

O JORNALISMO DISSEMINADOR DE INFORMAÇÕES DE SERVIÇOS PÚBLICOS GOVERNAMENTAIS NO BRASIL: COLABORAÇÃO OU DESVIO?

Mariângela Haswani¹

RESUMO

O presente artigo propõe uma reflexão sobre o papel que a imprensa brasileira, nos meios disponíveis (impressos, eletrônicos e digitais), vem desempenhando no concernente à apuração e divulgação de fatos de interesse público que são constitucionalmente definidos como deveres do Estado e que, em tese, deveriam ser da alçada do campo estratégico das Relações Públicas. Para tanto, aborda aspectos da comunicação pública estatal, dos meios de comunicação de massa e das possíveis consequências imediatas das posturas adotadas por ambas as partes em relação à sociedade.

Palavras-chave: comunicação pública governamental; jornalismo; meios de comunicação de massa.

No Brasil, são inúmeras as ocasiões em que a imprensa assume papéis que seriam melhor operados pelas relações públicas do Estado, numa atitude pró ativa e no afã de publicar suas reportagens. À primeira vista, parece não haver dúvida sobre a importância desses profissionais ao pautar, investigar e veicular fatos como crimes comuns, políticos, comprovação de denúncias de irregularidades nas mais variadas áreas de atuação. No entanto, se nossa abordagem se voltar para o comportamento de um Estado supostamente omissivo diante daqueles fatos, parece

¹ Mariângela Haswani é docente do Curso de Relações Públicas, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisa comunicação pública governamental/estatal na mesma instituição.

evidente que o heroísmo jornalístico dá lugar a uma estranha relação - quiçá cúmplice - com a inoperância dos organismos estatais.

Em outros momentos, assumindo uma postura mais colaborativa, a imprensa novamente se prontifica a divulgar, muitas vezes à exaustão, informações com origem nos órgãos estatais: a entrada em vigor de novas leis, prazos e rotinas para regularização de documentos essenciais (como a Declaração do Imposto de Renda, título de eleitor com justificativa pendente, etc). Novamente, não há dúvida de que se trata de um jornalismo responsável, focado nas interfaces sociais da notícia e dos direitos dos cidadãos, com vistas à consolidação da democracia. Seria o desenho ideal, não fosse a tão frequente omissão do Estado na disseminação direta dessas informações à população e à própria imprensa.

CRIME, CASTIGO E OMISSÃO

Escolhi para iniciar esta discussão o caso do jornalista Tim Lopes, assassinado por quadrilhas do narcotráfico, em junho de 2002. Ele recebera uma denúncia de que bailes *funk*, promovidos por traficantes na favela Vila Cruzeiro, no bairro da Penha, subúrbio do Rio de Janeiro, eram pontos de venda de drogas e exploração sexual de adolescentes. No final daquela tarde, subiu o morro munido de uma câmera escondida para gravar imagens destinadas a uma nova reportagem investigativa, a ser veiculada pela *TV Globo*, onde trabalhava. Uma das hipóteses é a de que, descoberto, foi “julgado” e condenado à morte pelos traficantes, como vingança por uma reportagem anterior - sobre a venda de drogas no mesmo local - exibida pela emissora em agosto do ano anterior, que resultou na prisão de vários membros da quadrilha, com importante prejuízo econômico para o tráfico.

Na ocasião, o juiz aposentado Walter Maierovitch, que preside o Instituto Brasileiro Giovanni Falcone de Ciências Criminais, analisou a situação do Rio de Janeiro de uma forma mais ampla: “Não estamos falando de quadrilhas e bandos, são associações de delinquentes especiais que atentam contra o estado de direito e contra os direitos e as garantias individuais, o que representa uma autêntica situação de segurança nacional - portanto, de competência do Governo Federal” (Sociedade Interamericana de Imprensa, 2009).

De fato, as ações empreendidas por Tim Lopes eram todas, sem exceção, responsabilidades do Estado, constitucionalmente estatuídas nos capítulos dos direitos e garantias individuais e dos direitos sociais. Por partes:

- Receber denúncia sobre exploração sexual de adolescentes e investigá-las – competência dos órgãos da polícia comum ou especializada;
- Receber denúncia sobre tráfico de drogas e investigá-la – competência das polícias civil e federal.

