Políticas Nacionais de Comunicação do Poder Judiciário sob a ótica das Competências ou Modos de Comunicação Pública de Pierre Zémor[1]

Kátia Viviane da Silva Vanzini[2]
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – Unesp, Bauru-SP

Resumo

O presente artigo pretende analisar as Políticas Nacionais de Comunicação do Poder Judiciário e do Judiciário Trabalhista – Resolução 85 (Conselho Nacional de Justiça -CNJ) e Resolução 80 (Conselho Superior da Justiça do Trabalho - CSJT) - que estabelecem as diretrizes, objetivos e ações de Comunicação Pública do Poder Judiciário. Reúne pesquisa bibliográfica sobre Políticas Públicas, Comunicação Pública, conceitos, avanços e desafios. Utilizando a Análise de Conteúdo é realizada também a comparação entre as resoluções e as orientações apontadas em "Competências ou Marcos da Comunicação Pública", de Pierre Zérmor, com o objetivo de investigar se as regulamentações atendem aos princípios elencados pelo pesquisador, avaliando quais são as prioridades, lacunas e possibilidade de aprimoramento para futuras resoluções.

Palavras-chave

Políticas Nacionais de Comunicação; Poder Judiciário; Comunicação Pública.

Introdução

A Comunicação Pública do Poder Judiciário enfrenta desafios representados pelas Tecnologias de Informação e Comunicação, que colocaram em evidência usuários/cidadãos críticos, questionadores e interessados cada vez mais em seus direitos e deveres, na transparência das ações e no diálogo com as instituições. O avanço na profissionalização das assessorias de comunicação dos principais tribunais do país, bem como Conselhos de Justiça e entidades representativas da magistratura e Ministério Público trouxe também a necessidade da definição de políticas públicas para as áreas de comunicação que consigam atender tais desafios. O presente artigo tem por objetivo fazer uma análise comparativa das Políticas Nacionais de Comunicação do Conselho Nacional de Justiça – cujas ações se estendem ao Poder Judiciário como um todo - e do Conselho Superior da Justiça do

[1] Trabalho apresentado ao GP Políticas e Estratégias de Comunicação no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013

[2] Mestranda em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC – Bauru/SP – email: katiavanzini@gmail.com

Trabalho – destinado a Tribunais e unidades de primeiro e segundo graus do Judiciário Trabalhista – comparando-as às orientações do texto "Competências ou Modos da Comunicação Pública" de Pierre Zémor, considerado um dos pioneiros no debate sobre a comunicação pública de caráter governamental voltada ao interesse público e à cidadania. Ao final, pretende-se apresentar sugestões de aprimoramento de tais políticas visando apresentar propostas para ações e programas voltados à realidade revolucionada pelas TICs e ao atendimento dos anseios do cidadão.

Políticas Públicas

Quando se fala em Comunicação Pública, impossível não observá-la sob a ótica de Luís Ramiro Beltrán, que já em 1978 falava sobre a importância da horizontalidade no processo comunicacional, que diz respeito ao "processo de interação social democrático baseado no intercâmbio de símbolos mediante os quais os seres humanos compartilham voluntariamente suas experiências sob condições de acesso livre e igualitário, diálogo e participação" (BELTRÁN, 1981, 65). Os trabalhos realizados por Beltrán na área de Políticas Públicas de Comunicação fizeram com que o pesquisador fosse considerado como o pai das políticas nacionais de comunicação. Sua definição sobre o assunto tornou-se guia e tema de estudo para pesquisadores entre os quais Alfonso (1998), que aponta a existência de oito conceitos principais sobre Políticas Nacionais de Comunicação sob a ótica de Beltrán, entre os quais, o que mais interessa para esse artigo, o que propõe que uma política nacional de comunicação deve ser democrática e pluralista. "Uma política nacional de comunicação é um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação harmonizadas com um conjunto coerente de princípios e normas direcionados a guiar a conduta das instituições" (ALFONSO, 1998, p. 24)

Segundo Lima (2012) Políticas Públicas são "ações/intervenções do Estado em setores específicos da atividade humana, em princípio, com o objetivo de atender ao interesse público" (LIMA, 2012, P. 58). O mesmo autor destaca que há diferentes tipos de políticas públicas: distributivas, redistributivas, constitutivas e regulatórias. Portanto, uma Política Nacional de Comunicação diz respeito à intervenção do Estado através de normas, decretos, resoluções, etc, com o objetivo de regular determinada atividade, no caso, as ações da Comunicação Pública Interna e Externa do Poder Judiciário, sendo que "podem ocorrer em diferentes níveis do Estado, vale dizer, federal, estadual e municipal ou ainda

envolver formas mistas, como, por exemplo, uma política pública federal em parceria com uma unidade da federação" (LIMA, 2012, p. 58).

