



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A CIDADANIA¹

Juliane da Silva Bandeira de Oliveira
Evelyn Íris Leite Morales Conde
Universidade Federal de Rondônia (Unir)

RESUMO

Trata-se de uma breve contextualização conceitual que relaciona Comunicação Pública e cidadania, em Brandão (2007), Duarte (2007), Bucci (2015) e Piérre Zémor (1995), apoiada na categoria mediação (Martín-Barbero, 1997). Integra pesquisa de Mestrado, em andamento, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Rondônia, com objetivo de apreender os processos de comunicação do Ministério Público de Rondônia, à luz da Comunicação Pública.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; cidadania; Ministério Público.

1 INTRODUÇÃO

Nos órgãos públicos, representações do Estado, o dever de se comunicar com a sociedade de forma nítida vai ao encontro do Artigo 5º da Constituição Federal, em que todos têm o direito ao acesso à informação (Brasil, 1988). O mesmo deve ocorrer em instituições como o Ministério Público do Estado, órgão incumbido da defesa dos interesses da sociedade, cuja missão de salvaguardar direitos fundamentais da população perpassa pelo fluxo dialogal com os cidadãos, a possibilitar o alcance da cidadania, compreendida neste resumo como, entre demais outros direitos necessários, o da justiça, sendo “[...] o direito de defender e afirmar todos os direitos em termos de igualdade com os outros e pelo devido encaminhamento processual” (Marshall, 1967, p. 63).

Assim, a cidadania se encontra com a Comunicação Pública (CP), por englobar liberdades, em especial a liberdade de imprensa, expressão legítima da democracia, relacionada à atividade jornalística, pilares da prática comunicacional em que se apoia este estudo, que é um recorte da pesquisa de Mestrado, em andamento, com o tema Processos de Comunicação do Ministério Público de Rondônia à luz da Comunicação Pública, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Rondônia (Unir).

O objetivo deste resumo é discutir, de modo inicial, a CP e sua relação com a cidadania. A metodologia abrange revisão de literatura, com exposição em caráter descritivo, a partir dos escritos de Brandão (2007), Duarte (2007), Bucci (2015) e Piérre Zémor (1995), apoiada na categoria mediação (Martín-Barbero, 1997).

2 APREENSÕES INICIAIS SOBRE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Comunicação não é o resultado exato de uma mensagem transmitida, a partir do emissor para o receptor. Uma vez emitida, ela é apropriada, ressignificada, com base na história, valores e cultura de quem a recebe (Martín-Barbero, 1997). É um processo co-dependente de formações culturais,

¹ Trabalho apresentado no GT1 – Meios e Processos de Comunicação para a Cidadania da **XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025**, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

deslocando a ênfase dos meios para as mediações, retirando dos dispositivos técnicos (meios) a proeminência na interpretação das mensagens, imprimindo papel central às subjetivações dos indivíduos nos significados, ao que ele nomeia mediações, que está para além dos meios, está no processo de articulações, que abarca diversidade de relações e intersecções entre cultura, política e o fenômeno comunicacional.

Tal reconhecimento de repertórios culturais e sociais dos sujeitos estabelece uma conexão com a CP, por esta se situar na arena pública, marcada pela pluralidade, diálogo, participação dos cidadãos com suas subjetividades. Estes são elementos que Duarte (2007) aponta sobre a CP, com os instrumentos de informação - as notícias, que fornecem dados e orientações; e os instrumentos de diálogo - caracterizados por instâncias de interação, a exemplo de conselhos e ouvidorias.

Brandão (2007) defende que o debate sobre políticas de comunicação e a redemocratização do país são marcos que interferiram para uma abordagem mais idealista da CP. A autora pontua que a CP informa para a construção da cidadania, e destaca que este fazer comunicacional não se torna exclusivo de instituições públicas, mas feita também pelo terceiro setor e empresas privadas.

