

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
CONTEMPORÂNEA**

Aline Reinhardt da Silveira

**A COMUNICAÇÃO PÚBLICA A SERVIÇO DA TRANSPARÊNCIA
PÚBLICA NA INTERNET: ESTUDO EM PORTAIS DE
UNIVERSIDADES FEDERAIS**

Porto Alegre

2012

Aline Reinhardt da Silveira

**A COMUNICAÇÃO PÚBLICA A SERVIÇO DA TRANSPARÊNCIA
PÚBLICA NA INTERNET: ESTUDO EM PORTAIS DE UNIVERSIDADES
FEDERAIS**

Trabalho de conclusão de curso de Especialização, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Administração Pública Contemporânea.

Orientadora: Profa. Dra. Liane Rockenbach Tarouco

Porto Alegre

2012

Aline Reinhardt da Silveira

**A COMUNICAÇÃO PÚBLICA A SERVIÇO DA TRANSPARÊNCIA
PÚBLICA NA INTERNET: ESTUDO EM PORTAIS DE UNIVERSIDADES
FEDERAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Especialização em Administração Pública Contemporânea da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de especialista em Administração Pública Contemporânea.

Aprovado em 12 de janeiro de 2012.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.

Prof

“A comunicação pública é, ela própria, uma missão do serviço público”

Pierre Zémor

RESUMO

O presente trabalho explora a relação da comunicação pública e a transparência pública na Internet, utilizando portais de universidades federais brasileiras como exemplo sobre a disponibilização de informações e prestação de contas à sociedade nos termos da legislação vigente sobre transparência pública. Analisa como a comunicação pública, com suas ferramentas e estratégias, pode auxiliar neste processo, atuando como facilitadora e decodificadora das informações que devem ser disponibilizadas. Pela análise das evidências coletadas utilizando-se procedimentos metodológicos de estudo qualitativo descritivo e da netnografia, percebe-se que, apesar do cuidado com o cumprimento à legislação na publicação e oferta de relatórios e documentos que dão conta dos gastos e investimentos do órgão público, ainda são pouco comuns iniciativas que utilizam ferramentas de comunicação social – como notícias, artigos, multimídia etc. – para facilitar o acesso, o interesse, a distribuição e, acima de tudo, a compreensão e o entendimento efetivos por parte da sociedade das informações que são disponibilizadas.

Palavras-chave: comunicação pública; transparência pública; portal institucional; Internet.

ABSTRACT

The present work explores the relation between public communications and public transparency in the Internet, using federal Brazilian universities websites as examples of information availability and accountability in the terms of the present legislation about public transparency. It analyses how public communications, with its tools and strategies, can help with this process, acting as both facilitator and decoder of the information that must be available to society. Despite the efforts to fulfill legislation requirements on the publication of reports and documents about institutional expenses and investments, initiatives that use Social Communications tools – such as news, articles, multimedia etc. – to facilitate and stimulate access, interest, distribution, comprehension and effective understanding by society, are still rare. That could be perceived by considering the evidences collected through the websites interpretative analysis, using categories that emerged from the theoretical referential.

Key-words: public communications; public transparency; institutional websites; Internet.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Reprodução de www.ufrgs.br	32
Figura 2	Reprodução de www.ufsm.br	33
Figura 3	Reprodução de www.uff.br	33
Figura 4	Reprodução de www.uff.br	34
Figura 5	Reprodução de www.ufba.br	35
Figura 6	Reprodução de dois momentos de exibição de www.furg.br	35
Figura 7	Reprodução de http://www.transparencia.ufam.edu.br	37
Figura 8	Reprodução de www.portaltransparencia.gov.br	37
Figura 9	Reprodução de stae.ufsc.br	39
Figura 10	Reprodução de http://tp.paginas.ufsc.br	40
Figura 11	Reprodução de https://www.ufba.br/transparencia-ufba	40
Figura 12	Reprodução de http://www-nt.ufms.br/news/view/id/1078	44
Figura 13	Reprodução de http://www-nt.ufms.br/news/view/id/1550	45
Figura 14	Reprodução de http://www-nt.ufms.br/news/view/id/1543	46
Figura 15	Reprodução de http://www-nt.ufms.br/news/view/id/704	47

