

# Comunicação Pública Digital: um estudo do site Plenarinho<sup>1</sup>

Gabriela Zampirolo Zanella<sup>2</sup>

Patrícia Milano Pérsigo<sup>3</sup>

## RESUMO

O presente artigo aborda a Comunicação Pública realizada na plataforma digital. Para tal discussão, este estudo objetiva realizar, inicialmente, uma observação do site Plenarinho que é vinculado à Câmara dos Deputados. Por meio deste debate teórico, buscaremos relacionar esse tema com as atuais ferramentas multimídia encontradas em web sites. Para o embasamento teórico, utilizaremos os estudos de Jorge Duarte (2009), Margarida Kunsch (2009), Graça França Monteiro (2007) e Jakob Nielsen (2007). Dessa forma, percebemos que a plataforma digital coloca à disposição da comunicação pública uma série de funcionalidades que podem potencializar o debate de temas de interesse público.

## PALAVRAS-CHAVE

**Comunicação Pública Digital; Comunicação Multimídia; Interesse Público.**

<sup>1</sup> Este artigo é resultante da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II do curso de Relações Públicas ênfase em Multimídia da Universidade Federal de Santa Maria.

<sup>2</sup> Graduada no curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas ênfase em Multimídia pela Universidade Federal de Santa Maria/ UFSM. E-mail: gabizanella@hotmail.com

<sup>3</sup> Professora Assistente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen. Doutoranda e Mestre em Comunicação Midiática pela UFSM. patricia.persigo@ufsm.br

## Introdução

O presente artigo tem como tema central a Comunicação Pública e sua relação com as ferramentas multimídias que são utilizadas em sites relacionados ao Governo Federal e, em particular, no site Plenarinho.

O site Plenarinho<sup>4</sup>, vinculado à Câmara dos Deputados, tem como objetivo criar um envolvimento maior por parte do público infantil, entre sete e 12 anos, com a Câmara dos Deputados. Por meio de uma linguagem acessível e lúdica, o portal explica como funciona o Poder Legislativo, proporcionando conhecimento acerca de política, democracia<sup>5</sup> e funcionamento do Estado. Este website oferece ainda subsídios para que as crianças desenvolvam o pensamento crítico e formem sua cidadania.

Alguns autores, como Elizabeth Pazito Brandão (2007), Jorge Duarte (2009) e Maria José da Costa Oliveira (2009), acreditam que o termo Comunicação Pública é ainda muito recente em caráter teórico como também prático. Em função disso, são poucos os conhecimentos que existem acerca do mesmo e assim torna-se difícil delimitar regras para o seu uso. A Comunicação Pública assume um caráter social e principalmente de transparência com a sociedade. Ela

<sup>4</sup> <http://www.plenarinho.gov.br/> acessado em 19 de dezembro de 2013.

<sup>5</sup> Utilizaremos o termo democracia, baseados nos estudos de Bobbio (1987) que define o termo como sendo empregado para designar uma das formas de governo na qual o poder político é exercido pelo povo.

é responsável por proporcionar ao cidadão todas as informações que lhe são de direito e que, de alguma forma, estão ligadas a ele, a fim de fomentar o debate sobre os assuntos que são pertinentes ao Governo e Estado; é o interesse público.

As novas possibilidades ofertadas pela internet facilitaram a comunicação entre empresas privadas e públicas com os seus públicos e a necessidade de informação fez com que as pessoas, cada vez mais, buscassem saber sobre os produtos e serviços que utilizam. Como o acesso à informação é direito do cidadão, também é regra que ele saiba o que é feito no contexto que lhe é próximo. Essa necessidade fez com que diversos portais ligados ao Governo fossem criados e que os mesmos fossem alimentados com as informações pertinentes. A necessidade de se criarem métodos de aprendizagem voltados para os pequenos cidadãos e que estejam relacionados a assuntos de cunho político encontra-se no fato de que serão os futuros eleitores e norteadores das decisões que envolvam Estado, Governo e Sociedade. Além disso, os índices de interesse em questões desse gênero por parte de crianças e jovens é muito baixo, como mostra a pesquisa feita pelo Jornal *Zero Hora*<sup>6</sup>, em que 92,2% não se interessam por assuntos relacionados à política, fato que reforça a necessidade da criação de novas formas de divulgação de informações relativas a questões dessa natureza.

