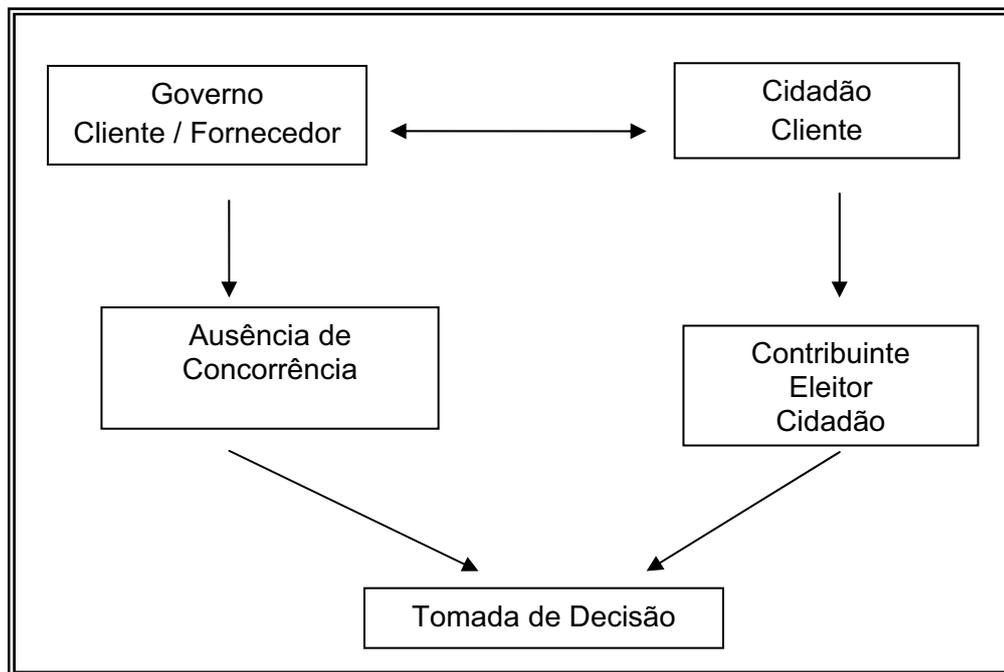


Figura 9 - Relação governo x cidadão
 Fonte: MATOS, p.6, (s/d).

A relação entre governo e cidadão mudou, já não é mais a mesma de alguns anos atrás. Apesar de ainda modesta, a sociedade cível tem se organizado e participado de forma mais ativa das decisões políticas do país.

O conceito de Zémor (1995) coloca que, enquanto eleitor, o usuário do serviço público detém o poder de decisão junto a seu fornecedor, pois é o legislador da autoridade federal, estadual ou municipal que possui autoridade e legitimidade política para a tomada de decisões. A comunicação de uma instituição pública supõe uma troca com um receptor que é também mais ou menos emissor. Na verdade, é a característica ativa do receptor que estabelece a comunicação. A passividade pressupõe um distanciamento ou uma fascinação frente à autoridade do emissor público.

Zémor (1995) aponta algumas ferramentas para se estabelecer a relação entre os serviços públicos e os cidadãos:

- a) Atendimento – este pressupõe a acolhida, o recebimento e a orientação ao cidadão. Dentro deste aspecto, a comunicação pública se esforça para:
- Tornar mais acessível o serviço público;
 - Facilitar os contatos com o usuário;
 - Redesenhar a arquitetura interna dos locais a fim de evitar filas ou contribuir para que elas sejam mais suportáveis;
 - Estimular formas de trocas mais pessoais e conviviais com os usuários;
 - Adaptar os horários de funcionamento dos locais públicos para melhor atender o usuário;
 - Facilitar pequenos serviços necessários (posto bancário no local e em horário compatível, fotocopiadora, etc.);
 - Serviço de tele-atendimento (e não telemarketing), o que exige um tipo de treinamento diferente daquele que se faz para o mercado;
 - Atualização das informações nos postos, no teleatendimento, na internet;
- b) Ouvir – o ato de ouvir significa ter a capacidade para dar uma resposta não estereotipada, levar em consideração o usuário e o conteúdo preciso do problema que ele está colocando.
- c) Diálogo – é uma forma de avaliação do serviço público e de recolher idéias, propostas, medir o grau de satisfação, formas de melhoria, etc. é como uma pesquisa qualitativa cotidiana.

d) A comunicação no Relacionamento – todos os cidadãos têm direito à informação. A igualdade visada pela obrigação de informar não é sinônimo de unicidade da mensagem.

No entanto, é importante salientar que hoje há a preocupação com a existência de “um novo modelo de administração pública, denominado ‘governança responsiva’, caracteriza-se pela relação de empoderamento entre os cidadãos e o Estado [...]” (ONU, 2005, apud BRAGA et al., 2008, p.7).

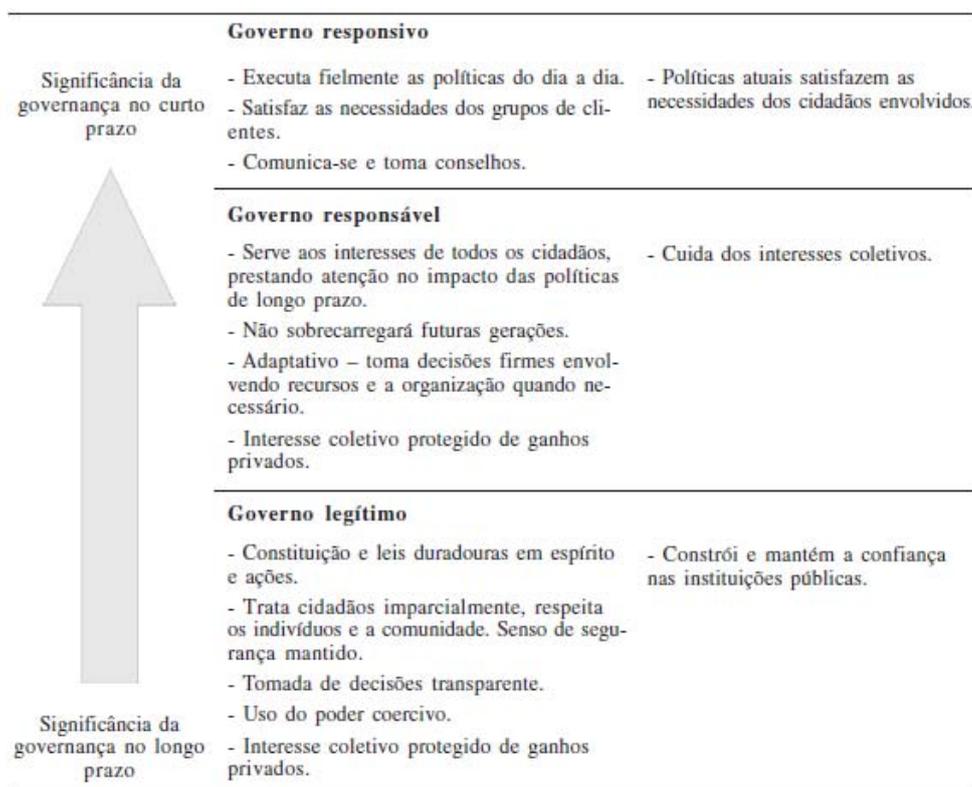
Segundo a OCDE (2005), a governança se refere aos arranjos formais e informais que determinam como as decisões políticas são postas em prática, da perspectiva da manutenção dos valores constitucionais de um país frente a problemas, atores e ambiente em mudança. Nesse conjunto de circunstâncias, a administração pública é um pilar constituinte da governança. Esta identifica nove elementos centrais de governança:

- Democracia e cidadania.
- Representação.
- Uma constituição.
- A regra da lei.
- Partidos competitivos e sistemas eleitorais.
- Serviço público permanente.
- Separação de poderes.
- Revisão judiciária.
- Secularidade.

A governança pode ser agrupada em seis dimensões que refletem uma metodologia de centenas de variáveis individuais e específicas, aferindo suas diversas percepções (KAUFMANN; KRAAY; MATRUZZI, 2007, apud BRAGA et al., 2008, p.6):

- Voz e responsabilização.
- Estabilidade política e ausência de violência.
- Efetividade governamental.
- Qualidade regulatória.
- Regra da lei.
- Controle da corrupção.

O quadro 4 ilustra a hierarquia de valores que se faz presente na “governança responsável”, tanto nos seis elementos centrais, como em suas já mencionadas dimensões.



Quadro 4 - Hierarquia de valores na governança
 Fonte: BRAGA et al., 2008, p.9.

Uma das formas em que se pode evidenciar essas questões de governança, principalmente no que diz respeito a uma melhor transparência de problemas e soluções governamentais em prol da coletividade, com o compartilhamento e a participação de cidadãos receptores, é um novo espaço público que se utiliza das TIC para transações e relacionamentos – o *e-governance* ou governo eletrônico.

1.4 Governo eletrônico: diferencial da gestão da informação e da comunicação pública.

Para a OCDE (2003), o governo eletrônico é definido como o uso das TIC, em particular a internet, como ferramenta para levar a um melhor governo, combinado com mudanças organizacionais e novas práticas, a fim de melhorar os serviços públicos, os processos democráticos e fortalecer o suporte às políticas públicas.

Segundo Lévy (2004), as iniciativas relacionadas ao governo eletrônico atuam no sentido de simplificar os procedimentos administrativos; tornar os processos de produção legislativa mais transparentes; aproximar o governo do cidadão por via da internet; e melhorar a eficácia, a eficiência e a competitividade da administração pública. Para isso faz-se necessário que os governos tenham clareza e ‘incorporem’ os princípios fundamentais do governo eletrônico, que segundo o autor são:

- Construir os serviços em torno das escolhas dos cidadãos.
- Tornar o Estado e os seus serviços mais acessíveis.
- Incluir as populações desfavorecidas pelas formas tradicionais de governo.
- Utilizar de melhor forma a informação.

O governo eletrônico surge como ferramenta para tornar as ações da administração pública mais transparente e mais acessível ao cidadão, de forma a propiciar a participação dos mesmos na gestão pública. Desta forma, Braga et al. (2008, p.10) cita alguns pontos positivos da implantação do governo eletrônico:

- Interatividade.
- Eficiência.
- Eficácia.
- Maior acesso aos serviços públicos, com incremento da qualidade (simplicidade, rapidez).
- Aumento da participação popular.
- Fomento à transparência.

- Incentivo ao controle social.
- Fortalecimento da governança.
- Redução de custos.
- Promoção da cooperação interorganizacional do Estado.
- Organização das informações dos órgãos do governo.
- Segurança da informação.

Para Barbosa (2009, p. 67):

As tecnologias de informação e comunicação (TICs) desempenham papel central no estabelecimento do elo entre cidadão e os serviços públicos, transformando-se em uma das principais engrenagens de articulação dos processos operacionais dos governos para o funcionamento de fluxos de informação e de serviços públicos. Esta engrenagem, quando apoiada por um plano de governo alinhado aos anseios da sociedade, cria o ambiente propício para a implantação de programas de governo eletrônico.

No Brasil, por meio do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, foi criado o portal do Governo Eletrônico²⁵, o qual tem como princípio a utilização das modernas tecnologias de informação e comunicação (TIC) para democratizar o acesso à informação, ampliar discussões e dinamizar a prestação de serviços públicos com foco na eficiência e efetividade das funções governamentais. O portal informa que a política de Governo Eletrônico no Brasil segue um conjunto de diretrizes que atuam em três frentes fundamentais: junto ao cidadão, na melhoria da sua própria gestão interna e na integração com parceiros e fornecedores. A pretensão deste Programa é a transformação das relações do Governo com os cidadãos, empresas e também entre os órgãos do próprio governo, de forma a aprimorar a qualidade dos serviços prestados, promover a interação com empresas e indústrias e fortalecer a participação cidadã por meio do acesso à informação e a uma administração mais eficiente.

²⁵ Governo Eletrônico – <http://www.governoeletronico.gov.br/o-gov.br>

1.4.1 Diretrizes do governo eletrônico

As principais diretrizes que envolvem o governo eletrônico, segundo o Portal do Governo Eletrônico, podem ser sintetizadas como sendo:

- **A prioridade do governo eletrônico é a promoção da cidadania**

Significa que o governo eletrônico tem como referência os direitos coletivos e uma visão de cidadania que não se restringe à somatória dos direitos dos indivíduos. Assim, forçosamente incorpora a promoção da participação e do controle social e a indissociabilidade entre a prestação de serviços e sua afirmação como direito dos indivíduos e da sociedade.

- **A inclusão digital é indissociável do governo eletrônico**

Funda-se no entendimento da inclusão digital como direito de cidadania e, portanto, objeto de políticas públicas para sua promoção. Entretanto, a articulação à política de governo eletrônico não pode levar a uma visão instrumental da inclusão digital. Esta deve ser vista como estratégia para construção e afirmação de novos direitos e consolidação de outros pela facilitação de acesso a eles.

- **O software livre é um recurso estratégico para a implementação do governo eletrônico**

Entendido como opção tecnológica do governo federal. Para tanto, deve-se priorizar soluções, programas e serviços baseados em software livre que promovam a otimização de recursos e investimentos em tecnologia da informação. A escolha do software livre como opção prioritária onde for cabível, encontra suporte também na preocupação em garantir ao cidadão o direito de acesso aos serviços públicos, sem obrigá-lo a usar plataformas específicas.

- **A gestão do conhecimento é um instrumento estratégico de articulação e gestão das políticas públicas do governo eletrônico**

A Gestão do Conhecimento é compreendida, no âmbito das políticas de governo eletrônico, como um conjunto de processos sistematizados, articulados e intencionais, capazes de assegurar a habilidade de criar, coletar,

organizar, transferir e compartilhar conhecimentos estratégicos que podem servir para a tomada de decisões, para a gestão de políticas públicas e para a inclusão do cidadão como produtor de conhecimento coletivo.

- **O governo eletrônico deve racionalizar o uso de recursos**

O governo eletrônico não deve significar aumento dos dispêndios do governo federal na prestação de serviços e em tecnologia da informação. Ainda que seus benefícios não possam ficar restritos a este aspecto, é inegável que deve produzir redução de custos unitários e racionalização do uso de recursos. Grande parte das iniciativas de governo eletrônico podem ser realizadas através do compartilhamento de recursos entre órgãos públicos.

- **O governo eletrônico deve contar com um arcabouço integrado de políticas, sistemas, padrões e normas**

O sucesso da política de governo eletrônico depende da definição e publicação de políticas, padrões, normas e métodos para sustentar as ações de implantação e operação do Governo Eletrônico que cubram uma série de fatores críticos para o sucesso das iniciativas.

- **Integração das ações de governo eletrônico com outros níveis de governo e outros poderes**

A implantação do governo eletrônico não pode ser vista como um conjunto de iniciativas de diferentes atores governamentais que podem manter-se isoladas entre si. Pela própria natureza do governo eletrônico, este não pode prescindir da integração de ações e de informações. Cabe ao Governo Federal um papel de destaque nesse processo, para que um conjunto de políticas, padrões e iniciativas possam garantir a integração das ações dos vários níveis de governo e dos três poderes.

1.4.2 Ações e atividades do governo eletrônico

Segundo o Portal do Governo Eletrônico, este possui diversas ações e atividades no contexto nacional:

- **Infovia Brasília: primeira etapa do projeto Infovia Brasil**

O projeto Infovia Brasil consiste na obtenção de uma rede de comunicação de voz, dados e imagens de alta velocidade, com abrangência nacional, o que irá permitir a integração de todos os órgãos da administração pública federal no País.

- **e-PING: Padrões de interoperabilidade de governo eletrônico**

A arquitetura e-PING – define um conjunto mínimo de premissas, políticas e padrões que regulamentam a utilização da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) no Governo Federal, estabelecendo as condições de interação com os demais poderes e esferas de governo e com a sociedade em geral.

- **Projeto computadores para inclusão**

Envolve a administração federal e seus parceiros num esforço conjunto para a oferta de equipamentos de informática reconicionados, em plenas condições operacionais, para apoiar a disseminação de telecentros comunitários e a informatização das escolas públicas e bibliotecas. (<http://www.computadoresparainclusao.gov.br>)

- **e-MAG - Modelo de acessibilidade de governo eletrônico**

A construção de sítios acessíveis é uma exigência do Decreto 5.296, publicado em dezembro de 2004, que torna obrigatória a acessibilidade aos conteúdos disponíveis nos portais e sítios eletrônicos da administração pública na rede mundial de computadores, para o uso das pessoas com necessidades especiais.

O Modelo de Acessibilidade de Governo Eletrônico (e-MAG) consiste em um conjunto de recomendações a ser considerado para que o processo de

acessibilidade dos sítios e portais do governo brasileiro seja conduzido de forma padronizada e de fácil implementação.

- **Gestão de domínios**

O Programa Governo Eletrônico tem como um de seus objetivos estabelecer estratégias para o planejamento da oferta de serviços e de informações por meio eletrônico, pelos órgãos e pelas entidades da Administração Pública Federal, bem como criar normas e padrões em Governo Eletrônico. Para isto é importante manter o controle dos sítios e portais do Governo Federal, conhecendo seus responsáveis, serviços e conteúdo.

- **Guia Livre - Referência de migração para software livre**

Esta versão conjuga a publicação de várias contribuições da sociedade encaminhadas por meio do sítio do Governo Eletrônico.

- **Indicadores e métricas para avaliação de e-Serviços**

A avaliação da qualidade do serviço prestado é um dos pontos a ser considerado quando se busca verificar seu real alinhamento com as necessidades do usuário e suas potencialidades de evolução.

O projeto *Indicadores e Métricas para Avaliação de e-Serviços* é uma metodologia desenvolvida para avaliar a qualidade dos serviços públicos prestados por meios eletrônicos de acordo com a conveniência para o cidadão. São 8 indicadores e 19 critérios que verificam a maturidade, comunicabilidade, confiabilidade, multiplicidade de acesso, disponibilidade, acessibilidade, facilidade de uso e nível de transparência do serviço prestado.

- **ONID - Observatório nacional de inclusão digital**

O Observatório Nacional de Inclusão Digital – ONID - é uma entidade que está sendo articulada pelo Governo Federal na forma de rede, envolvendo órgãos e entidades da administração pública e da sociedade civil, para conhecer e promover o intercâmbio entre iniciativas e orientar investimentos em ações de inclusão digital no País.

Por meio deste portal, por exemplo, podemos ter acesso aos telecentros existentes em todo o País. O município de Bauru, por exemplo, segundo o sítio,

possui 6 telecentros²⁶. O portal também disponibiliza Comunidade de Prática, pesquisas, boletins e informações sobre os telecentros de inclusão digital em âmbito federal, estadual e municipal.

- **Padrões Brasil e-GOV**

Os Padrões Brasil e-Gov são recomendações de boas práticas agrupadas em formato de cartilhas com o objetivo de aprimorar a comunicação e o fornecimento de informações e serviços prestados por meios eletrônicos pelos órgãos do Governo Federal.

O portal do Governo Eletrônico disponibiliza também:

- Fóruns;
- Notícias e Eventos;
- Biblioteca;
- Consulta Pública –tem por finalidade promover a participação da Sociedade no processo de tomada de decisão nas ações Governamentais. O principal objetivo é permitir o acompanhamento das ações do Governo Federal, para todos os interessados nas etapas de concepção da consulta, tornando mais transparentes as ações do Governo. Nesse processo os usuários poderão fazer contribuições para a Consulta, acompanhar o andamento, enviar comentários, receber informações por e-mail dos novos comentários postados na consulta, e enviar retorno aos usuários após a publicação da versão final. Para participar o cidadão precisa apenas acessar o site e realizar o seu cadastro.

Para se ter noção do cenário no qual está inserido o governo eletrônico no Brasil, a “Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no Brasil”²⁷, realizada no ano de 2008 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, abordou aspectos relevantes sobre a temática, das quais pode-se destacar:

²⁶ Mais informações: <http://www.onid.org.br>

²⁷ Disponível em: <http://www.cetic.br>

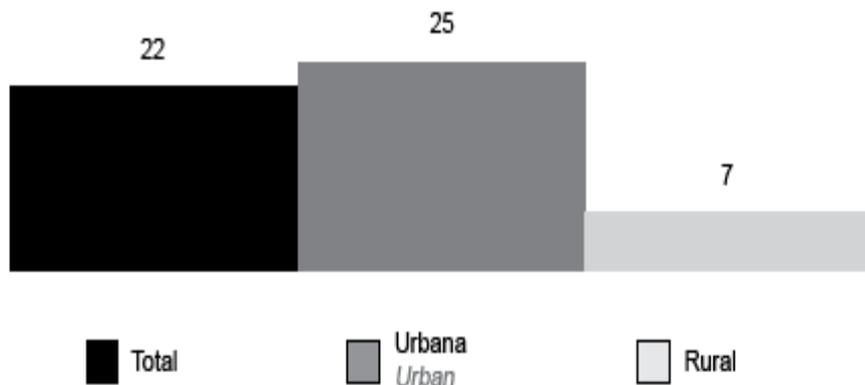


Gráfico 4 - Proporção de indivíduos que usaram serviços de governo eletrônico nos últimos 12 meses (%)

Fonte: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação. Brasil 2008.

Os dados anteriores nos mostram que a população que se encontra em situação de vulnerabilidade social, também as mais numerosas, são as que menos utilizam os serviços públicos eletrônicos quando necessitam interagir com as instituições governamentais. Desta forma, os serviços do governo eletrônico ainda estão acessíveis e/ou disponíveis para a classe da população que possui maior poder aquisitivo, não se fazendo de forma igualitária sua acessibilidade.

A pesquisa também caracteriza quais são os serviços mais utilizados por meio do governo eletrônico. São eles:

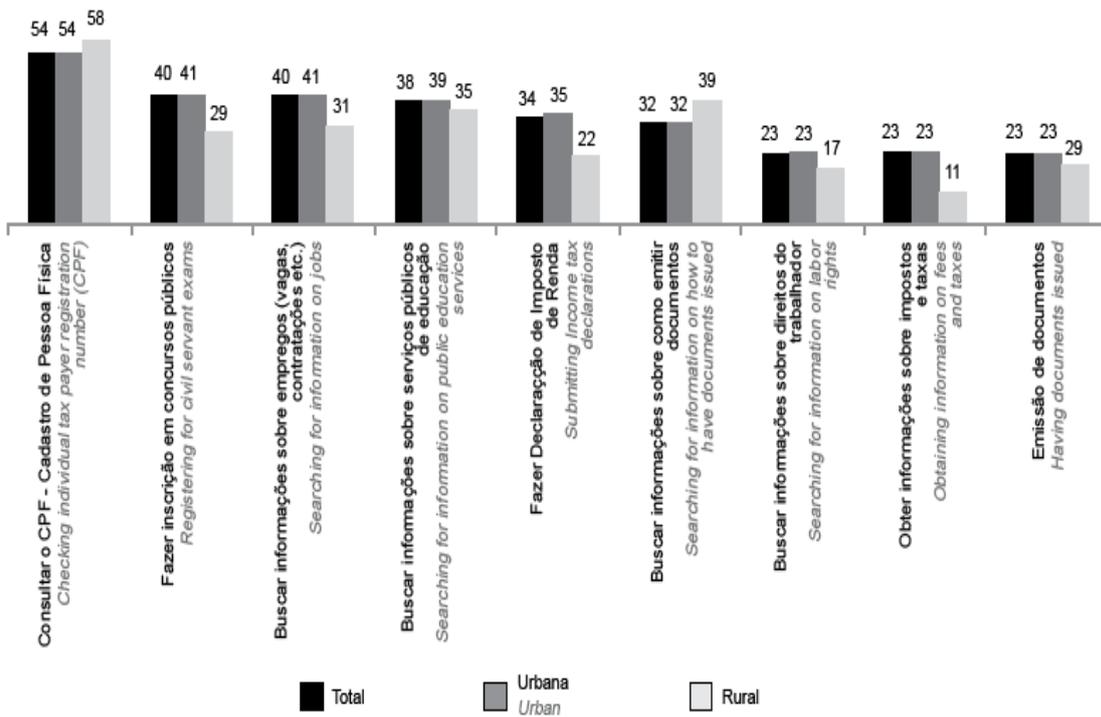


Gráfico 5 – Serviços de governo eletrônico utilizados
 Fonte: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação Brasil 2008.

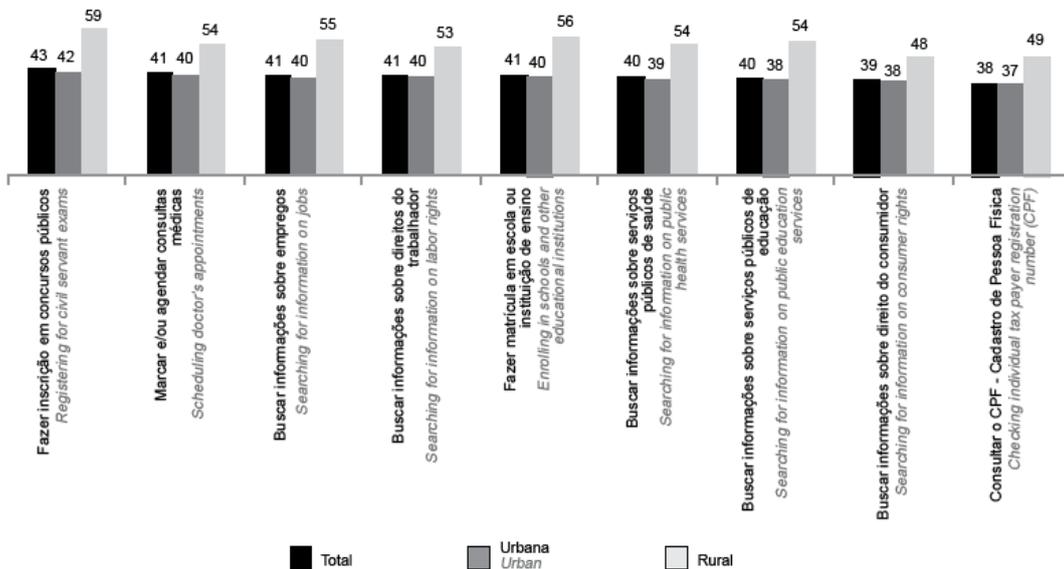


Gráfico 6 – Serviços de governo eletrônico que as pessoas gostariam de utilizar.
 Fonte: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação Brasil 2008.