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	8
1	INTERNET: UM NOVO MEIO PARA A COMUNICAÇÃO PÚBLICA..	10
1.1	INTERNET	11
1.2	COMUNICAÇÃO PÚBLICA, COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E TECNOLOGIA	13
1.2.1	Comunicação Social nas organizações e tecnologia: o contato direto com o público	17
2	TRANSPARÊNCIA PÚBLICA	23
2.1	DADOS DO SERVIÇO PÚBLICO NA INTERNET	27
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	31
4	PORTAIS INSTITUCIONAIS E A TRANSPARÊNCIA: EXEMPLOS DE USOS	32
4.1	RELATÓRIOS E PÁGINAS PRÓPRIAS	38
4.2	COMUNICAÇÃO SOCIAL E O APOIO À TRANSPARÊNCIA	41
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca discutir o papel da comunicação social, mais especificamente da comunicação pública, na divulgação de informações de órgãos públicos e prestação de contas à sociedade, processo conhecido como transparência pública, imerso em um contexto dominado pela tecnologia e pelo uso da Internet. Para tanto, questiona-se, como a comunicação pública atua na promoção da transparência pública por meio da Internet.

Considera-se que a transparência pública depende não só da abertura e disponibilização de dados e informações, mas também da efetiva compreensão do que está disponibilizado por seu receptor, a sociedade (Ferreira, 2010; 2007). Ter acesso às informações de forma compreensível e didática dá poder ao cidadão e o incentiva a participar da tomada de decisão e do controle e fiscalização dos gastos públicos, objetivo primordial das iniciativas de transparência. A Internet aparece aqui como meio de comunicação promissor para a realização desse objetivo, tendo em vista o impacto social, cultural e econômico já produzido em nossa sociedade (Castells, 2003 ; Lemos, 2002) e as profundas mudanças provocadas na comunicação social e na comunicação organizacional e pública (Duarte, 2010).

O objetivo geral do trabalho é identificar, por meio de exemplos, e baseado na revisão bibliográfica apresentada, como se dá o tratamento da transparência pública em portais institucionais de universidade federais brasileiras na Internet, à luz da comunicação pública e do uso das novas tecnologias. Especificamente, (1) objetiva-se identificar se são atendidas e de que forma são atendidas as exigências de disponibilização de dados relativos à transparência pública estabelecidas pela Portaria Interministerial nº 140, que regulamenta a questão no Brasil; (2) identificar as formas de prestação de contas à comunidade utilizadas pelas instituições em seus portais institucionais (relatórios, notícias, campanhas etc.), e ainda (3) buscar exemplos de uso dos portais como ferramentas para a gestão estratégica da comunicação no que se refere à transparência pública.

Dessa forma, o presente trabalho aborda brevemente o histórico de formação da Internet e o impacto que seu desenvolvimento e apropriação têm em nossa sociedade, bem como discute seus potenciais para auxiliar na retomada de uma esfera pública de discussão e tomada de decisão. Posteriormente, discute-se a comunicação pública, seu conceito, seu histórico de desenvolvimento no Brasil, suas intersecções com a comunicação organizacional e,

principalmente, sua relação com a tecnologia. A partir disso, o texto aborda as possibilidades que a comunicação pública por meio da Internet tem para contato direto com seus públicos, tendo diminuída a dependência a intermediários, como jornais e revistas, nesse fluxo comunicacional entre Estado e cidadão.

Em um segundo capítulo, aborda-se a transparência pública, seu contexto, seus conceitos e prerrogativas, bem como as diretrizes legais para disponibilidade de dados e informações de órgãos públicos no Brasil pela Internet. Por fim, discutem-se os objetivos do trabalho por meio de exemplos coletados de sites e portais de universidades federais brasileiras que se enquadram na legislação atual sobre transparência pública, e analisam-se as práticas adotadas, bem como a diversidade de estratégias de disponibilização de informações concernentes à transparência pública.

