MINUTO DA ÉTICA

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ÉTICA ENQUANTO BASES PARA UMA ATUAÇÃO TRANSFORMADORA DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS BRASILEIRAS

Por Clenio Araujo[1]

As Comissões de Ética setoriais trabalham em duas perspectivas: o zelo pelo cumprimento dos normativos relacionados à atuação ética dos servidores e dos empregados públicos; e a Educação/Comunicação sobre a temática. Nessa segunda perspectiva, incentivar a prática de uma Comunicação Pública responsável por parte da instituição também tem a ver com o papel das Comissões de Ética.

Comunicar, para as instituições públicas brasileiras, não pode se limitar a divulgar suas ações e os resultados de seu trabalho. Colocar nos respectivos portais, utilizar a imprensa para fazer chegar à sociedade o que tem sido feito e participar de eventos que melhorem sua imagem não bastam. É preciso ir além da divulgação; a Comunicação é mais profunda, complexa e, por isso mesmo, traz mais impactos positivos.

No caso de instituições públicas, comunicar implica em abertura real para interações com a sociedade, sobretudo com os grupos que podem ser mais diretamente beneficiados com a atuação delas. Aceitar críticas construtivas, perceber-se como parte de um todo maior e mais complexo é parte do comportamento esperado do setor público brasileiro quando ele diz que quer ouvir quem o sustenta.

E toda essa perspectiva só é de fato possível quando vem acompanhada da consciência e da prática de uma Ética verdadeira. Comportamentos pautados no respeito, na solidariedade, na empatia e em outros sentimentos parecidos são esperados pelos profissionais que atuam na Comunicação Pública brasileira. Percebe-se, portanto, uma clara relação de complementaridade entre este conceito e a Ética.

Entender a Ética como base do relacionamento entre instituições públicas e sociedade precisa ser o primeiro passo para a Comunicação Pública no país. Não é possível pensar que ações, ferramentas, processos e demandas comunicacionais dessas instituições requeiram outro tipo de referência que não aquela que na verdade é a base da própria convivência em sociedade: a Ética, com toda sua complexidade e ao mesmo tempo seu caráter transformador.

Comunicação Pública e Ética não são conceitos abstratos ou práticas distantes da realidade do setor público brasileiro. Ao contrário, permeiam (ou pelo menos deveriam...) as ações, as atividades e os trabalhos no dia a dia das instituições que são custeadas pela população e a ela devem bem servir. Essa consciência é essencial para os servidores e os empregados públicos que são comunicadores dessas instituições.

A Ética, quando de fato vivida no cotidiano das instituições públicas, ajuda decisivamente na criação e na manutenção de um ambiente construtivo, inovador e recompensador para todos. Da mesma forma, a Comunicação Pública verdadeiramente planejada e praticada contribui para um ambiente colaborativo, transformador e em que vale muito a pena trabalhar. Uma interfere na outra e vice-versa.

Quem mais ganha, no final das contas, é a sociedade que recebe uma prestação de serviços cada vez melhor e efetivamente preocupada com ela. Sociedade que percebe que as instituições públicas buscam uma atuação que tem na Ética e na interação por meio da Comunicação suas referências. Esse cenário não é utopia. Muito pelo contrário, precisa ser buscado em cada ação e atividade do setor público brasileiro.

Dessa maneira, cabe às Comissões de Ética setoriais o protagonismo na busca de ambientes internos favoráveis a todo esse cenário. Profissionais que atuam em ambientes assim tendem a ser mais felizes no trabalho, mais produtivos, mais transformadores da realidade em que estão. É um sistema que alimenta e é alimentado permanentemente: Ética e Comunicação Pública se integram e são a base para o serviço público que a sociedade brasileira merece!

O trabalho é árduo e permanente. Ao mesmo tempo, necessário e recompensador. Cada membro de Comissão de Ética setorial do Sistema de Gestão da Ética (SisÉtica) é essencial nesse trabalho de construção de ambiente nas respectivas instituições públicas. O resultado desse esforço trará ao serviço público brasileiro um reconhecimento social quanto à sua atuação. Ética e Comunicação Pública: conceitos e práticas complementares!

Quer colaborar com o boletim? Confira as propostas de pautas e escreva um texto para próxima edição!

CLIQUE AQUI

[1] Jornalista e membro titular da Comissão de Ética da Embrapa (CEE).