



Comunicação Pública na Coordenadoria do Patrimônio Cultural da Prefeitura de João Pessoa¹

Jamile M. F Paiva²

Josilene Ribeiro de Oliveira³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa - PB

Resumo

O presente trabalho analisa as estratégias de comunicação desenvolvidas pela Coordenadoria do Patrimônio Cultural da Prefeitura Municipal de João Pessoa sob a perspectiva da comunicação pública. Nesse sentido, analisa as ações desenvolvidas para incentivar a apropriação consciente do patrimônio e o estímulo ao sentimento de pertencimento e de preservação, por sua função de facilitar o debate público, tendo como paradigma a construção da cidadania. Partimos da compreensão que a comunicação pública tem como objetivo estabelecer um processo interativo entre as comunidades e os agentes responsáveis pela preservação e o estudo dos bens culturais, e deste modo a cidadania ganha em dimensão e se fortalece. O texto apresenta resultados parciais do patrimônio imaterial da Comunidade Porto do Capim.

Palavras-chave: Comunicação pública; patrimônio cultural; cidadania

Introdução

A Coordenadoria de Proteção dos Bens Históricos e Culturais do Município de João Pessoa (Probech-JP) tem a missão de proteger os bens culturais, móveis, imóveis, materiais e imateriais, públicos e privados do município de João Pessoa, de interesses histórico, artístico, urbanístico, paisagístico, arquitetônico e arqueológico. A Probech foi criada com o objetivo de valorizar e popularizar o sítio tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (Iphan) em dezembro de 2007.

A Coordenadoria é responsável pela implantação de políticas públicas voltadas para a recuperação e preservação do Centro Histórico, devendo, para tanto, gerir ações que promovam o envolvimento da comunidade no processo de valorização dos bens tombados, das tradições culturais do local e da utilização de seus edifícios em prol da cultura e da educação.

¹ Trabalho apresentado DT 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Professora Assistente do Curso de Comunicação Social da UFPB. E-mail: jamilepaiva@ig.com.br

³ Professora Assistente do Curso de Comunicação Social da UFPB. E-mail: josilene_rp@yahoo.com.br



O projeto de extensão intitulado “Ação da Comunicação Pública na Coordenadoria do Patrimônio Cultural da Prefeitura Municipal de João Pessoa” vem sendo desenvolvido desde 2009 por professores e alunos do Departamento de Comunicação da UFPB, se caracterizando como uma ação interdisciplinar que envolve diferentes áreas do conhecimento, tais como educação, história, geografia, arquitetura, dentre outras, focando a questão do patrimônio cultural enquanto fonte primária de conhecimento. Desse modo, trata de um conceito que deve ir além dos monumentos arquitetônicos, pois tem relação com a preservação da memória, da história e da valorização do universo sociocultural das diferentes comunidades.

Neste artigo, apresentamos o marco teórico que subsidia as ações concretas de comunicação pública no âmbito estatal, e mais particularmente, como a Probec busca dar visibilidade a seus programas, projetos e atividades sob a ótica do interesse público como a base da sua prática cotidiana. Damos destaque às atividades realizadas no registro do patrimônio imaterial da Comunidade Porto do Capim por propiciar o fortalecimento de uma política de comunicação pública na medida em que pretende estimular diferentes segmentos de públicos para o conhecimento mais crítico e a apropriação mais consciente do “nosso patrimônio”, pois estes são fatores indispensáveis para a preservação e o fortalecimento da cidadania.

A Comunicação pública na esfera estatal

Com base no conceito formulado por Zémor (1995), a comunicação pública se situa no espaço público sob o olhar do cidadão - o acesso às informações de interesse público tende a responder às exigências de transparência dos atos públicos. Ao discutir a definição de comunicação pública, Jorge Duarte (2007, p.61) considera que:

A comunicação pública coloca a centralidade no processo de comunicação 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, do estímulo à participação ativa, racional e co-responsável.

Dentro dessa visão cabe ao poder público disponibilizar informações para que a população tome conhecimento sobre assuntos relacionados à política, economia, transporte, educação, segurança, entre outras. Deve, portanto, estar sintonizada com as finalidades das instituições públicas de informar e ouvir as demandas dos cidadãos cada vez mais críticos, conscientes e formadores da opinião pública.