Duarte (2009) destaca a importância de políticas formais de comunicação pública governamental, que devem ser "definidas como o conjunto integrado, explícito e duradouro de definições, parâmetros e orientações, organizadas em um corpo coerente de princípios norteadores de atuação aplicáveis aos processos de comunicação", (Duarte, 2009, p. 69).

Tais políticas devem levar em conta diversos aspectos, como o atendimento ao cidadão, o uso da internet, a publicidade, a comunicação interna e externa, ou seja, devem funcionar como "um indicador de responsabilidade, mas também um avanço enorme no aprimoramento das práticas cotidianas, principalmente quando elaboradas participativamente e complementadas por planejamento, avaliação, capacitação, manuais, regras, legislação e normas". (DUARTE, 2009, p. 69).

Comunicação Pública - histórico e conceitos

Não existe uma definição única e consolidada para o conceito Comunicação Pública. No Brasil, durante muitos anos, o termo era sinônimo de comunicação estatal, governamental, aquela realizada para a divulgação das atividades próprias do Estado, em oposição às colocadas em prática pela iniciativa privada. Atualmente pode ser definida como aquela "praticada na esfera pública, realizada pelo Terceiro Setor, realizada por meio da radiodifusão pública, praticada pelo setor público e realizada pelo próprio Governo" (DUARTE; VERAS, 2006, p 25). Para o presente artigo, o foco será a Comunicação Pública Estatal ou Governamental, função do Estado ou do Governo de estabelecer um fluxo informativo com os cidadãos, com destaque para informações voltadas à cidadania, funcionando com um instrumento de agendamento público, de transparência na prestação de contas, o qual passa a ser uma "forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e são de interesse público" (BRANDÃO, 2009, p.5).

Monteiro (2009) conceitua a Comunicação Pública Governamental como "aquela praticada pelo governo, visando à prestação de contas, ao estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e ao reconhecimento das ações promovidas no campo político, econômico e social" (MONTEIRO, 2009, P. 38). Os meios de comunicação envolvidos na Comunicação Pública devem proporcionar o espaço público adequado para a

troca de informações, debates e relação entre instituição e cidadão, um cidadão com múltiplas facetas: receptor; consumidor; eleitor; contribuinte; voluntário, ou seja, o cidadão (MONTEIRO, 2009).

Segundo Matos (2009), o interesse geral e a utilidade pública das informações são os pressupostos da Comunicação Pública Governamental ainda que haja a necessidade de promoção do debate sobre políticas de Comunicação Pública que busquem a inclusão informacional, onde todos estejam, "preparados para falar e ouvir sobre assuntos publicamente relevantes segundo acesso e regras equânimes. Esse fluxo de informações que alimenta a comunicação pública estabelece um nexo social significativo, base de promoção de um respeito e confiança mútuos" (MATOS, 2009, p. 56).

Duarte (2009) acentua que a Comunicação Pública Governamental tem na transparência um dos seus principais objetivos e que a centralidade do processo de comunicação está no cidadão, "não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades de estímulo à participação ativa" (DUARTE, 2009, p. 61).

Segundo Brandão (2009) a Comunicação Pública de cunho governamental no Brasil apresentou iniciativas voltadas a informar o cidadão apenas no governo Fernando Henrique Cardoso, o qual afirmava que "a comunicação pública era um tema indissociável do funcionamento da democracia, exercendo o papel de instrumento de uma relação aberta e franca do governo com a população", (BRANDÃO, 2009, p. 10). E foi com esse objetivo que durante sua gestão à Presidência da República foi lançado o Programa Continuado de Aperfeiçoamento Profissional em Comunicação do Governo.

No entanto, é apenas no governo Lula que a Comunicação Pública voltada para a cidadania toma força. Em setembro de 2003, o então Ministro Luiz Gushiken apresentou as propostas da Política Nacional de Comunicação, cujo objetivo era o de esclarecer a política de divulgação da administração federal. "Pela primeira vez, depois da era da ditadura militar tratou-se da comunicação governamental com uma preocupação que pretendia ir além da propaganda e do marketing político e resgatou-se a noção do civismo" (BRANDÃO, 2009, p. 12).