Ainda que Tim Lopes obtivesse as provas que buscava, teria realizado (como já fizera em matérias anteriores) uma tarefa privativa do Estado; este, por sua vez, não recebeu qualquer cobrança pelo não cumprimento de suas obrigações, nem arcou com possíveis ônus decorrentes da morte do profissional. O jornalista se viu a braços com obrigações do Estado, sem qualquer contrapartida.

Proseguindo, vemos em outras situações, a imprensa divulgando serviços públicos, sistemática e pró ativamente, enquanto o Estado (representado por diferentes órgãos, conforme o caso) mantém – quando o faz – um canal de informação passivo, disponível aos usuários/cidadãos que, geralmente, não sabem da sua existência: condições do trânsito nas grandes cidades, situação das estradas, alterações no atendimento de postos de saúde, alertas sobre doenças potencialmente fatais, riscos de armazenagem de produtos químicos, entre dezenas de outros.

Um exemplo recorrente é o da declaração do imposto de renda das pessoas físicas. A Receita Federal dispõe de informações nos seus escritórios – poucos e nem sempre de fácil acesso – e no *site* oficial. Mas os interessados recebem informações e tiram suas dúvidas nos programas jornalísticos, cujas iniciativas abrem portas para a interação das partes, gerando comunicação e relacionamento.

Diante das duas situações – a investigação policial e a prestação de serviços públicos – pergunta-se: a postura da imprensa constitui uma colaboração ou um desvio?

ALGUNS RECORTES DOS ESTUDOS SOBRE ESTADO E COMUNICAÇÃO

O trinômio Estado – imprensa – sociedade tem sido tratado por pesquisadores de diferentes países, com argumentos de sustentação teórica de origem diversa, não necessariamente com foco jornalístico. Os autores que se seguem constituem uma pequena amostra desta produção.

Louise Phillips apresenta, no seu artigo “Mediated Communication and the Privatization of Public Problems: Discourse on Ecological Risks and Political Action”, o relatório de um estudo empírico do discurso no meio ambiente e a ação política da mídia na Dinamarca. Aplica uma estrutura interdisciplinar para análise de discursos que esboçam, nos campos da psicologia social, estudos de comunicação e lingüística. Ela analisa os discursos de seus pares à luz dos desenvolvimentos sociais chave, envolvendo a “democratização da responsabilidade” por meio da qual indivíduos sentem responsabilidade pessoal para solucionar problemas públicos, incluindo riscos ecológicos globais e locais e o papel da mídia de massa em produzir e disseminar o conhecimento dos problemas em exaustão. Segundo a autora, análises de discursos mostram que as pessoas extraem deles maneiras de lutar contra a proliferação dos riscos ecológicos e o peso da responsabilidade para esses riscos. O senso de responsabilidade das pessoas é limitado na sua força ao ser constituído dentro de um discurso que construa a ação política além de uma quantidade limitada de consumo político, como pertencente a um domínio segregado, ao qual eles só têm acesso através da mídia de massa. Aponta, pois, os meios de massa como disseminadores de um tema de interesse público bastante abrangente, já encampado também pela comunicação dos organismos estatais.

A pesquisa de Joke Hermes analisa o modo como novas informações e tecnologias de comunicação (ICTs) permitiram mudanças no conteúdo e nas recepções de práticas de mídia. A questão chave deste texto é como essas mudanças impactaram nas práticas da cidadania. Ele começa mostrando como as noções de cidadania estão intimamente ligadas à formação de opinião pública, que por sua vez está fadada a ser alimentada pelo jornalismo. A mudança no leitor de jornal é, nesse ponto de vista, um fenômeno aterrorizador. Num primeiro olhar, mais detalhado, em como as notícias mudaram a si mesmas (a inclusão de segmentos de pesquisa;

o uso amplo de pesquisas). Ao constatar como as práticas propiciam às pessoas normais possibilidade de noções mais inclusivas de cidadania, o estudo propõe tratar a cidadania “cultural” como um conceito sensitivo. Como as ICTs são mais visíveis, incorporadas pela Internet, um número de exemplos é discutido sob esta perspectiva. Hermes conclui que as ICTs não necessariamente produzem novos cidadãos, mas podem provê-los para novas e importantes práticas de cidadania.