O que se propõe é que a comunicação envolva o cidadão nos assuntos de interesse coletivo, trazendo-o para o centro das discussões, garantindo-lhe o direito ao acesso às informações de interesse público e ao acesso aos meios de produção. Sob essa perspectiva a comunicação pública deve ser entendida com instrumento facilitador voltado ao atendimento dos anseios do cidadão.

No Brasil, convencionou-se a denominar comunicação pública como a comunicação executada pelo governo, também chamada de comunicação governamental. Essa vertente comunicacional diz respeito às atividades e ações desenvolvidas pelo governo e que visam “a prestação de contas, ao estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e ao reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social” (MATOS, 1999).

Falar de comunicação pública estatal no Brasil de hoje quer dizer enfrentar a dinâmica de um processo social amplo, que envolve diversos atores e contextos, se a abordagem for a da relação entre o Estado e os cidadãos, relação que se apresenta como confronto, na perspectiva de reconstruir, seja o sentido de Estado, seja o de cidadania (HASWANI, p.27,2006).

A compreensão de comunicação pública como espaço de/para sociedade organizada é relativamente recente, remeta ao fim da censura e ao processo de redemocratização brasileira iniciado nos anos 80. Brandão (2007, p.11) nos descreve muito bem o cenário onde se desenvolveu a comunicação pública:

Com o fim da censura e a redemocratização, o panorama mudou. A Constituição de 1988, a transformação do papel do Estado, o Código de Defesa do Consumidor, a terceirização e a desregulamentação, a atuação de grupos de interesse e movimentos sociais e o desenvolvimento tecnológico estabeleceram um sistema de participação e pressão que forçou a criação de mecanismos para dar atendimento às exigências de informação e tratamento justo por parte cidadão em sua relação com o Estado.

Ao fazer uma análise político-sociológica do reencontro da sociedade civil brasileira e a democracia segundo a perspectiva da comunicação pública, Bezzon (2005) ressalta que a pluralidade de objetivos presentes na sociedade torna o processo de construção da democracia extremamente difícil, visto as contradições entre as práticas e os discursos. Porém, menciona que nesse processo o acesso e o direito à informação são requisitos básicos para a construção da cidadania, pois somente sua socialização poderá fornecer aos membros da sociedade civil a cidadania integral.



A comunicação pública envolve a relação com os próprios funcionários, o atendimento as demandas do cidadão e a valorização de sua participação enquanto ator social. Assim, as ações de comunicação e marketing, tão comuns na área privada, no âmbito público pressupõe um planejamento estratégico, envolvendo a definição de missão, valores e objetivos a fim de consolidar a cidadania e promover a satisfação dos públicos prioritários. Por conseguinte se a relação do cidadão/consumidor ganha uma nova dimensão e requer estratégias de comunicação e marketing coerentes com as necessidades de oferta e mercado, na concepção de Giacomini (2004, p.133):

Os produtos e serviços públicos assumem a condição de ‘mercadorias’ ou itens de mercado que precisam satisfazer seus clientes, envolvendo estratégias de marketing em sua plenitude: pesquisa, planejamento, promoção, gerências de marcas, logística, gestão da qualidade de produto e atendimento, dentre outras, ações essas que envolvem investimentos materiais e humanos.

A administração pública tem que reconhecer o cenário complexo em que se processa a relação entre as instituições e os cidadãos, seu papel e suas obrigações. Desse modo, reconhecemos a comunicação pública como àquela praticada por órgãos responsáveis pela administração pública, como instrumento facilitador do relacionamento cidadão e Estado. Para Novelli (2007, p. 76) a comunicação pública deve ser compreendida como “o processo que ocorre entre as instituições públicas e a sociedade e que tem por objetivo promover a troca ou compartilhamento das informações de interesse público, passa a desempenhar um papel importante de mediação para as práticas de boa governança”.