Comunicação Pública e Poder Judiciário

Silva (2009) faz uma retrospectiva dos desafios enfrentados pela magistratura brasileira desde a promulgação da Constituição Federal de 1988, cujo resultado representou uma crise de legitimidade da administração pública em todos os seus níveis e esferas. Nesse início, marcado principalmente pela necessidade urgente de responder às demandas da população, atuavam as primeiras assessorias de imprensa do Poder Judiciário, que só mais tarde foram estruturadas no formato de assessorias de comunicação. O trabalho inicial era o de criar um canal de comunicação com a mídia, buscando uma aproximação maior com a sociedade, resgatar a imagem da instituição, e, é claro, dar maior visibilidade às suas ações, o que fez com que, principalmente a partir da década de 90, houvesse uma multiplicação de ações nas áreas de comunicação no Poder Judiciário e Ministério Público. São exemplos dessas ações a Rádio Justiça (convênio do STF com a Radiobrás) e a TV Justiça, por exemplo.

Segundo a autora, no ano 2009 foi divulgado o I Perfil das Assessorias de Comunicação da Justiça no Brasil, resultante de um questionário com 94 participantes, num universo de 168 assessorias que reuniam cerca de 481 profissionais, apontando ainda que a década de 90 foi a que mais registrou a criação de estruturas de assessoria de comunicação.

Pierre Zémor

Pierre Zémor, um dos principais pesquisadores na área de Comunicação Pública, cujos estudos foram consolidados na publicação *La Communication Publique*, destaca o papel da Comunicação Pública de caráter estatal ou governamental, qual seja de tornar a informação disponível ao público, mas com o intuito de estabelecer o diálogo, e ainda "tornar um serviço desejável e preciso, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas coletividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de tornar as próprias instituições conhecidas" (ZÉMOR, 2009, p. 214).

O autor lembra que para que "haja uma relação entre serviço público e um usuário, este último deve ser recepcionado e orientado" (ZÉMOR, 2009, P. 220), e aponta também o diálogo como uma interessante forma de avaliação da qualidade dos serviços públicos prestados, afirmando que os meios de comunicação tradicionais, embora consigam informar, não atendem a questões mais complexas, o que caberia então o papel da Comunicação Pública.

Uma das contribuições mais interessantes de Zémor (2009) é o documento "Competências ou Modos da Comunicação Pública", que aponta as prioridades das ações realizadas na Comunicação Pública, a seguir resumidas: publicar os seus atos para conhecimento do cidadão sob pena de nulidade do ato administrativo; comunicar de informações necessárias, embora não obrigatórias, mas que afetam amplamente a população; prestar contas e atos públicos, que diz respeito à transparência da administração pública; promover a troca informações entre usuário e funcionários, repartição, etc; divulgar serviços públicos oferecidos; buscar a valorização das instituições públicas; promover a discussão e debates públicos, através de diálogos, negociação, consultas ou conciliação. O autor também aponta algumas recomendações para a Comunicação Interna.

Procedimentos metodológicos

Após a realização da revisão teórica sobre Comunicação Pública e Políticas Nacionais de Comunicação, bem como um breve relato sobre as mudanças estruturais enfrentadas nos últimos anos pela Comunicação Pública do Poder Judiciário, a segunda parte do presente artigo contempla a análise de conteúdo comparativa. Toma-se por base as orientações de Pierre Zémor, através do texto "Competências ou Modos de Comunicação Pública" e ainda as Resoluções 85 do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e 80 do Conselho Superior da Justiça do Trabalho que tratam da Política Nacional de Comunicação do Poder Judiciário das citadas instituições. O objetivo é avaliar o quanto as políticas se aproximam ou se afastam dos pontos considerados fundamentais na comunicação pública elencados pelo pesquisador francês, que corroboram com o posicionamento dos demais autores citados.

Análises

A Resolução 85 do Conselho Nacional de Justiça dispõe sobre a Comunicação Social do Poder Judiciário e data de 08 de setembro de 2009. No dia 21 de junho de 2011 foi publicada a Resolução 80 do Conselho Superior da Justiça do Trabalho, que institui a Política Nacional de Comunicação Social no âmbito do Conselho Superior da Justiça do Trabalho e da Justiça do Trabalho de primeiro e segundo graus. A análise será centrada no

conteúdo dos artigos 1º e 2º dos documentos, que tratam, respectivamente, dos objetivos e diretrizes das ações de Comunicação Pública das já citadas instituições.