Já Dominique Wolton apresenta uma visão mais crítica do relacionamento Estado/imprensa afirmando que a comunicação política introduz na esfera da política uma mudança que é igual, em escopo, àquelas introduzidas pela mídia de massa, no campo da informação e pelas pesquisas de opinião pública. Ela essencialmente constitui um lugar para o intercâmbio de discussões conflitantes entre os três principais personagens, todos revestidos de legitimidade: líderes políticos; jornalistas; opinião pública conforme expresso pelas pesquisas de opinião. Esta definição restrita tem a vantagem de mostrar que a originalidade da comunicação política consiste em lidar com elementos contraditórios e complementares da democracia de massa: política, informação e comunicação. Para Wolton, esmiuçar a importância da comunicação na política, não implica na eliminação do conflito - o que seria absurdo, considerada a consubstancialidade do conflito e da vida política. Ela meramente serve para contornar o fato nos conflitos dos sistemas democráticos e que podem ser, também, expressos por intermédio da comunicação. Portanto, a comunicação é tanto um fato da vida diária, e um conceito necessário para a compreensão da pluralidade das democracias de massa.

Paul Slaa insere a discussão no âmbito das telecomunicações, mostrando que, devido a todos os tipos de avanços tecnológicos e econômicos, o tradicional setor de mídia e o setor de telecomunicações estão se tornando cada vez mais relacionados. No nível técnico, segundo o autor, a infraestrutura de difusão está gradualmente sendo integrada à infraestrutura de telecomunicações, que torna possível aos operadores de telecomunicações públicas entrarem no domínio da difusão. A própria introdução da TV a cabo, por si só, levou a orientação da difusão a ser restrita para audiências altamente segmentadas (TV paga). Além disso, novas tecnologias permitiram às organizações de mídia prover serviços comerciais para usuários comerciais (serviços de dados, televisão de negócios). Esses desenvolvimentos têm importantes implicações

para as políticas de mídia. Não é mais possível, segundo Slaa, sustentar a separação política e regulação entre a mídia e as telecomunicações. As políticas de mídia governamentais não podem mais ser exclusivamente guiadas pelos valores culturais, e as políticas de telecomunicações devem, também, perceber objetivos fora dos campos tecnológico e econômico. No seu artigo, o autor chama a integração da mídia e das políticas de telecomunicação de “política de convergência”, rumo a uma política nacional de telecomunicações.

Jo Bardoel e Leen d’Haenens inserem o tema no cenário da globalização, traçando um paralelo entre o desenvolvimento das ações de mercado e os mecanismos regulatórios governamentais. Afirmam que as mudanças estruturais na mídia global, incluindo um aumento da competitividade e comércio, significa que a topicalidade e urgência da necessidade de responsabilidade social na mídia está aumentando. Analogamente, a discussão de responsabilidade social das companhias e organizações se torna uma preocupação central no mundo dos negócios e nos governos, como mostra o moderno conceito de boa governança. Nos anos recentes, conforme os autores, vimos que a crença de que o mercado competitivo é absoluto está novamente em debate. Ao invés do retorno a um governo controlador como o principal provedor de uma complexa “ecologia” de políticas de comunicação, as soluções possíveis estão surgindo agora com uma enorme responsabilidade para os próprios atores da mídia (empresas de mídia, organizações, cidadãos, conselhos de supervisão e comissões) e na auto regulação da profissão na mídia.

O artigo “The Government as Communicator: A Dutch Dilemma”, de J. G. Stappers e A. B. Nillesen, embora publicado em 1987, apresenta algumas equações ainda não resolvidas, no campo das relações entre imprensa e Estado. Os autores partem do *overheidsvoorlichting*, um conceito único, que se refere às práticas e procedimentos que envolvem a disseminação da informação e das relações públicas governamentais. No que cabe ao governo, os autores mostravam que muito se discutia se este deveria tomar conta disso por si mesmo, ou deixá-las para a comunicação de massa existente. O estabelecimento, desde 1946, de diversos comitês governamentais não diminuiu o debate público nesta área. As razões para a contínua controvérsia são muitas, mas a falta de entendimento da verdadeira natureza da comunicação tem contribuído para esta confusão.