Para Zémor (1995) a prática da CP é de caráter público e entrelaça o processo comunicacional às instituições de Estado, não incluindo o setor privado como agente legítimo nesse processo. O diálogo é valorizado como elemento de seu núcleo conceitual. Duarte (2007) corrobora, expressando a centralidade do processo de comunicação no cidadão, com a comunicação pública como interlocutora entre as instâncias; e complementa o aspecto “[...] do respeito às suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável” (Duarte, 2007, p. 38).

Com abordagem mais objetiva e na busca de critérios aplicáveis, Bucci (2015) faz críticas à definição elástica e afrouxada do conceito de CP. A semântica permissiva, segundo o autor, finda por promover imprecisão de sua finalidade; e defende que a CP só se justifica dentro do Estado Democrático de Direito se ela cumprir com o dever de informar, assegurando o livre pensamento, com prática que “se compõe de ações informativas, consultas de opinião e práticas de interlocução, em qualquer âmbito, postas em marcha por meio do emprego de recursos públicos, mediante processos decisórios transparentes (Bucci, 2015, p. 55).

As leituras acadêmicas sobre CP, embora descritas aqui de modo muito breve, em razão do espaço permitido, não revelam um conceito unívoco do tema. As abordagens variam entre pensamentos mais ideologicamente engajados e entendimentos mais adaptados ao mercado, com perspectivas mais abertas. Essa diversidade de interpretações deixa lacunas, a exemplo do que seria o vetor operacional nesse tipo de atuação comunicacional.

3 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A LEGISLAÇÃO

O ponto de que derivam todos os instrumentos reguladores da CP é a Constituição Federal, que prescreve a todos o direito de acesso à informação (Brasil, 1988, Art.5º). Mais adiante, o Artigo 37, estabelece que “a administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios de obedecer aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência [...]” (Brasil, 1988). Deste modo, no que tange aos serviços de comunicação, os entes públicos devem prestar contas de seus atos à sociedade, em observância ao princípio da publicidade.

Apesar das diretrizes constitucionais, a CP não dispõe de um marco legal (Miola; Maduro, 2023). Iniciativas legislativas, em andamento, como a estimulada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), propõem criar esse instrumento, a exemplo do Projeto de Lei nº 1.202/2022, que propõe estabelecer conceito e diretrizes da CP. Se aprovado e sancionado, representará importante norma para o campo, pois estabelecerá critérios objetivos à área.

Em 2021, a ABCPública desenvolveu um guia para a comunicação pública, em que apresenta um conjunto de 12 princípios, com entendimento sobre o *quefazer* da CP, tendo entre alguns de seus fundamentos: amplo acesso à informação, estímulo à participação e combate à desinformação (Medeiros; Chirnev, 2021).

4 CONSIDERAÇÕES POSSÍVEIS

O interesse público e o geral são aspectos predominantes nas ideias desenvolvidas pelos autores estudados, com priorização da CP aos interesses da sociedade, do bem comum, construção da cidadania e fortalecimento democrático.

Embora haja consenso sobre a necessidade de participação do Estado e sociedade nessa prática comunicacional, são observadas divergências sobre a natureza dos agentes envolvidos, sendo Zémor (1995) e Bucci (2015) defensores de que a atividade cabe exclusivamente ao Estado, enquanto Brandão (2007) e Duarte (2007) incluem o terceiro setor nesta atuação.

No aspecto de legislação, iniciativas de autores contemporâneos e da ABCPública cooperam para a conformação de princípios e boas práticas, sendo, ainda, necessário apontar instrumentos de operacionalização, o que seria fundamental para a construção do campo de atuação mais consolidado.

Referências

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. **Constituição (1988)**. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

DUARTE, J. (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987

MIOLA, E.; MADURO, M. C. B. **Comunicação Pública de Estado em xeque: a importância de um marco legal**. In: 10º Encontro da Compolítica, 2023, Fortaleza. Anais... Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2023.

MEDEIROS, A. M.; CHIRNEV, L. (Orgs.). **Guia de Comunicação Pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública – ABCPública, 2021.