Este artigo está estruturado em dois tópicos, sendo o primeiro relacionado com a Comunicação Pública, seus conceitos e perspectivas, através dos estudos de autores como Graça França Monteiro (2007), Jorge Duarte (2009), Margarida Kunsch (2009) e Maria

<sup>6</sup> Reportagem Especial: Querem e conseguem. Domingo, 26 de agosto de 2012. Página 4 e 5. Jornal Zero Hora.

Helena Weber (2007). No segundo, trataremos da Comunicação Pública e sua relação com os meios de comunicação digitais, apresentando as principais funcionalidades multimídias e princípios da arquitetura da informação, além de explicarmos a criação e funcionamento site Plenarinho. Fundamentamo-nos em autores como Monteiro (2007), Brandão (2007), Silva (2011), Saad (2009), Gosciola (2003), Mielniezuk (2003) e Nielsen (2000).

## Comunicação Pública.....

O termo Comunicação Pública é um dos mais debatidos assuntos entre estudiosos da Comunicação e, portanto, apresenta um conceito ainda em construção e não definido.

A expressão comunicação pública (CP) vem sendo usada com múltiplos significados, frequentemente conflitantes, dependendo do país, do autor e do contexto em que é utilizada. Tamanha diversidade demonstra que a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada. Pelo menos por enquanto, comunicação pública é uma área que abarca grande quantidade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção (BRANDÃO, 2007: 1).

Comunicação Pública é um termo que se tornou conhecido pelo seu uso e foi popularizado graças a esse mesmo motivo, porém ainda não recebeu atenção o suficiente para que fosse definido tanto teoricamente como na prática. Monteiro (2007) também analisa a utilização da expressão e afirma que

existem alguns termos dos quais

nos apropriamos sem nos deter para pensar em seu real significado. Eles aparecem, integram-se ao uso corrente e passam a compor o cotidiano das notícias e dos pronunciamentos de pessoas públicas, o material promocional de entidades diversas e as discussões promovidas pelos mais variados fóruns, tornando-se habituais em nossas conversas do dia-a-dia. Comunicação Pública é um desses termos (MONTEIRO, 2007: 33)

De forma contrária, Weber (2007) acredita que a Comunicação Pública expressa sua nebulosidade somente no momento em que deve se tornar exequível, dessa forma

é um conceito confortável porque sua liquidez serve a diferentes abordagens teóricas e sua complexidade só aparece no momento de sua exequibilidade. Insubstituível, tornou-se um termo utilizado pelas habilitações do campo comunicacional (relações públicas, marketing, jornalismo, comunicação), no sentido de entender ou justificar as interferências entre o público e o privado, entre a comunicação governamental e a política, a comunicação do terceiro setor e a sociedade, o marketing e a propaganda, etc. Especialmente quando se discute sistemas de comunicação, mídias, cuja criação e funcionamento dependem do Estado, governos, legislativos, sociedade e organizações diversas (WEBER, 2007: 24).

A infinidade de aplicações do termo e a falta de um conceito único possibilitam que a Comunicação Pública seja utilizada de diversas maneiras e como ferramenta para resultados relacionados a empresas tanto do setor público, como do privado. Com base em estudos bibliográficos, em *sites* e em cursos universitários, Brandão (2007) elencou cinco áreas que se identificam com a Comunicação Pública (CP): co-

municação organizacional, comunicação científica, comunicação do estado e/ou governo, comunicação política e comunicação comunitária.

A primeira área, Comunicação Organizacional/Institucional, identifica-se pelo fato de pensar o relacionamento entre a organização e os seus públicos internos de forma planejada e esclarecedora. Para Monteiro (2007: 37), a Comunicação Institucional “é a responsável direta [...] pela construção e formação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização”. Já a Comunicação Científica propõe o comprometimento nos estudos e descobertas sobre a vida do cidadão, o que envolve também os conhecimentos sobre atitudes e valores frente à Comunicação Pública. Ambas visam esclarecer e tornar visíveis questões públicas e consequentemente causar o interesse da sociedade em assuntos atuais e de cunho social.

Após esse caráter mais individual ao qual a CP relaciona-se, entramos nas três últimas áreas afins, as quais causam tanto comprometimento quanto confusão por parte da sociedade. São questões que aparecem no cotidiano e que inevitavelmente recebem prestígio ou negação, de acordo com as formas de pensar e de agir de cada cidadão e da maneira como ele relaciona-se com o contexto ao qual está inserido.