De fato, para compreender os fundamentos do processo comunicacional é necessário distinguir e interpretar os seus elementos constitutivos. A partir daí, verificar a qualificação das ações comunicativas entre Estado, imprensa e sociedade. A primeira providência é esclarecer a diferença de significado entre dois verbos “informar e comunicar”, que obviamente exprimem coisas diferentes, mas na linguagem comum são usados indiferentemente e mesmo confundidos um com o outro. Isto provoca uma imprópria identificação das respectivas modalidades, finalidades, instrumentos e induz a considerações erradas também sobre várias especialidades profissionais a que elas se referem: criam, de outro lado, uma outra confusão com o conceito de “relação”, ou melhor “estar em comunicação”. Para simplificar: o caso de um processo informativo, comunicacional e relacional entre duas pessoas, sabendo que o conceito é válido independentemente da quantidade de pessoas envolvidas, e aplicável também quando os participantes do processo são entidades como as instituições públicas.

Para Carla Brotto (2005) os elementos de referência suficientes para não se confundir mais, utilizando os três verbos, são estes:

- 1). Informar, do latim, tem o significado de “dar forma”: a informação é um processo linear, em que um emissor envia uma informação a um receptor, por intermédio de um canal. O emissor tem a tarefa de exprimir do melhor modo, contexto, situações, condições, etc. e utilizar o canal mais eficaz para transmiti-lo ao receptor, de modo que este último tenha condições de receber a informação do modo mais preciso. Não é previsto que o receptor dê uma resposta.
- 2). Comunicar, do latim, tem o significado de “colocar em comum”. A comunicação é um processo circular em que emissor e receptor participam de modo paritário, através de fases alternadas de expressão e de escuta. Cada um tem, por isso, a tarefa de exprimir/codificar ideias, pensamento, vontade, etc. seja escutar/decodificar/interpretar, para dar uma resposta adequada. Esta reciprocidade de empenho garante a circularidade do processo no qual o envolvimento é igual para ambos os participantes. Entre os significados extensíveis a “tornar comum” está “ser em relação” (ou, estabelecer relacionamento)

- 3). Relacionar-se: a relação é a estrutura que se tece nas trocas de comunicação interpessoal prolongada no tempo, com reciprocidade de intenções e mútua satisfação. Como significado, vimos que é considerada uma concepção do termo comunicar, que introduz uma fundamental variável temporal, que é muito significativa: uma boa relação é caracterizada pela permanência no tempo. Podemos dizer que se instaura uma relação entre duas ou mais pessoas/entidades que criam e mantêm - no tempo - um diálogo duradouro/vinculado fundado sobre uma boa/satisfatória troca comunicacional.

Estabelecidas as diferenças, podemos afirmar que, não obstante menções com origem nas hipóteses do agendamento, do *newsmaking* e da espiral do silêncio, cuja abordagem sugere a imprensa como formadora da opinião pública, a prática jornalística é essencialmente de informação. Discussões sobre a ética e a responsabilidade social jornalística não mudam o caráter informativo da atividade.

Paralelamente, convém destacar que a informação é o ponto de partida para os demais processos - de comunicação, de relacionamento e de outros, não detalhados no presente texto, como diálogo, participação e compartilhamento, explanados na obra de Haswani (2013).

A INFORMAÇÃO PÚBLICA ESTATAL/ GOVERNAMENTAL

Entre os autores² dedicados à pesquisa em comunicação pública, é unânime tratar-se de uma disciplina de recente ativação no cenário acadêmico e que, por enquanto, deve ser considerada como um terreno de confrontação entre outros saberes, muitas vezes identificados em disciplinas específicas, também acadêmicas. Serão os próximos anos que nos dirão se de campo de interesse, primário ou secundário, de muitos pesquisadores que adotam aproximações disciplinares diversas, a comunicação pública dará lugar a uma disciplina especializada.