1 INTERNET: UM NOVO MEIO PARA A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Se uma sociedade pode ser caracterizada por um meio de comunicação amplamente utilizado, a sociedade atual certamente pode ser caracterizada pela Internet. Seu advento e consolidação impactou a forma como nos comunicamos, como consumimos e como produzimos, com reflexos desde as relações pessoais até a economia global. E este meio a um mesmo tempo massivo e interpessoal está baseado em um dos capitais mais valorizados na atualidade: a informação (Castells, 2003; Lemos, 2002). A Internet se tornou uma ferramenta eficaz na busca e difusão de informações de todos os tipos, e saber procura-la – ou escondê-la – pode ser a diferença entre o sucesso ou o fracasso de qualquer projeto de qualquer natureza. Ter acesso às informações de forma rápida, barata ou até mesmo gratuita, com qualidade e precisão, tornou-se uma necessidade cada vez mais pungente, e quando tratamos de informações oriundas de órgãos públicos tratamos também de um direito e do exercício da cidadania.

A informação pública é um bem público que deve estar acessível e ser estimado por todos os cidadãos. É por meio da informação sobre os atos, contas e fatos da administração pública que a sociedade civil pode tomar conta de seu papel fiscalizador do poder público e promover as mudanças sociais as quais julgar necessárias, pois estará embasada nessas informações (Batista, 2010). Ter acesso às informações envolve questões que vão além do acesso físico, e envolvem a transparência e a compreensão sobre o que é publicado pelos órgãos públicos. A transparência, em seu sentido amplo, envolve, portanto, o meio de acesso às informações, a possibilidade de compreensão dessa informação pelo cidadão comum e a divulgação e distribuição dessa informação.

Para compreender como a Internet pode auxiliar a transparência na divulgação de informações de órgãos públicos e na informação aos cidadãos, o capítulo abordará as características que a Internet desenvolveu desde suas origens, bem como o uso que a comunicação pública faz deste meio de comunicação, e como o advento desta tecnologia modificou procedimentos e paradigmas deste campo da comunicação. No segundo capítulo se discutirá os conceitos de transparência pública, e os capítulos finais tratam dos procedimentos metodológicos e os resultados dos exemplos de comunicação da transparência pública em sites de universidades federais brasileiras.

1.1 INTERNET

Apesar de ter se tornado um meio acessível para uso comercial e para fins não acadêmicos apenas em 1995 (Castells, 2003), a história da Internet vem sendo construída desde a década 1960, numa caminhada que congrega a ciência, a pesquisa militar e a cultura da liberdade em um mesmo resultado (Castells, 2003). O embrião do que hoje chamamos Internet foi a rede de computadores Arpanet, montada pela ARPA (Advanced Research Projects Agency), agência de pesquisa do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, que tinha o intuito de construir uma rede descentralizada capaz de continuar operacional mesmo que parte dela fosse destruída em um ataque.

Em 1983, é criada a MILNET, uma rede exclusivamente militar nascida da preocupação com brechas na segurança, e a Arpanet passa a ser a ARPA-INTERNET, totalmente destinada à pesquisa. Em 1990, já sob tutela da National Science Foundation (NSF) – que em 1984 havia criado sua própria rede (NSFNET) e se apropriado da ARPA-INTERNET como infraestrutura física –, a rede se libertou do ambiente militar, e a NSF iniciou a privatização da Internet. Outro fator que acelerou o crescimento da rede foi a decisão do Departamento de Defesa dos Estados Unidos em comercializar a Internet já na década de 1980, ao financiar fabricantes de computadores daquele país para que incluíssem o TCP/IP em seus protocolos. Dessa forma, relata Castells (2003), na década de 1990 a maioria dos computadores norte-americanos era capaz de entrar em rede. Manuel Castells (2003) atribui, também, ao projeto original da Arpanet, de caráter descentralizado, em múltiplas camadas e com protocolos de comunicação abertos, a possibilidade de expansão da Internet.

Se em sua arquitetura a Internet é descentralizada e aberta, em seu uso ela não é diferente. Desde o início, a Internet se mostrou um campo colaborativo e aberto para discussões. Nas primeiras experiências de interconexão de computadores pessoais (PCs) no final da década de 1970, nos Estados Unidos, sistemas de quadros de aviso (Bulletin Board System - BBS) permitiam que usuários de diferentes PCs se comunicassem.