Sobre a Comunicação do Estado e/ou Governamental, Brandão (2007: 4) afirma que “esta é uma dimensão de comunicação pública que entende ser de responsabilidade do Estado e do Governo estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos”. Neste contexto, Comunicação Pública (CP) é entendida pelo fato de ser esclarecedora de todas as ações realizadas pelo Governo e o Estado, a fim

de possibilitar o reconhecimento desses projetos por parte dos cidadãos. Como ferramenta de comunicação, utilizam-se as mídias que alcancem o maior número de espectadores e, por fim, causar esclarecimento à opinião pública.

No mesmo sentido, a Comunicação Política identifica-se com a Comunicação Pública pelo caráter esclarecedor em relação à sociedade. É vista sob dois ângulos,

(1) a utilização de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos tanto dos governos quanto dos partidos; (2) as disputas perenes entre os proprietários de veículos e detentores das tecnologias de comunicação e o direito da sociedade de interferir e poder determinar conteúdos e o acesso a esses veículos e tecnologias em seu benefício (BRANDÃO, 2007: 6).

Neste item, fica clara a importância de que todos os cidadãos tenham direito ao uso dos meios de comunicação, como também da criação de informações pertinentes à sociedade. Ainda assim, a Comunicação Política, nesse exemplo, é relacionada ao trabalho feito com apelo partidário. Para Monteiro (2007: 38), a Comunicação Política está relacionada diretamente aos processos eleitorais, sendo, portanto, aquela praticada por candidatos e por partidos políticos, e dirigida aos seus eleitores.

Por fim, a Comunicação Comunitária e a Pública equiparam-se pelo fato de que a Comunicação Comunitária é uma das mais atuais formas de Comunicação Pública. A união de comunidades e membros do terceiro setor possibilitou que questões de cunho social passassem a ter maior visibilidade e, portanto, maior

engajamento da sociedade, buscando-se a democracia no uso de mídias tradicionais e digitais (MONTEIRO, 2007).

Fazendo uma análise de todas as áreas com que a Comunicação Pública identifica-se, podemos perceber que existe uma semelhança entre elas no que tange à criação de uma comunicação que visa o crescimento da democracia e a busca pela igualdade ao direito de comunicar e ser ouvido. A necessidade desse envolvimento com a sociedade fez com que empresas do setor privado, também atentassem com sua imagem pública e passassem a se preocupar com os desejos e opiniões dos cidadãos.

Exatamente pelo fato de muitas vezes o termo Comunicação Pública ser confundido com a prática realizada pelo Estado é que expressões como Comunicação Governamental, Comunicação Política, publicidade governamental ou propaganda política, tiveram suas nomeações substituídas a fim de unificar e definir o processo comunicativo feito pelo Estado e/ou Governo na nova realidade do país” (BRANDÃO, 2007: 9-10).

A importância de criar uma nomeação atual para esse tipo de comunicação dá-se pela necessidade de desvinculação com a prática que era feita historicamente no Brasil pelo fato de que, inicialmente, ela tinha um caráter publicitário e educativo ao invés de buscar informar a sociedade para a cidadania.

Nas palavras de Weber (2007: 24), “CP é constituída pela abordagem e circulação de temas vitais à sociedade, ao Estado e à política, vinculados a decisões só possíveis na representação política e na esfera dos poderes públicos”.

Responsável por promover o debate de temas vitais, a CP recebeu maior reconhecimento a partir do

uso dos meios digitais de comunicação, que se apresenta na forma mais conhecida através da internet e de todas as ferramentas que proporciona. Para tanto, no próximo tópico, discorreremos sobre a Comunicação Digital como fomentadora da Comunicação Pública.

## **C**omunicação Digital Como Fomentadora Da Comunicação Pública

A crescente difusão da internet fez com que diversas ferramentas de comunicação surgissem e possibilitassem uma maior divulgação de informações em espaços geográficos mais distantes. Além disso, essas ferramentas despertaram grande interesse por parte de empresas privadas e do setor público.

Cada vez mais, a informação como matéria-prima da comunicação se constitui em um único sistema, digitalizado e intangível, que surge diante das telas das redes de computadores e dos dispositivos móveis de colaboradores de uma organização, sem restrições de fronteiras, de geografia e de culturas (SAAD, 2009: 318).

Essa citação legitima o fato de que com a contemporaneidade e a expansão dos meios digitais, as informações são repassadas de forma mais fácil e com maior amplitude, o que tem relação com a criação de uma democracia que atenda as necessidades de todos. Nesse sentido, temos que

Desde os anos 90, o desenvolvimento e a popularização de dispositivos digitais de comunicação têm desafiado as democracias contemporâneas a explo-

rarem novas formas de conexão política com seus cidadãos. A utilização da internet pelo Estado, principalmente através de sites e portais oficiais, se tornou algo generalizado e se configura hoje como principal vetor de informação da esfera governamental para a esfera civil (SILVA, 2011: 123).