A partir das orientações de Zémor (2009) destacadas em "Competências ou Modos da Comunicação Pública" foram elencadas oito categorias a seguir:

1. Informação devida ao cidadão: que diz respeito aos direitos e deveres do cidadão, sob pena de nulidade de ato e procedimentos;
2. Informação útil e necessária ao cidadão; que aborda direitos e deveres de forma educativa, mas não é legalmente obrigatória sua divulgação;
3. Informação para prestação de contas/transparência: que garante possibilidades ao usuário/cidadão acompanhar a prestação de contas e que garante a *accontability* da administração pública;
4. Informações que promovam a troca; num formato de diálogo para o envio de críticas, sugestões, pedidos de informações etc.;
5. Informações de produtos e serviços oferecidos: assim também políticas públicas, movimentos, campanhas, etc.;
6. Informações de valorização das instituições públicas: detalhando seu funcionamento, sua forma de gestão, entre outras características;
7. Informações para a promoção do debate público: incentivando a troca de razões, o compartilhamento de decisões;
8. Informações para a comunicação interna: ações que abordam os benefícios, formas e objetivos da comunicação pública interna, entre os quais a mobilização dos servidores, a valorização das instituições e a salvaguarda de direitos e deveres.

Após elencadas as oito categorias acima, os artigos primeiro e segundo das Resoluções 85 e 80 foram analisados comparativamente, chegando-se aos seguintes resultados:

Resolução 85 CNJ

Informação devida ao cidadão

Artigo 1º - Inciso II – "divulgar, de forma sistemática, em linguagem acessível e didática, os direitos do cidadão e os serviços colocados à sua disposição pelo Poder Judiciário, em todas as suas instâncias";

Artigo 2º, Inciso I – "afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal";
Artigo 2º, Inciso IV – "valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, etárias, de gênero e de orientação sexual";
Artigo 2º, Inciso VII – "vedação do uso dos meios de comunicação social para a promoção pessoal de magistrados ou servidores, em ações desvinculadas das atividades inerentes ao exercício das funções do Poder Judiciário";

Informação útil e necessária ao cidadão
Artigo 1º - Inciso IV – "disseminar informações corretas sobre assuntos que sejam de interesse público para os diferentes segmentos sociais e que envolvam as ações do Poder Judiciário";
Artigo 2º, Inciso V– "reforço das atitudes comportamentais que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente";

Informação para prestação de contas/transparência
Artigo 2º, Inciso XI – "observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos"

Informações que promovam a troca
Artigo 2º, Inciso VIII – "adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público, utilizando sempre uma forma simplificada acessível àqueles que desconhecem as expressões típicas do universo jurídico";
Artigo 1º - Inciso II – "divulgar, de forma sistemática, em linguagem acessível e didática, os direitos do cidadão e os serviços colocados à sua disposição pelo Poder Judiciário, em todas as suas instâncias";

Informações de produtos e serviços oferecidos
Artigo 1º - Inciso I – "dar amplo conhecimento à sociedade das políticas públicas e programas do Poder Judiciário";
Artigo 2º, Inciso II – "atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social";
Artigo 2º, Inciso XII – "difusão de boas práticas na área de Comunicação".

Informações de valorização das instituições públicas

Artigo 1º - Inciso VI – "promover o Poder Judiciário junto à sociedade de modo a conscientizá-la sobre a missão exercida pela Magistratura, em todos os seus níveis, otimizando a visão crítica dos cidadãos a respeito da importância da Justiça como instrumento da garantia dos seus direitos e da paz social".

Artigo 2º, Inciso III – "preservação da identidade nacional";

Artigo 2º, Inciso VI – "valorização dos elementos simbólicos das culturas nacional e regional";

Artigo 2º, Inciso IX – "Valorização das estratégias de comunicação regionalizadas";

Artigo 2º, Inciso X – "uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação judiciária, respeitadas aquelas inerentes aos Poderes Judiciários estaduais como os seus respectivos brasões";

Informações para a promoção do debate público

Artigo 1º - Inciso III – "estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas que envolvam os seus direitos";

Informações para Comunicação Interna

Artigo 1º - Inciso V –"incentivar, no âmbito dos magistrados e servidores, através da comunicação, a integração com as ações previstas nesta Resolução, de modo a garantir a eficácia dos objetivos nela colimados".