Entretanto, a utilização dos serviços públicos disponíveis pelo governo eletrônico encontram barreiras para sua plena efetivação. Segundo a Pesquisa, são:

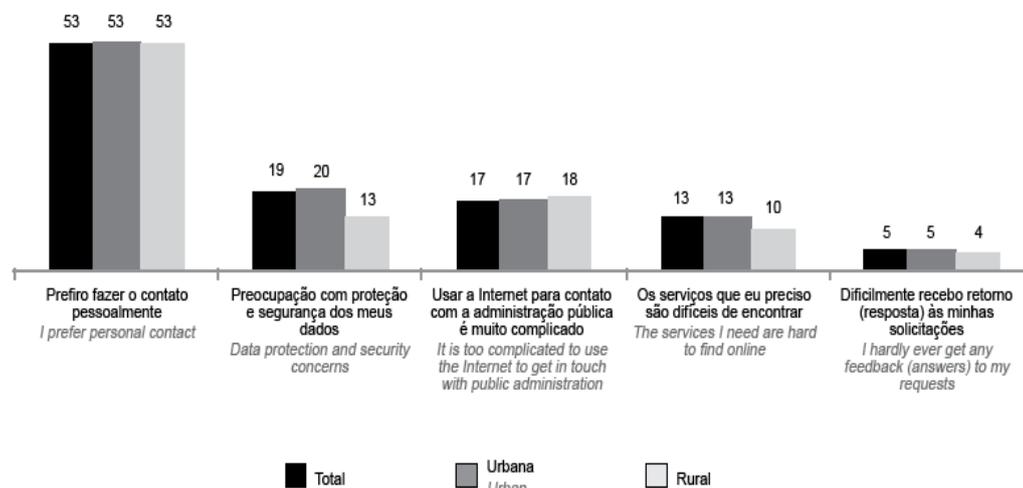


Gráfico 7 – Motivos para não utilizar o governo eletrônico.
Fonte: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação Brasil 2008.

Essas informações nos colocam um dado interessante: mesmo com todo o desenvolvimento tecnológico e facilidades de acesso a serviços públicos pelo mundo virtual, as pessoas ainda preferem um contato face a face, presencial, pois o mesmo propicia melhor força de argumentação, bem como estabelece um vínculo mais sólido.

De qualquer maneira, é necessário ressaltar que o processo de mudança social em curso está criando novas demandas e oportunidades de ampliar o poder da comunicação na sociedade contemporânea.

Pode-se dizer que, em síntese, existe a valorização do local e do comunitário na sociedade globalizada e isso torna mais evidente a função da comunicação pública como facilitadora para o exercício da cidadania, sendo fundamental o acesso do cidadão aos meios de comunicação na condição de protagonista e interagente.

O quadro descrito neste capítulo é essencial para consolidarmos o cenário no qual a comunicação pública está inserida. As interfaces deste conceito com a realidade vivenciada pela sociedade atualmente, mediante o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e comunicação, que

alteraram os meios de produção / recepção dos meios de comunicação, evidenciam cada vez mais a função social da mídia, estabelecendo uma nova relação com o receptor, onde este passa a utilizar os meios como instrumentos para a participação e controle social. Desta forma faz-se necessário analisar as nuances que envolvem comunicação pública e cidadania, de forma a caracterizar a democratização e/ou novos espaços de participação social. Comunicação Pública e Cidadania são conceitos que estão entrelaçados, pois os meios de comunicação propiciam o desenvolvimento econômico-cultural-social, proporcionando a efetivação da cidadania, que muitas vezes está apenas na teoria, sendo a sua prática bem diversificada do estabelecido juridicamente.

CAPÍTULO II - CIDADANIA E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

2 A CONSTRUÇÃO SOCIOCULTURAL DO CONCEITO DE CIDADANIA

[...] Ser cidadão é ser educado, ser educado é sentir-se gente, amado e respeitado [...] (JOSÉ FILHO, 2002, p.67).

Um conceito mais amplo sobre a cidadania, de acordo com Peruzzo (2001) pode ser encontrado na esfera do direito internacional sendo que diz respeito à nacionalidade: o direito de pertencer a uma nação. Para além dessa noção, cidadania incorpora a garantia de se ter: a) proteção legal – na perspectiva da igualdade, como a de que todos são iguais perante a lei; b) o direito de locomover-se – ir de um lugar para o outro livremente; c) participação política – votar e ser votado, interferir na vida política; d) direito de expressão

Ainda para essa autora, nas últimas décadas, manifestações de tal ordem, ocorridas em nível da sociedade civil vêm revelando a existência de uma comunicação diferenciada, a partir dos envolvimento com as questões de cidadania acima referidos, principalmente aqueles gerados no seio das camadas subalternas da população, ou a elas ligados de modo orgânico. As pessoas, ao participarem de uma práxis cotidiana voltada para os interesses e necessidades dos próprios grupos a que pertencem ou ao participarem de organizações e movimentos comprometidos com interesses sociais mais amplos, acabam inseridas num processo de educação informal que contribui para a elaboração – re-elaboração das culturas populares e formação para a cidadania.

Conforme esclarece Barbalet (1989 apud PERUZZO, 2001), a cidadania encerra manifestamente uma dimensão política, mas a prática mostra que isto não é suficiente para que ela seja compreendida. O problema está em quem pode exercê-la e em que termos ela é exercida. A questão está, de um lado, na cidadania como direito e, de outro, na incapacitação política dos cidadãos, em razão do grau de domínio dos recursos sociais e de acesso a eles.

Segundo José Filho (2002), a cidadania em sua origem está relacionada com o surgimento das cidades e a capacidade dos homens exercerem seus direitos e deveres enquanto cidadãos, atribuindo sempre a construção em

coletividade, conferindo a cada indivíduo uma atuação na esfera pública e na esfera particular.

A Grécia foi o berço da cidadania, onde todos os homens livres podiam participar de sua gestão e exerciam plenamente este direito. Com o início do Sistema Feudal, extinguiu-se esse direito uma vez que apenas os senhores feudais poderiam tomar qualquer tipo de decisão. A cidadania foi sendo retomada com o fim do feudalismo e ascensão da burguesia, estabelecendo-se direitos e deveres (Universalização dos Direitos – Direitos civis séc. XVIII; Direitos políticos – séc. XIX e Direito Sociais séc. XX) e valorização do trabalho. Este último foi o marco para a existência da cidadania, tendo sua origem nas revoltas religiosas e na revolução protestante do século XIV.

Uma forma clara de situar a cidadania no contexto histórico é destacar a sua relação com o desenvolvimento do capitalismo vinculado com a burguesia, a classe que a instaurou. O capitalismo, mesmo sendo um sistema que lida com interesses econômicos em detrimento aos demais, estabeleceu a democracia e proporcionou de certa forma a conquista de vários benefícios pela sociedade, como a organização dos trabalhadores que fazem valer seus direitos através dos sindicatos, numa luta constante contra os donos do poder. Desse modo, pode-se dizer:

A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social (DALLARI, 1998, p.14.).

Ainda, de acordo José Filho (2002, p.64-65), a visão de mundo e a concepção de cidadania foram formuladas por intelectuais, que se detém às construções diversas, como Locke, Rousseau e Kant, que foram os mais importantes na construção do tema. Sendo:

- Locke (1632-1704) restringe o conceito de cidadania a “cada um tem uma propriedade em seu próprio corpo que só a ele diz respeito”. Essa definição acaba por tomar outro sentido, quando o autor aborda que somente aquele que tem propriedade do próprio corpo seria realmente cidadão, enfatizando não especificamente o corpo, mas o resultado do

trabalho que o corpo produz. Estabelece uma cidadania que delinea a desigualdade social;

- Rousseau (1712-1778), em sua definição elimina a possibilidade de haver dominação e a exploração do homem pelo homem, em “O Contrato Social” ele faz uma síntese que retrata o contrato entre os homens para que haja a preservação dos direitos e deveres de cada um. Ressalta uma democracia direta, onde todos têm uma participação integral, representando os bens e direitos uns dos outros. Rousseau não separa igualdade de liberdade para não haver o uso inadequado do exercício da cidadania;
- Kant (1727-1804), em sua concepção pontua o Estado de Direito como a válvula de segurança para um desenvolvimento pacífico necessário ao progresso da humanidade, sem perigo de retroceder à época da barbárie. Enfatiza as leis como um instrumento fundamental para ser utilizado a favor da cidadania, ou seja, dos direitos dos cidadãos.

Para José Filho (2002), a questão da cidadania envolve a compreensão de que:

Podemos afirmar que ser cidadão significa ter direitos e deveres dentro da sociedade. A cidadania parte do princípio de que todos os homens são iguais perante a lei, sem discriminação de raça, credo ou cor, tendo direito à educação, saúde, habitação e lazer. A todos os homens são atribuídos o domínio de seu corpo e de sua vida, um trabalho digno que proporcione sustentar a si e à sua família, o direito à liberdade de expressão em partidos políticos, sindicatos e de lutar por seus valores tendo oportunidade de participar em movimentos sociais (JOSÉ FILHO, 2002, p. 66).

A cidadania comporta, genericamente, três dimensões, na perspectiva de Marshall (1967):

- **Direitos civis:** direitos inerentes à liberdade individual, liberdade de expressão e de pensamento; direito de propriedade e de conclusão de contratos; direito à justiça;
- **Direitos políticos:** direito de participação no exercício do poder político, como eleito ou eleitor, no conjunto das instituições de autoridade pública. Os direitos políticos constituem um conjunto de normas constitucionalmente fixadas, referentes à participação popular no processo político. Em outras

palavras, é a participação do cidadão na vida pública de determinado país. Correspondem ao *direito de sufrágio*, em suas diversas manifestações, bem como a outros direitos de participação no processo político.

- **Direitos sociais:** conjunto de direitos relativos ao bem-estar econômico e social, desde a segurança até ao direito de partilhar do nível de vida segundo os padrões prevaletentes na sociedade.

As dimensões abordadas por Marshall refletem aspectos jurídicos do conceito de cidadania, ou seja, estabelece que as leis normatizam a vida em sociedade, mas que não efetivam a participação social em si mesma. Assim:

[...] uma lei nada mais é do que um meio, um instrumento, a partir do qual se satisfazem, de um modo “normativo”, as necessidades e demandas da sociedade. Uma norma nada pode fazer por si só, já que sempre depende do conjunto de valores que impera em uma sociedade concreta motivo pelo qual mudam e se adéquam conforme os interesses da sociedade vão se alterando. Nessa transformação ocorrem embates e disputas. [...] Historicamente, os grupos dominantes conseguiram aprovar não só leis como também, os critérios mais importantes para sua justificativa, interpretação ou legitimação frente aos cidadãos e cidadãs que estão obrigados a cumpri-las (VICENTE, 2009, p.2-3).

Segundo Pinsky (2003, p.10), a cidadania não é uma definição estanque, mas um conceito histórico, o que significa que seu sentido varia no tempo e no espaço. A aceleração do tempo histórico nos últimos séculos e a conseqüente rapidez das mudanças faz com que aquilo que num dado momento podia ser considerado subversão perigosa da ordem, no seguinte seja algo corriqueiro, “natural” (de fato, não é nada natural, é perfeitamente social).

Pode-se dizer que a participação é a palavra chave da cidadania. Segundo José Filho (2002), a construção da cidadania é um movimento, uma ação, que nos induz a uma identidade nacional. Desta forma, a nacionalidade é pressuposto da cidadania, ou seja, pertencer a um Estado é condição primordial para o exercício dos direitos políticos. A nacionalidade é o vínculo jurídico de direito público interno de uma pessoa e um Estado. A nacionalidade pressupõe que toda pessoa goze de determinados direitos frente ao Estado de que é nacional, como o direito de residir e trabalhar no território do Estado, o

direito de votar e ser votado, dentre outros. A cidadania é constituída mediante pequenas atividades e de muitas atividades, mas das quais ninguém é o proprietário privado.

Segundo Vicente (2009), o conceito de cidadania implica múltiplas interpretações. Partindo do pressuposto de que cidadania é um processo dinâmico e que está em permanente construção em meio ao contexto em que está inserida, as significações desse conceito determinam ações, e a “falta de clareza dos conteúdos repercutirá negativamente na existência de estratégias consistentes para a formação cidadã, portanto, no processo de consolidação democrática.” (p.2) Desta forma:

As diferenças se acentuam na medida em que privilegiamos esse tema na América Latina. Além de ter uma trajetória marcada pelas suas particularidades a extrema pobreza e a desigualdade, acumulada no passar do tempo, agregam componentes impossíveis de serem ignorados ao se falar em cidadania. Outros fatores intervêm no caso latino-americano, notadamente, a exclusão social imposta aos indígenas e escravos, além do retardamento na concessão dos direitos sociais e políticos a outras minorias. Tal quadro criou um cenário pouco favorável para se pensar em adoção de fórmulas e práticas inerentes à cidadania (VICENTE, 2009, p.2).

A construção do conceito de cidadania possui características próprias dependendo do contexto social na qual se consolida, assim cada país, cada região, possui peculiaridades diferentes quando o tema é a consolidação de direitos, sejam eles políticos, econômicos, sociais, ou de qualquer outra natureza.

No Brasil ainda estamos engatinhando no exercício efetivo da cidadania, demos passos importantes com o processo de redemocratização e a Constituição Federal de 1988, onde esta estabelece o marco legal desse conceito, tendo como foco a igualdade de todos perante a Lei. Entretanto, os princípios de cidadania concretizados “juridicamente”, estão longe de serem efetivados na prática, no cotidiano, pois, muitos de nós desconhecemos nossos direitos e deveres, resultando na violação destes e nas injustiças sociais. Cabe ressaltar, que no país, apesar de sua caracterização como sendo democrático, poucos são “iguais” e um grupo seleto de pessoas detém o poder e gestão do Estado, modificando o conceito de democrático, pois em uma democracia

plena, os cidadãos possuem meios para participar de forma direta e não mascarada nas ações do governo.

Faz-se necessário um trabalho efetivo para que o conceito jurídico de cidadania se efetive na prática, e crie mecanismos de participação social, que permitam assegurar que os direitos de qualquer natureza, desde aqueles considerados como sendo mínimos sociais possam romper com o ciclo de desigualdades desse país. Portanto, não será demais lembrar que:

A participação popular através dos mecanismos da democracia direta deve ser entendida como uma escola de cidadania e mais ainda, como uma forma efetiva de reverter tendências consolidadas dentro de um projeto, nem sempre claro, no qual setores particulares se apropriam das riquezas sociais. Sem essa participação, as necessidades e expectativas humanas se satisfarão de modo incompleto, beneficiando mais um grupo do que outro (VICENTE, 2009, p.5).

A despeito de esforços que vêm sendo envidados pelos órgãos governamentais e a sociedade civil ao longo do tempo, ainda predomina uma visão reducionista da cidadania perante a população de nosso país, (votar e de forma obrigatória, pagar os impostos, ou seja, fazer coisas que nos são impostas), onde não há uma efetiva participação da sociedade nas decisões de âmbito público, e que refletem diretamente em nosso dia a dia.

Os direitos que temos não nos foram mediados, mas conquistados. Muitas vezes compreendemos os direitos como uma concessão, um favor de quem está em cima para os que estão em baixo. Contudo, a cidadania não é dada, ela é construída e conquistada a partir da nossa capacidade de organização, participação e intervenção social.

Segundo Dallari (2008), construir cidadania é também construir novas relações e consciências. A cidadania é algo que não se aprende nos livros, mas na convivência, na vida social, e pública. É no convívio do dia a dia que exercitamos a nossa cidadania, através das relações que estabelecemos com os outros, com a coisa pública e o próprio meio ambiente. A cidadania deve ser perpassada por temáticas como solidariedade, democracia, direitos humanos, ecologia, e a ética.

Ser cidadão é participar, buscar informações a respeito do que está acontecendo, questionar. Desse modo:

Nenhum ator político ou econômico tem o direito de impor-me algo, sob a justificativa de que é para meu bem, sem dar-me os instrumentos institucionais de me informar, de manifestar a minha opinião e participar do processo de decisão. Nesse sentido, inclusive, a realidade é que as formas atuais de tomada de decisão do Estado, ou das grandes empresas privadas, são extremamente semelhantes em termos de transformar o cidadão num sujeito passivo e manipulado. O eixo da cidadania desponta como uma questão essencial das transformações atuais (DOWBOR, 2005, p.6).

Ao contrário das grandes Nações como os Estados Unidos (EUA), onde se desenvolve o senso de cidadania e acima de tudo, o nacionalismo, ou seja, a identificação, comprometimento e amor pelo país, no Brasil há uma tendência histórica em aceitar tudo o que nos é imposto, não aprendemos a pensar, lutar, ou mesmo questionar. “O Estado é controlado pelos iguais, interessa a estes que os desiguais não façam o confronto” (DEMO, 1999, p. 32). Em decorrência disso, existem dificuldades na construção da cidadania em nosso contexto:

Discorrer sobre a construção da cidadania no Brasil é tocar num ponto nevrálgico da nossa história. Passados mais de 500 anos da chegada dos portugueses por estas paragens, percebe-se que a consolidação da cidadania ainda é um desafio para todos os brasileiros. Muito se tem discutido na academia e fora dela, o jargão da cidadania está na moda nas instituições políticas e na opinião pública, mas, concretamente este é um conceito ainda a ser construído (CREMONESE, 2007, p.59).

Em nosso país o marco inicial para a construção de cidadania ocorreu com o período da ditadura militar (1964 – 1980), pois foi nessa época histórica que todos os direitos que haviam sido conquistados foram abolidos. Nesta fase o país viveu um período de anti-cidadania. Segundo Bezzon (2004), a luta dos movimentos organizados nas décadas de 1970 e 1980 no Brasil, com o intuito de transformar em leis seus direitos, foi significativa enquanto exercício da participação política.

Segundo Gohgn (apud BEZZON, 2004), os movimentos sociais, que surgiram de grupos organizados da sociedade civil, ou de categorias até então excluídas da sociedade, deram um novo significado ao conceito de cidadania, a cidadania coletiva, conforme:

[...] Privilegiando a dimensão sociocultural, a cidadania coletiva veio reivindicar não somente a inscrição nas leis dos direitos relativos a bens e serviços, mas também espaços sociopolíticos, sem perder sua identidade cultural. A cidadania coletiva se constrói no processo de luta, no interior da prática social em curso, através do processo de identidade político-cultural que as lutas cotidianas geram. É a consciência adquirida sobre os direitos e deveres que leva o grupo a se organizar, elaborar estratégias de formulação de demandas e táticas de enfrentamento dos oponentes (BEZZON, 2004, p.24).

Entretanto, em 1985 com a Campanha pelas Diretas Já, o país inicia um novo marco, uma “nova era”. A população se mobiliza em torno de algo comum, a mudança se fazia necessária para o “bem da nação” e melhores condições de vida para todos. Dentro desse cenário:

A bandeira de luta pela cidadania plena deve transformar o cotidiano do trabalhador em algo bom, satisfatório, sob condições que respeitem a própria vida, dando chance também à questão do desejo – a identidade do indivíduo com as atividades que realiza (COVRE, 1991, p.73).

No ano de 1988, o marco da cidadania se estabelece definitivamente no Brasil, ao menos teoricamente, ou seja, ocorre a promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil, que em seu Preâmbulo diz:

Nós, representantes do povo brasileiro [...] destinados a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias.

Diante de um texto tão bem elaborado pode-se observar que ainda hoje, em pleno século 21, muitos dos fundamentos desse Preâmbulo não se concretizaram e estão longe de ser a realidade brasileira, do sonho de uma sociedade justa e igualitária, onde todos seremos realmente ‘iguais perante a lei’.

A Constituição Federal traz em seu Art. 1º seus princípios fundamentais, os quais podem ser considerados de extrema importância para o desenvolvimento de qualquer sociedade, sendo:

- A soberania.
- A cidadania.
- A dignidade da pessoa humana.

- Os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa.
- O pluralismo político.

O conjunto de leis agregado na Constituição Federal traduz em sua essência, direitos e deveres, que visam garantir a ordem e a dignidade da pessoa humana, tanto que em seu Art.5º descreve os direitos e deveres individuais e coletivos, os quais são essenciais para o exercício da cidadania, destacando-se:

- Igualdade.
- Igualdade de gênero.
- Integridade.
- Liberdade de opinião e expressão.
- Sigilo das comunicações.
- Direito de informação e petição.
- Ação popular.

Segundo José Filho (2002, p.69), o principal problema básico da questão da cidadania no Brasil hoje, é que nós não temos o valor básico da cidadania para ser definido, não existindo, na maioria da população consciência de cidadania, como se “ela” não fizesse parte de sua vida, como sendo algo externo. Cidadania é uma relação, não é uma coisa que um indivíduo possa ter e o outro não. Uma sociedade de cidadãos é uma sociedade de relações democráticas baseadas na igualdade entre as pessoas. O valor da cidadania é algo que vem antes da ação e determina esse agir, impondo renúncia à medida que assegura um direito. Portanto:

No país prevalece apenas uma democracia eleitoral sobre a democracia social (cidadã). Por essa razão, as instituições políticas e os políticos têm passado por um alto descrédito entre a opinião pública do país. Da mesma forma, a cidadania é incipiente num país onde predomina a exclusão social e econômica, a desigualdade social e a violência difusa (CREMONESE, 2007, p. 60).

A construção da cidadania do Brasil possui diferentes características de acordo com as fases históricas do país. Desta forma Cremonese (2007) aborda essas diferenças, as quais serão relatadas a seguir:

- *Brasil colonial: ausência de direitos e de poder público* – o processo de colonização se deu entre dois “países” culturalmente diferentes, onde Portugal utilizou da violência (armas) e da ideologia (religião). A grande população indígena foi dizimada rapidamente pelo homem ‘civilizado’. O período teve como a monocultura como conotação comercial, onde a produção da cana de açúcar servia para suprir a demanda européia. Com o ciclo da cana de açúcar se inicia os ciclos de exploração no país, contando sempre com a exploração da mão de obra escrava, fornecendo assim matéria prima para a Europa. Neste período a cidadania foi negada à quase totalidade da população, porém os mais afetados foram os escravos negros provenientes do continente africano. Segundo Carvalho (2002, apud CREMONESE 2007), a escravidão foi o fato mais negativo para a cidadania. Neste contexto o processo para a abolição da escravatura se deu muito mais pela pressão externa do que pela consciência social da população. Huberman (1986 apud CREMONESE 2007, p.65) “relata que a acumulação de riqueza deve-se ao trabalho e ao sofrimento do negro, como se suas mãos tivessem construído as docas e fabricado as máquinas a vapor”. A exclusão e a marginalização da população negra são características marcantes ainda mesmo nos dias atuais. Outro fator marcante desse período foi a questão do analfabetismo, pois a maioria da população não sabia nem ler e escrever, onde somente a elite era portadora de conhecimento. Esses fatos contribuíram para a ausência de direitos e conseqüentemente para a “não-cidadania”.
- *Brasil – a Independência e a República: participação incipiente* – Primeiramente a que se considerar que os dois fatos históricos do século 19, a Independência e a Proclamação da República, se deram sem a participação da maioria da população, predominando os interesses da elite portuguesa aliado as da elite nacional. O processo

de construção da cidadania está ligado essencialmente à construção de uma nação e de um Estado, ou seja, da formação de identidades (tradição, religião, língua, costumes). O sentimento de pertence a nação é importante para o processo de construção da cidadania. Carvalho (2002, apud CREMONESE, 2007, p.69) “a construção da cidadania tem a ver com a relação das pessoas com o Estado e com a nação. As pessoas se tornavam cidadãos à medida que passavam a se sentir parte de uma nação”. Entretanto, no Brasil o Estado precedeu a formação da nação. A estruturação do Estado deu-se exclusivamente pela vontade da elite portuguesa, que aceitou negociar com a Inglaterra e com a elite brasileira a ‘independência do país’, negociação esta que envolveu vultuosa quantia em libras. A relação de dependência da colônia com Portugal não permitiu a formação de uma identidade própria, nem edificar uma nação propriamente dita. A primeira manifestação de nossa nacionalidade, segundo Carvalho (2000b, apud CREMONESE, 2007,p.69), deu-se em 1865 com a Guerra do Paraguai. Os fatos políticos do país que ocorrem nesse período, aconteceram para atender a interesses individuais, ou de pequenos grupos hegemônicos. Para caracterizar o processo de Independência, Costa (1989, apud CREMONESE 2007, p.69) coloca: “as coisas vão simplesmente acontecendo: no jogo das circunstâncias e das vontades individuais, no entrelaçamento de interesses pessoais, de paixões mesquinhas e de sonhos de liberdade, faz-se a independência do país”. O poder político acabou por se concentrar nas mãos dos proprietários. Diante deste cenário, o Brasil herdou, na construção de seu Estado, a burocratização do Estado Moderno, onde segundo Max Weber (apud CREMONESE, 2007, p.70) “a ordem legal, a burocracia, a jurisdição compulsória sobre um território e a monopolização do uso legítimo da força são características essenciais do Estado moderno”.

No período imperial houve no país dois partidos políticos com ideologias semelhantes: *Conservador* (defendia os interesses da burguesia reacionária, dos das terras e senhores de escravos – domínio agrário) e o *Liberal* (zelava pelos interesses da burguesia

progressista, representada pelos comerciantes – domínio urbano). Até 1987 não se podia falar em partido político no país, havendo apenas a maçonaria.

No período colonial, assim como na República Velha (1890-1930), a grande maioria da população ficou excluída dos direitos civis e políticos, com um reduzido sentimento de nacionalidade. Houveram movimentos de resistência, porém os mesmos foram duramente reprimidos, tais como: Balaiada no Maranhão, Cabanagem no Pará, Farroupilha no Rio Grande do Sul, Canudos na Bahia, Contestado em Santa Catarina e Revolta da Vacina no Rio de Janeiro.

A Proclamação da República apresentou características *sui generis* ao ser instituída, haja vista o seu caráter golpista e elitista. O povo não só não participou como foi tomado de surpresa com a proclamação do novo regime. Segundo Carvalho (2002, apud CREMONESE, 2007, p. 72) “o ato da proclamação em si foi feito de surpresa e comandado pelos militares que tinham entrado em contato com os conspiradores civis poucos dias antes da data marcada para o início do movimento”.

A participação política da população durante os períodos imperial e republicano foram insignificantes. Desse modo, encontramos que:

Os grandes acontecimentos na arena política eram protagonizados pela elite, cabendo ao povo o papel de mero coadjuvante, assistindo a tudo sem entender muito bem o que se passava (CREMONESE, 2007, p. 72)

O período colonial e republicano ainda é marcado pelos ‘vícios’ das instituições e da cultura política, dos quais Cremonese (2007) cita:

- a) *Patrimonialismo* – um dos principais eixos da cultura política brasileira. Com a instituição do capitalismo surge um Estado de natureza patrimonial, cuja estrutura estamental gerou uma elite dissociada da nação: o patronato político brasileiro que atua levando em conta os interesses particulares do estamento burocrático ou dos “donos do poder”. Neste sistema os empregados são colocados em uma rede patriarcal na qual eles representam a extensão da casa do soberano.