De acordo com Silva (2011), podemos entender que a utilização de portais e sites governamentais passou a ter mais importância dentro das diversas formas de comunicação entre os poderes constituídos e os cidadãos. A internet possibilita essa nova forma de comunicar e facilita a divulgação de questões que anteriormente não eram reconhecidas por todos. O contexto digital impulsionou o surgimento de um novo tipo de comunicação que apresenta um diferencial presente na questão digital.

A Comunicação Digital pode ser definida através do uso das tecnologias digitais de informação e comunicação (TICs) e de todas as ferramentas delas decorrentes a fim de facilitar o processo de disseminação de informações e a comunicação como um todo (SAAD, 2009: 321).

Para Silva (2011), existem três requisitos para que a Comunicação Digital cumpra seu papel democrático em sites governamentais: publicidade, responsividade e porosidade. O primeiro estaria ligado ao fato de tornar todas as informações do Estado visíveis ao povo e, assim, propiciar a criação de um debate público sobre essas questões. O segundo relaciona-se com a possibilidade de o Estado dialogar com o cidadão, ou seja, considerar algo ou alguém responsivo significa dizer que há algum nível ou grau de diálogo, no

qual uma parte demanda resposta e a outra providencia-a. O último requisito, e não menos importante, busca tornar a comunicação feita pelo Estado mais aberta à opinião da sociedade. A porosidade dá abertura ao cidadão na divulgação de suas necessidades e interesses perante as questões públicas.

Além desses três requisitos básicos, é de fundamental importância que a criação de uma Comunicação Digital esteja de acordo com os preceitos e valores da organização como também busque de forma eficaz, abordar maior parte de seu público alvo. De nada adianta serem criadas estratégias de comunicação que não condizem com o perfil da organização ou então que não possuam afinidade com os públicos a que se destinam (SAAD, 2009: 329).

Nesse sentido, Weber (2009: 13) acredita ser necessário relacionar a Comunicação Pública ao interesse público e pensar estrategicamente em temas que estejam vinculados ao direito e responsabilidades asseguradas pelo Estado e pelos governos democráticos eleitos pelos representantes da sociedade.

## **S**ite Plenarinho.....

Para conhecer o site Plenarinho e sabermos como ele foi criado, utilizamos as informações encontradas no mesmo, na seção “Quem Somos”. As demais informações também foram encontradas no sítio pela análise feita em todas as seções em que o mesmo subdivide-se. Além disso, tivemos acesso a um artigo elaborado pela coordenadora e pela editora chefe do Portal, onde o mesmo é descrito em todas

as suas instâncias.

O portal Plenarinho do endereço <http://www.plenarinho.gov.br/>, é o principal canal de interação entre a Câmara dos Deputados e o universo infantil (crianças de sete a 12 anos, além de pais, professores e educadores). Por meio de uma linguagem acessível e lúdica, o portal informa sobre o Poder Legislativo - elaboração de leis e atuação parlamentar -, política, democracia e organização do Estado.

A Turma do Plenarinho<sup>7</sup>, composta de sete simpáticos personagens, foi criada para facilitar a identificação com o público infantil. Além de fornecer conteúdo para pesquisas escolares sobre temas diversos, o site oferece ainda subsídio para que as crianças desenvolvam o pensamento crítico e formem sua cidadania. Tem como objetivos proporcionar um instrumento de comunicação dinâmico para que crianças de todas as regiões do País possam conhecer o papel da Câmara dos Deputados e do Poder Legislativo brasileiro, trabalhando conceitos básicos de cidadania e direitos sociais, incentivando a formação de valores sociais e humanos.

Este site nasceu da iniciativa de funcionários da Câmara dos Deputados e, para desenvolver o projeto, foi formado um grupo constituído servidores de várias áreas. Em agosto de 2004, o Plenarinho foi lançado simultaneamente em 26 escolas públicas do País. Em setembro de 2006, o sítio foi transformado em portal, fruto da reformulação dos conteúdos apresentados, formas de navegação, linguagem textual e visual e ferramentas de interação com as crianças.

Criado também para servir como apoio às ati-

<sup>7</sup> Encontrado no link: <http://www.plenarinho.gov.br/quem-somos>. Acesso em: 15 de maio de 2013.

vidades em sala de aula, o Plenarinho tem onze seções fixas: Câmara, Deputados, Notícias, Cidadania, Brasil, Educação, Ecologia, Saúde, Sala de Leitura, Diversão, Seu Espaço e Câmara Mirim.