Resolução 80 do CSJT

Informação devida ao cidadão

Artigo 1º - Inciso I– "dar amplo conhecimento à sociedade das decisões judiciais e administrativas da Justiça do Trabalho";

Artigo 2º, Inciso I – "afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal";

Artigo 2º, Inciso IV – "promoção da dignidade da pessoa humana, o desenvolvimento da cidadania e a inclusão social".

Informação útil e necessária ao cidadão

Artigo 1º - Inciso- II – "divulgar os direitos do cidadão e os serviços colocados à disposição da sociedade";

Artigo 2º, Inciso II – "respeito ao interesse público".

Informação para prestação de contas/transparência

Artigo 2º, Inciso III – "garantia de transparência";

Artigo 2º, Inciso VII – "garantia de eficiência e racionalidade na aplicação de recursos públicos".

Informações que provam a troca

Artigo 2º, Inciso V – "adequação de mensagens, linguagens e canais de comunicação aos diferentes públicos, observados os meios de acessibilidade";

Artigo 2º, Inciso VI – "utilização dos diversos meios e ferramentas tecnológicas de divulgação".

Informações que promovam a valorização das instituições

Artigo 1º - Inciso IV – "contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da Justiça do Trabalho, despertando a visão crítica dos cidadãos a respeito da importância desse ramo do Poder Judiciário para a garantia de direitos e da paz social".

Informações para Comunicação Interna

Artigo 1º - Inciso III – "promover a participação de magistrados e servidores nas ações previstas nesta Resolução".

Nas categorias "Informações sobre divulgação de produtos e serviços" e "Informações que incentivem o debate público" - Não há incisos que façam menção.

Resultados

Foi possível determinar que apesar de apresentarem propostas de ações para uma mesma área – a Comunicação Pública do Poder Judiciário e a Comunicação Pública do Poder Judiciário Trabalhista – as resoluções diferem na ênfase que dão a determinados objetivos e diretrizes, mediante a comparação com o texto "Competências ou Modos da Comunicação Pública" de Pierre Zémor.

A Resolução número 85 privilegia informações que promovem a valorização das instituições públicas; informações devidas aos cidadãos e informações que dizem respeito à divulgação de serviços, atividades, movimentos, entre outros. Informações que promovem a prestação de contas e transparência das ações da administração do Poder Judiciário e informações que incentivem o debate e troca têm menos prioridade na resolução estudada.

Já a Resolução 80 privilegia as informações que são devidas ao cidadão, ou seja, que dizem respeito a seus direitos e deveres; informações úteis e aquelas que dizem respeito à prestação de contas e troca de informações. Há menos ênfase ou sequer são citadas ações que promovam a divulgação de informações sobre produtos e serviços prestados; valorização das instituições, debate público e comunicação interna.

Em "Competências ou Modos da Comunicação Pública" Zémor (2009) pretende elencar como devem ser as ações sob a ótica do interesse público, onde o que se busca, em primeiro lugar, é o estabelecimento de um canal de informação de mão dupla com o usuário/cidadão. Ao analisar as resoluções acima citadas, as quais estabelecem os objetivos e diretrizes da Comunicação Pública do Poder Judiciário e do Judiciário Trabalhista, é concreta a falta de determinação para ações com o intuito de promover o diálogo e o debate público. O que se conclui a partir da análise de tais eixos norteadores é que a Comunicação Pública do Poder Judiciário atualmente praticada está ligada à valorização das instituições, à divulgação de direitos e deveres, mas pouco voltada à tarefa de ouvir o seu destinatário.

A análise comparativa realizada entre as duas resoluções que norteiam a Comunicação Pública do Judiciário Brasileiro e do Judiciário Trabalhista permitiu também perceber que as políticas parecem ter subestimado a importância das Tecnologias de Informação e Comunicação, pois há poucas menções nos dois artigos sobre o uso de suas variadas ferramentas para a promoção do diálogo e uma relação transparente e horizontal com o público.

Considerações finais

É inegável que a Comunicação Pública do Poder Judiciário tem apresentado melhorias nas duas últimas décadas no número de ações, profissionais e programas realizados, o que trouxe de imediato um aumento na visibilidade das instituições. Em 2012, por exemplo, o site do CNJ esteve entre os quatro mais acessados dos órgãos públicos federais e alcançou a marca de mais de quatro milhões de acessos em um ano.