- b) *Coronelismo* – caracterizado por ter a figura do coronel como intermediário na relação entre os políticos e setores da população. Segundo Leal (apud CREMONESE, 2007, p.75) “o coronelismo é visto como um sistema político, uma complexa rede de relações que vai desde o coronel até o Presidente da República, envolvendo compromissos recíprocos”. Sistema político baseado na troca de favores entre o governo central e os detentores do poder local (um necessita do outro para sobreviver). Características: mandonismo, filhotismo, falseamento do voto e a desorganização dos serviços públicos locais. Neste período surge o voto de cabresto e a capangagem.
- c) *Clientelismo* – processo amplo e que atravessa toda a história política do país. Relação que envolve a concessão de benefícios públicos entre atores políticos (relação direta entre políticos e setores da população). Neste sistema o emprego público adquire importância enquanto fonte de renda. O clientelismo aumentou com o fim do corenelismo.
- d) *Personalismo* – caracterizado por Sérgio Buarque de Holanda (2000, apud CREMONEZE, 2007 p.73) como “responsabilidade individual na qual imperavam os vínculos pessoais nas relações sociais e políticas, deixando os interesses coletivos em um segundo plano”. Sistema caracterizado pela dependência de um líder, de uma figura heróica que “vai surgir como o salvador da prática”, há o sentimento messiânico.
- e) *Populismo* – herdeiro do clientelismo, dando continuidade a relação desigual entre Estado e sociedade e, principalmente com a classe trabalhadora. Segundo Ferreira (2001, p.7) “o político populista surge como um personagem que agiria de má fé, mentindo e enganando o povo, sobretudo nas épocas de eleições, prometendo tudo e não cumprindo nada”. Populismo é uma forma de governar em que o governante utiliza de vários recursos para obter apoio popular. O populista utiliza uma linguagem simples e popular, usa e abusa da propaganda pessoal, afirma não ser igual aos outros políticos, toma medidas

autoritárias, não respeita os partidos políticos e instituições democráticas, diz que é capaz de resolver todos os problemas e possui um comportamento bem carismático. É muito comum encontrarmos governos populistas em países com grandes diferenças sociais e presença de pobreza e miséria.

- *Década de 30: emergência gradativa dos direitos sociais* – Neste período ocorreram mudanças nas relações econômicas e políticas no país em decorrência de influências internas (processo crescente de urbanização, industrialização, aumento do operariado, criação do Partido Comunista e a Semana de Arte Moderna) e externas (crise da Bolsa de Valores de Nova York). De 1945 a 1964 o país vivencia sua primeira experiência democrática, tendo como principal característica política o populismo e o nacionalismo.

Após esse período se inicia a ditadura militar, que do ponto de vista dos direitos civis e políticos, se constituiu em um período sombrio. Entretanto, há uma sensível melhora com relação aos direitos sociais, havendo a criação do Instituto Nacional de Previdência Social (INPS), do Fundo de Assistência do Trabalhador Rural (FUNRURAL), do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), do Banco Nacional de Habitação, e do Ministério da Previdência e Assistência Social, em 1974.

No ano de 1985, apesar dos avanços políticos, no entanto, os direitos civis e sociais ainda são deficientes. Há precariedade na questão da segurança e no acesso a justiça (morosidade), além das altas taxas de mortalidade.

No Brasil, diferentemente de outros países, para a instituições dos direitos, prevaleceu a lógica inversa: primeiro os direitos sociais, depois os políticos e civis.

Diante do cenário descrito acima com relação ao processo de construção da cidadania e da conquista de direitos, questiona-se: como se dá a formação de um cidadão?

Demo (1999) cita alguns componentes que segundo ele, em síntese nossa, fazem parte da construção da cidadania:

- Formação e não o adestramento das pessoas.
- Noção de participação social.
- Noção de sujeito social e não objeto.
- Noção de direitos e deveres.
- Noção de democracia.
- Noção de liberdade, igualdade, comunidade.
- Noção de acesso à informação e ao saber (democratização da informação).
- Noção de acesso às habilidades.

A construção do “ser cidadão” também está intimamente relacionada com questões de educação e cultura. Somos “culturalmente” rotulados como um país onde os direitos dos cidadãos não são respeitados, e a corrupção e a impunidade imperam, sem perspectiva de mudança em curto prazo. Infelizmente possuímos um sistema educacional deficitário, tendo como agravante a progressão continuada, lei esta que instituiu a “fábrica” de alunos/cidadãos que saem do ensino fundamental sem saber ler e escrever. O ensino público que deveria ser de qualidade, alinhado com o desenvolvimento tecnológico e com as novas tendências de desenvolvimento da sociedade, é retrógrado, remunera muito mal os educadores, não incentivando a formação continuada, para desta forma realizem uma prestação de serviço com qualidade, tendo como foco o educar para a cidadania.

A despeito disso, torna-se cada vez mais aceita a noção de que a formação cultural dos seres humanos nas sociedades contemporâneas passa muito pelas intermediações do cotidiano marcadas por um contexto de complexidade, ocorrendo através da comunicação interpessoal, grupal e massiva e que se ampliam com o incremento de novas tecnologias (BARROS, 1997).

Tudo isso diz respeito a uma mudança de postura, de uma “cultura do silêncio” das maiorias, como já disse Paulo Freire (1981), ou a cultura da

submissão, do cidadão ausente, de um cidadão sem voz, para uma nova cidadania, como esclarece Jesús Martín-Barbero:

Diluíram-se, em boa medida, aquelas instituições, aqueles espaços nos quais o cidadão se formava, ao mesmo tempo em que exercia a cidadania. No momento, [...] existe uma multiplicidade de movimentos, um pouco tateantes, construindo, por um lado, uma superação, em certa medida do silêncio. Isto é existe uma insubmissão, uma rebeldia frente ao poder da Igreja, [...] do Estado, [...] da escola frente a muitos poderes. Tudo o que passa pelos movimentos feministas, pelos movimentos ecológicos, pelos movimentos homossexuais, étnicos, raciais, os movimentos dos negros. [...] Existem elementos de uma nova sociabilidade, uma nova agenda de temas importantes para as pessoas. [...] Estes movimentos, pequenos, em sua maioria inarticulados, à medida que se articulem e articulem a escola, e os meios de comunicação municipais, comunitários, irão criando redes de formação de cidadãos que vão ser muito eficazes, para fazer com que essas vozes dispersas comecem a tomar corpo no espaço regional e, inclusive, no espaço nacional (MARTÍN-BARBERO, 1999, p.78-79 apud PERUZZO, 2001).

No contexto de tais movimentos se desenvolvem experiências de uma comunicação, a qual evidencia características próprias, entre elas, o exercício da participação direta. Ali se faz possível que os receptores das mensagens dos meios de comunicação se tornem também produtores das mesmas, se tornem emissores do processo de comunicação.

Para Peruzzo (2001) a participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se *sujeito* de atividades de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele, agregando novos elementos à sua cultura.

Os meios de comunicação públicos devem se apresentar como potencializadores para serem, ao mesmo tempo, parte de um processo de organização popular e canais carregados de conteúdos informacionais e culturais, além de possibilitarem a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Contribuem, portanto, duplamente, para a construção da cidadania.

Ainda, para Peruzzo (2001) oferecem um potencial educativo enquanto processo e também pelo conteúdo das mensagens que transmitem. Por seus

conteúdos podem dar vazão a socialização do legado do histórico do conhecimento, facilitar a compreensão das relações sociais, dos mecanismos da estrutura do poder (compreender melhor as coisas da política), dos assuntos públicos do país, esclarecer sobre os direitos da pessoa humana e discutir os problemas locais. Essa autora, ainda exemplifica que é bastante conhecida a existência, por exemplo, de programas de rádio feitos pelos moradores de favela, em que se faz um trabalho educativo junto às crianças e jovens ensinando sobre os perigos do consumo e do tráfico de drogas. Para ela, podem assim facilitar a valorização das identidades e raízes culturais, servindo como canal de expressão para informar sobre como prevenir doenças, sobre os direitos do consumidor, acesso aos serviços públicos gratuitos (registro de nascimento, por exemplo) e tantos outros assuntos de interesse social. Em decorrência, pela participação das pessoas na produção e transmissão das mensagens, nos mecanismos de planejamento e na gestão do veículo de comunicação contribui para que elas se tornem *sujeitos*, se sintam capazes de fazer aquilo que estão acostumadas a receber pronto, se fazem protagonistas da comunicação e não somente receptores. Portanto:

A participação popular é algo construído dentro de uma dinâmica de engajamento social mais amplo em prol do desenvolvimento social e que tem o potencial de, uma vez efetivada, ajudar a mexer com a cultura, a construir e reconstruir valores, contribuir para maior consciência dos direitos humanos fundamentais e dos direitos de cidadania, a compreender melhor o mundo e o funcionamento dos próprios de comunicação de massa. Se revelam assim como espaço de aprendizado das pessoas para o exercício de seus direitos e a ampliação da cidadania (PERUZZO, 2001, p.118).

Por sua vez, deve-se ressaltar também que o processo de efetivação do conceito de cidadania requer mecanismos que envolvam efetivamente o cidadão no cenário de âmbito público, garantindo a participação social. Desta forma, a comunicação pública desempenha um papel fundamental, na medida em que, por seu intermédio existe a veiculação de informação de caráter público, e por meio da qual os mecanismos de participação e controle social ganham efetividade. Sendo assim, faz-se necessário evidenciar as interfaces entre comunicação e cidadania, de modo a estabelecer a relação concreta desses dois conceitos.

2.1 Cidadania e mídia: interfaces

Vicente (2009, p.7) coloca que “a democratização do sistema comunicativo emerge como primeiro passo para democratizar o acesso à informação e tornar os meios promotores da cidadania”. Partindo do pressuposto do autor, o espaço democrático é fator principal para que os “meios” possam mediar o processo de construção da cidadania. O espaço público deve priorizar o exercício de práticas democráticas que estimulem a participação da população na tomada de decisões, bem como, na construção da agenda pública.²⁸

O conteúdo simbólico veiculado pelos meios de comunicação agregam valor no processo de formação do imaginário social, de maneira a formatar o contexto social vivenciado pelas pessoas. É por meio do simbólico que se dá a “construção do cenário social que vivenciamos” e, através desse cenário que o cotidiano se desenvolve e se transforma.

Os meios de comunicação devem se tornar espaços para construções de debates e proporcionar ao cidadão a oportunidade de opinar sobre os assuntos que estão em pauta no cenário social. Veiculação de informação não deve ser vista como um processo estanque, mas sim dinâmico, que tenha também como foco o *feedback* do cidadão receptor, para que assim possa se construir uma relação concreta e legítima entre “os meios” e os cidadãos receptores. Ressalta-se que:

[...] a que se pensar em alguns componentes importantes na relação comunicação e cidadania capazes de reconhecer que o receptor, além de ser ativo, torna-se sujeito que se caracteriza pela disposição de exercer e por em prática seus direitos desejando ver nos meios um aliado na ampliação dos seus direitos sociais e nas formas de participação. Pensando desta maneira se espera dos meios a incorporação, nas suas manifestações, da inserção dos componentes da cidadania em todas as suas dimensões e variáveis (VICENTE, 2009, p.8).

²⁸ Para o autor “demanda que a democracia seja arquitetada mais como processo e menos como forma de atuação; mais como mediação de conflitos e menos como formação de consensos, mais como inclusão e menos como disputa de maiorias e minorias; mais como construção e legitimação permanente de regras e menos como cumprimento de regras de jogo (VICENTE, 2009, p. 14)

Diante desse cenário, segundo Morigi (2004, p. 82) a “mídia, entendida como um espaço discursivo, representa, talvez, a principal esfera de produção de sentidos a partir da qual também se pode construir a cidadania”. Assim o espaço midiático constitui-se em um lócus privilegiado para acesso aos direitos sociais.

A relação entre cidadania e mídia deve ser analisada perante o contexto social na qual está inserido, levando em consideração os diferentes atores sociais envolvidos nesse processo, cujos interesses muitas vezes são conflitantes. Assim sendo, pode-se dizer que:

A mídia faz a mediação discursiva entre a realidade dos diferentes campos sociais e a sociedade como um todo. Levantando questões, ela possibilita um diálogo social. Os diferentes campos e os sujeitos envolvidos enxergam-se conversando nessa esfera que, em princípio, deve ser pública (BRAGA, 2000, apud, MORIGI, 2004, p.82)

O estabelecimento de um diálogo entre os meios de comunicação públicos e os atores sociais deve propiciar o debate público dos interesses coletivos, de forma a colocar em evidência as questões sociais de relevância no cenário atual. Quando em evidência, as questões sociais, são debatidas de forma mais concreta, podendo assim, sair do campo do discurso para a prática.

Cabe ressaltar que a mídia possui também interesses mercadológicos, uma vez que, os donos dos monopólios visam acima de tudo o lucro, impondo assim suas “mercadorias”. Assim:

A mídia é a “vitrine” que se constitui em uma nova forma para os campos se representarem, mas também *para serem representados*, submetendo-se a um tratamento técnico-estético. Conectar-se a essa realidade a partir dessa “vitrine”, implica a necessidade de uma mudança de “lente” para um novo foco, alterando o modo de olhar e apreender o mundo. Isso significa compreender o espaço como um ambiente de tensões, conflitos, confrontos e negociações de sentidos. Nesse contexto, torna-se fundamental para os cidadãos perceberem as mudanças históricas, socioculturais e as regras do consumo nas quais a palavra-chave é a **publicização**, regida pela *midiatização* (MORIGI, 2004, p. 82-83).

Partindo das considerações do autor, é difícil para o cidadão comum perceber as mudanças históricas, socioculturais e as regras do consumo, uma vez que, essas questões imersas no cotidiano das pessoas, não são

trabalhadas de forma habitual pelas instituições, como por exemplo, a escola. Como perceber ou mesmo questionar as regras do consumo, se não possuímos acesso ao processo de produção e difusão das mercadorias veiculadas na mídia. Esse cenário é complexo e suas nuances estão longe de serem trabalhadas no cotidiano.

Morigi (2004, p.84) pontua também o fenômeno da midiaticização, o qual surge no contexto atual, onde:

a midiaticização é um fenômeno complexo construído e constitutivo de um conjunto de interações sócias e discursivas. Ela representa a instância das relações sócias na medida em que altera a ordem do cotidiano, criando novos valores, novas formas de interação, de exercícios de poder e de práticas de cidadania. A midiaticização do espaço público permite, por exemplo, pensar e analisar os múltiplos campos e atores envolvidos em um processo de educação e de construção da cidadania. Entretanto, sua força consiste em dar visibilidade social aos acontecimentos e às interpretações, possibilitando o acesso relativamente plural às mensagens e à produção de sentido social.

Segundo o autor, a midiaticização representa um posto avançado de observação e de construção de sentidos, bem como, é composto por mensagens com significação social, que circulam como produtos em um mercado pluridiscursivo. Ressalta que a midiaticização revela-se como um simulacro da realidade.

Assim o fenômeno da midiaticização acaba por dar visibilidade ao viés social do conteúdo discursivo, proporcionando o debate de assuntos de interesse coletivo, expressando que os fatos sociais também são construídos a partir da exposição nos “meios”, através do qual podem ser estabelecidas diretrizes para as políticas públicas em seus diferentes enfoques, mas que priorizem as necessidades imediatas da população. Como coloca Verón (1997, apud MORIGI, 2004, p.96) “a compreensão de que o fato social não existe como dado, mas como construção midiática, é o que define o fenômeno da midiaticização”.

A midiatização é um processo no qual o “real” se produz sociotecnicamente e, por meio dele, se tem acesso à experiências do cotidiano social, em forma de representação e espetacularização, restrito à lógica, tempo e espaço midiático. Entre os dois reais, o virtual e do de referência, existe sempre uma lente que ora aumenta ora reduz o foco. Por intermédio desta lente, contaminada pela ideologia do veículo, é que os campos e os cidadãos têm acesso às informações sobre a realidade social (MORIGI, 2004, p.86)

Assim a relação entre informação e cidadania também se faz importante dentro da atualidade. A informação, por meio da comunicação pública, deve sempre priorizar a informação de caráter público, ou seja, voltada para o interesse comum – o coletivo.

A gestão da informação é ferramenta fundamental para o efetivo exercício da cidadania, uma vez que, é a partir da aplicação práticas das informações que os cidadãos podem questionar a realidade na qual estão inseridos. É por meio da informação que o simbólico torna-se real. Assim:

A relação entre informação e cidadania não é algo que acontece a partir do simples acesso e uso da informação. Para que a informação possa auxiliar na construção de espaços sociais de cidadania são necessárias dois movimentos básicos, complexos e complementares. O primeiro diz respeito ao pólo de produção da informação e, o segundo refere-se ao pólo de recepção, onde exige uma postura ativa do cidadão no sentido de não apenas receber, mas de analisar criticamente as informações, a partir de suas necessidades específicas, usando sua capacidade para transferir e adaptar-se a essas mesmas necessidades. A conexão entre cidadania e informação só ocorre quando o receptor utiliza sua capacidade de representar simbolicamente as experiências vividas e as informações recebidas, transformando-as em discursos com significação para a sua realidade. A relação entre informação e a cultura, as expectativas da vida cotidiana se estreitam através da comunicação (ARAÚJO, 1999, apud MORIGI, 2004, p.87)

Dentro desse cenário, outra questão pode ser considerada como fundamental, o direito a comunicação e a informação.

No que se refere ao direito à comunicação, segundo Leon (2002, apud PERUZZO, 2004, p.57):

O direito à comunicação se apresenta agora como aspiração que se inscreve no dever histórico que começou com o reconhecimento de direitos aos proprietários dos meios de informação, logo aos que trabalham sob as relações de dependência com eles, e, finalmente, a todas as pessoas, que a Declaração dos Direitos Humanos [...]

consignou como direito à informação e a liberdade de expressão e de opinião. [...] Esta é parte de uma concepção mais global [...] que incorpora de maneira peculiar os novos direitos relacionados com as mudanças de cenário da comunicação e um enfoque mais interativo da comunicação, no qual os atores sociais são sujeitos da produção informativa e não simplesmente receptores passivos de informação.

Cees Hamelink (2002, apud PERUZZO, 2004, p.59-60) aborda alguns aspectos centrais relativos à comunicação, dos quais os mais relevantes para o presente estudo são:

- *Direitos de informação*: consiste no direito à liberdade de pensamento, consciência e religião; direito de ter opinião, de expressar opinião sem interferências; direito de ser informado sobre temas de interesse público; direito de acesso a meios públicos de distribuição de informação, idéias e opiniões;
- *Direitos de proteção*: direito de respeitar a dinâmica de cada processo em forma de Comunicação Pública;
- *Direitos coletivos*: direito de acesso das comunidades à Comunicação Pública;
- *Direitos de participação*: direito de adquirir as capacidades necessárias para participar plenamente da Comunicação Pública; direito das pessoas a participar da tomada de decisões públicas sobre o provimento de informação, à produção de cultura ou à produção e à aplicação de conhecimento; direito das pessoas a participar na tomada de decisões públicas envolvidas na seleção, desenvolvimento e aplicação de tecnologias de comunicação.

Concomitante ao direito a comunicação está o direito a informação, onde segundo Peruzzo (2004, p. 63)

O acesso à informação e aos canais de expressão é um direito de cidadania. Faz parte dos direitos da pessoa. Um direito de primeira geração, ou seja, se circunscreve à dimensão civil da cidadania que assegura, entre outros direitos, o de liberdade de expressão de idéias, convicções, crenças, etc. Mas é também um direito de terceira geração, ao se deslocar para a noção de direito coletivo; direitos de grupos humanos em suas individualidades.

Gentilli (s/d) coloca o direito à informação como um direito que fomenta o exercício da cidadania, sendo fator decisivo no processo de aprofundamento democrático. Ressalta que o acesso à informação é uma porta a outros direitos, colocando que o direito à informação é um direito em si – a despeito de se configurar como um direito-meio²⁹ – e assim deve ser compreendido em toda a complexidade que envolve os direitos na sociedade moderna.

Para o autor o direito à informação deve ser analisado a partir de duas vertentes: a) deve ser pensado na perspectiva de um direito para todos, e b) deve ser pensado na perspectiva de fornecer informações em quantidade e qualidade para o melhor julgamento possível de cada um. Desta forma:

Nas sociedades moderna, estruturadas como democracias representativas, todos os direitos em alguma medida relacionam-se com o direito a informação: o alargamento da participação na cidadania pressupõe um alargamento do direito à informação como uma premissa indispensável, um pressuposto (GENTILLI, s/d, p.23).

Analisando o direito à informação inserido no contexto da cidadania, esse direito é aquele que cabe dar visibilidade as informações de interesse público, de forma a assegurar o acesso aos cidadãos aos seus demais direitos. Assim:

O direito à informação 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 conseqüência mais acessível (GENTILLI, s/d, p.26)

Desta forma podemos compreender o direito à informação como “meio” para se ter acesso aos demais direitos sócias, bem como, auxiliar no processo de mobilizar os cidadãos para de forma organizada e efetiva reivindicar seus direitos e/ou a prestação de serviços públicos com qualidade.

²⁹Direito-meio: é o direito que não se realiza em si mesmo, não se concebe a informação como algo com valor em si mesmo (GENTILLI, s/d, p.25)

A informação, principalmente a de interesse público, deve ser a base de organização da sociedade para que todos possam ter acesso aos mínimos sociais necessários para que um indivíduo possa viver com qualidade.

O direito à informação é a “alavanca” para retirar da vulnerabilidade e risco social uma grande parcela da população de sobrevive de forma indigna, tendo seus direitos violados sob todos os aspectos cotidianamente.

Diante de uma nova ordem social, onde a informação ganha força e acaba por ser a mola propulsora para diversas mudanças ocorridas no âmbito social, novas formas de organização e de relacionamento acabam por surgir nesse último século, tendo como base a comunicação e informação, independente de sua conotação. As redes sociais surgem como diferencial na forma de organização social, seja no âmbito particular como no profissional. Trabalhar e se relacionar em rede é característica de uma sociedade que por meio do virtual estabelece novas formas de organização e relacionamento.

2.1.2 Redes sociais – diferencial na sociedade da informação: breves considerações.

As redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de maneira substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura (CASTELLS, 1999, p.497).

Partindo do pressuposto de Castells atualmente temos novas formas de relacionamento e de organização, que nos remetem a novos espaços, principalmente o virtual.

Nessa “nova” sociedade onde o trabalhador do conhecimento ganha força, onde a informação é ferramenta imprescindível para o desenvolvimento de qualquer projeto profissional, trabalhar de forma isolada não gera mais eficiência, é preciso estar “conectado” a rede para se ter uma visão ampla do projeto que se está desenvolvendo.

Duarte (2006) coloca que o conceito de **rede social** como um conjunto de relações interpessoais concretas que vinculam indivíduos a outros indivíduos, vem se ampliando dia-a-dia, à medida que se percebe o poder de

cooperação como atitude que enfatiza pontos comuns em um grupo para gerar solidariedade e parceria. Desta forma:

O homem, como ser social, estabelece sua primeira rede de relação no momento em que vem ao mundo. A interação com a família confere-lhe o aprendizado e a socialização, que se estendem para outras redes sociais. É pela convivência com grupos e pessoas que se moldarão muitas das características pessoais determinantes da sua identidade social.³⁰ Surgem, nesse contexto, o reconhecimento e a influência dos grupos como elementos decisivos para a manutenção do sentimento de pertinência e de valorização pessoal (DUARTE, 2006, p. 132).

Segundo Duarte (2006) os objetivos das redes sociais são:

- Favorecer o estabelecimento de vínculos positivos, por meio da interação entre os indivíduos;
- Oportunizar um espaço para reflexão, troca de experiências e busca de soluções para problemas comuns;
- Estimular o exercício da solidariedade e da cidadania;
- Mobilizar pessoas, grupos e instituições para a utilização de recursos existentes na própria comunidade;
- Estabelecer parcerias entre setores governamentais e não-governamentais, para implantar programas de orientação e prevenção, pertinentes a problemas específicos apresentados pelos grupos.

Podemos citar algumas características a serem identificadas e desenvolvidas no trabalho em rede segundo Duarte (2006):

- Acolhimento – capacidade de acolher e compreender o outro, sem impor quaisquer condições ou julgamentos, ou impor-se;
- Cooperação – demonstração do real interesse em ajudar e de compartilhar na busca de soluções;
- Disponibilidade – demonstração e associação a um compromisso solidário. Respeito às diferenças étnicas-econômicas-sociais, reconhecimento e consideração pela diversidade;

³⁰ É o conjunto de características individuais reconhecido pela comunidade da qual faz parte (DUARTE, 2006, p. 132).

- Tolerância – capacidade de suportar a presença ou interferência do outro sem sentimento de ameaça ou invasão;
- Generosidade – demonstração de um clima emocional positivo.

Essas características podem ser assim representadas:

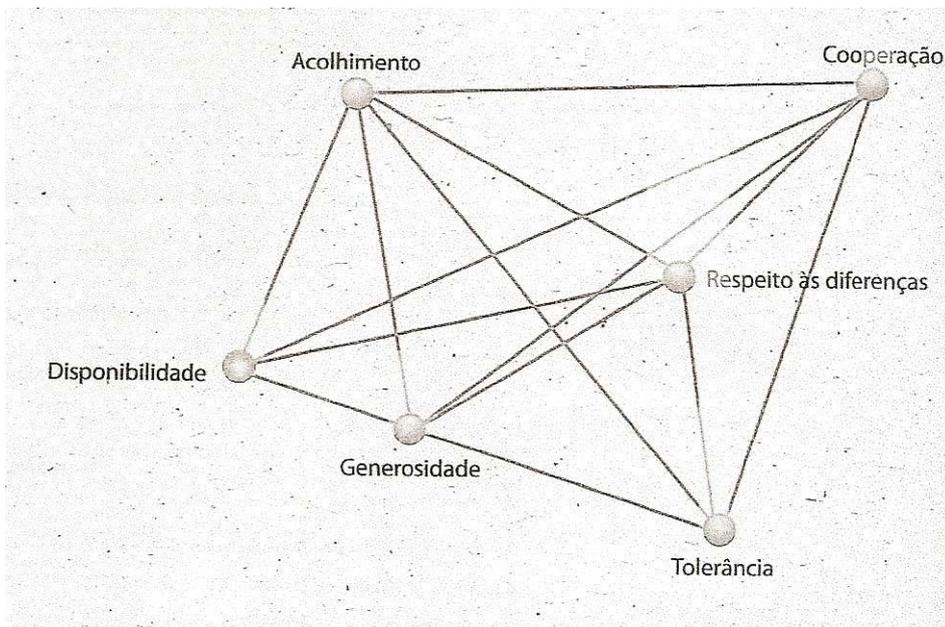


Figura 10 – Características das Redes Sociais.
Fonte: Redes Sociais. DUARTE, 2006, p.134.

Podemos observar que no trabalho em rede todos os envolvidos no processo trabalham de forma articulada, como uma teia de aranha, onde todos os elos são imprescindíveis para o resultado final.