Em todas as seções, temos espaços chamados “Com a Palavra” e “Reportagens Publicadas”. “Com a Palavra” são artigos de especialistas sobre determinado assunto. “Reportagens publicadas” são reportagens mais elaboradas, que merecem também um destaque na página principal. Concomitante a esses conteúdos, temos diversas ferramentas multimídia que colaboram na propagação da mensagem do portal. A seguir, comentamos sobre elas.



P. exp. fig 1 – Home Page antiga do Site Plenarinho.

De acordo com Nielsen (2007), um site deve ser projetado para ter um alto grau de usabilidade. Para o autor, a usabilidade significa:

a rapidez com que os outros usuários podem aprender a usar alguma coisa, a eficiência deles ao usá-la, o quanto lembram daquilo, seu grau de propensão a erros e o quanto gostam de utilizá-la (NIELSEN, 2007: 16).

## Funcionalidades Multimídia.....

A crescente proliferação de websites a partir do uso da internet fez que com estudiosos voltassem seus esforços a questões relacionadas ao bom funcionamento dos mesmos e a sua eficácia frente ao público alvo. Nesta seção, deter-nos-emos em uma análise dos principais elementos da home page do site Plenarinho. O primeiro ponto a ser analisado é a mudança recente de utilização desse espaço que, anteriormente, possuía uma visão mais ampla de todos os conteúdos encontrados na plataforma e que agora usa um painel principal que direciona o usuário ao interior do site, conforme as figuras 1 e 2.

Na plataforma Plenarinho, encontramos a primeira facilidade de usabilidade no endereço do mesmo: [www.plenarinho.gov.br](http://www.plenarinho.gov.br), pois é bastante objetivo e remete ao nome do mesmo. Na home page, de acordo com o que nos mostra a figura 2, deparamo-nos com um cenário bastante colorido, onde está presente toda a turma Plenarinho e, inclusive, uma imagem do Congresso Nacional que é o foco de todo o site.



P. exp. fig 2 – Home Page atual do Site Plenarinho.

Na leitura feita na internet, é comum encontramos palavras grifadas com cores diferentes no decorrer dos textos. O conjunto formado por essas palavras-chave chama-se Hipertexto. Para Kilian (apud GOSCIOLA, 2003), o hipertexto faz referência a outros textos e possibilita que o internauta vá ao encontro deles. De acordo com os conceitos explanados acima, na *home page*, podemos encontrar exemplos de hipertextualidade através de ícones representados pelas imagens da turma do Plenarinho.

Ao passarmos o mouse por qualquer das figuras, aparece uma pequena janela nomeada “Destaque março 2013”, que serve como legenda do local para onde iremos ser direcionados se clicarmos em qualquer figura daquele primeiro cenário. A partir do

clique somos direcionados a outra página, de acordo com a figura 3, nomeada como “Plenarinho em defesa dos animais” que apresenta uma pequena introdução falando sobre os direitos dos animais e, em seguida, uma história em quadrinhos sobre a vida de um gato que sofre maus tratos. Dentro desse texto, existe a possibilidade de entendermos o significado de algumas palavras ou expressões chave que têm relação com o conteúdo da matéria.



P. exp. fig 3 – Página para a qual o usuário é destinado ao clicar nos ícones de imagens da turma Plenarinho.

Pela prática do hipertexto, esses elementos em evidência são explicados em outras páginas pertencentes ao site. Além disso, ao movimentarmos a barra de rolagem, encontramos ícones com imagem e texto de forma aleatória que, ao serem clicados, remetem-nos aos conteúdos existentes no interior do mesmo, conforme a figura 4.



P. exp. fig 4 – Palavras e frases destacadas no desenvolver do texto.

Diante dos conhecimentos adquiridos sobre a Comunicação Pública e seus formatos na práxis, uma das principais constatações acerca de seu uso é que ela deve ser destinada a todos os públicos pertencentes a uma sociedade de forma que é a partir dessa comunhão que se criam os aspectos mais democráticos dentro do Estado como um todo. No caso do portal Plenarinho, acreditamos que ele busque proporcionar esse envolvimento com questões públicas desde as menores idades, pois esses são os futuros cidadãos e eleitores. A preocupação da Câmara dos Deputados em criar um meio de comunicação viável ao público infantil é percebida em detalhes multimídia e de usabilidade encontrados no decorrer de todo o site, como o uso de hiperlinks, jogos, vídeos e imagens. Dessa forma, podemos perceber, de uma maneira muito clara, a contribuição que a Comunicação Di-

gital trouxe para a Comunicação Pública, pois, dessa forma, além de as estratégias alcançarem um maior número de pessoas, ela torna-se mais interativa e de fácil acesso.