² Neste nível específico de abordagem, pesquisadores das universidades italianas têm apresentado uma significativa produção, posicionando a comunicação pública como área quase inexplorada e bastante promissora no campo acadêmico.

Aquilo que caracteriza a comunicação pública é principalmente o próprio objeto, caracterizado pelo interesse geral; o consenso quase unânime que esta afirmação desperta é, por vezes, expresso com diversos matizes, não só terminológicos.

Para Roberto Grandi, exatamente porque a comunicação pública caracteriza-se pelos objetos, é possível sustentar que os sujeitos da comunicação pública podem ser, em abstração, tanto instituições públicas como privadas, tendo em vista que não se trata de uma contraposição entre dois sujeitos que sozinhos preenchem todo o campo das possibilidades, mas de uma contraposição entre sujeitos que se encontram nos dois extremos de um *continuum*, dentro do qual há diversas instituições e organizações que apresentam, às vezes, características de ambos.

Ainda em busca de uma abordagem menos genérica da comunicação pública, Paolo Mancini (2008, p. X) considera que dois termos ingleses são capazes de definir, da maneira mais pertinente, as características que ele atribui à comunicação pública: *public affairs*, entendidos como as atividades que dizem respeito à comunidade inteira, mesmo se não sempre de fácil identificação, e *publicness*, em outras palavras o ser público entendido como uma espécie de propriedade, das instituições e de seus argumentos.

Na tentativa de alocar sujeito, objeto e funções da comunicação pública, Grandi propõe uma definição que ele próprio qualifica como instrumentalmente e impropriamente articulada sobre a delimitação do campo da comunicação de massa proposta por Harold Laswell através da formulação de uma pergunta, conhecida como o postulado de Lasswell: “*Who says what in what channel to whom with what effect?*”:

- quem: a comunicação da instituição pública é aquela comunicação realizada por uma administração pública (ente público ou serviço público), seja central ou periférica, e reconhecida como tal; esta atribuição deve poder ser operada por qualquer um, mediante a presença, explícita e clara, da assinatura da fonte;
- diz o quê: divulga a produção normativa, as atividades, a identidade e o ponto de vista da administração;

- por meio de quais canais: utiliza, de maneira possivelmente integrada, todas as mídias e canais disponíveis (desde os murais até as novas tecnologias em rede);
- a quem: aos cidadãos ou às organizações, quando se apresenta como comunicação externa direta; aos meios de massa, quando quer atingir os cidadãos ou as organizações através da mediação de cabeçalhos informativos; a quem opera dentro das instituições públicas, quando se apresenta como comunicação interna;
- com quais efeitos: garantir aos cidadãos o direito de informação (principalmente o direito de se informarem e de serem informados); construir e promover a identidade do ente público para reforçar as relações entre os subordinados e a administração, de um lado, e entre os cidadãos e o ente, de outro; oferecer a possibilidade aos cidadãos de exprimir de maneira ativa e substancial os direitos de cidadania, a fim de se tornarem co-responsáveis pela solução de problemas de interesse geral; produzir uma transformação radical de mentalidade dentro da administração pública, que deverá reconhecer a comunicação como recurso estratégico para a definição das relações com os cidadãos. Estes efeitos [...] são atualmente mais encontrados nos detalhes normativos e nas intenções dos diversos entes do que nas verificações obtidas mediante pesquisas *ad hoc*. (2002, pp. 21 – 52)

Verifica-se, portanto, que Grandi apresenta o jornalismo (implícito quando menciona os meios de comunicação de massa) apenas como um dos receptores de informações do setor público e no papel de intermediário entre o Estado e a audiência daqueles meios.