O papel da comunicação é fundamental nesse processo, pois sem uma comunicação fluente, sem troca de informações e experiências, os atores sociais perdem a mobilidade, pois o objetivo principal das redes é a troca de experiências, informações e um trabalho conjunto.

Entretanto as redes são espaços onde se estabelecem novas formas de poder, bem como, novas formas de segmentação, pois grande parte da população acaba por estar excluída desse processo, pois não possuem acesso as ferramentas das tecnologias de informação e comunicação e muito menos a internet. Desta forma a organização social espacial é assim descrita por Castells (apud FREY, 2003, p. 174):

A sociedade informacional é organizada de uma forma assimétrica em torno dos interesses dominantes de uma elite econômica. A forma fundamental de dominação de nossa sociedade baseia-se na capacidade organizacional da elite dominante que segue de mãos dadas com sua capacidade de desorganizar os grupos da sociedade que, embora constituam maioria numérica, vêem (se é que vêem) seus interesses parcialmente representados apenas dentro da estrutura do atendimento dos interesses dominantes. A articulação das elites e a segmentação e desorganização da massa parecem ser os mecanismos gêmeos de dominação social em nossas sociedades.

Frey (2003, p. 175) ressalta que as redes são capazes de proporcionar resultados que normalmente só o mercado ou as hierarquias são capazes de produzir, apresentando, porém vantagens adicionais. Em redes pode ocorrer todo o tipo de troca sem os seus membros serem expostos às incertezas e riscos de transações do mercado. As redes facilitam um comportamento coordenado, sem a necessidade de aceitar a rigidez de organizações inflexíveis e burocráticas. A rede mostra-se como a única estrutura de ação capaz de cumprir duas funções básicas: a) a função estratégica de reduzir as incertezas com relação ao comportamento de outros atores, como competidores ou parceiros, e b) a função instrumental de melhoria de desempenho, isto é, um aumento dos resultados produzidos. Além disso, as redes parecem preservar a autonomia dos parceiros e aumentar sua capacidade de aprendizagem. Assim:

As redes podem ser compreendidas como formas independentes de coordenação de interações. A marca central da rede é a cooperação, baseada na confiança entre atores autônomos e interdependentes (WEYER, 2000, apud FREY, 2003, p. 175).

Desta forma as redes sociais passam a ganhar visibilidade e amplitude, pois tornam o trabalho mais ágil e versátil, de maneira a assegurar o cidadão uma prestação de serviços com mais qualidade e fácil acesso. Assim escolheu-se a Unidade do Poupatempo Bauru para campo de pesquisa, por compreender que esta instituição pode ser considerada como representativa de grande rede social a serviço do cidadão.

CAPÍTULO III - PESQUISA DE CAMPO: POUPATEMPO – UNIDADE BAURU (SP)

Em face ao exposto nos capítulos anteriores, acredita-se ser válida a preocupação com as questões que envolvam a comunicação pública e sua relação com o exercício da cidadania, uma vez que o desenvolvimento cada vez mais ágil das tecnologias de informação e de comunicação (TIC) está influenciando sobremaneira a sociedade contemporânea, principalmente no que se refere às mudanças dos conceitos de tempo e espaço e da organização da vida social.

A comunicação, nesse cenário, é considerada elemento fundamental para o reaprendizado da cidadania. Isso levou a intentar desenvolver uma pesquisa de campo, considerada por Marconi; Lakatos (2001) como sendo aquela utilizada com o objetivo de se obter informações e/ou conhecimento acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se deseja comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações que possam existir entre eles. Desse modo, procurou-se realizá-la junto a uma realidade brasileira, a fim de elucidar melhor uma questão principal: *De que forma a comunicação pública pode influenciar na construção da cidadania?*

O corpus da pesquisa teve como base o caráter descritivo, bibliográfico e de campo, com o objetivo de propiciar a caracterização e aprofundamento da realidade pesquisada. Utilizou-se uma linha de abordagem mista, sendo quantitativa. Foram abordados principalmente os aspectos quantitativos da pesquisa, com o intuito de se caracterizar a realidade abordada. Desse modo, para o desenvolvimento da pesquisa de campo, foram adotados os procedimentos metodológicos que são descritos a seguir.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Pesquisa/revisão bibliográfica

Como procedimento preliminar, desenvolveu-se uma pesquisa/revisão bibliográfica de caráter seletivo, em fontes impressas e eletrônicas sobre o tema “Comunicação Pública” e seus relacionamentos com temas como cidadania, mídia, sociedade, governo eletrônico e direito à informação.

A apresentação do saber teórico deu-se, portanto, através de uma revisão da literatura, por meio de realização de fichamento bibliográfico, apostilas e artigos de sites da internet selecionados pela pesquisadora, subsidiando o tema a ser desenvolvido. Os dados bibliográficos serviram de pressupostos básicos para fundamentar a importância da pesquisa no que se refere ao processo de Comunicação Pública como um meio para a construção / efetivação da cidadania. Com a elaboração dos fundamentos teóricos, deu-se continuidade ao estudo através da pesquisa empírica.

Como resultado, foi construído referencial teórico de apoio, cuja sistematização de matéria dispersa na literatura especializada compulsada foi apresentada e descrita nos Capítulos I e II.

3.2 Definição/caracterização do universo de pesquisa

A realidade selecionada para o desenvolvimento da pesquisa de campo foi a Unidade do Poupatempo de Bauru (SP), por considerar essa organização como sendo parte integrante de um processo de comunicação pública, enquanto rede social e de relacionamentos, caracterizada por multiplicidade de setores, onde o objetivo principal é a prestação de serviços públicos com qualidade, tendo como base o direito à informação de caráter público.

Ressalte-se que o Poupatempo é um serviço criado pelo Governo do Estado de São Paulo, desde 1996, cujo objetivo é facilitar o acesso do cidadão às informações e serviços públicos, reunindo em um só local um amplo leque de órgãos e empresas prestadoras de serviços públicos, com atendimento sem discriminação ou privilégios. Tem como foco o cidadão e, por isso, foram implantadas unidades móveis que levam os principais serviços à população residente em bairros e municípios distantes dos postos fixos. Com o

desenvolvimento tecnológico, surgiu o *e-poupatempo*, que disponibiliza on-line os serviços aos cidadãos.

Segundo o Livro Poupa Tempo³¹, o mesmo é um sistema integrado de gestão compartilhada, caracterizando-se por ser uma rede cooperativa entre vários organismos, possuindo parceria com a *Advanced Micro Devices (AMD) Brasil*, a qual disponibiliza a tecnologia necessária para o desenvolvimento dos serviços prestados, pois acredita que “a tecnologia é a alavanca para o desenvolvimento econômico e social”.

O Poupatempo possui como filosofia o cidadão, portanto todas as suas ações estão voltadas para o mesmo. Sua prioridade é o atendimento de forma rápida, eficiente e adequada e sua missão é “estabelecer um novo modelo de atendimento ao cidadão, serviços públicos com eficiência, qualidade, rapidez e sem privilégios”.

Os objetivos do Poupatempo³² são:

- Implementar unidades de atendimento integrado, que reúnam vários órgãos prestadores de serviços públicos, entidades da sociedade civil e empresas prestadoras de serviços de natureza pública num único espaço;
- Prestar atendimento sem privilégios;
- Ampliar o acesso do cidadão às informações e aos serviços públicos;
- Proporcionar qualidade de atendimento, economia de tempo, dinheiro e esforço ao cidadão;
- Aproximar o Estado do cidadão, realizando o atendimento de forma direta, sem a intervenção de intermediários;
- Buscar a melhoria contínua do atendimento, por meio da desburocratização, simplificando-o sempre que possível, sem ferir a legislação existente;
- Restaurar o caráter público dos serviços de atendimento;
- Garantir as pré-condições para que os usuários dos serviços públicos possam exercer a cidadania plena;
- Garantir transparência à gestão pública.

³¹ Disponível em: <http://www.poupatempo.sp.gov.br>

³² Disponível em: <http://www.poupatempo.sp.gov.br>

O Poupatempo foi criado para resgatar o conceito de cidadania, para atender melhor e mais rápido o cidadão, para revolucionar o papel do servidor público, possuindo, segundo pesquisas do IBOPE, realizada no ano de 2007, 99% de aprovação³³. Este programa já possui o “Padrão Poupatempo” de excelência, o qual significa prioridade absoluta ao cidadão, com atendimento profissional, cortês, ágil e eficiente.

Esse sistema possui 14 Postos Fixos de atendimento, instalados na Grande São Paulo e em cidades do interior, como: Sé, Luz, Itaquera, Santo Amaro, Lapa, São Bernardo do Campo, Guarulhos, Osasco, Campinas Centro, Campinas Shopping, São José dos Campos, Ribeirão Preto, Santos, Bauru, São José do Rio Preto e Presidente Prudente, e 8 unidades móveis (3 na grande São Paulo e as demais nas cidades de Registro, Sorocaba, Marília e Araçatuba), percorrendo todo o Estado de São Paulo. Desde sua criação, tem oferecido serviços que estão inseridos em uma linha de ação que tem como base a informação de caráter público.

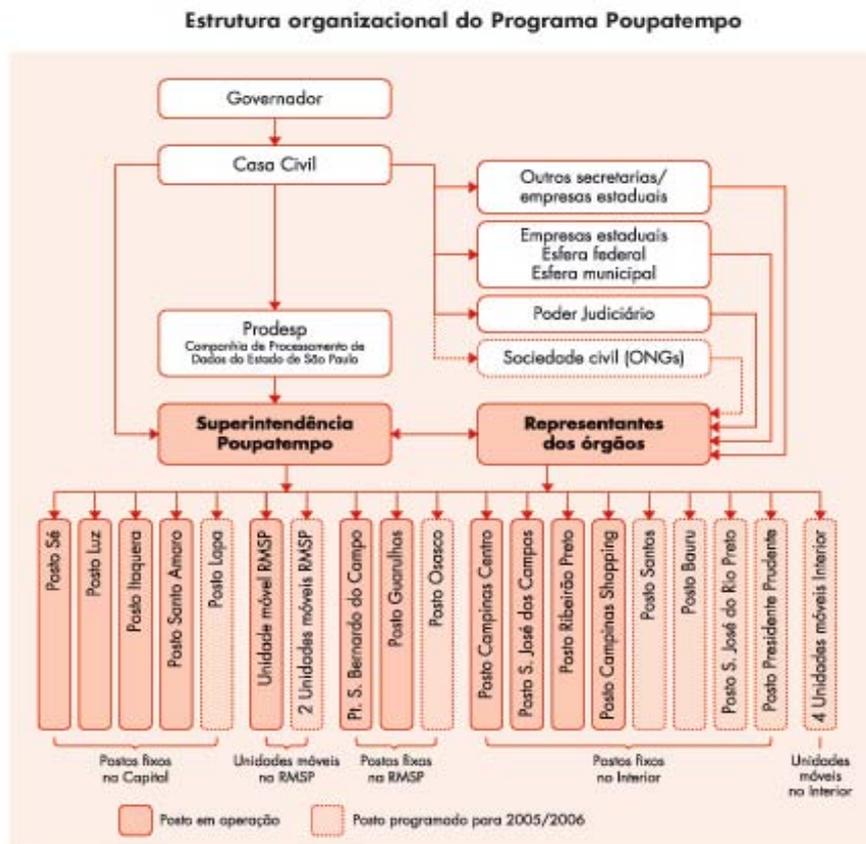


Figura 11 – Estrutura organizacional do programa Poupatempo
 Fonte: LIVRO POUPA TEMPO, p.67.

³³ Disponível em: <http://www.poupatempo.sp.gov.br>

Considerou-se também, para a seleção do universo a ser pesquisado, a proximidade geográfica e as facilidades de acesso da pesquisadora à Unidade do Poupatempo de Bauru (SP), selecionada para a coleta de informações necessárias ao desenvolvimento da pesquisa de campo, sendo este o ambiente estudado.



Figura 12 – Visão externa da unidade do Poupatempo de Bauru (SP)
Fonte: www.poupatempo.sp.gov.br

A unidade do Poupatempo Bauru foi inaugurada no dia 23/09/2006, localiza-se no centro da cidade, e conta com atendimento ao público de 2ª a 6ª, das 8h às 17h, e aos sábados das 8h às 13h. A mesma disponibiliza os seguintes serviços à população:

- **Estaduais**

- 1) *Acessa São Paulo* – disponibiliza acesso gratuito a internet.
- 2) *CDHU (Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo)* – atendimento ao mutuário notificado extrajudicialmente, atualização de dados cadastrais, emissão de 2ª via do boleto de prestação, negociação de prestação em atraso, recebimento de denúncias de invasão e ocupação irregular de imóvel, regularização de contratos, revisão de prestação, seguro habitacional, solicitação de boleto para pagamento e quitação de saldo devedor, e utilização do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) para pagamento de parte da prestação ou quitação do saldo devedor.
- 3) *DETRAN (Departamento Estadual de Trânsito)* – alteração de dados em carteira nacional de habilitação (CNH), atualização de endereço no

cadastro do veículo, autenticação de cópia reprográfica de certificado de registro e licenciamento de veículo (CRLV), emissão de certidão de prontuário de carteira nacional de habilitação (CNH), emissão de extrato do cadastro do veículo, emissão da 2ª via de carteira nacional de habilitação (CNH), licenciamento anual de veículos, renovação de carteira nacional de habilitação (CNH) e substituição da permissão de dirigir pela CNH.

- 4) *ECT-Correios* – envio de correspondências em geral, telegramas e de vale-postal nacional e internacional, exporta fácil, solicitação do cadastro de pessoa física (CPF) e venda de selos e produtos.
- 5) e-Poupatempo – serviços públicos disponíveis na internet.
- 6) *Polícia Civil/Instituto de Identificação Ricardo Gumbleton Daust (I.R.G.D.)* – emissão de antecedentes criminais, carteira de identidade (RG) e declaração de extravio da carteira de identidade.
- 7) *Juizado Especial Cível (JEC)* – entrada de ações de até 20 salários mínimos (pessoa física e microempresa), consulta a processos e orientação jurídica sobre entrada de ações.
- 8) *Secretaria da Fazenda* – emissão de certificado de pagamento da GARE-DR, do ICMS e da MILT, restituição de pagamento: GARE-DR, IPVA e MILT, termo de declaração de regularização de débitos: IPVA, Seguro Obrigatório (DPVAT) e multas (MILT), IPVA: emissão da 2ª via de pagamento, certificado de pagamento, reconhecimento de isenções e imunidades (taxistas, pessoas com deficiência física, instituições de educação, templos religiosos e entidades assistenciais) e retificação de GARE-IPVA, informações, consultas e acolhimento de denúncias.
- 9) *Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho (SERT)* – cadastro no Programa de Apoio à Pessoa Portadora de Deficiência (PADEF), cadastro de candidatos a emprego, emissão de carteira de trabalho e previdência social, requisição do seguro-desemprego, informações e orientações sobre cursos de formação profissional e do Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER).
- 10) *Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho (SERT) – Programa Banco do Povo Paulista* – informações sobre o Programa, inscrição de

associações, cooperativas e donos de negócios e não registrados localizados em Bauru para pedidos de financiamento.

- 11) *Departamento de Investigação sobre crime organizado (DEIC) e Divisão de Investigação sobre furtos e roubos de veículos e cargas (DIVECAR)* – certidão de não-localização de veículo furtado ou roubado, certidão negativa de furto ou roubo de veículo.

- **Municipais**

- 1) *Companhia Habitacional de Bauru (COHAB)* – atualização cadastral, emissão de 2ª via do boleto de prestação, inscrição nos programas habitacionais e parcelamento de prestação em atraso.
- 2) *Departamento de Água e Esgoto de Bauru (DAE)* – alterações cadastrais: endereço de entrega, nome ou tipo de uso do imóvel, certidão negativa de débito, emissão de 2ª via de conta, ligação de água e esgoto, parcelamento de débitos, religação de água e solicitação de análise da qualidade da água.
- 3) *Empresa Municipal de Desenvolvimento Rural e Urbano (EMDURB)* – certidão de pagamento de multa de trânsito municipal, emissão de 2ª via de boleto bancário, multa de trânsito municipal: extrato, restituição de pagamento e transferência de pontuação, recursos e defesas de multa de trânsito municipal, solicitação do passe para pessoas idosas e estudantes.
- 4) *PROCON Municipal* – recebimento de consultas e reclamações.
- 5) *Protocolo Geral* – protocolo de documentos e/ou requerimentos.
- 6) *Secretaria Municipal do Bem Estar Social – (SEBES)* – orientações sobre programas sociais, solicitação de isenção de pagamentos de serviços públicos (supressão e/ou poda de árvore, transporte de mobília, etc.) e requerimento do Benefício de Prestação Continuada (BPC).
- 7) *Secretaria Municipal de Cultura* – divulgação de eventos culturais do município de Bauru.
- 8) *Secretaria Municipal de Educação* – informações sobre o ensino municipal.
- 9) *Secretaria Municipal de Economia e Finanças* – atestado de valor venal do imóvel, atualização do cadastro imobiliário, baixa de débitos de

tributos (impostos, taxas, contribuição de melhorias), certidão negativa ou positiva de inscrição municipal, guia de recolhimento de IPTU e ISSQN, reconhecimento de isenções e imunidades (IPTU e ISSQN) e restituição de pagamento (IPTU e ISSQN).

- 10) *Secretaria Municipal do Meio Ambiente – (SEMMA)* – solicitação de podas e substituição de árvores, solicitação de isenção de taxa de serviço e de multa, solicitação de requerimento para: cadastro e licenciamento ambiental, doação de mudas, instalação para comércio de jornais, revistas e similares em área pública, substituição e poda de árvore e uso de praça pública para eventos.
- 11) *Secretaria Municipal de Saúde* – cadastramento de usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), solicitação do cartão SUS, informações sobre Vigilância Sanitária, recursos para auto de infração e autoimposição de penalidade e multa, reclamações e denúncias.
- 12) *Secretaria Municipal de Planejamento – SEPLAN* – certidão de: construção, demolição, mudança de nome de rua, mudança de número do imóvel e mudança de proprietário, interdição de rua, processo de construção e de demolição e vistoria a imóveis em situação de risco.
- 13) *Secretaria Municipal das Administrações Regionais – SEAR* – solicitação de: doação de terra, terraplenagem em vias públicas e transporte de móveis para população de baixa renda.
- 14) *Secretaria do Desenvolvimento Econômico* – informações turísticas e inscrição no Programa Banco do Povo Paulista.

• **Serviços de apoio:**

- 1) Estacionamento
- 2) Serviço de fotografia
- 3) Fotocopiadora
- 4) Lanchonete
- 5) Papelaria
- 6) Caixas Eletrônicas – Banco Nossa Caixa; Santander; Caixa Econômica Federal; Unibanco; Banco do Brasil e Bradesco.

Segundo dados disponibilizados no Poupatempo on-line³⁴, a média diária de atendimento, hoje, da unidade Bauru é de 5.600 atendimentos, dados esses que podem ser visualizados por meio da tabela 1 (Vide Anexo 1, p. 180).

Cabe ressaltar que após cinco meses de sua implantação, a Unidade do Poupatempo apresentou uma defasagem com relação à demanda de atendimento. Para suprir essa falha, foi realizada ampla campanha de divulgação dos serviços disponibilizados pela Unidade através dos meios de comunicação (rádio, TV, jornal e outdoors), com o objetivo de trazer a população até o Poupatempo (conforme matéria veiculada pelo Jornal da Cidade de Bauru – Anexo 2, p. 181).

3.3 Desenvolvimento da pesquisa de campo

Como população de interesse considerou-se os usuários da unidade do Poupatempo Bauru, em um período de 15 dias, compreendido entre os dias 15 de maio e 01 de junho do presente ano.

Cabe ressaltar que a pesquisa de campo foi realizada com a duração de 2 (duas) horas diárias, após as pessoas terem sido atendidas pelo serviço requisitado, exigências estabelecidas pela Unidade do Poupatempo. Faz-se necessário colocar que essas condições podem ser consideradas como sendo variáveis intervenientes à parte qualitativa da pesquisa, pois após o atendimento as pessoas se mostravam ansiosas para irem embora, respondendo apenas às questões fechadas.

Outro fator de relevância se deu com relação ao formulário utilizado como instrumento para o levantamento dos dados a serem analisados, pois o mesmo precisou sofrer adequações em conformidade com as orientações pontuadas pela Coordenação da Unidade do Poupatempo Bauru.

A amostra para a composição do universo foi aleatória, acidental e voluntária, de acordo com os princípios de Laville; Dionne (1999). Como resultado, obteve-se um total de 350 pessoas entrevistadas no período determinado para a realização da pesquisa.

³⁴ Disponível em: <http://www.poupatempo.sp.gov.br>

No que se refere aos métodos, apoiados em Marconi; Lakatos (2001) e Laville; Dionne (1999) e Duarte; Barros (2005), foram compreendidos:

- **Abordagem:** método dialético, pois dentro dos princípios – unidade e luta dos contrários, transformação das mudanças quantitativas em qualitativas, e o da negação – há o reconhecimento de que para se conhecer realmente um objeto é preciso estudá-lo em todos os seus aspectos, relações e conexões;
- **Procedimento:** dentro dos meios técnicos que garantem a objetividade e a precisão no estudo do fenômeno social, foram utilizados os métodos observacional, comparativo, estatístico, documental e histórico.

Quanto às técnicas de pesquisa, foram utilizadas a análise documental, de campo, bem como as de interrogação: formulário e entrevista, concomitante com a observação sistemática (MARCONI; LAKATOS, 2001; DUARTE; BARROS, 2005).

Selecionou-se a entrevista estruturada por ser um procedimento utilizado na investigação social para a coleta de dados e por auxiliar na coleta de informações sobre questões de natureza social, de acordo com Marconi; Lakatos (2001) e Laville; Dionne (1999). Além disso, dada a natureza exploratória da pesquisa, optou-se por aplicar essa técnica junto aos usuários da Unidade Poupatempo de Bauru (SP), tendo em vista que, teoricamente, ela permite flexibilização para se esclarecer ou repetir as questões, formular de forma diferente, obter informações mais precisas e de dados que não se encontram em fontes documentais.

Entretanto, reconhece-se que, em razão das exigências e adequações solicitadas pelos responsáveis pelo ambiente estudado, nem sempre esses objetivos foram plenamente alcançados.

As diretrizes adotadas para a realização das entrevistas foram as seguintes:

- Contato inicial com a Gerência do Poupatempo.
- Explicação da pesquisa e solicitação da autorização para a sua realização no âmbito da Unidade.

- Ajustes ao formulário de entrevista por solicitação da coordenação da Unidade selecionada para a pesquisa e também definição do período, tempo e formas de abordagens aos usuários.
- Capacitação de outra pesquisadora para a realização das entrevistas.
- Abordagem aos usuários e formulação das perguntas constantes do formulário pré-estabelecido em conjunto com a coordenação da Unidade a ser pesquisada (Vide Modelo Apêndice 1).

As questões tiveram como parâmetro, os objetivos delineados para a pesquisa e as adequações já mencionadas, sendo:

Geral: Analisar as influências dos meios de comunicação pública como instrumento mediador para a construção da cidadania;

Específicos: Verificar o nível de influência da comunicação pública como mediadora do processo de construção da cidadania; Caracterizar a prestação de serviços públicos que compõem a rede de relacionamento Poupatempo da cidade de Bauru; Caracterizar a população usuária dos serviços oferecidos pelo Poupatempo; Analisar o processo comunicacional dessa rede pública como forma de garantia e acesso à informação e efetivação de direitos sociais; Analisar o papel desenvolvido pelo Poupatempo como forma de comunicação pública junto a seu público alvo. Desse modo, o instrumental de pesquisa foi dividido em: Parte 1 – identificação dos sujeitos pesquisados quanto às questões: gênero, trabalho, escolaridade, renda mensal e número de membros da família; Parte 2 – as questões referentes ao tema estudado versaram a respeito de conhecimento e avaliação sobre: comunicação pública, meios de comunicação, informação, cidadania, prestação de serviços ofertados pela Unidade do Poupatempo Bauru, pontos positivos e negativos do atendimento prestado;

- Registro das respostas, que consistiu na sistematização de dados para posterior tabulação e análise.
- Término das entrevistas, parte da finalização, compreendendo a formulação de gráficos para análise dos dados.

Cabe ressaltar que a pesquisa de campo foi realizada por pesquisadora devidamente capacitada para a realização da mesma, e devidamente acordado com a Coordenação da Unidade do Poupatempo Bauru.

Esta etapa do trabalho teve como objetivo evidenciar a opinião, crítica e sugestões dos pesquisados.

Posteriormente à pesquisa realizada, os docentes integrantes da banca do Exame Geral de Qualificação, sugeriram a busca de depoimentos de especialistas consagrados e de destaque nessa área, considerando-se que o conceito de comunicação pública está em discussão e apresenta diferentes óticas, com o objetivo de elucidar melhor esse espectro e oferecer subsídios mais consistentes à interpretação das respostas obtidas com a pesquisa junto aos usuários da Unidade do Poupatempo de Bauru. Para tanto, utilizou-se de uma amostra não-probabilística intencional, tendo como apoio um roteiro estruturado e composto de perguntas abertas, pré-estabelecidas, (Vide Modelo Apêndice 2) o qual foi remetido por e-mail para 4 (quatro) especialistas selecionados a partir de seus currículos e de suas contribuições à área. Obteve-se 50% (2) de respostas dos seguintes especialistas consultados:

Especialista 1 - Prof.^a Dr.^a Heloiza Matos – Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Pós-Doutora pelo GRESEC-ICM da UNIVERSITÉ STENDHAL (França): ano de 1995 em Comunicação Política e no ano de 2007 em Comunicação, Capital Social e Tecnologia. Atualmente professora do quadro permanente da Faculdade de Comunicação Social Casper Libero.

Especialista 2 - Prof.^o Dr. Jorge Duarte – Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor de pós-graduação do Centro Universitário de Brasília, professor do Mestrado da Universidade Católica de Brasília, professor visitante do Instituto de Ensino Superior de Brasília, técnico de nível superior da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária atuando como Assessor da Secretaria de Comunicação Social - Secom - Presidência da República.