Conforme a autora, interesse público se refere exatamente à comunicação realizada no espaço público, em que se estimula a participação e o envolvimento nas ações de órgãos do governo, ONGs, movimentos sociais, corporações empresariais e a sociedade como um todo. A postura ética da comunicação deve refletir uma instituição comprometida com a natureza de suas atividades, sua função social e a gestão de relacionamentos com seus públicos.

Essas transformações são resultantes do desenvolvimento de uma nova sociedade de característica questionadora, contestadora e consciente de seus direitos e deveres. A formação do indivíduo cidadão se faz presente em todos os âmbitos e requer, particularmente das organizações públicas, posicionamento e desenvolvimento de estratégias condizentes com as necessidades sociais. “Para tratar de comunicação pública é preciso tratar de cidadania, acolhendo-se a noção sobre a atuação da sociedade



no espaço público, de onde emerge conceitos tais como sociedade civil organizada e civilidade” (Oliveira, 2004, p.189).

O termo civilidade nos remete a atitude individual de preocupação com o bem público, está relacionado com a educação para a cidadania no sentido de capacitá-lo para interagir com o seu meio social, tornando-o um agente transformador e co-responsável pela transformação do seu ambiente. “Então, não basta dizer a um sujeito que ele deve fazer algo ou adotar um comportamento específico; é necessário que esse algo ou esse comportamento faça algum sentido para ele” (BALDISSERA, 2009, p.47). Assim, conscientizá-lo do seu papel de cidadão e permitir uma ação coletiva para a mobilização comunitária é o que propõem projetos e programas governamentais voltados à educação para a cidadania, nos quais devem envolver necessariamente não apenas setores governamentais, mas não-governamentais, instituições privadas, representantes das comunidades escolares, líderes comunitários, entre outros.

Evidentemente, para se viabilizar a prática da cidadania é preciso educar a população no que se refere aos seus direitos e deveres de participar do processo de definição das políticas públicas. Nesse contexto, podemos dizer que a comunicação também adquire uma função estratégica que propicia espaço para questionamentos e transformação da sociedade; a inter-relação entre comunicação pública e educação orienta o cidadão a buscar os meios de disseminação de seus próprios conteúdos de informação e de opinião (OLIVEIRA, 2004).

Sob esse prisma, para Duarte (2007, p. 62) a “informação é a base primária do conhecimento, da interpretação, do diálogo, da decisão”. Quando bem assimilada traz benefícios para seu desenvolvimento individual e da sociedade em que vive.

Nos últimos dez anos é visível o interesse da esfera estatal, no âmbito federal, estadual e municipal, pelo tema comunicação pública, o que não garante necessariamente um fluxo comunicativo. Todavia, as estratégias governamentais estão se aproximando de um modelo de gestão que visa a otimização do desempenho administrativo, que necessariamente pressupõe maior participação da sociedade nos assuntos de interesse público.

Metodologia

Adotamos a abordagem qualitativa e quantitativa, considerando que ambas possibilitam descrever e analisar situações cotidianas, de realidades particulares



(DUARTE, 2005). Dessa forma, no primeiro momento foi realizada a revisão bibliográfica com autores que tratam da comunicação pública na esfera estatal e dos instrumentos mais adequados para o relacionamento com os públicos. No segundo momento, passou-se a análise das estratégias e ações de comunicação desenvolvidas pela Coordenadoria, com base no conceito formulado por Zémor (1995) de que a comunicação pública se situa no espaço público sob o olhar do cidadão, portanto, não pode está dissociada das finalidades das instituições públicas, tais como:

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

Nessa análise utilizamos os seguintes instrumentos:

- *Desk Researchs* e pesquisas de opinião - para o monitoramento do ambiente, identificando as opiniões e recenseando eventos de interesse da instituição;
- Pesquisa de opinião junto a públicos estratégicos - para delinear, com precisão, a imagem da instituição com públicos específicos;
- Pesquisas de imagem ou de mensagens (incluindo avaliação de veículos) – para avaliar a efetividade da comunicação da instituição;
- Entrevista em grupo – para ouvir e trocar impressões e aprofundar a análise dos resultados das ações de comunicação que se deu durante as visitas de campo.