Entretanto, é importante ressaltar que nas duas primeiras décadas de desenvolvimento e crescimento da rede que seria a Internet, apenas usuários altamente capacitados tinham acesso ou condições de utilizar as redes de comunicação entre computadores. É o desenvolvimento da *world wide web* (www), ou simplesmente Web, em 1990, por Tim Berners-Lee (então funcionário do conceituado centro de pesquisa europeu CERN), que facilita e impulsiona a utilização da Internet no mundo todo (Castells, 2003). O software desenvolvido por Berners-Lee, que roda sobre camadas anteriores da Internet, passou a permitir acessar e acrescentar informações de e para qualquer computador. O usuário comum passa, então, a ter acesso à rede por meio de programas de navegação na Internet, que permitem navegar entre as “localidades” da Web – em geral, os chamados sites –, bem como facilitou a democratização da publicação de conteúdo por diferentes usuários.

Esse novo meio, que surge a partir de computadores que funcionam como nós interconectados de uma grande, descentralizada e flexível rede, rompe o paradigma de outros meios de comunicação que, até então, permitiam a comunicação de um para um, como o telefone, ou de um para muitos, como ocorre nas mídias tradicionais como a TV e o rádio. Na Internet, muitos se comunicam com muitos, num modelo em que predomina a livre circulação de mensagens, não mais editadas por um centro coletor e distribuidor e limitadas pelo espaço editorial (Lemos, 2002). “Diante de uma sociedade massificada (pouca informação com redundância), passa-se a uma sociedade informacional, prevalecendo-se o fluxo de uma quantidade gigantesca de informações” (LEMOS, 2002, p.85).

Esse fluxo incontrolável de informações e as conexões que os atores sociais estabelecem forma, atualmente, redes sociais com potencial para reestabelecer um espaço de discussão e ação públicos conhecido como esfera pública (no sentido apresentado por Habermas, 1984). Nessa ágora virtual, a atuação de atores públicos (governos, governantes, organizações) não é mais uma opção, e sim uma necessidade de aproximação e conexão com a sociedade para a qual e pela qual governa.

Conforme ressaltava Ferreira (2007, p.2),

A sociedade da informação (...) se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição da

informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O relacionamento entre as comunidades internas e externas das organizações também se modificou bastante com a chegada da chamada sociedade da informação, conforme a autora, e isto alterou também a realidade da comunicação nas organizações. Atender melhor o cidadão, de forma a trazê-lo para a esfera pública (Ferreira, 2007), acompanhando o desenvolvimento da sociedade para melhor servi-la, é um dos principais desafios da gestão pública atual. A comunicação, em sua posição estratégica para a tomada de decisão e em sua capacidade de dar sentido às informações e dados de forma mais ampla, é fundamental.

1.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA, COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E TECNOLOGIA

Em uma sociedade em que a informação é vista como um bem e que as principais inovações voltam-se à forma como informações são trocadas, obtidas, difundidas e utilizadas, a comunicação torna-se elemento essencial no processo. Comunicar-se é parte essencial da vida no século atual, e as organizações, sejam elas públicas ou privadas, buscam acompanhar – quando não liderar – este movimento. Avanços tecnológicos são o centro desta questão, com o advento da Internet e todas as outras ferramentas que nela se baseiam, como as redes sociais, que nos permitem conexão e mobilidade ao mesmo tempo.

Entretanto, antes de abordar o impacto da tecnologia na comunicação pública, cabe definir a acepção de comunicação que será utilizada. Brandão (2006), em seu trabalho sobre os usos e significados do conceito de Comunicação Pública, traz cinco acepções de conceitos que se identificam com a Comunicação Pública: a Comunicação Organizacional; a Comunicação Científica; a Comunicação do Estado e/ou a Comunicação Governamental; a Comunicação Política; e como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. Para a autora, todas estas interpretações culminam em uma interpretação bastante utilizada hoje no Brasil, e que sintetiza.

dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Pública é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania. (BRANDÃO, 2006, p.10).

A autora faz uma ressalva a respeito do viés da Comunicação Organizacional, alertando que esta acepção, conforme visto a seguir, não compõe o conceito de Comunicação Pública trabalhado. Contudo, ao decorrer do presente trabalho, aliaremos o conceito de comunicação organizacional ao de comunicação pública.