## Considerações Finais.....

A partir dos estudos juntamente com a análise feita no site, constatamos que o mesmo responde a maioria dos quesitos para configurar-se como uma ferramenta de Comunicação Pública. De acordo com o que teorizamos, a CP é responsável por promover o debate de temas vitais, passando a ter um caráter educativo, apresentando e impulsionando os cidadãos a pensarem de uma forma mais crítica e a partir desse senso crítico poderem debater os assuntos pertinentes à sociedade. As informações encontradas na plataforma procuram educar e transformar o pensamento dos pequenos cidadãos de maneira que eles cresçam envolvidos por esses assuntos e que, quando alcançarem a idade para exercerem seu papel de cidadão, sintam-se qualificados para fazerem suas escolhas em relação à eleição de seus representantes, como também na defesa de valores e ideais próprios.

O cenário atual configurou-se de tal forma que se torna imprescindível o uso de meios digitais e o manuseio de ferramentas que agreguem essas novas possibilidades. Também a comunicação buscou atualizar-se nesse contexto, de forma que todos pudessem ter o direito, de além de receptor, tornar-se um emissor de informações.

Além de ser um mecanismo de comunicação dinâmico, que apresenta diversas formas de interação, o Plenarinho exhibe seus conteúdos organizados de

uma forma fácil, favorecendo a busca por parte dos usuários que utilizam a plataforma. Todas essas qualificações promovem a plataforma e fazem com que o usuário sinta a necessidade de usufruir daquelas informações, fidelizando relacionamentos e tornando, como consequência, o uso habitual da ferramenta digital tanto para a busca de informações como para entretenimento, no caso da utilização dos jogos e demais ferramentas multimídias.

A Comunicação Pública surge a partir dessa busca pela democratização da informação e proporciona esse envolvimento da sociedade e de seus cidadãos. O interesse por compreender de forma mais efetiva como funciona esse novo estilo de comunicação foi o grande impulsionador para a realização deste artigo.

Com o envolvimento da teoria e prática, procuramos criar um conhecimento mais abrangente e que nos possibilite saber analisar e diferenciar as inúmeras estratégias utilizadas em processos de Comunicação Pública, tanto em mídias digitais como nas tradicionais. Através disso, criar um conhecimento que nos propicie não só tornarmos cidadãos conscientes como também profissionais de Relações Públicas críticos e éticos, que saibam criar estratégias que alcancem todos os públicos com quem teremos que nos relacionar a fim de legitimar organizações tanto do setor privado como do público.

Foi na integração de interesses e objetivos que o projeto tornou-se viável. E, esta integração é uma das funções do profissional de Relações Públicas. Por isso, este projeto motivou-nos a continuar a caminhada e aliar cada vez mais a teoria e a prática.

## Referências

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

DA COSTA, Ana Cláudia Ellery Lustosa. DE MELO, Adriana Magalhães Alves. Plenarinho: o jeito criança de ser cidadão. Artigo para Revista Prisma. 2010.

DUARTE, Jorge (organizador). Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para novas mídias. São Paulo: Editora Senac São Paulo. 2003.

HOA, Loranger. NIELSEN, Jakob. Usabilidade na Web. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MAFRA, Renan. Mídia, Comunicação estratégica e espaços de visibilidade pública. In: Entre o espetáculo, a festa e a argumentação-mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo horizonte: Autêntica, 2006.

MONTEIRO, F. G. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (organizadora). Comunicação Pública. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

SAAD, Elizabeth. Comunicação Digital e novas mídias institucionais. In: KUNSCH, Margarida. Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

SILVA, S.P. (2011). Exigências democráticas analíticas para a interface digital do Estado. In: ROUSILEY, C. M. M.; GOMES, W.; ARQUES, . P. J. A. Internet e participação política no Brasil. Porto Alegre: Sulina. (p. 123-146).

WEBER, Maria H. Comunicação Pública. In: Mídia com Democracia. Revista do Fórum Nacional pela democratização da comunicação. Janeiro, 2009, nº 8.

\_\_\_\_\_. Na comunicação pública, a captura do voto. In: Logos 27: Mídia e democracia. Ano 14. 2º semestre, 2007.