Destacamos ainda a participação no registro do patrimônio imaterial da Comunidade Porto do Capim, que possibilitou o estudo de memória, enquanto prática metodológica a partir da qual pode vir à tona informações importantes sobre a história da comunidade, e mesmo provocar novos olhares. Nesse sentido, o registro é uma atividade de comunicação de interesse público na medida em que favorece a preservação dos saberes próprios da comunidade, do resgate da identidade cultural, da memória histórica, assim como da valorização da vida no presente.

A comunicação na Probehc

A Probehc investe em um projeto de comunicação integrada que inclui assessoria de imprensa, relações públicas e publicidade, mas também conta com a



participação de profissionais de outras áreas. Isso envolve diferentes ações estratégicas e táticas sempre coordenadas por uma linha mestra pautada em estimular a relação de afeto entre a comunidade e seus patrimônios, promovendo um processo de aproximação motivado pelo sentimento de pertencimento e de preservação.

Esse posicionamento parte do pressuposto de que o objetivo fim da política cultural é o cidadão, sendo indispensável para tanto uma atuação multidisciplinar de profissionais com diferentes formações, porém envolvidos com a temática patrimônio cultural. Por conseguinte, o objetivo principal da ação é que a prática da comunicação esteja focada na comunicação de interesse público, que estimule o diálogo e a participação das pessoas em atividades que promovam vivências de acesso e uso dos bens culturais.

De fato a política de comunicação adotada pela Coordenadoria tem como foco a valorização dos bens patrimoniais e sua função pública de espaços de convivência, de cultura e de exercício da cidadania. O uso devido do bem cultural faz com que a sociedade se envolva com os processos de revitalização dos espaços históricos urbanos e com a preservação da identidade cultural da comunidade.

O debate sobre a revitalização do patrimônio, as formas de uso dos monumentos históricos e o apoio às manifestações culturais envolve a participação de órgãos de classe e da comunidade local, tais como associações de bairro, escolas, etc. Nesse processo, a comunicação é vista como peça fundamental para fortalecer as noções de identidade e de memória cultural compartilhada, que estão inseridas na política de preservação do patrimônio. Além disso, busca incentivar e oportunizar acesso aos bens culturais, geralmente condicionados por fatores sócio-político-econômico.

Tudo isso nos remete ao o exercício da cidadania seja no que se refere à memória e a preservação do patrimônio; seja sobre o direito do cidadão em relação à cultura.

Assim, percebemos que as atividades de comunicação da Probehc são contextualizadas sob a perspectiva modernizadora do aparelho administrativo do setor público. O processo de descentralização de competências de responsabilidade da União, de fato, implica no estabelecimento, pelos governos locais, de diferentes formas de comunicação e de seu uso adequado no relacionamento com os cidadãos (FOSSATTI, 2006).

As políticas públicas emergentes dependem de diferentes formas de comunicação e relacionamento com os cidadãos. A ampliação das atribuições e



responsabilidades das instituições no âmbito municipal vem sendo condicionada por um forte envolvimento com a comunicação em prol de um ambiente participativo. Com base nessa realidade é que entendemos que a forma de atuação da Probehc aponta para uma prática cotidiana que coloca frente a frente à administração pública e a sociedade na promoção de políticas públicas quanto aos bens culturais, sejam estes consagrados ou não, pois ambos fornecem elementos que podem ser relacionados com a nossa realidade e com o nosso presente.

A promoção de um ambiente participativo requer a instituição de fóruns, de conselhos que possibilitem a negociação e o contato direto com a comunidade, aumentando a demanda por informações e notícias que propiciem maior visibilidade das ações institucionais, no acompanhamento e na avaliação de objetivos e metas. Isso implica na necessidade de articulações para o entendimento, a negociação e o consenso no processo de tomada de decisão, já que estão implícitos a controvérsia e o conflito de interesses.

Para contextualizar gestão pública, comunicação e cidadania no âmbito da Probehc apresentaremos a experiência vivenciada junto a Comunidade Porto do Capim, que pontua a realidade administrativa de um órgão público no que concerne a comunicação e seu uso como ferramenta estratégica para legitimação de suas ações.