3.4 Apresentação dos dados da pesquisa

Parte 1 – No que se refere à caracterização do sujeito pesquisado

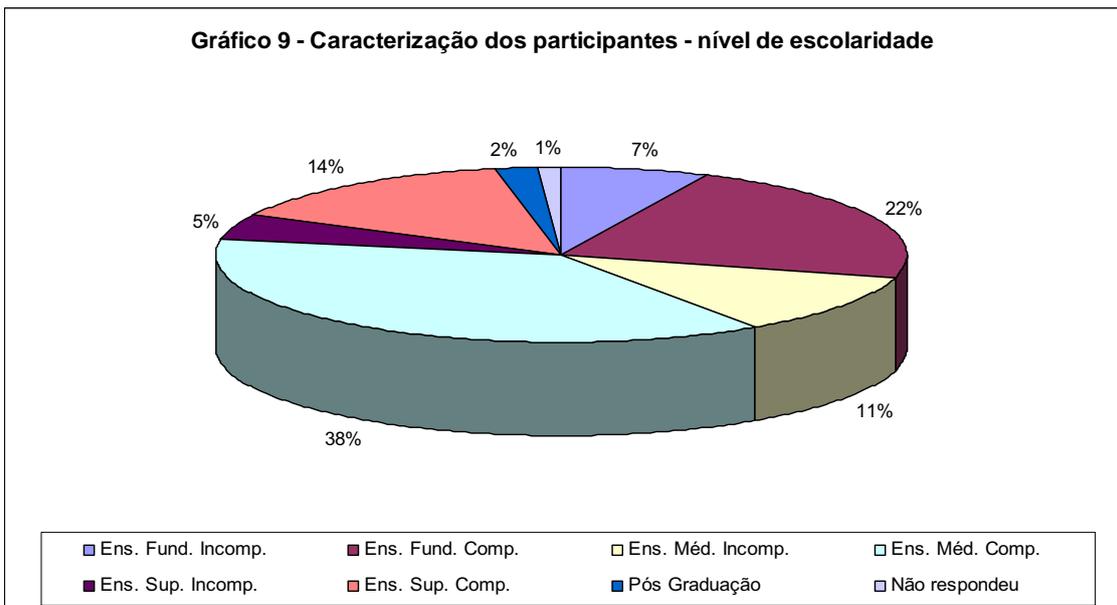
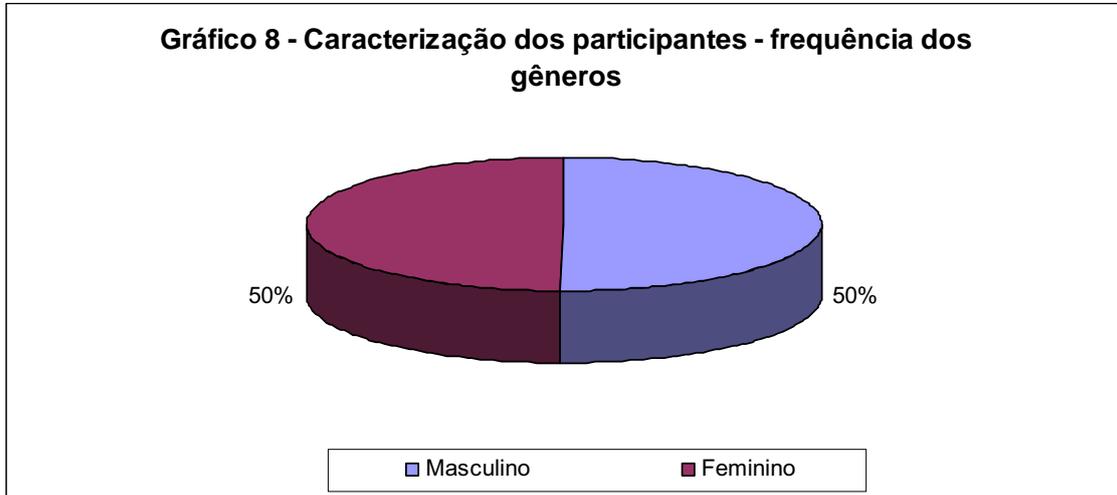
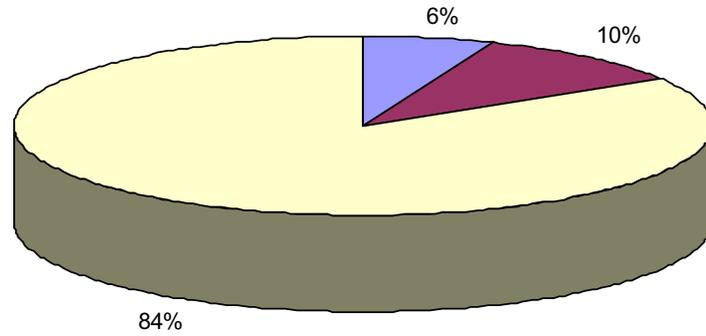
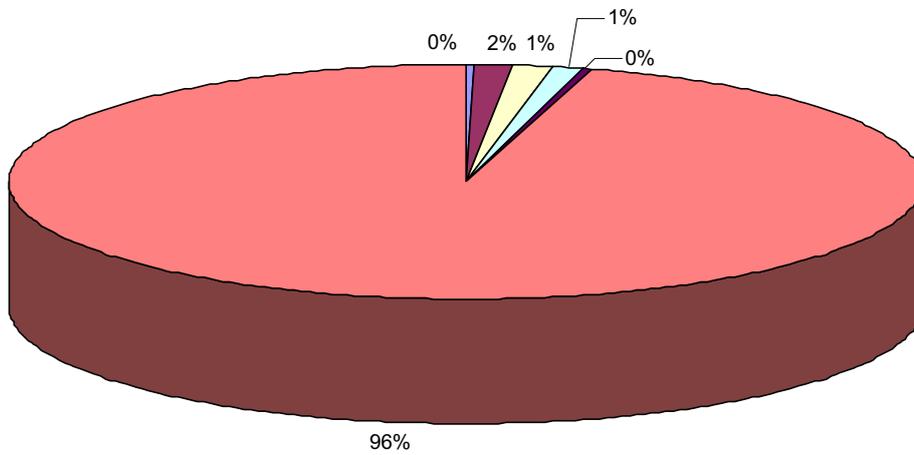


Gráfico 10 - Caracterização dos participantes - modalidade de trabalho

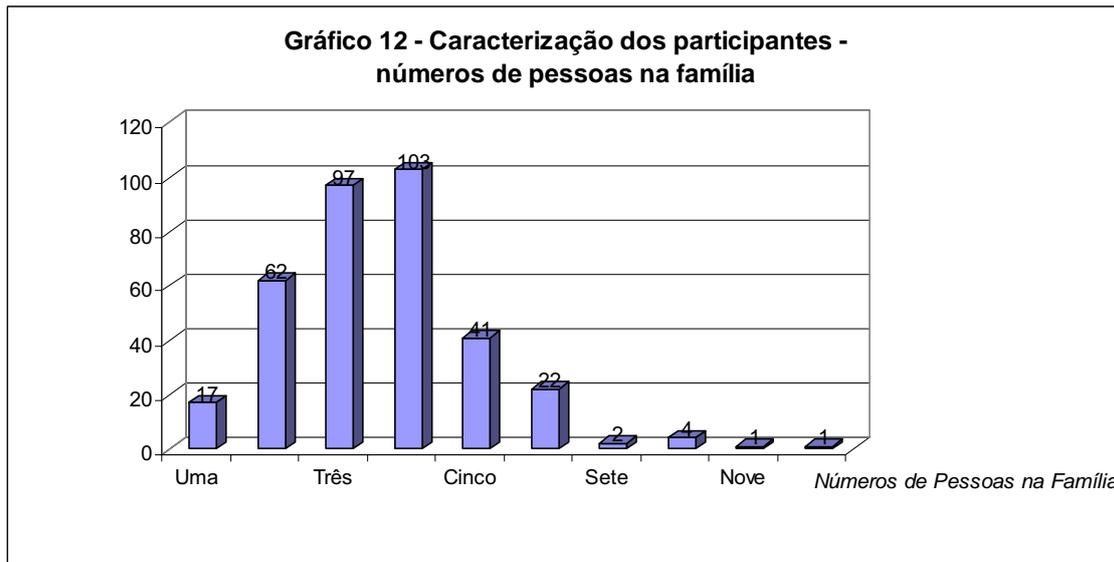


■ Formal ■ Informal □ Não respondeu

Gráfico 11 - Caracterização dos participantes - renda mensal (nº salário mínimo)



■ Até 1 salário mínimo ■ De 1 a 2 □ De 3 a 5 □ De 5 a 10 ■ Maior que 10 ■ Não respondeu



Podemos analisar os dados desta primeira parte da pesquisa, descritos nos gráficos de número 8 a 12, de forma conjunta, uma vez que, o objetivo da mesma foi oferecer uma caracterização mais geral da população usuária dos serviços prestados pela Unidade do Poupatempo Bauru.

Diante dos dados coletados, pode-se constatar com relação ao gênero, que ambos os sexos se utilizam dos serviços de forma praticamente igualitária, demonstrando que atualmente a população feminina possui uma cultura mais voltada à procura pela resolução de seus problemas.

Com relação à escolaridade, foi possível obter um resultado interessante, pois 52% da população pesquisada tem um nível de escolaridade entre o Ensino Médio Completo e o Ensino Superior Completo, demonstrando que as pessoas que mais utilizam os serviços possuem informação e não estão em situação de vulnerabilidade social³⁵. Esses dados podem ser corroborados quando passamos a analisar os dados referentes ao trabalho e a renda mensal.

Com relação ao primeiro item (trabalho), 84% dos entrevistados não responderam sobre sua situação no mercado de trabalho e 10% colocaram que

³⁵ Segundo a Política Nacional de Assistência Social (PNAS, de 2004), defini vulnerabilidade social e risco como situações que decorrem de: perda ou fragilidade de vínculos de afetividade, pertencimento e sociabilidade; ciclos de vida; identidades estigmatizadas em termos étnico, cultural e sexual; desvantagem pessoal resultante de deficiências; exclusão pela pobreza e/ou no acesso às demais políticas públicas; uso de substâncias psicoativas; diferentes formas de violência advinda do núcleo familiar; grupos e indivíduos; inserção precária ou não inserção no mercado formal e informal; estratégias e alternativas diferenciadas de sobrevivência que podem representar risco pessoal e social.

exercem atividades remuneradas de forma informal. Já com relação à renda mensal familiar, esse índice de “não respondeu” aumenta para 96%, evidenciando que as pessoas demonstram receio de expor quanto ganham, pois possuem uma condição sócioeconômica que lhes proporciona o acesso a bens e consumos diferenciados, o que a maioria da população não possui. Essas famílias, em sua grande maioria (79,71%), apresentam composição familiar de 1 a 4 membros, o que reflete que a população usuária dos serviços disponibilizados pela Unidade do Poupatempo Bauru é a que possui melhores condições sócioeconômicas. Isso é uma indicação de que a população mais desprovida não tem acesso à prestação de serviços públicos de qualidade, recomendando-se a realização de novos estudos nessa direção para se obter estratégias de ação mais efetivas de comunicação pública.

Cabe ressaltar que perante os dados analisados, 11,42% da população atendida na Unidade Bauru provém da região, e os demais são moradores do município.

Parte 2 – No que se refere às questões de interesse da pesquisa



Das pessoas que responderam, podemos citar algumas respostas mais representativas:

“É o instrumento utilizado para a comunicação democrática, a todos”.
(Sujeito 1)

“É a comunicação entre governo e sociedade”. (Sujeito 2).

“É o mecanismo clássico de comunicação entre instituições públicas institucionalizadas e a sociedade.” (Sujeito 3)

Diante dos dados apresentados no gráfico 13, foi possível constatar que 95% das pessoas não souberam caracterizar o que venha a ser comunicação pública, onde podemos considerar como uma situação bastante natural, diante das controvérsias existentes e das diferentes óticas no tratamento desse assunto até mesmo pelos especialistas (OLIVEIRA, 2004; DUARTE, 2003; MATOS, 1999). A importância dessa caracterização se dá na medida em que a comunicação pública pode ser um meio para a participação e controle social. Entretanto, esse dado nos leva a refletir que a comunicação de interesse

público ainda é mal veiculada pelos seus meios, de forma a não garantir o seu objetivo para o público-alvo, mostrando que se faz necessário um trabalho de maior divulgação de seus princípios e objetivos, para que a população tenha acesso a informações de interesse público, as quais possam auxiliá-la na formação de um pensamento crítico para proposituras de ações governamentais que venham de encontro com suas necessidades.

Esse quadro confirma o que pontua Maria José da Costa Oliveira (2004, p.11) na Apresentação do Livro Comunicação Pública:

Comunicação Pública, cujo conceito ainda é pouco conhecido e se refere exatamente à comunicação realizada no espaço público democratizado, com a discussão de temas de interesse público, o que subentende o envolvimento e a participação ativa do governo, das empresas, do Terceiro Setor e da sociedade como um todo.

A definição colocada pela autora reflete nas definições daqueles poucos que se arriscaram a caracterizar a “comunicação pública”, mostrando que é possível a expansão e a efetivação desse conceito para que os cidadãos possam ter um instrumento de reivindicação de seus direitos sociais.

Caracterizar ou mesmo conceituar comunicação pública, para cidadãos comuns, que não são estudiosos do tema, realmente é difícil, pois essa temática não faz parte do cotidiano das pessoas, não sendo algo com que estejam habituadas.

É importante ressaltar, portanto, que o tema da comunicação pública, como pontuado acima pela autora, é um conceito ainda pouco conhecido e que ainda está em construção. Dentro desta perspectiva, cabe expor a opinião dos especialistas pesquisados, diante da relação entre pressupostos teóricos de comunicação pública e a prática desse processo no cotidiano das organizações:

“A principal questão se refere ao fato de que a comunicação pública trata da comunicação voltada para o cidadão e a tradição e a cultura das organizações públicas tende a estar mais relacionada à gestão política das organizações. Outra questão importante é a falta de estrutura e recursos da comunicação no setor público para que viabilize seus objetivos. Falta de recursos materiais, financeiros, humanos, falta de planejamento de longo

prazo, de estabilidade gerencial, política e administrativa em longo prazo, são fatores que dificultam a viabilização da comunicação segundo os modelos propostos. Acredito que estamos avançando, mas ainda não o suficiente.”
(Especialista 1)

“Se considerarmos os pressupostos teóricos que vêm sendo desenvolvidos ao longo dos últimos anos no campo da comunicação pública, podemos perceber que só muito recentemente está havendo um esforço para estabelecer a diferenciação entre comunicação pública e comunicação governamental. Isto significa que mesmo que a teoria da CP avance, a prática tem sido mais voltada para a informação e / ou comunicação governamental. As organizações, especialmente as públicas, rotulam “comunicação pública” mas exercem uma função mais restrita.” (Especialista 2)

Diante das questões apontadas pelos especialistas, fica claro que as organizações públicas trabalham no sentido de “estruturar” a sua própria comunicação, ou seja, em seu aspecto interno, não dando ênfase ao aspecto exterior, à importância que a comunicação de interesse público tem, deixando de lado o aspecto da credibilidade e da legitimidade, que também poderiam ser garantidos pela comunicação pública, se trabalhada corretamente.

Mesmo sem possuir clareza quanto ao tema “comunicação pública”, o público-alvo entrevistado pontuou que a mesma é um mediador entre Governo e Sociedade (79%), dados esses evidenciados no gráfico 14, o que acaba por refletir que as pessoas compreendem o papel desse tipo de comunicação, porém não sabem defini-lo de forma prática em seu cotidiano.

Esse fato talvez se dê por meio do trabalho realizado pelos meios de comunicação, pois 96% dos entrevistados – conforme dados do gráfico 15 – afirmam que estes auxiliam na garantia dos direitos sociais. Desse modo, mostra-se evidente a função social dos meios de comunicação como instrumento efetivo para a garantia do desenvolvimento social-econômico-cultural.

Não podemos negar a importância desses meios na construção do pensamento crítico com o objetivo de assegurar a participação social na gestão pública. Entretanto, há que se ressaltar a cultura que permeia as organizações

públicas, onde a comunicação pública ainda é utilizada como fim em si mesmo, e não como meio de construção social. Atualmente possibilita acesso a direitos sociais, mas não a garantia efetiva dos mesmos.

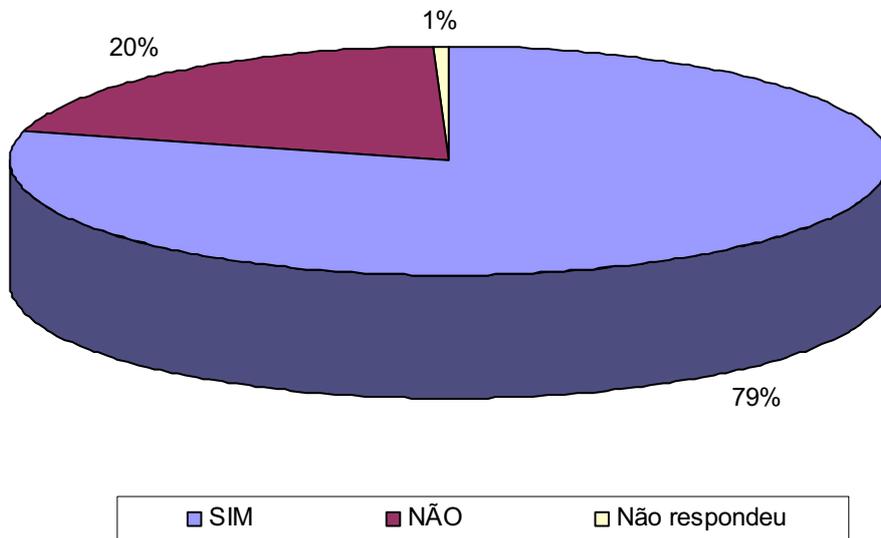
No que se refere à cultura organizacional, que nas organizações públicas se caracteriza pela burocracia exacerbada e por priorizar interesses individuais, os especialistas da área argumentam:

“Há necessidade de fortalecimento, ou talvez, empoderamento, da perspectiva comunicacional nas organizações do primeiro setor. Comunicação ainda precisa conquistar credibilidade que permita ser institucionalizada e encarada como uma área estruturante do setor público. A comunicação ainda é vista como função instrumental e fim de linha, voltada basicamente para a divulgação dos atos e ações. A cultura do setor público ainda é voltada para a promoção da administração e, neste sentido, a comunicação tem seu potencial limitado. Claro, estamos generalizando. Há bons exemplos que provam o contrário, mas não são significativos em termos quantitativos.” (Especialista 1)

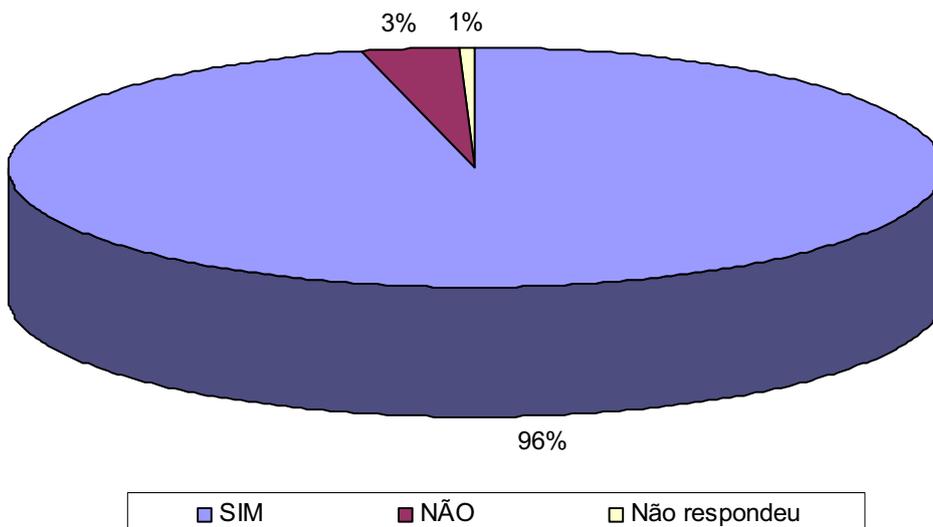
“É interessante mencionar primeiro setor quando a comunicação pública, desde o início, foi invocada e assumida pelo setor público e pelo terceiro setor. A perspectiva futura da comunicação pública está relacionada com a ampliação do conceito e da prática da cidadania. As mídias de massa e, agora, mais do que nunca, as tecnologias de informação e comunicação, estão propiciando de um lado, por parte das organizações uma estrutura. Quanto à cultura presente nessas organizações, está havendo cada vez mais uma preocupação da comunicação organizacional de acompanhar as necessidades e expectativas de seus públicos.” (Especialista 2)

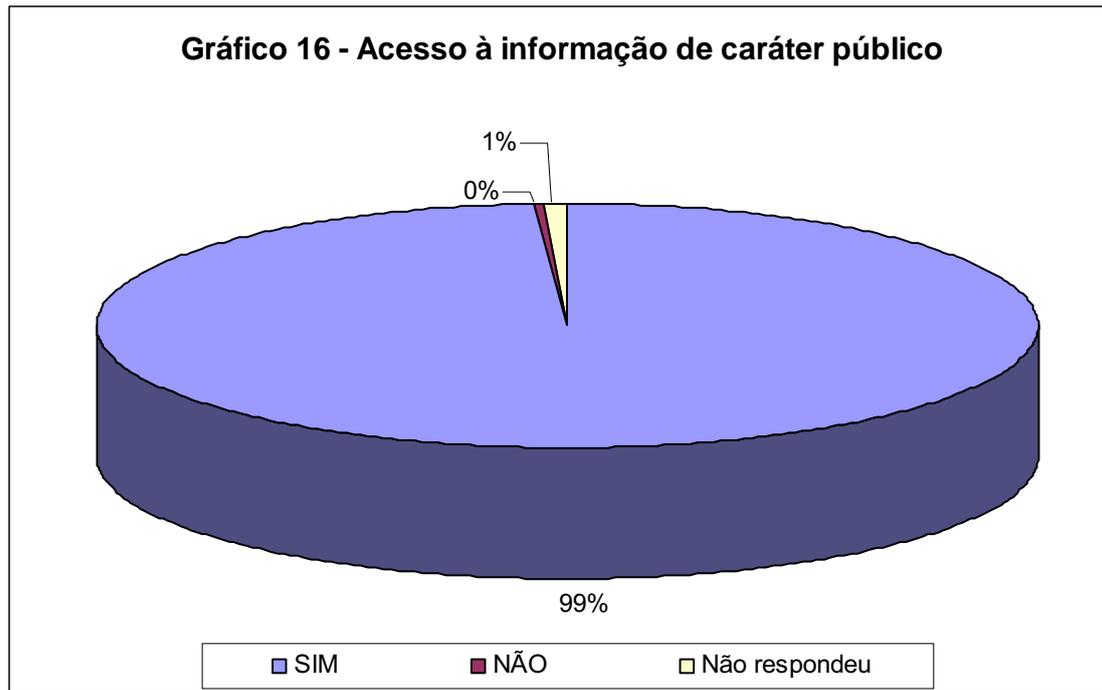
Desta forma a cultura organizacional acaba por agregar a comunicação como elemento essencial para a consolidação da legitimidade da organização tanto interna como externamente. Assim o setor responsável pelo desenvolvimento da “comunicação” acaba por ter que rever conceitos e públicos, pois as transformações criaram novas demandas a serem atingidas pelos serviços prestados e/ou disponibilidades na atualidade.

**Gráfico 14 - Comunicação pública -
mediadora entre governo e sociedade**



**Gráfico 15 - Meios de comunicação -
garantia dos direitos humanos e sociais**





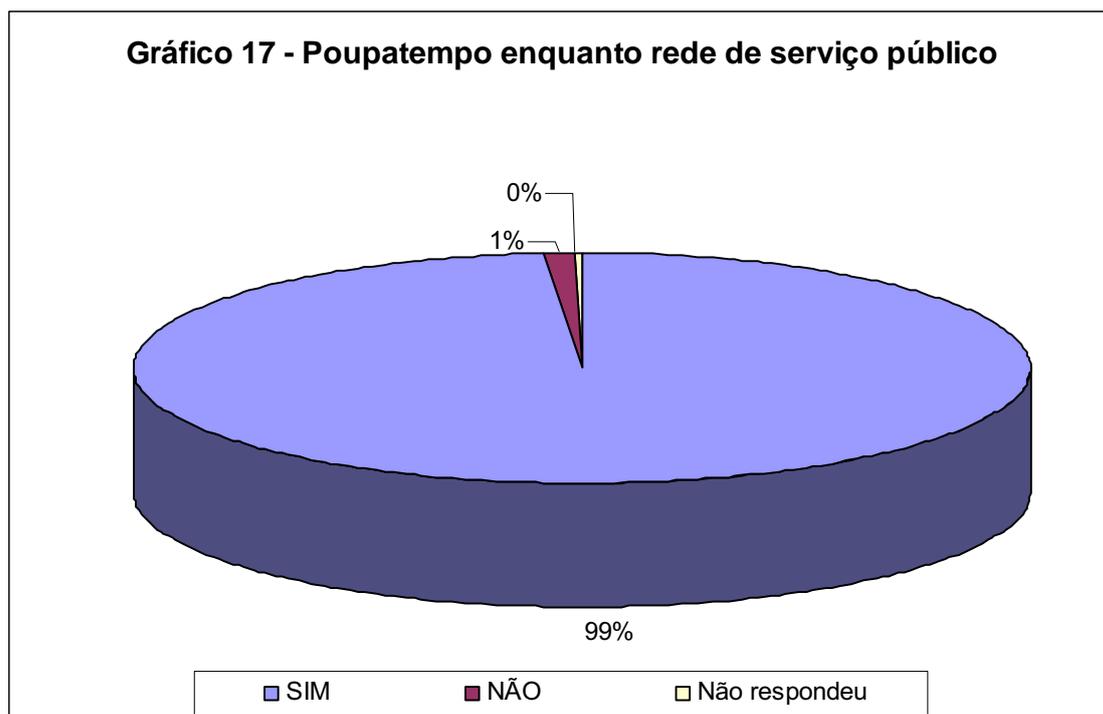
Por meio dos dados apresentados no gráfico 16, onde é possível observar que 99% dos entrevistados, informaram que a prestação de serviços disponibilizados pela Unidade do Poupatempo Bauru propiciam acesso à informação de caráter público, pode-se inferir que os pesquisados possuem noção de que os serviços prestados são custeados com dinheiro público, e que devem assegurar a resolução das necessidades da população, bem como, a prestação de serviços públicos de qualidade. Entretanto esses dados também demonstram que as pessoas possuem acesso “a informação de caráter público”, porém, não necessariamente, isso garante que essa informação seja efetivamente compreendida como se deve, podendo não agregar credibilidade e legitimidade ao serviço prestado, prevalecendo o estigma de que o serviço público, quando de qualidade e/ou quando atende as expectativas das pessoas, está atrelado mais à noção de “favor”.

A efetividade do serviço prestado ocorre por meio da credibilidade que a organização possui perante a sociedade, bem como de suas relações com os cidadãos. Desta forma os especialistas consultados expressam:

“O uso honesto, transparente e eficiente dos princípios de comunicação pública conduz a processos de amadurecimento das relações entre organizações públicas e sociedade. Isto, inevitavelmente, leva ao aumento da confiança e da credibilidade nas organizações. Esta é uma etapa ainda por ser vencida.” (Especialista 1)

“A credibilidade de uma organização não se dá por um projeto ou decisão da mesma. Precisa ser um projeto compartilhado da organização com a sociedade. E compartilhar significa abrir possibilidades diversas de expressão por parte dos cidadãos e das organizações, por meio de uma comunicação aberta e dinâmica. E esse locus de expressão, não pode se limitar às mídias de massa. É preciso ter um olhar compreensivo para as possibilidades de relações interativas nas associações diversas e também nas redes sociais, virtuais ou diretas.” (Especialista 2)

Assim podemos observar que a relação *organização – comunicação pública – cidadão* precisa ser fortalecida, de maneira a estabelecer vínculos permanentes, criando espaços de discussão, gerando a possibilidade de um processo mais transparente, democrático e consistente.