Para melhor compreender esta composição de acepções que alcança a ideia de comunicação pública, é resumida a seguir a diferenciação feita por Brandão (2006) das cinco identificações que o termo encontra no Brasil e no mundo.

1º. Comunicação Pública identificada com Comunicação Organizacional

Brandão (2006, p. 1) afirma que a “comunicação organizacional estuda e trabalha a análise e a solução de variáveis associadas à comunicação no interior das organizações e entre elas e seu ambiente externo”. Para tanto, trata a comunicação de forma estratégica e planejada com vistas a relacionar-se com os diferentes públicos e construir identidade e imagem da instituição. Seu uso aproximado ao de comunicação pública aparece, conforme a autora, no meio acadêmico tanto na América Latina quanto nos Estados Unidos, no sentido em que esta concepção vê a comunicação organizacional como pública devido ao fato de que ela se relaciona com diferentes públicos.

2º. Comunicação Pública identificada como Comunicação Científica

Brandão (2006, p.3) destaca que a atuação da comunicação científica hoje tem como grande objetivo “criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas em sociedade”. No Brasil, este ramo tem longa história com a divulgação agrícola e de saúde pública, e relaciona-se com a comunicação pública na medida em que o papel social da ciência torna-se uma preocupação na produção e na difusão científica, ultrapassando o limite dos pares dos pesquisadores, com foco no seu impacto na vida da sociedade.

3º Comunicação Pública identificada com Comunicação do Estado e/ou Governamental

É a “dimensão da Comunicação Pública que entende ser de responsabilidade do Estado e do Governo estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos.” (BRANDÃO, 2006, p.5). Nesta concepção, a comunicação pública trata do processo comunicativo realizado pelas instâncias que trabalham com a informação voltada para a cidadania (como órgãos governamentais, organizações do Terceiro Setor e instâncias de poder do Estado). A concepção é corroborada pelo fato de ser a comunicação nestas instâncias instrumento de construção da agenda pública, e seu trabalho é direcionado para a **prestação de contas**, o **estímulo para o engajamento** da população nas políticas adotadas e o **reconhecimento das ações** promovidas.

Brandão (2006, p.6) explica: “Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público”.

4º Comunicação Pública identificada com Comunicação Política

A autora do texto considerado como referência afirma que há dois enfoques para se considerar a aproximação entre os dois conceitos: o primeiro diz respeito ao uso de técnicas e instrumentos da comunicação para expressar publicamente ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto por parte dos governos quanto dos partidos. O segundo enfoque relaciona-se com o fundamento do direito à comunicação; as disputas entre os proprietários de veículos e detentores de novas tecnologias de comunicações e o direito da sociedade em interferir em conteúdos e ter acesso a esses veículos e tecnologias, com benefício à sociedade como um todo e não a grupos, indivíduos e empresas. Aqui, fala-se de Política de Comunicação, e a capacidade do Estado de gerir as questões de telecomunicações e políticas públicas de comunicação.

5º Comunicação Pública identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada

Por este viés, compreende-se a prática da comunicação “a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade” (BRANDÃO, 2006, p.8). O conceito de Comunicação Pública aqui se refere à prática democrática e social da comunicação, muito encontrada em práticas comunitárias e dos movimentos sociais, descompromissada com a indústria midiática e ligada intrinsecamente com o

cotidiano das populações as quais estão voltadas e a suas práticas políticas, considerando sua realidade, prioridades, linguagem e estética.

Como visto, estes conceitos convergem para um entendimento de Comunicação Pública como processo comunicativo entre o Estado, o governo e a sociedade no Brasil, afirmando-se cada vez mais dentro da ideia de **informação e construção de cidadania**, e este é o conceito a ser utilizado no presente trabalho. O desenvolvimento desta visão tem razões e condições relacionadas às transformações no cenário político do Brasil e da região da América do Sul como um todo, com a redemocratização e a formação de rede de pesquisadores e o intercâmbio de ideias e bibliografias.