Relato de experiências: Projeto Comunidade Porto do Capim – Do mar para o rio , um novo olhar

A Comunidade Porto do Capim está localizada no Centro histórico da cidade de João Pessoa, as margens do Rio Sanhauá, local da antiga região portuária. Gradativamente o espaço foi sendo ocupado por famílias que aos poucos foi formando a Comunidade, que hoje conta com aproximadamente 290 famílias.

Há alguns anos políticas preservacionistas vem sendo desenvolvidas por diferentes organismos públicos com intuito de revitalização do Centro Histórico e do Rio Sanhauá, e para isto é preciso que haja a remoção e relocação da comunidade. Pretende-se na localidade promover a geração de emprego e renda, fomentando uma economia sustentável para a comunidade ribeirinha, que há mais de meio século, ao seu modo, construiu casa, sua cultura, ritos, ditos, expressões, saberes e fazeres.

Através do projeto Comunidade Porto do Capim – Do mar para o rio, um novo olhar, a Probehc iniciou o registro dos aspectos físicos, naturais, econômicos, sociais e



culturais da Comunidade Porto do Capim. Diferentes manifestações culturais fazem parte do cotidiano da comunidade e que, independente das condições precárias em que vivem, moradores conseguem manter vivas tradições religiosas como, por exemplo, a Procissão de São Pedro Gonçalves, realizada no dia 8 de dezembro, a Festa de São Pedro, realizada nos dias 24, 25 e 26 de setembro. Também merece destaque o modo peculiar de se construir canoas, a pesca artesanal e a produção de artesanato em madeira, bem como atentar para outras atividades ainda desconhecidas podem ser encontradas, uma vez que não existe registro ou mesmo uma memória organizada da comunidade.

O foco principal é que mesmo com a remoção, a comunidade mantenha essas práticas culturais e que a Coordenadoria contribua para que sua identidade seja preservada e sua cultura multiplicada na mesma área onde sua história começou. Desse modo, pretende com essa proposta reproduzir os saberes e fazeres presentes na Comunidade Porto do Capim e que, além de estimular o sentimento de identidade e auto-estima busca, também, despertar um novo olhar da sociedade para aquele grupo social, desconhecido por muitos.

O registro objetiva que a partir de documentários, fotografias, publicações, exposições, criação de memorial, entre outros produtos de comunicação, que mesmo após a relocação, a comunidade tenha no Porto do Capim o seu espaço, a sua referência, com vista à preservação e a continuidade das suas práticas culturais, possibilitando que sejam repassadas para as futuras gerações. Nessa perspectiva, trata-se de uma ação complexa que conta com uma equipe multidisciplinar das áreas de comunicação, história, antropologia, arquitetura, arqueologia, educação social, serviço social, geografia, artes, turismo, sociologia, arquivologia e membros da Associação dos Moradores do Porto do Capim.

Antes de qualquer ação junto à comunidade toda equipe interdisciplinar envolvida participou de uma oficina promovida pelo Iphan- Regional Paraíba, sobre patrimônio cultural, registro e inventário. O início das atividades foi marcado por discussões quanto às ações orientadoras dos bens a serem inventariados, isto é, a preocupação em localizá-los e descrevê-los em seus contextos específicos e suas transformações no decorrer do tempo. A partir daí os esforços foram orientados para atuar localmente no sentido de sensibilizar e estimular os membros da comunidade no processo de reconhecimento de seus bens culturais com vista ao estímulo a sua preservação.



As atividades de registro do patrimônio imaterial da comunidade deram início um processo interativo que procurou estimular as pessoas a se envolverem num processo de identificar, reconhecer e compartilhar sua história de vida e suas lembranças. Artesanatos, maneiras de pescar, caçar, formas de construir moradias, meios de transporte utilizados bem como as formas dos moradores para habitar, alimentar, trabalhar e se divertir se configuram elementos de preservação da sua memória para as gerações futuras.

Os diferentes saberes são importantes fontes de informações que podem gerar conhecimento. A investigação do meio ambiente em que vivem as pessoas inclui as memórias vivas locais, seus autores, seus percursos históricos destacam suas riquezas culturais e as características marcantes dada.