Os dados mencionados no gráfico 17 demonstram que a Unidade do Poupatempo Bauru atinge seus objetivos propostos, ao menos aparentemente, pois 99% dos entrevistados, o consideram como uma Rede de Prestação de Serviços Públicos. Pode-se, assim, enfatizar que a organização de serviços, seja eles de caráter público, privado ou do Terceiro Setor, parece ser um facilitador para a existência de uma prestação de serviços com qualidade e contribui para assegurar o processo de informação de forma contínua, o que acaba gerando a satisfação do usuário.

Entretanto a Unidade Bauru precisa trabalhar melhor a divulgação de seus serviços, pois como mostra o gráfico 18, 47% da população não conhecem os serviços disponibilizados nessa Rede, o que acaba por dificultar um ciclo efetivo de prestação de serviços. Esses dados podem ser ressaltados por aqueles do gráfico 19, onde se demonstra que as pessoas tomaram conhecimento dos serviços do Poupatempo por meio de outras pessoas (53%), contra um percentual de 45% de conhecimento por meio dos meios de comunicação. Sendo assim faz-se necessário o desenvolvimento da área de comunicação da Unidade com o objetivo de tornar ainda mais evidente o trabalho executado, de forma a garantir o acesso de toda a população da cidade de Bauru e região.

Gráfico 18 - Conhecimento dos serviços disponibilizados pelo Poupatempo Bauru

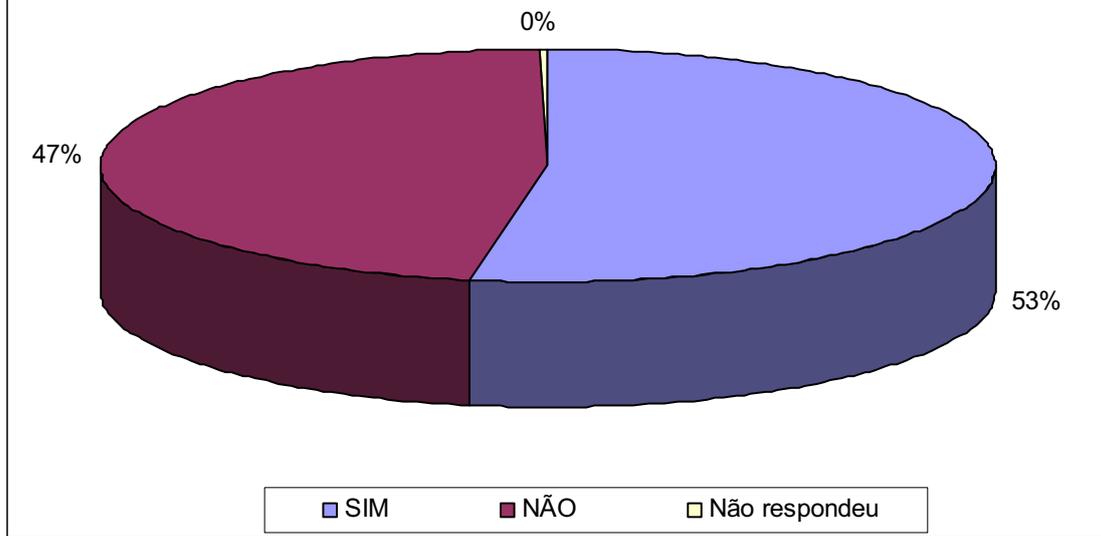
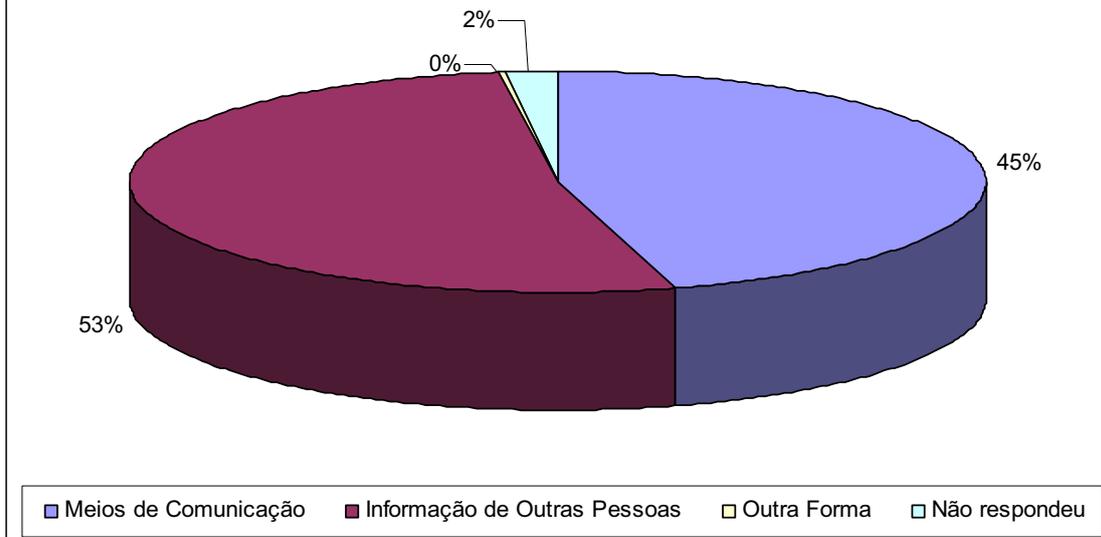
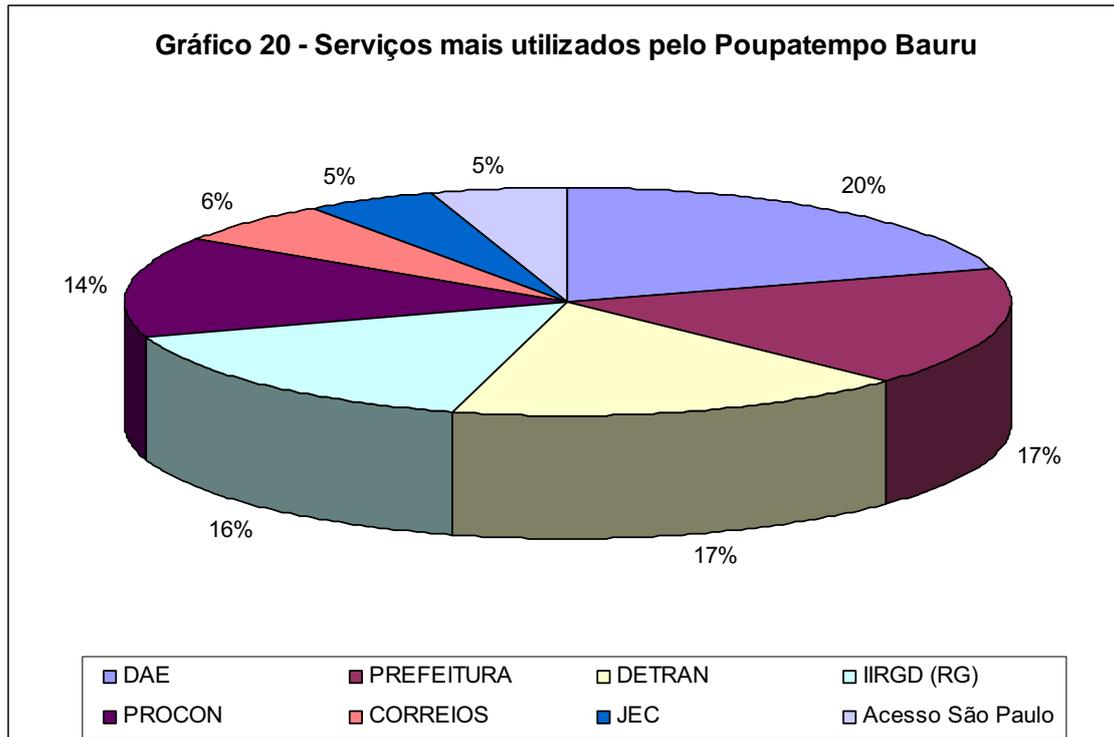


Gráfico 19 - Formas de conhecimento dos serviços disponibilizados pelo Poupatempo Bauru



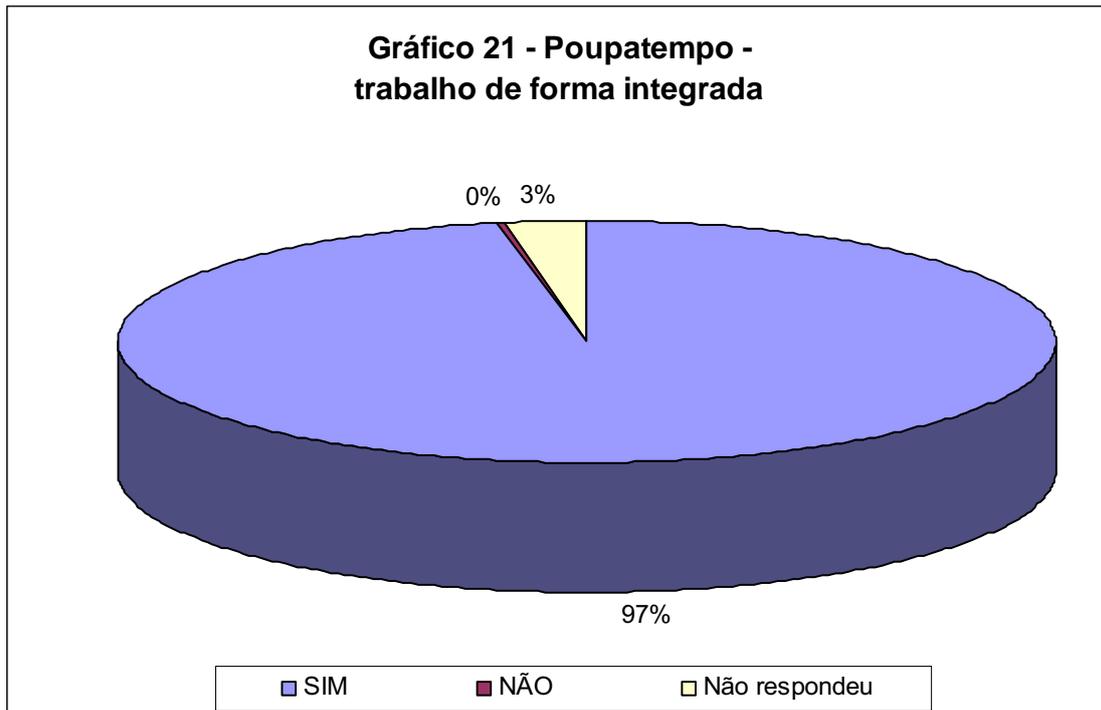


Obs.: questão de múltipla escolha.

Os dados demonstrados no gráfico 20 apontam que 51% dos serviços utilizados na Unidade do Poupatempo Bauru são de âmbito municipal, e apenas 42% de abrangência estadual. Os dados expressam que ‘o local’ está estruturando sua rede de serviços de forma integrada, com o objetivo de agregar valor a sua credibilidade / legitimidade.

Perante os dados coletados, torna-se relevante referenciar o baixo percentual com relação ao Programa ACESSA São Paulo (5%), cuja característica é proporcionar acesso gratuito à internet a qualquer cidadão que necessitar. Desse modo é preciso refletir e desenvolver novos estudos sobre as estratégias de divulgação desse programa, pois o mesmo é uma ferramenta extremamente importante quando falamos de inclusão digital.

A realidade dos dados nos mostra que a população pesquisada está utilizando de forma inadequada esse Programa, e, se pensarmos de forma mais abrangente, será possível inferir que a Unidade Poupatempo de Bauru deveria estar assegurando o acesso gratuito à internet, principalmente, às pessoas desprovidas de ferramentas como computador, de forma a negligenciar um dos direitos básicos do cidadão que é o direito à informação.

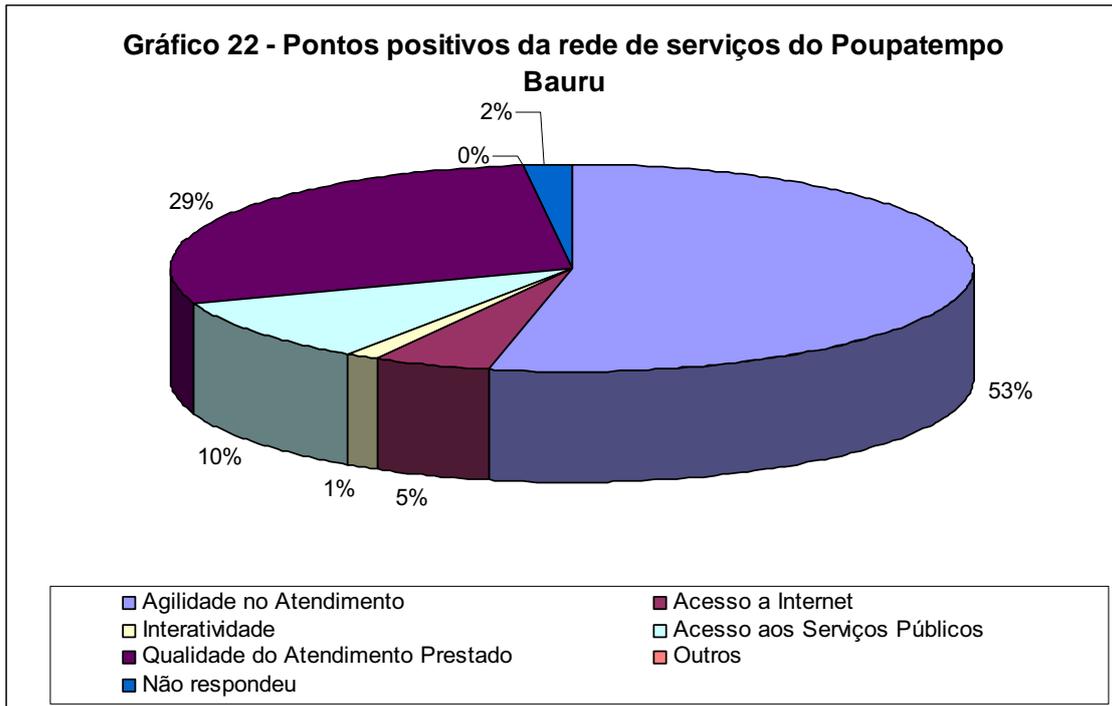


É possível constatar, ainda, mediante a observação dos dados do gráfico 21, que a Unidade do Poupatempo Bauru trabalha de forma integrada, se constituindo em uma Rede Social e Relacionamento, onde as pessoas agregam credibilidade na prestação de serviços, bem como, acreditam no trabalho realizado pela equipe de funcionários, que executam seu serviço de forma adequada e eficiente, contribuindo para a efetividade dos objetivos propostos.

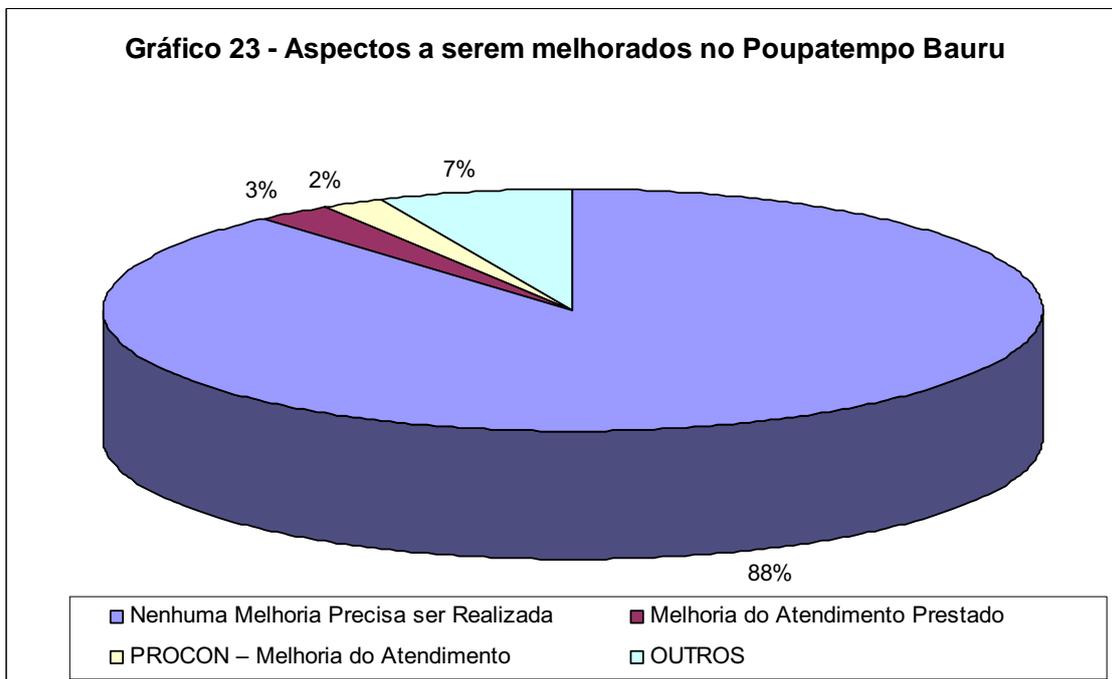
O trabalho de forma integrada acaba por proporcionar maior agilidade ao atendimento prestado (53%), bem como eleva a qualidade do mesmo (29%), de acordo com os dados do gráfico 22.

Além disso, pode-se colocar, uma vez mais, que o trabalho articulado em Redes garante o acesso da população aos seus direitos básicos.

Cabe ressaltar, entretanto, que o acesso a internet como ponto positivo da Unidade aparece de forma quase que imperceptível (5%), o que afirma novamente que se faz necessário explorar de forma mais eficiente o Programa Acesso São Paulo, para que pessoas que não possuem acesso as Tecnologias da Informação e Comunicação em seu domicílio, possam usufruir desse serviço disponibilizado de forma gratuita pelo Estado.



Obs.: questão de múltipla escolha.



Obs.: questão de múltipla escolha.

Os dados apontados no gráfico 23, por sua vez, enfatizam a análise realizada anteriormente, pois 88% dos entrevistados colocam que nenhuma

melhoria precisa ser feita da Unidade, estando satisfeitos com o serviço prestado.

Esse cenário comprova que o trabalho realizado de forma estruturada, articulado, integrado e em um único local, contribuem para a eficiência e eficácia do serviço público, uma vez que, propiciam agilidade no atendimento.

Com a realidade vivenciada atualmente, o ditado popular “tempo é dinheiro”, ganha mais valor, pois, as pessoas não possuem disponibilidade para “perder tempo” em filas, se deslocando para diversos órgãos para terem sua necessidade suprida. A disponibilidade de serviços em um único local, gera fortalecimento do mesmo, bem como aumenta o relacionamento face a face, mesmo em uma época onde o “virtual” ganha força e oferece a prestação de serviços públicos ou não *on-line*. Assim, podemos constatar que o relacionamento interpessoal não se extinguiu, porém sofreu alterações, as quais acompanharam o desenvolvimento tecnológico.

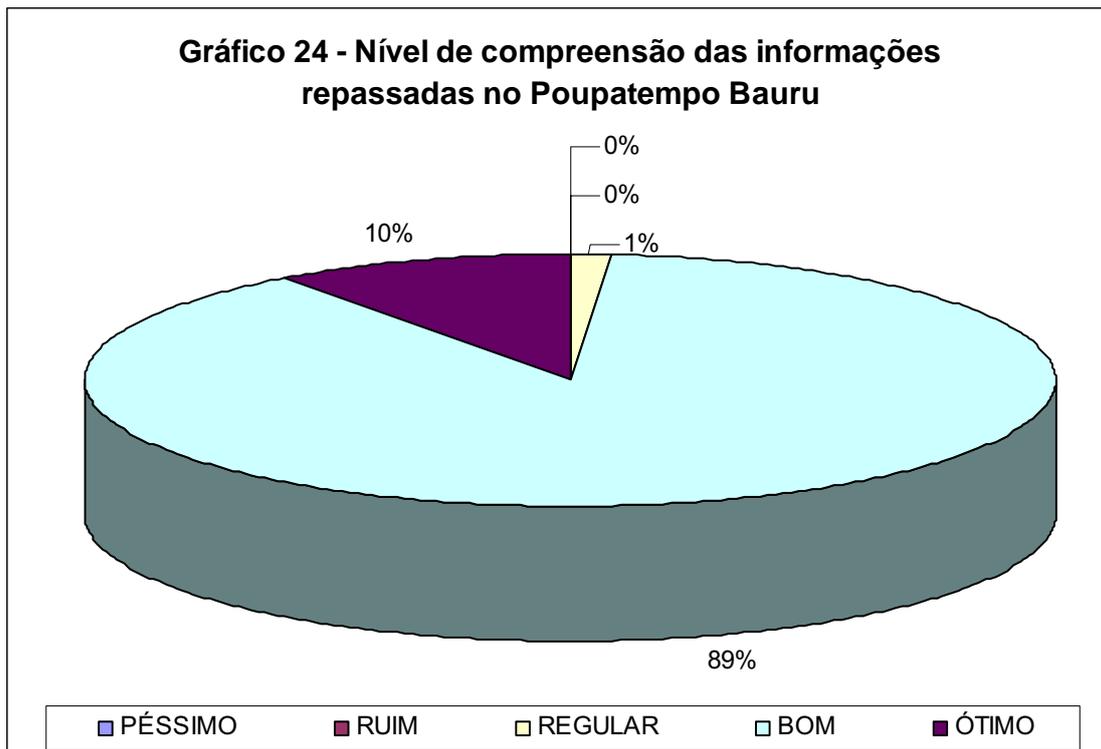


Gráfico 25 - Avaliação da qualidade dos serviços prestados pelo Poupatempo Bauru

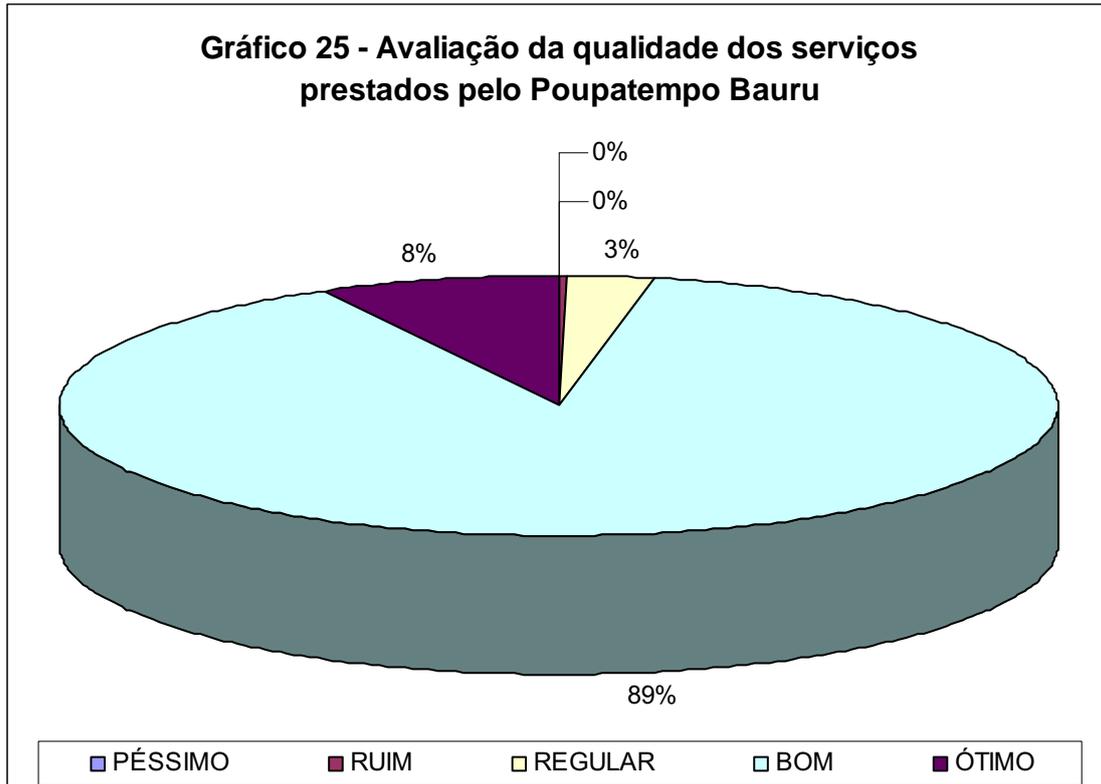
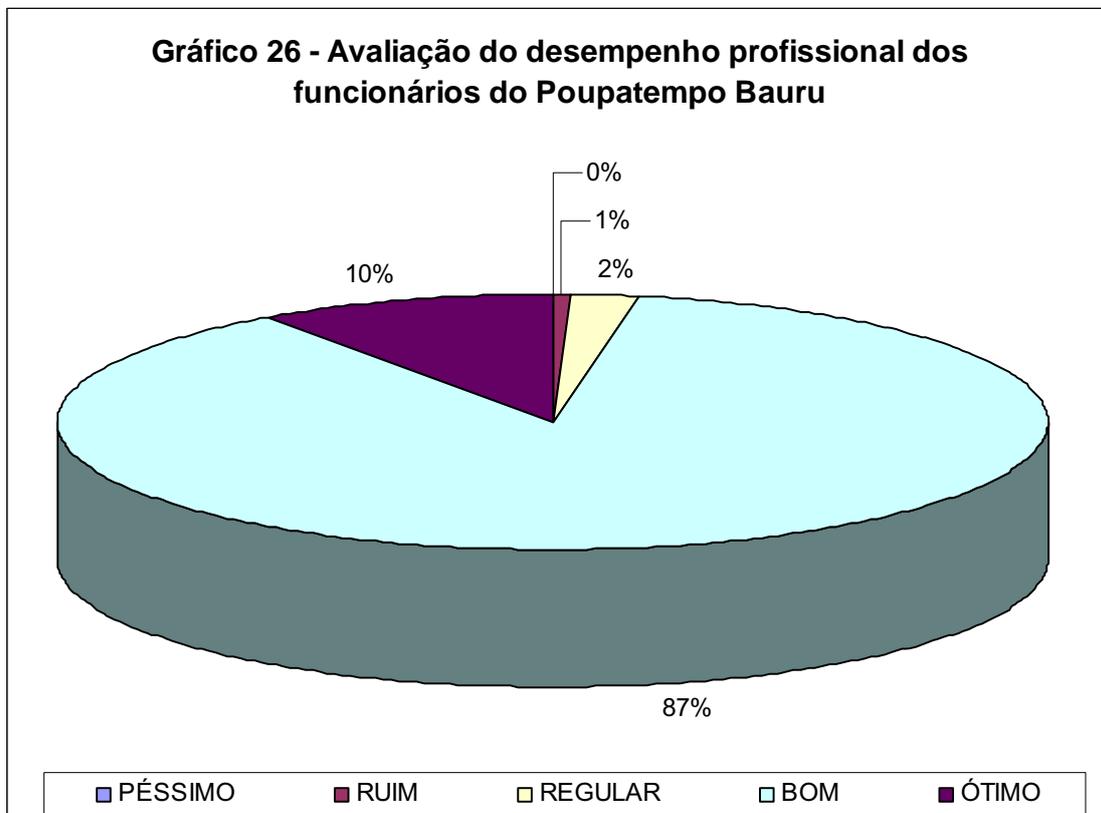