O primeiro estudioso a propor uma classificação ainda mais detalhada dos âmbitos da comunicação estatal foi Stefano Rolando que, partindo de sua experiência como diretor geral na presidência do Conselho dos Ministros (na Itália) e responsável pelo departamento para a Informação e a Editoria, indicou, em função dos segmentos destinatários, os conteúdos, os meios utilizados, as dimensões econômicas, a duração no tempo, a extensão no espaço, dezoito tipos de comunicação institucional que não se excluía reciprocamente, mas que ilustravam os diversos âmbitos

pragmáticos de intervenção, atuais e potenciais. Os dezoito tipos foram, posteriormente, reagrupados por ele mesmo em cinco áreas:

- a publicidade³ institucional (exemplificada em editais, alistamentos, concursos)
- a publicidade de serviços públicos novos ou específicos;
- a publicidade de atividades ou de funcionamentos de estruturas (entes, instituições ou suas repartições)
- a publicidade de imagem e de promoção (ligada ao turismo, cultura e identidade). (1995, pp. 65-76)

Ao ver de Franca Faccioli (2000), a comunicação promovida pelas instituições públicas responde a duas exigências distintas: informar os cidadãos sobre seu direito e responder às demandas de transparência avançadas, de um lado, e promover processos de inovação institucional, especialmente na difusão de serviços que respondem às exigências dos cidadãos, de outro. Em busca desses objetivos, a comunicação da instituição pública responde a precisas funções: “informar sobre as próprias obras, escutar as exigências dos cidadãos, contribuir para reforçar a relação social, valorizar o cidadão enquanto ator dos processos de transformação, e acompanhar a mudança, tanto dos comportamentos, quanto da organização social”.

Ela também propõe uma tipologia da comunicação da instituição pública, caracterizada por cinco dimensões, parcialmente sobrepostas:

- A **comunicação normativa**, indicada como a base da comunicação pública, à medida que o conhecimento e a compreensão das leis, é a pré-condição de cada possível relação consciente entre entes públicos e cidadãos. Os aspectos próprios da comunicação normativa dizem respeito tanto aos problemas puramente textuais quanto ao processo de publicação: os primeiros abrem o grande capítulo da obscuridade

³ O termo é usado por Rolando significando tornar público.

da linguagem administrativa, o segundo, dos instrumentos que são utilizados para veicular estes textos aos cidadãos.

- **A comunicação das atividades institucionais** “faz referência à ilustração das atividades das instituições do Estado e, em particular, das administrações [...] um lugar particular é ocupado pela comunicação do governo” (id, p. 48). A autora considera também que a comunicação sobre políticas e sobre atividades do governo é aquela que mostra os maiores limites de continuidade, talvez induzidos pelo “medo de cair nos estilos da propaganda”.
- **A comunicação de utilidade pública** se caracterizaria, por sua vez, pela específica dimensão de serviço, e destinada “em primeira instância, a facilitar os cidadãos na relação com a administração pública e na utilização dos serviços públicos”. Faccioli lembra, ainda, como esta comunicação coincide, substancialmente, com aquela que Gregório Arena define comunicação de serviço, entendida como parte integrante do serviço oferecido.
- **A comunicação para a promoção da imagem** é aquela que remete às políticas de construção da imagem da empresa adotadas no mercado; reprova que tais campanhas não se dêem conta da “estreita relação” que se deve haver “entre aquilo que uma campanha de promoção de imagem de um ente diz e aquilo que esse mesmo ente faz”.
- **A comunicação social** é apresentada entre as dimensões da comunicação da instituição pública porque por se tratar do mesmo âmbito da “comunicação de solidariedade social da área não lucrativa”, ou seja, “os grandes temas sociais a respeito dos quais é necessário sensibilizar a opinião pública”, a respeito “do papel dos atores e [...] aos objetivos que se quer atingir”. Tais temas são promovidos pelas instituições do Estado que “se propõem a dar elementos de conhecimento e conscientização aos cidadãos em relação aos problemas de interesse coletivo, também na perspectiva de convencê-los a mudar seu comportamento” (2000, p. 54).

O mais crítico entre os autores consultados é Alessandro Rovinetti, comunicólogo com significativa experiência na Câmara de Bolonha. Ele prefere dar maior destaque ao processo da comunicação da instituição pública do que à definição dos tipos. Sua proposição percorre, idealmente, as diversas fases de um processo que parte da divulgação de atuações legislativas, sem perder de vista a construção de uma relação dialógica que leve em conta a pluralidade das segmentações de público ao qual se reportar, fazendo da própria comunicação um serviço, destinado a atingir, como já antecipado, a construir e a propor uma imagem coordenada da administração. Rovinetti propõe considerar a comunicação da instituição pública como uma função estratégica a partir da qual se orienta tanto a comunicação interna, quanto a externa. Tende, assim, a privilegiar como objetivo da comunicação da instituição pública a veiculação da identidade do ente, mais por meio da qualidade da comunicação das normas e das iniciativas, do que por meio da promoção de produtos ou serviços específicos.