No entanto, após a comparação entre as Resoluções 85 e 80 - que estabelecem as diretrizes e objetivos das ações de Comunicação Pública do Poder Judiciário e do Poder Judiciário Trabalhista - é possível perceber que ainda há muito a ser feito.

O primeiro ponto surge da necessidade urgente de atualização, sendo que a Resolução 85, publicada pelo CNJ em 2009, desde então não foi alterada. A do CSJT,

embora de vigência mais recente (2011), também carece de atualização, o que deve ser feito ainda este ano, segundo informações oficiais dos dois órgãos. Há também a necessidade de que os documentos voltem os olhos para as crescentes e inesgotáveis possibilidades representadas pelas TICs na promoção do diálogo, debate e compartilhamento de decisões.

Um dos méritos do presente artigo pode ser, portanto, o de apresentar possibilidades de aprimoramento nas futuras resoluções ainda em construção, que poderiam ser aperfeiçoadas se seguissem orientações de pesquisadores como Pierre Zemór e demais autores já citados, cujas pesquisas apontam para a necessidade de uma Comunicação Pública que saia de sua visão apenas institucional e legal, e passe a colocar em prática a promoção do diálogo, o debate público e a deliberação. O trabalho também levantou uma possibilidade de pesquisa futura, avaliando os portais do Conselho Nacional de Justiça e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho sob a ótica da adequação de seus conteúdos aos objetivos e diretrizes elencadas em suas resoluções e as propostas apresentadas por Pierre Zémor.

O direito à informação e a liberdade de imprensa são instrumentos de fortalecimento da democracia e devem nortear a política de comunicação das instituições públicas brasileiras. A Comunicação Pública do Poder Judiciário tem procurado atender à nova demanda que exige de suas ações uma aproximação maior com o cidadão, bem como a orientação sobre os serviços prestados pela Justiça, o fortalecimento da cidadania e a consolidação da democracia, mas carece ainda de atitudes concretas que busquem uma participação efetiva e engajada da população, atendendo à ânsia do cidadão carente em falar e ser ouvido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFONSO, A. Las políticas de comunicación em América Latina como inspiración de Luis Ramiro Beltrán. In: MARQUES DE MELO, J; BRITTES, J. G. (Orgs.). **A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán.** São Bernardo do Campo: Editora UMESP, 1998, p. 21-30.

BELTRÁN, L. R. **Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal.** In: Comunicação e Sociedade. Revista semestral de estudo de comunicação. São Paulo, n.º 6, setembro de 1981

BRANDÃO, E.P. Conceito de comunicação pública.In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009.

CNJ. **Resolução 85, de oito de setembro de 2009**. Dispõe sobre a Comunicação Social do Poder Judiciário. Disponível em: <http://www.cnj.jus.br/atos-administrativos/atos-da-presidencia/323-resolucoes/12200-resolucao-no-85-de-08-de-setembro-de-2009> Acesso em jan. 2013.

CSJT. **Resolução 80, de 21 de junho de 2011.** Institui a Política Nacional de Comunicação no âmbito do Conselho Superior da Justiça do Trabalho e da Justiça do Trabalho de primeiro e segundo graus. Disponível em: http://aplicacao.tst.jus.br/dspace/handle/1939/13676. Acesso em mai.2013

DUARTE, J; VERAS, L. (Orgs). **Glossário de Comunicação Pública.** Brasília: Casa das Musas, 2006.

DUARTE, J; (Org). Instrumentos da Comunicação Pública. In: **Comunicação Pública – estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009. Páginas 214-241.

LIMA, V.A. Políticas de Mídia e Cidadania. In: SOARES, M.C.et. al. **Mídia e Cidadania**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. p 57 a 68.

MATOS, H. Comunicação Pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, J. (Org) **Comunicação Pública – estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009.Páginas 47-58.

MONTEIRO, G.F. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org). **Comunicação Pública – estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009.Páginas 34-46.

SILVA, E.K.S. Contextualização histórica e avanços da comunicação pública na justiça. In: **A Comunicação na Justiça Brasileira.** Florianópolis: Pandion, 2009. Páginas 23-37.

ZÉMOR, P. As formas da comunicação pública. **In: DUARTE, J. (Org) Comunicação Pública – estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009. Páginas 214-241.

_____ Competências ou Modos de Comunicação Pública. **In: DUARTE, J. (Org) Comunicação Pública – estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009. Página 243.