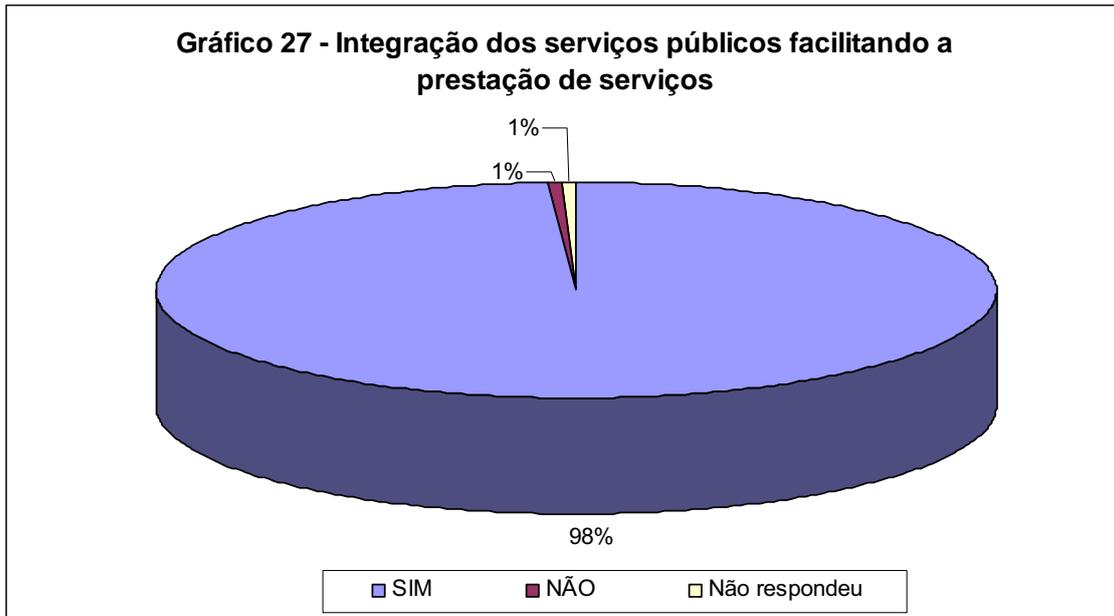
Gráfico 26 - Avaliação do desempenho profissional dos funcionários do Poupatempo Bauru



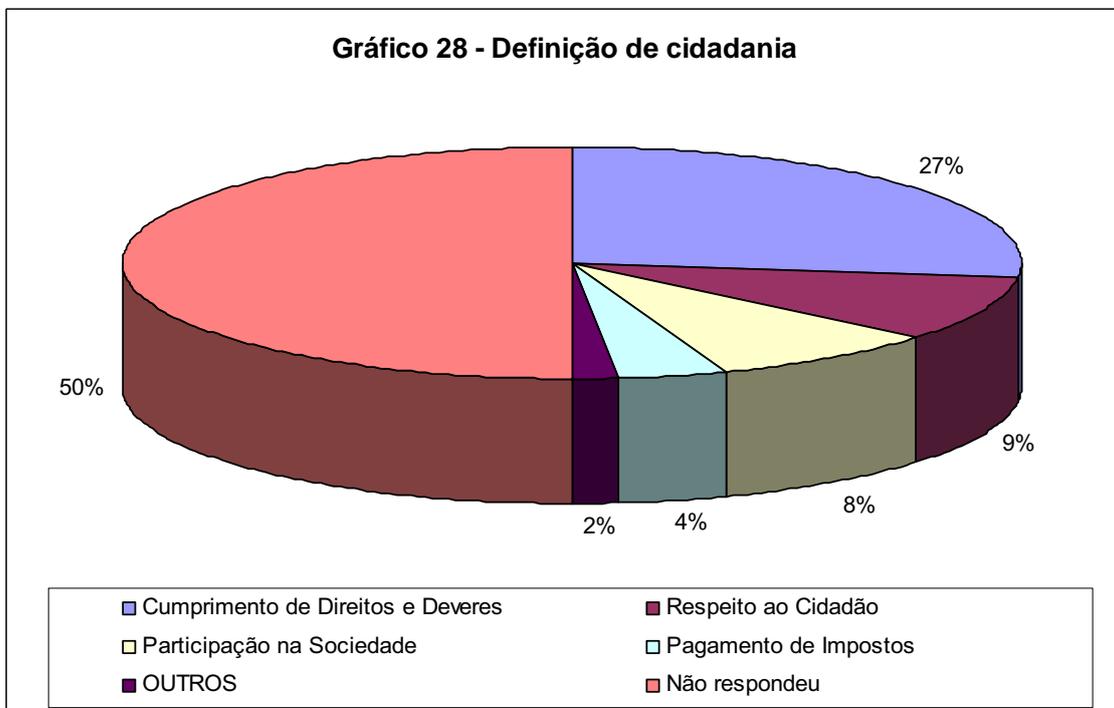
Diante das respostas obtidas, é possível analisar os dados apresentados nos gráficos 24,25 e 26 de forma conjunta, pois foi possível constatar que as informações (as quais possuem caráter público) repassadas pela equipe da Unidade Poupatempo Bauru, são compreendidas em sua totalidade (bom – 89% e ótimo – 10%), as quais refletem na qualidade do serviço prestado (bom – 89% e ótimo – 8%). Portanto, é relevante pontuar que a equipe de trabalho acha-se devidamente capacitada para desempenhar suas funções, possuindo desempenho profissional reconhecido pela população usuária (bom – 87% e ótimo 10%).

Esses dados acabam por desenvolver uma nova imagem do serviço público, onde este não é visto como “aquele que não quer fazer nada”. É válido dizer que a equipe de funcionários do Poupatempo conta também com funcionários terceirizados pelo Estado, havendo nessa questão conflitos de valores, pois a contratação de forma terceirizada gera flexibilidade ao Programa, sendo possível realizar alterações na equipe quando necessário, ou seja, quando o funcionário não se adéqua aos critérios de trabalho adotados pela empresa.

Outro aspecto que deve ser considerado é a relação capital x trabalho, pois o processo de terceirização vivenciado nos últimos anos no país teve impactos negativos para a classe trabalhadora, havendo a redução expressiva dos direitos trabalhista, criando um “exército de reserva” desvalorizado em função das mudanças do mercado de trabalho em decorrência do desenvolvimento tecnológico, bem como, do novo perfil de profissional exigido por este mercado, o “profissional do conhecimento”. Este profissional que têm como diferencial o “conhecimento”, ganha valor e se vincula a um processo educacional de qualidade, o qual não está disponível de forma gratuita a maioria da população, ou seja, por meio da política pública de educação. Ao contrário, o “país” fabrica pessoas que se dizem alfabetizadas, por meio da progressão continuada, porém a juventude, em sua grande maioria, conclui o ensino médio sem saber ler e escrever.



Como já analisado em questões anteriores, a integração dos serviços públicos em um único local facilita sim a prestação de serviços ao cidadão, bem como o torna menos burocrático, como evidenciam os dados do gráfico 27 (98%).



Obs.: questão de múltipla escolha.

Os dados descritos pelo gráfico 28 demonstram que “cidadania” ainda é algo de difícil conceituação para as pessoas, pois 50% dos entrevistados quando questionados sobre isso não souberam defini-la. Daqueles que souberam se colocar com relação ao tema abordado, 27% colocou que cidadania se refere ao cumprimento de direitos e deveres. Outro dado interessante, é que 4% definiram cidadania como pagamento de imposto, e apenas 0,27% como votar.

A importância da caracterização desse conceito se dá, uma vez que, a palavra cidadania passou a ser utilizada de forma frequente nos meios de comunicação, como se fosse algo que todos possuem de forma igualitária, acabando por tornar sua essência banalizada. Desse modo, convém lembrar que a cidadania é um processo dinâmico, construído por meio das relações interpessoais e sociais, as quais estão inseridas em um contexto social desigual, onde se faz necessário se tratar de forma desigual os desiguais. Dizer que todos são “iguais perante a lei”, é um princípio que ainda está longe de ser efetivado. Cidadania não é um produto que está disponível no mercado para ser adquirido. Cidadania é a conquista e efetivação no cotidiano dos direitos humanos e sociais.

Esse cenário pode ser observado quando analisamos o gráfico 29, onde 98% da população atendida pela Unidade Poupatempo Bauru se sente cidadão quando sua solicitação é atendida. Entretanto precisamos indagar que sentimento de cidadania é esse? De que cidadania estamos falando?

A prestação de serviços públicos de qualidade é dever do Estado, ou seja, deveria ser comum em todas as suas esferas, porém é evidente que essa não é a realidade brasileira. O acesso a prestação de serviços públicos de qualidade não garante a cidadania, esse é um meio para o efetivo exercício da mesma.

Entretanto os dados do gráfico 30 ressaltam que 99% dos entrevistados apontaram que os serviços disponibilizados pela Unidade do Poupatempo Bauru asseguram seus direitos. Cabe aqui outra indagação: que direitos são esses? De que forma as pessoas caracterizam ou mesmo visualizam direitos sociais?

Desse modo, fica evidente que a relação entre comunicação pública e cidadania precisa ser estabelecida de forma mais sólida, fortalecendo o

processo comunicacional como meio para efetivação de direitos sociais, propiciando aos cidadãos meios para assegurá-los e reivindicá-los, garantindo assim participação ativa nas decisões e no controle das ações e gastos públicos. Essa relação é focada pelos especialistas pesquisados da seguinte forma:

“Comunicação pública pode ser interpretada como a comunicação a serviço da cidadania. Ou seja, é um instrumento voltado para ajudar o cidadão a usufruir de seus direitos e cumprir suas obrigações. Existem outras interpretações possíveis para comunicação pública mas esta parece-me muito importante por colocar em questão uma obrigação típica das organizações em uma democracia.” (Especialista 1)

“São conceitos interativos. A comunicação pública, entendida como as relações entre o Estado e a sociedade, incluindo todos os setores, é resultado da negociação entre necessidades e interesses entre os vários públicos. E isso não ocorre se não há um conceito claro e uma prática inclusiva de cidadania. Se o cidadão não conhece seus direitos, não pode exigí-los. Se o Estado e as organizações não incluem os vários segmentos sociais em seus projetos comunicativos, a proposta de uma comunicação pública ficará certamente restrita aos públicos (consumidores e usuários dos serviços e produtos) e não ao cidadão.” (Especialista 2)

Gráfico 29 - Sentimento de cidadania (solicitação atendida)

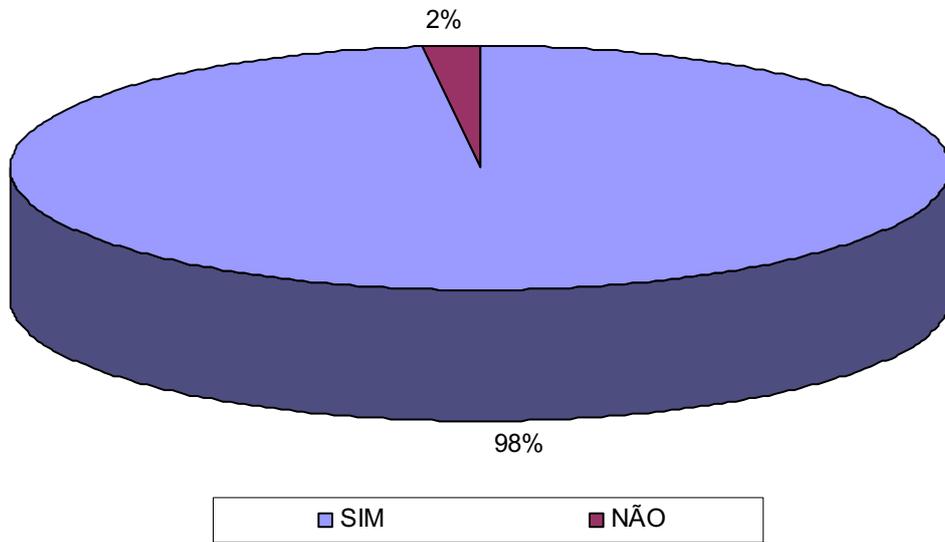
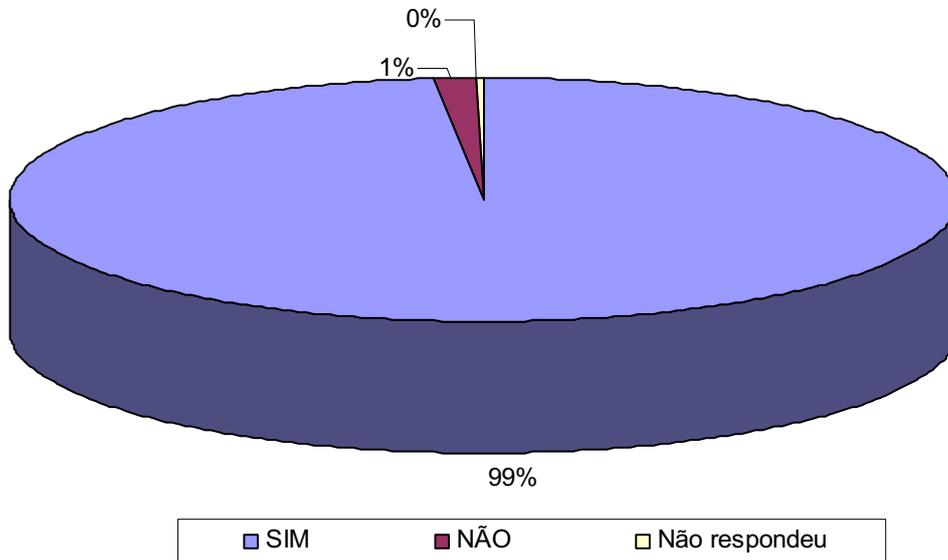
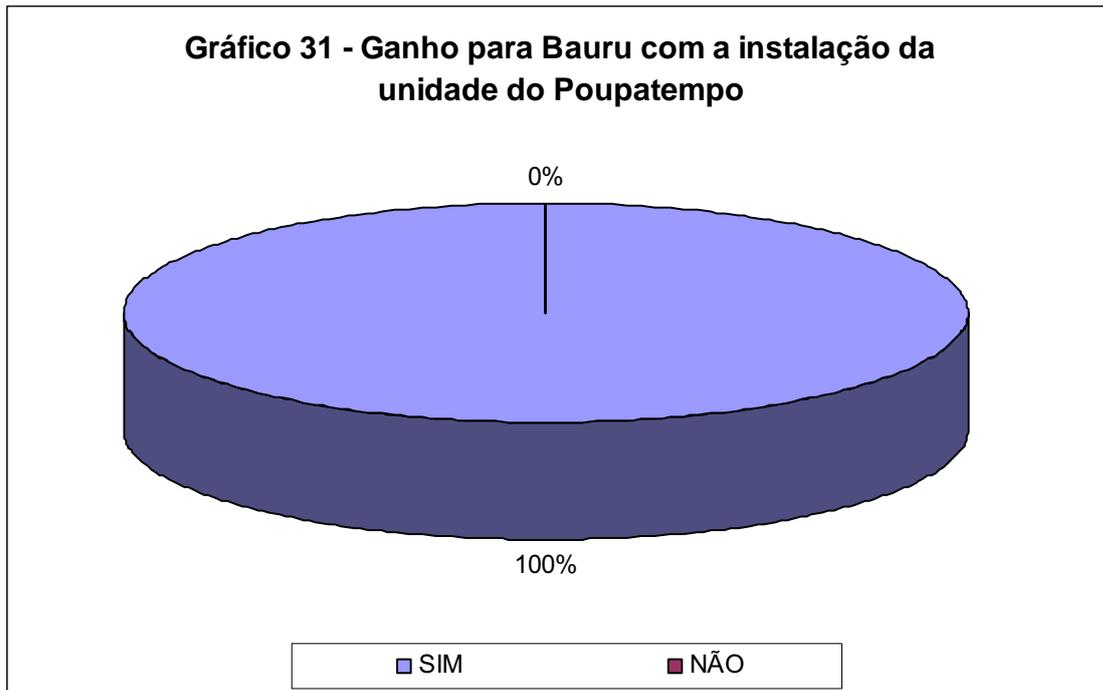
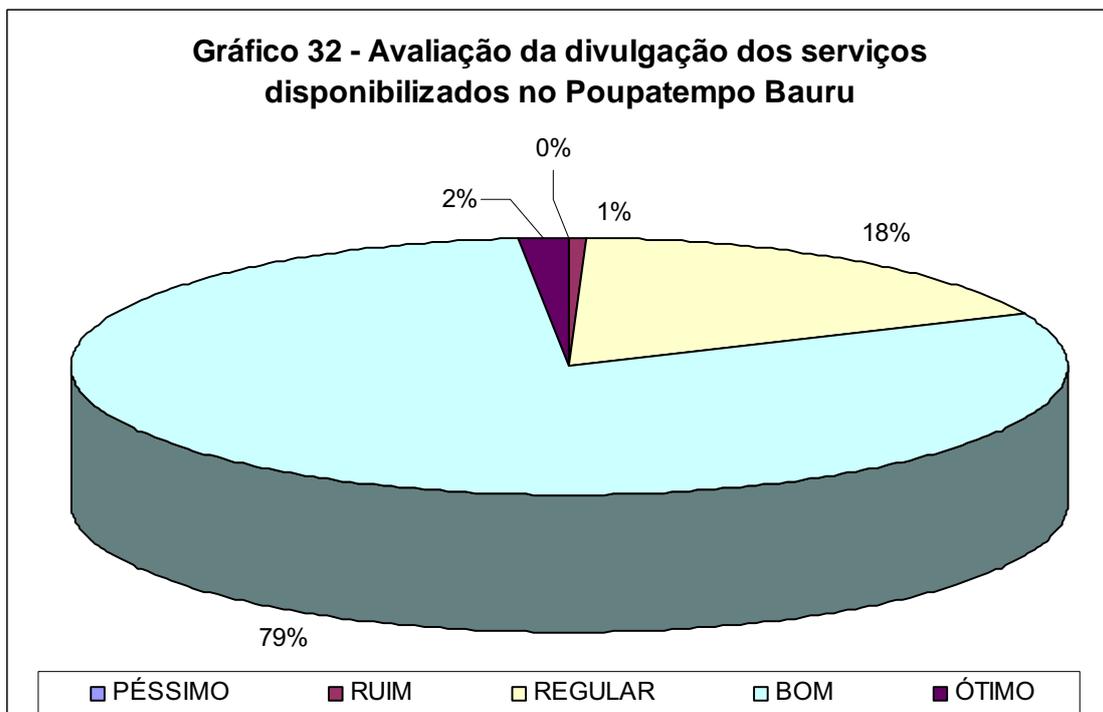


Gráfico 30 - Serviços disponibilizados pelo Poupatempo Bauru assegurando direitos humanos e sociais



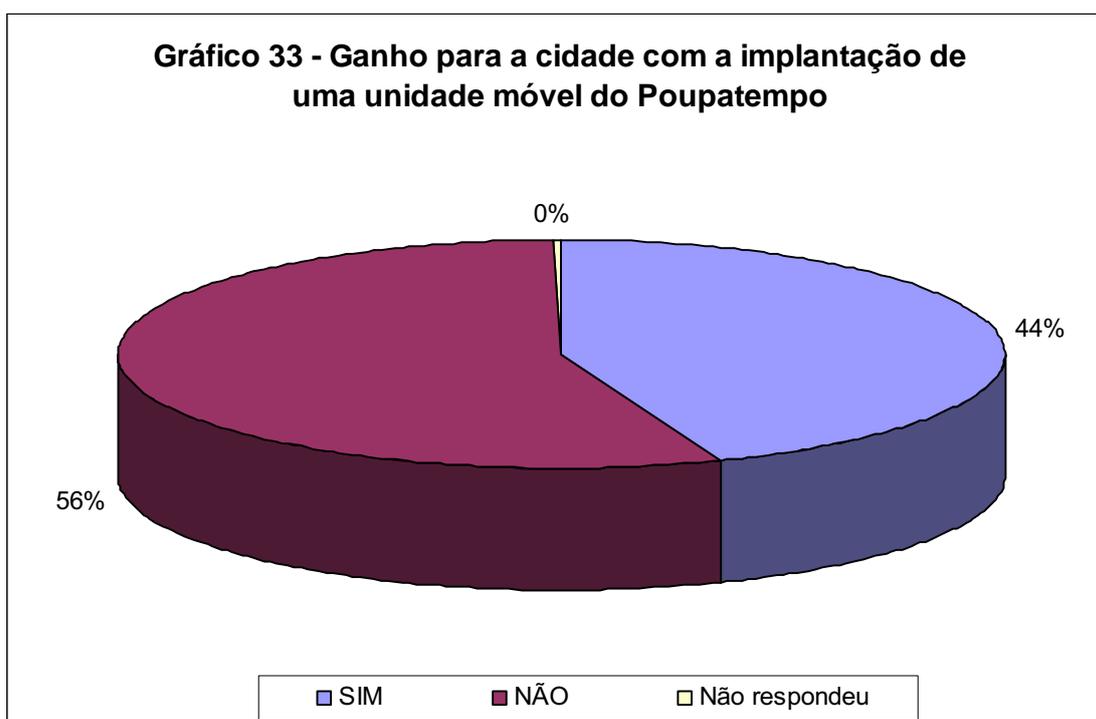


Analisando os dados do gráfico 31 foi possível constatar que 100% dos entrevistados afirmaram que Bauru ganhou com a instalação da Unidade do Poupatempo em nossa cidade, ou seja, o mesmo já está legitimado e possui credibilidade daqueles que utilizam os serviços disponibilizados pela Unidade.



No que se refere à divulgação dos serviços prestados, conforme dados do gráfico 32, constatou-se que 79% informaram que esta é realizada de forma boa, mas 18% pontuaram como sendo regular, ou seja, há ainda pontos na divulgação dos serviços que devem ser melhorados. Neste ponto, parecem estar claro os dados apresentados também no gráfico 19, onde o conhecimento dos serviços prestados pelos meios de comunicação é inferior ao conhecimento indicado por terceiros.

A Unidade do Poupatempo deve priorizar a veiculação e socialização de suas ações, para que os objetivos propostos pelo Programa não “fiquem apenas no papel”, pois implantar o serviço não é garantia de utilização do mesmo de forma adequada e igualitária.



Os dados do gráfico 33, demonstram que 56% da população acreditam que Bauru não ganharia com a implantação de uma unidade móvel do Poupatempo. Entretanto faz-se necessário analisar esse dado atrelado ao perfil da população caracterizada na Parte 1 dessa pesquisa, onde foi evidenciado que a população que está usufruindo dos serviços da unidade é uma população que possui uma condição social privilegiada e que não está em

situação de vulnerabilidade e risco social, possuindo a oportunidade de resolver suas necessidades em qualquer âmbito, e não necessariamente na Unidade do Poupatempo. Entretanto a população da periferia ganharia e muito com a instalação de uma unidade móvel do Poupatempo, pois, de acordo com a experiência profissional da pesquisadora, quando as secretarias municipais, principalmente a Secretaria Municipal do Bem Estar Social (SEBES) – realizam ações integradas nas áreas de vulnerabilidade social, os serviços disponibilizados pelo Poupatempo são os mais procurados, principalmente quanto à provisão de documentos. (RG e CTPS)

Cabe ressaltar que seria interessante a implantação do serviço de “escritores de cartas”, junto a Unidade móvel. Esta sugestão se dá em virtude da região do município de Bauru ser uma região canavieira, possuindo um número elevado de trabalhadores rurais, provenientes de diversas regiões do país, e que em sua maioria possuem baixo grau de escolaridade. Esse serviço, o qual é exercido por voluntários em outras Unidades, seria importante para garantir e mesmo fortalecer os vínculos familiares e sociais.

A convivência e sentimento de pertencimento são fundamentais para que o ser humano viva, realize sonhos e desbrave horizontes.

Em síntese, é importante mencionar que os resultados dessa pesquisa demonstram que as temáticas comunicação pública e cidadania, ainda são pouco conhecidas não fazem parte da vida cotidiana, onde as pessoas não possuem clareza do que venham a ser esses conceitos, bem como seus objetivos e funções. A pesquisa mostrou que o Programa Poupatempo Bauru disponibiliza seus serviços a uma população que possui acesso a informação, bem como uma condição sócio-econômica estável, e em decorrência não atinge a população que se encontra nas áreas mais vulneráveis do município. Pode-se observar que os serviços prestados de forma integrada agilizam a prestação de serviços, bem como elevam a qualidade dos mesmos. Entretanto constatou-se que o Programa Acesso São Paulo, que disponibiliza acesso gratuito a internet, é utilizado de forma inadequado, pois os índices de utilização foram baixíssimos. Constatou-se que os meios de comunicação pública influenciam sim na construção da cidadania, pois propicia visibilidade as ações governamentais, bem como proporcionam espaço para a participação do cidadão na vida pública.

Diante desse quadro, recomenda-se que a relação comunicação pública e cidadania seja trabalhada de forma integrada, para que juntas possam servir de instrumento para a construção do cidadão participante, ativo, que exerça a sua função no controle social de maneira permanente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante o cenário vivenciado atualmente na sociedade global, observa-se que as transformações ocorridas em sua morfologia social causam impactos também na esfera pública, bem como nos meios de comunicação, que por sua natureza se constituem em instrumento mediador do Estado e sociedade.

Neste mundo de competitividade e concorrência exacerbadas, os serviços públicos são intimados a realizarem uma prestação de serviços que visam cada vez mais à qualidade de vida da população e a resolução de suas necessidades de forma imediata.

Desta forma, a comunicação pública passa a desenvolver um papel de suma importância na efetivação dos objetivos propostos pelo serviço público, de maneira a assegurar os direitos sociais dos indivíduos, propiciando um espaço público que permita a participação ativa das pessoas nas ações e decisões de caráter público, bem como no controle das mesmas.