A comunicação permeou todo o trabalho, desde as oficinas no Iphan, onde ocorreram as primeiras interações entre a equipe, ao momento em que se iniciou o contato com a comunidade, portanto envolve as várias atividades que integram o processo público da comunicação. Durante o levantamento do registro multiplicaram-se as oportunidades de reflexão quanto à evolução da comunicação governamental, tradicionalmente restrita, e hoje alargada pelo conceito de comunicação pública. Mais que um registro histórico sobre os saberes e fazeres da comunidade ribeirinha, o trabalho de campo ofereceu subsídios para compreender aspectos que relacionam a gestão da comunicação de interesse público, o reconhecimento da legitimidade dos conflitos e o estímulo a participação cidadã.

Conclusões

Analisar a comunicação pública é buscar compreendê-la como integrante do processo de transformações sociais ocorridas nas últimas décadas. A preocupação com o bem público e com a noção de coletividade permite refletir sobre o 'silêncio dos excluídos'. Isso fez com que as atividades de registro do patrimônio imaterial se tornassem um espaço privilegiado para o debate em torno do reconhecimento da história desse grupo social e da sua identidade cultural.

Apesar de não poderem ser tocados, mas apenas sentidos, o estudo e registro do patrimônio imaterial necessitam de referenciais concretos embasados na responsabilidade e no compromisso – fundamentais nas ações de proteção ao patrimônio. Assim, percebemos sempre a necessidade em se ter clareza e respeito aos



valores e significados culturais da comunidade e que muitas questões precisariam ser amadurecidas para melhor compreensão das possibilidades de salvaguardar os saberes e ofícios tradicionais e suas festas, bem como as diversas formas de celebrações e lugares de sociabilidade.

Nosso trabalho até o momento buscou identificar os principais aspectos da gestão da comunicação e sua atuação no espaço público, no que se refere ao posicionamento individual e coletivo dos bens de interesse comum. Nesse sentido, observamos que o contato com os bens culturais propicia uma experiência acessível à população de seu passado, incentiva o fortalecimento da identidade cultural e da compreensão e consciência do seu presente. Trata-se, portanto, do direcionamento das atividades de jornalismo, relações públicas e publicidade para a comunicação pública, o pressupõe uma ação coletiva mais efetiva, promovendo o engajamento e participação ampla da sociedade, ou seja, o exercício de cidadania.

A abordagem interdisciplinar foi a base do nosso trabalho, no qual procuramos integrar conceitos e métodos e compartilhamento de experiências entre as áreas envolvidas. Decidir coletivamente como ações deveriam ser realizadas nos deixou mais seguros quanto aos objetivos e resultados a serem alcançados.

Referências

BALDISSERA, Rudimar. A comunicação (re)teendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. In: KUNSCH, Margarida e Oliveira, Ivone (org). *A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

BEZZON, Lara. *Comunicação, política e sociedade*. São Paulo: Alínea, 2005.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUATE, Jorge (org). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUATE, Jorge (org). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas, 2007.

FOSSATTI, Nelson Costa. *Gestão da comunicação na esfera pública municipal* – Porto Alegre: Sulina, 2006.



GIACOMINI, G. F. Percepções sociais sobre a publicidade de entidades públicas. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org). *Comunicação Pública*. São Paulo: Ed. Alínea, 2004.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Pública e Governamental. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – ORGANICOM*. Ano 3. Número 4. 1º semestre de 2006.

MATOS, Heloiza. Comunicação Pública – Democracia e Cidadania: o caso do legislativo. Artigo apresentado no GT de Relações Públicas do XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, Rio de Janeiro, 1999.

NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. Comunicação Pública e Governamental. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – ORGANICOM*. Ano 3. Número 4. 1º semestre de 2006.

OLIVEIRA, Maria José. Comunicação pública e os setores não-estatais. In: Comunicação Pública e Ciência Cidadão. In: OLIVEIRA, Maria José (org). *Comunicação Pública*. Campinas: Alínea, 2004.

ZÉMOR, Pierre. *La communication publique*. Paris: PUF, 1995. (Tradução resumida de Elizabeth Pazito Brandão).