CONCLUSÃO

Nos casos apresentados na abertura deste artigo, a atividade jornalística ocupou espaços – talvez lacunas - do Estado.

A breve exposição dos estudos em comunicação pública deixa claro o papel do Estado na disseminação de informações, sejam elas de caráter meramente institucional, de prestação de serviços ou de diálogo com os cidadãos. Também parece evidente que, em nenhum momento, pesquisadores sugerem aos órgãos estatais a delegação das atribuições comunicativas à imprensa ou qualquer outro organismo fora de suas hostes. A exceção está nos casos de concessão ou contratação de serviços de agências de comunicação; conforme sinaliza Roberto Grandi, nestes casos a assinatura final é do Estado, portanto, oficial.

A informação originada nos órgãos públicos é o primeiro passo para o início do processo comunicacional entre o ente público e os cidadãos, indispensável à consolidação da democracia. No momento em que a imprensa assume esta função, pode estar sonhando à sociedade o direito de participar da construção desse relacionamento, ainda que imbuída do objetivo de prover a transparência – que os governos nem sempre oferecem.

Desse modo, vale sugerir que o jornalismo assuma o papel de apoiador de um movimento de cobrança do Estado, de suas obrigações

– como a investigação de exploração de adolescentes em bailes funk – e de uma comunicação que deve ser exigida aos órgãos públicos e não aquele, de exercer funções estatais. Aliás, exigir do Estado a correta observação das suas obrigações, este sim poderia ser um papel de grande valor para a imprensa, para a sociedade e para o próprio Estado, sob a égide da comunicação pública.

REFERÊNCIAS

BARDOEL, J.; D’HAENENS, L. “Beyond Market Mechanisms and Government Regulations”. *European Journal of Communication*, Vol. 19, No. 2, 165-194. SAGE Publications, 2004.

BROTTO, Carla. . *Comunicazione e relazione all’interno dell’ente pubblico*. San Marino: Maggiore, 2005.

FACCIOLI, F. *Comunicazione pubblica e cultura del servizio*. Roma: Carocci, 2000.

GRANDI, R. *La Comunicazione pubblica – teorie, casi, profili normativi*. Roma: Carocci, 2002.

HASWANI, M. *Comunicação pública: bases e abrangência*. São Paulo: Saraiva, 2013.

HERMES, J. “Citizenship in the Age of the Internet”. *European Journal of Communication*, Vol. 21, No. 3, 295-309. SAGE Publications, 2006.

MANCINI, P. *Manuale di comunicazione pubblica*. 5.ed. Roma-Bari: Laterza, 2008.

PHILLIPS, L. “Mediated Communication and the Privatization of Public Problems: Discourse on Ecological Risks and Political Action”. *European Journal of Communication*, Vol. 15, No. 2, 171-207. SAGE Publications, 2000.

ROLANDO, S. *Comunicazione pubblica*. Milão: Il Sole, 1995

ROVINETTI, A. *L’informazione e la città*. Milão: Franco Angeli, 1992

SLAA, P. “From Media Policy Towards a National Communications Policy: Broadening the Scope”. *European Journal of Communication*, Vol. 8, No. 2, 149-176. SAGE Publications, 1993.

SOCIEDADE INTERAMERICANA DE IMPRENSA, 2009. Disponível em: <http://pt.sipiapa.org/casosimpunidad/morte-de-tim-lopes-denunciado-poder-dos-traficantes/>

STAPPERS, J. G.; NILLESEN, A. B. “The Government as Communicator: A Dutch Dilemma”. *European Journal of Communication*, Vol. 2, No. 4, 491-512. SAGE Publications, 1987.

WOLTON, D. “Political Communication: The Construction of a Model” . *European Journal of Communication*, Vol. 5, No. 1, 9-28. SAGE Publications, 1990.