Com base nesta perspectiva, a criação de redes sociais e de relacionamento como o Poupatempo, que congregam em um único ambiente uma fonte de comunicação pública e gestão dessa informação, propicia ao cidadão se sentir cidadão na garantia da prestação de um serviço público de qualidade, possibilitando a emancipação desta condição tão marginalizada de cidadania. Não cabe questionar de que forma se dá essa emancipação, apenas elucidar que esse processo é possível. Porém cabe ressaltar que a prestação de serviços realizada pela Unidade do Poupatempo Bauru, segundo dados da pesquisa realizada, mostram que seus serviços não estão voltados para a população em situação de vulnerabilidade social, e sim para uma “pequena elite”. Vale colocar que o Estado é responsável pela divulgação dos serviços disponibilizados pela Unidade, e que esta se caracteriza mais como governamental do que de caráter público.

O cenário descrito pode ser confirmado com a pesquisa realizada, onde a hipótese trabalhada se confirmou, ou seja, os meios de comunicação pública influenciam na construção da cidadania, influenciando a população, mesmo que forma não tão clara e concisa. Assim, a relação comunicação pública e cidadania, pode ser considerada como um processo em permanente

construção, dinâmico, que sofre alterações perante as transformações ocorridas no contexto na qual está inserida.

Essa relação deve ser focada nos aspectos da inclusão social e digital, pois o fortalecimento desses dois elementos é de vital importância para que os cidadãos possam se apropriar de bens e serviços públicos que tenham qualidade, e que efetivamente contribuem para a emancipação do indivíduo enquanto ser social. O fato de o serviço existir não garante sua legitimidade perante a população, ou contrário, muitas vezes acaba por submeter o público-alvo aos interesses da classe dominante.

Faz-se necessário que os serviços públicos demonstrem mais claramente a utilidade de seus propósitos, de maneira a criar uma nova cultura e imagem desses serviços. Para tanto a cultura da informação, a veiculação de informação de caráter público devem servir de motivação para que a população participe de forma efetiva das questões que permeiam a esfera pública.

Na atualidade as redes sociais e de relacionamento ganham força, passando a ter a legitimidade da população e contribuindo para a efetivação da cidadania e garantia de acesso aos direitos sociais. O trabalho em rede assegura a coerência das ações propostas, bem como, permite a constante avaliação no decorrer de seu desenvolvimento, garantindo assim a efetividade dos objetivos propostos.

Redes sociais e de relacionamento se constituem quando todos participam, quando todos os envolvidos no processo possuem clareza de seu papel e o exercem de forma efetiva a garantir seus direitos sociais.

As redes, como o próprio nome diz, possuem “nos” onde todos os pontos se entrelaçam e onde todos os objetivos se tornam comuns. E é assim a partir do coletivo que se dá a construção de uma sociedade mais igualitária.

Entretanto, foi possível evidenciar que dos conceitos chaves da presente pesquisa – comunicação pública e cidadania – são vivenciados na prática pelos indivíduos, porém os mesmos não sabem como caracterizá-los. Usufruem de seus propósitos, porém sem noção clara de seu papel perante a construção das ações públicas, que focam, ou pelos deveriam, focar as necessidades do cidadão.

A população possui noção de seus direitos e deveres, porém ainda falta a participação ativa na propositura das ações governamentais, para que realmente visem às necessidades cotidianas da população.

É preciso trabalhar o esclarecimento do que venha a ser os meios de comunicação pública, uma vez que, as pessoas se utilizam dos mesmos, porém desconhecem seus objetivos e funções. Assim como as ações públicas devem focar questões esclarecedoras quanto ao tema cidadania, para que as pessoas possam conviver e assim participar de forma mais efetiva da vida em sociedade.

Cabe ressaltar que as ferramentas da tecnologia da comunicação e da informação são de fundamental importância para o desenvolvimento econômico-social-cultural de nossa sociedade, sendo a mola propulsora do processo de desenvolvimento visando a inclusão social.

A relação tecnologia-cidadania acarreta novas demandas e desafios para os atores sociais. Essa relação não deve ser tratada de forma generalista, mas sim ressaltando suas especificidades dentro do contexto social.

A população, por menos esclarecida que possa ser, hoje, possui uma participação mais efetiva nos mecanismos de controle social, principalmente nos Conselhos de diversos segmentos, podendo colocar suas opiniões e ter “voz” para decidir as ações públicas. Entretanto, essa participação ainda possui um caráter individualista, pois as pessoas propõem ações com enfoque mais centradas em suas próprias necessidades do que pensando no coletivo. É essa cultura que precisa ser modificada, pois as pessoas quando “eleitas” democraticamente para representar um determinado segmento, devem ter em mente que haverá a necessidade de representar os objetivos coletivos e não individuais.

A participação social atrelada com a difusão de suas ações pelas ferramentas das tecnologias de informação e comunicação e, das estratégias de ação que envolve a comunicação pública garante legitimidade e credibilidade das ações propostas, pois dão transparência ao processo decisório, de forma a garantir o acesso às informações de caráter público e que são de interesse de toda a sociedade.

O cenário atual nos mostra que só a participação efetiva da população de forma consciente e voltada para o coletivo, vai realmente garantir a

efetivação da cidadania, de forma que esta saia do papel e realmente passe a desempenhar suas funções com a magnitude que lhe compete a legislação.

Os meios de comunicação pública possuem, sim, a função social de mediar às ações propostas pelo Estado e a sociedade. Não podemos mais menosprezar o papel dos meios como interlocutor responsável e consciente do seu papel social. O cidadão receptor não pode ser mais visto como “passível” do conteúdo simbólico veiculado pelos meios de comunicação, pois é por meio deste que as pessoas formam seu pensamento crítico e tomam atitudes que repercutem em seu cotidiano. É por meio do simbólico que o concreto se torna real, é por meio deste que a realidade se concretiza e nos torna voraz, e não pacíficos perante a realidade discriminadora que ainda nos assola, onde milhões de pessoas ainda não sabem ler, escrever, passam fome e frio, ou nem sequer existir, pois não possuem certidão de nascimento. E onde muitos acumulam uma riqueza tão grande, que a distribuição igualitária dessa pequena parte da população, minimizaria as vulnerabilidades de muitas pessoas, pois esses indivíduos são apenas “pessoas” estando longe de se tornarem cidadãos de direitos.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PRODUCTIVITY AND QUALITY CENTER (APQC). **International benchmarking clearinghouse – knowledge management** – Consortium Benchmarking Study. Best-Practice Report, 1999.

ANDRADE, C.T.S. **Administração de Relações Públicas no Governo**. São Paulo: Loyola, 1982.

ANDRIANI; ZOMER, S.S. Inteligência empresarial estratégica na sociedade do conhecimento. Disponível em: <http://www.ijuris.org/inteligencia/ie2/douwloads/ie2/Intlg%20%20Soc%20Conhec.doc> Acesso em: 15 de dezembro de 2006.

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho**. 7. Ed. São Paulo: Cortez, 2000.

BARBOSA, A.T. **Os caminhos para o avanço do governo eletrônico no Brasil**. In: Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação de comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas, 2008. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2009.

BARROS, Laan Mendes de. Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética. **Nexos – Revista de Estudos de Educação e Comunicação**. São Paulo, p.19-38, jul./dez. 1997.

BATISTA; PACHECO; TERRA. **Gestão do Conhecimento na Administração Pública**. Brasília, junh. de 2005. Disponível em: <http://www.cqpg.sp.gov.br>. Acesso em: 6 de agosto de 2005.

BATTRO, A.M. **O pensamento de Jean Piaget: psicologia e epistemologia**. Tradução de Lino de Macedo. Rio de Janeiro: Forense Unversitária, 1976. 389p.

BEZZON, L.A.C. **Análise Político-Sociológica do Reencontro da Sociedade Civil Brasileira com a Cidadania e a Democracia Segundo a Perspectiva da Comunicação Pública**. In: Comunicação Pública, Campinas: Editora Alínea, 2004.

BIENAYMÉ, A. **L'économie des innovations technologiques**. Paris: Press Universitaires de France, 1994.

BOBBIO, N. **O futuro da democracia. Uma defesa das regras do jogo**. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. Tradução de Orlando dos Santos Reis.

BRAGA, L.V. et al. **O papel do Governo Eletrônico no fortalecimento da governança do setor público**. Revista do Serviço Público, Brasília, 2008.

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Bases de um programa brasileiro para a sociedade da informação. 1999. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/temas/socinfo_ok.pdf>. Acesso em: 13 de outubro de 2004

BRANDÃO, E.P. **Usos e significados do Conceito Comunicação Pública.** Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br>> Acesso em: 8 de janeiro de 2009.

CALDAS, G. **Comunicação Pública e Ciência Cidadã.** In: Comunicação Pública, Campinas: Editora Alínea, 2004.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CARVALHO, M. G. **Tecnologia, Desenvolvimento Social e Educação Tecnológica.** Disponível em: <<http://www.bibvirt.futuro.usp.br>> Acesso em: 8 de maio de 2007.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CCMD Centro Canadense para o Desenvolvimento da Gestão. Canadá: organizações de aprendizagem no setor público. Revista do Serviço Público, Brasília, DF, ano 52, n.3, 2001.

CELESTINO, V.S. **Planejamento estratégico como processo de mudança: para que mudar?** Disponível em: <<http://www.e.gov.br>> Acesso em: 22 de agosto de 2005.

CHOAY, F. **“Patrimoine urbain et cyberspace”.** In: La Pierre d’angle, n. 21-22, “Patrimoine et territoire”, p.98-101, outubro de 1997.

Constituição da República Federativa do Brasil. (1988).

COSTA, J.R.V. **Comunicação de Interesse Público.** 2006. Disponível em: <<http://www.novasb.com.br>> Acesso em: 11 de setembro de 2008

COVRE, M. L. M. (org.) **A cidadania que não temos.** São Paulo. Ed. Brasiliense, 1991.

CREMONESE, Djalma. A difícil construção da cidadania no Brasil. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v.5, n.9, p.59-84, jan./jul. 2007.

CURVELLO, J.J.A. **A dimensão da comunicação pública.** Intercom - XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2008.

DALLARI. **Direitos Humanos e Cidadania.** São Paulo: Moderna, 1998.

DAVENPORT; PRUSAK. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DEMO, P. **Participação é Conquista**. 4º ed. São Paulo: Cortez, 1999.

DICKEL, A. (org.) **Novos Olhares, Novas Práticas**. s/Ed., 2001.

DOWBOR, L. **O Poder Local diante dos Novos Desafios Sociais**. Gestão Estratégica do Município. Disponível em: <http://www.web_brasil.com/gestaolocal> Acesso em: 11 de outubro de 2005.

DRUCKER, P. **Desafios gerenciais para o século XXI**. São Paulo: Pioneira, 1999.

DUARTE, J. **Instituições Científicas: da divulgação à comunicação**. In Revista Uniersitas/Comunicação; Ano I, vol. 1. Brasília; UNICEUB, 2003.

DUARTE, J. **Sistemas de Comunicação Governamental**. In: Estado e Comunicação. Intercom, 2006.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, V.D. **Redes Social**. Texto adaptado do Original do Curso de Prevenção do Uso de drogas para Educadores de Escolas Públicas. Senad, 2006.

DUPAS, G. **Ética e poder na sociedade da informação**. São Paulo: UNESP, 2000.

DE MASI, D. **A emoção e a Regra**. Ed. José Olympio, 1999.

FERREIRA, M.K.B. **As novas configurações da gestão pública: conhecimentos e pessoas – uma aproximação junto a Secretaria Municipal do Bem Estar Social de Bauru [SEBES]**. Monografia de Especialização: UNESP, 2007.

FERREIRA, J. **O populismo e sua história: debate e crítica**. Ed. Record, 2001.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **Mapa da Exclusão Digital**. Disponível em: <http://www2.fgv.br/ibre/cps/mapa_exclusao>. Acesso em: 29 de setembro de 2006

FOSSATTI, N.C. **Gestão da comunicação na esfera pública municipal**. 210f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

FREIRE, P. **A educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

FREY, K. **Desenvolvimento sustentável local na sociedade em rede: o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação**. Revista de Sociologia e Política, n.º 21, novembro de 2003.

GENTILLI, V. **Comunicação e Política**. (s/d) Disponível em: <Erro! A referência de hiperlink não é válida.revcon2.portcom.intercom.org.br>. Acesso em: 12 de abril de 2009.

GUIMARÃES, T. **O que não é inclusão digital**. Disponível em <<http://www.cirandabrasil.net/03/material.php?id-materia=96>> Acesso em: 19 de setembro de 2003.

GUSHIKEN, L. Prefácio. In: OLIVEIRA, M.J da C. (org) **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Gestão do Conhecimento na Administração Pública**. Brasília, 2005.

JOSÉ FILHO, M. **A família como espaço privilegiado para a construção da cidadania**. Franca: UNESP, 2002.

KAUFMANN, D.; KRAAY, A.; MASTRUZZI, M. **Governance matters vi: aggregate and individual governance indicators**. World Bank Policy Research Working Paper 4280, July, 2007.

KLEIN, D.A. **A gestão estratégica do capital intelectual**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

LAFER, C. **Hannah Arendt (pensamento, persuasão e poder)**. Ed. Paz e Terra, 1992.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber – manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, Coleção TRANS, 1993.

_____. **Cibercultura**. 2ª Ed. São Paulo: Editora 32, 2004.

_____. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2004.

Livro Poupa Tempo – Reconstruindo valores públicos: padrão poupatempo em recomendação. Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.poupatempo.sp.gov.br> Acesso em: 24 de janeiro de 2009.

LOBO, P.O.N. **A informação como direito fundamental do consumidor.** 2000. Disponível em: <Erro! A referência de hiperlink não é válida.jus2.uol.com.br/doutrina> Acesso em: 5 de maio de 2007.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Metodologia do Trabalho Científico.** São Paulo: Atlas, 2001.

MARSHALL, T.H. **Cidadania, classe social e status.** Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MATELLART, A. **A globalização da comunicação.** Bauru: EDUSC, 2000.

MATOS, H. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo.** [S.I.] INTERCOM, 1999.

_____. **Comunicação pública e cidadania.** (s/d) Disponível em: <<http://www.gestcorp.incubadora.fapesp.br>> Acesso em: 6 de maio de 2009.

_____. **Comunicação e cidadania.** In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 23. **Anais.** Manaus, Universidade do Amazonas, 2000.

MEIRA, S. **As implicações políticas das tecnologias da informação e comunicação.** Disponível em: <<http://www.oppi.org.br>> Acesso em: 23 de maio de 2006.

MISSÃO, Visão e Valores. Disponível em: <<http://www.cdi.org.br>>. Acesso em: 12 de abril de 2003.

MIOTTO, L.B. **Comunicação e Espaço Público na Sociedade da Informação: Reflexões Sobre a Política Contemporânea.** In: Comunicação Pública, Campinas: Editora Alínea, 2004.

MORIGI, V.J. **Cidadania Mdiatizada, Cidadão Planetário.** In: Comunicação e Espaço Público. 2004. Disponível em: <<http://www.passon.un.br>>. Acesso em: 12 de abril de 2009.

NASCIMENTO, N. A. **A roda global.** Revista Veja, São Paulo: ed. Abril, nº 14, Abril, 1996.

NONAKA; TAKEUCHI. **Criação de conhecimento na empresa.** Rio de Janeiro: Campus, 1997.

OCDE. **E-government studies – the e-government imperative.** Paris, Publishing, 2003.

OCDE. **Modernising government: the way forward.** Paris, Publishing, 2005.

OLIVEIRA, M.J.C. (org). Comunicação Pública. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004

PERUZZO, C.M.K. **Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania**. In: Comunicação Pública, Campinas: Editora Alínea, 2004.

_____. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, v.3,n.1, p.112-128, set. 2001. Disponível em:<<http://br.geocities.com/parc20anos/peruzzo.pdf>.> Acesso em: 20 de julho de 2009.

Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação de comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas, 2008. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2009.

PINSK, J. **História da Cidadania**. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

Política Nacional de Assistência Social (PNAS). MDS. Brasília, novembro de 2004.

SCHAFF, A. **A sociedade informática**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SFEZ, L. **L'objet local**. Paris: UGE, "10/18", 1977.

SENGE, P. **A quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende**. São Paulo: Best Seller, 1998.

_____. **A dança das mudanças**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SVEIBY, K.E. **Gestão do conhecimento: as lições dos pioneiros**. Dez. 2001.

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NO BRASIL: livro verde / organizado por Tadao Takahashi. – Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

TEIXEIRA FILHO, J. **Gerenciando conhecimento**. Rio de Janeiro: Ed. SENEC, 2000.

TERRA; GONDON. **Portais corporativos: a revolução na gestão do conhecimento**. São Paulo: Negócios Editora, 2002.

THOMPSON, J.B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 9 ed., 2008.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Faculdade de Saúde Pública. Acessibilidade, tecnologia da informação e inclusão digital. Disponível em: <<http://hygeia.fsp.usp.br/acessibilidade/inclusao.htm>> Acesso em: 11 de novembro de 2003.

VELTZ, P. **Mondialisation Villes et territoires. L'économie d'archipel.** Paris: PUF, "Économie et liberte", 1996.

VICENTE, M.M. **Comunicação e cidadania: tensões e complementaridades.** FAAC, 2009.

ZEMOR, P. **La Communication Publique.** PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995. Disponível em: <<http://www.jus2.uol.com.br/doutrina/texto>> Acesso em: 9 de setembro de 2007. Tradução resumida: Elizabeth Brandão.

_____. **"Na comunicação pública, cidadão não é consumir".** Disponível em: <<http://carlosscomazon.wordpress.com>> Acesso em: 22 de janeiro de 2009.

WENGER; SNYDER, W.M. **Communities of Practice: The Organizational Frontier.** Harvard Business Review, jan-fev 2000. 139-145.

WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org>> Acesso em: 14 de dezembro de 2008.

WORLD BANK. **What is knowledge management?** A background document to the World Development Report. October 11, 1998.

APÊNDICE**1 Formulário de pesquisa utilizado na Unidade do Poupatempo Bauru.****I – IDENTIFICAÇÃO DO SUJEITO PESQUISADO**

Nome: _____	Idade: _____
e-mail: _____	Telefone: () _____
Cidade: _____	
Escolaridade: <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Incompleto	<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Completo
<input type="checkbox"/> Ensino Médio Incompleto	<input type="checkbox"/> Ensino Médio Completo
<input type="checkbox"/> Ensino Superior Incompleto	<input type="checkbox"/> Ensino Superior Completo
<input type="checkbox"/> Pós-Graduação	
Área de Atuação Profissional: _____	
Trabalho: <input type="checkbox"/> formal	<input type="checkbox"/> informal
Renda familiar mensal: _____	
Números de pessoas da família: _____	

II – QUESTÕES

1 De que forma você definiria comunicação pública? _____ _____ _____
2 A comunicação pública é um mediador entre Governo e a Sociedade ? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Comente sua resposta: _____ _____ _____
3 Os meios de comunicação(rádio, TV, jornal, internet etc.) auxiliam na garantia dos direitos humanos e sociais? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não. Comente sua resposta: _____ _____ _____ _____
4 Na sua opinião, a Unidade do Poupa Tempo Bauru propicia acesso à informação de caráter público? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não.
5 A Unidade do Poupa Tempo Bauru pode ser considerada como sendo uma Rede de Serviços Públicos? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Comente sua resposta: : _____ _____ _____

17 Você se sente cidadão ao ter sua solicitação atendida pela Unidade do Poupa Tempo Bauru?

Sim Não. Comente sua resposta: _____

18 A prestação de serviços disponibilizados pela Unidade do Poupa Tempo Bauru assegura os direitos humanos e sociais?

Sim Não. Comente sua resposta : _____

19 Você acredita que Bauru ganhou com a instalação da Unidade do Poupa Tempo?

Sim Não Comente sua resposta: _____

20 De que forma você avalia a divulgação dos serviços prestados pela Unidade do Poupa Tempo através da mídia?

Péssimo

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

21 Na sua opinião, Bauru ganharia com a implantação de uma unidade móvel do Poupa Tempo?

Sim Não. Comente sua resposta: _____

Data: ____/____/____

Assinatura

2 Roteiro enviado para o especialistas entrevistados

1 Gostaria, primeiramente, que estabelecesse relação entre: pressupostos teóricos de comunicação pública e a prática desse processo no cotidiano das organizações

2 Comente sobre: perspectivas futuras da adequada aplicação do processo de comunicação pública no cotidiano das organizações do 1º setor versus “cultura presente no âmbito dessas organizações”

3 Discorra sobre as interfaces entre comunicação pública e cidadania

4 Estabeleça relação entre: utilização dos princípios de comunicação pública e credibilidade das organizações do 1º setor

5 Outros comentários sobre o tema

ANEXOS

Anexo 1 – Tabela Poupa Tempo – média diária de atendiária

ÓRGÃOS	Acumulado até dez/2008	2009												TOTAL GERAL	
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	TOTAL						
ESTADUAIS															
ACESSA SÃO PAULO	166.491	5.320	4.639	5.351	4.190								19.500	185.991	
CDHU	15.477	440	289	414	351								1.494	16.971	
DETRAN	205.909	7.271	4.756	5.699	9.571								27.297	233.206	
ECT-CORREIOS	291.315	18.586	13.480	16.896	15.852								64.814	356.129	
E-POUPATEMPO	257.150	10.795	7.569	12.722	10.502								41.588	298.738	
I.I.R.G.D.	148.898	8.187	6.716	7.809	7.483								30.195	179.093	
JEC	182.128	2.573	2.599	3.484	3.035								11.691	193.819	
NOSSA CAIXA	542.586	24.006	19.421	21.341	22.174								86.942	629.528	
SECRETARIA DA FAZENDA	63.813	6.272	3.491	4.530	5.039								19.332	83.145	
SERT	158.349	5.816	5.498	7.380	5.421								24.115	182.464	
TOTAL (ESTADUAIS)	2.032.116	89.266	68.458	85.626	83.618	0	0	0					326.968	2.359.084	
MUNICIPAIS															
COHAB	9.455	363	297	418	452								1.530	10.985	
DAE	152.110	8.275	6.348	8.616	8.360								31.599	183.709	
EMDURB	78.038	2.498	2.375	2.954	2.589								10.416	88.454	
PROCON MUNICIPAL	65.968	2.811	3.232	3.606	4.317								13.966	79.934	
PROTOCOLO	5.371	121	83	157	86								447	5.818	
SEBES	12.468	639	602	683	530								2.454	14.922	
SEC. CULTURA	71.972	2.436	1.665	2.756	2.384								9.241	81.213	
SEC.DESENV./ BANCO DO POVO	5.470	231	247	216	341								1.035	6.505	
SEC. EDUCAÇÃO	3.176	22	8	14	21								65	3.241	
SEC DE FINANÇAS	187.318	14.322	14.208	14.024	11.811								54.365	241.683	
SEMA	19.870	602	476	538	526								2.142	22.012	
SEPLAN	70.393	3.901	3.316	4.138	3.607								14.962	85.355	
SEC. SAUDE	73.438	2.829	4.073	5.864	4.855								17.621	91.059	
SEAR	63													63	
TOTAL (MUNICIPAIS)	755.110	39.050	36.930	43.984	39.879	0	0	0					159.843	914.953	
TOTAL	2.787.226	128.316	105.388	129.610	123.497	0	0	0					486.811	3.274.037	
ATEND. TELEFÔNICO-SERT	76.958	639	933	1.589	1.294								4.455	81.413	
TOTAL ATEND. DO POSTO	2.864.184	128.955	106.321	131.199	124.791	0	0	0					491.266	3.355.450	
MÉDIA DIÁRIA		5.862	5.452	5.467	6.087								5.712		

Anexo 2 – Matéria Veiculada no Jornal da Cidade

14/02/2007 – Geral

Poupatempo atende 57% do previsto

O órgão tem capacidade para 6 mil atendimentos diários, mas a demanda tem ficado na casa dos 3,4 mil; meta é ampliar.

Prestes a completar cinco meses de funcionamento, o Poupatempo de Bauru atende apenas pouco mais da metade de sua capacidade. Projetado para fazer 6 mil atendimentos ao dia, a unidade recebeu em fevereiro uma média de 3,4 mil solicitações diárias. A baixa demanda deve ser revertida com campanha na mídia.

A divulgação dos serviços oferecidos em jornal, rádio, televisão e outdoor, por exemplo, deve começar após o Carnaval. Ela é considerada essencial pela estudante Natalie Müller Figueiró Silva. Até ontem, ela desconhecia a facilidade. “Fui na Polícia Civil (tentar renovar a habilitação) e eles me informaram (da existência do Poupatempo). Deve ser mais divulgado porque o atendimento aqui é muito bom e célere”, explica.

O desconhecimento por parte da população é considerado, por enquanto, natural. Tanto que a campanha publicitária geralmente acompanha a inauguração dos postos. O tempo de maturação até a meta de atendimentos ser atingida é de um ano. Após esse período, o programa pode ser readequado - com serviços ampliados e outros reduzidos, informa Nélia Carrasco, gestora de qualidade do Poupatempo em Bauru.

A projeção de capacidade é calculada a partir de previsões passadas por cada serviço público oferecido pelo programa. O Procon, por exemplo, previu 100 atendimentos por dia e chegou a encaminhar 102 solicitações. Já o Juizado Especial Cível apontou como capacidade 110 atendimentos diários. Num só dia já acolheu 594 solicitações. Tanto que, em várias ocasiões, a distribuição de senhas foi suspensa

Variáveis

Por outro lado, a Secretaria Municipal do Planejamento atendeu em janeiro apenas 5% de sua capacidade. A Secretaria Municipal do Meio Ambiente, 15%. O percentual, no entanto, é variável conforme o mês e até o horário. No início do ano, por conta do IPVA, a Secretaria da Fazenda recebeu 350 reivindicações por dia, sendo que sua capacidade é para 130.

Já a maioria das pessoas que procuram a Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho (Sert) se dirige ao local pela manhã porque busca recolocação no mercado de trabalho. Por conta das variáveis, o número de público no Poupatempo de Bauru já chegou perto dos 5 mil. Ainda assim, o tempo de espera oscila entre cinco e dez minutos apenas, dependendo do órgão. Ao todo, cerca de 300 funcionários foram treinados para atender o público.

No entanto, eles trabalham no mesmo horário que o comércio. Talvez por conta disso, o fluxo de pessoas não é maior no posto, já que a categoria de comerciários é grande em Bauru.

Cultura

O Programa Poupatempo também prevê a realização de atividades culturais e de saúde no posto. Embora o foco dessas atividades não seja a de trazer mais usuários, a gestora de qualidade em Bauru, Nélia Carrasco, não descarta a possibilidade da iniciativa reforçar o público.

Destaca, no entanto, que palestras educativas, campanhas de vacinação, controle de hipertensão e até exposições de arte, por exemplo, dependem da grande fluxo de pessoas. Em fase de elaboração, os projetos não foram divulgados.

Luciana La Fortezza