Pierre Zémor (1995, p.5ª apud Brandão, 2006), em livro considerado por Brandão um dos principais para o desenvolvimento do estudo da comunicação pública no Brasil, resume o entendimento da área:

a Comunicação Pública é a comunicação formal que diz respeito à troca e a partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas.

Zémor (2009, p. 214) afirma que a Comunicação Pública é “encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo capazes de tornar um serviço desejável e preciso”, além de apresentar os serviços oferecidos pela administração e de tornar as próprias instituições conhecidas. Para Zémor, historicamente o poder público civilizado acumula dados e decisões que afetam a vida dos cidadãos, e por esse motivo cabe ao serviço público tornar essas informações conhecidas, “de fornecer permanentemente as regras do jogo coletivo (o quadro legal e os procedimentos) e de prestar contas dos atos de utilidade pública” (ZÉMOR, 2009, p.215).

Atualmente, a comunicação pública, o direito à informação e o contato direto com o público ganha novas possibilidades com o advento da Internet. Sua popularização e democratização, bem como, conforme visto anteriormente, a facilidade de produção de conteúdo, publicação e distribuição por este meio cria um ambiente propício para o contato direto entre a comunicação pública, os órgãos públicos, e a sociedade, modificando o papel dos intermediários desta comunicação, conforme será discutido a seguir.

1.2.1 Comunicação Social nas organizações e tecnologia: o contato direto com o público

Nas organizações públicas, a tecnologia atua como ferramenta que auxilia a aproximação da sociedade à gestão pública, e que auxilia a gestão da comunicação como um todo. Conforme Ferreira (2007, p.3), “a gestão da comunicação na esfera pública pode ser explicada pela administração de conflitos, da diversidade e da cooperação entre os públicos e a necessidade de uma gestão de relações entre a esfera pública e a esfera privada”.

Torquato (2002, apud Ferreira,) diferencia a Comunicação Social das outras formas de comunicação existentes nas organizações: cultural, administrativa e de sistema de informações. A Comunicação Social caracteriza-se pelos processos que envolvem as áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade, editoração e marketing. Portanto, a gestão da comunicação, nesta perspectiva, envolve “analisar tendências, assessorar o poder de decisão, realizar diagnósticos, prognósticos, planejar e implementar programas de comunicação que tenham como diretriz o sistema organizações-público” (SIMÕES, 2001, p.36, apud FERREIRA, 2007, p.4). Esse assessoramento aumenta a eficácia e a eficiência do processo de decisão por meio dos gestores, e reforça a posição estratégica da comunicação.

Os gestores devem ter em mente que a natureza da informação é agregar valor a uma tomada de decisão, enquanto que a comunicação é estabelecer processos de interação e relacionamento entre os públicos. (FERREIRA, 2007, p.6)

A comunicação, atualmente, é vista como setor estratégico das organizações, mas essa posição foi conquistada ao longo dos anos conforme o desenvolvimento e profissionalização da comunicação organizacional no mundo e no Brasil ao longo do século 20. Chaparro (1996, p.144) afirma que “a sociedade organizada tem necessidade vital de se manifestar”, e complementa afirmando que são essas organizações de todo o tipo capazes de produzir fatos, atos e falas que influenciam na atualidade. Conforme Duarte (2010), no contexto do final da década de 1970 e início da década de 1980, as organizações perceberam essa necessidade e a necessidade de

profissionalização dessa atividade. Para Bueno (1995, p.9) neste período “a comunicação deixa de ser ‘perfumaria’, ganhando as entranhas da administração pública e privada”.

Essa elevação de status da comunicação para a área estratégica tornou emergente a necessidade de comunicação com a sociedade, e a imprensa, conforme Duarte (2010, p.59), “foi identificada como o grande instrumento, o caminho mais curto para influenciar a agenda pública, informar e construir uma imagem positiva”. A inserção em publicações noticiosas passou a ter relação direta com a construção de imagem, o posicionamento da organização e o atendimento às demandas por informações jornalísticas.

Apesar de ao longo das décadas o trabalho das assessorias de comunicação terem passado a ocupar posições estratégicas nas organizações e a ter importância para a difusão de informações verdadeiras e de interesse público, Duarte (2010) não deixa de discutir a fama que as relações públicas e as assessorias de imprensa acabaram recebendo de serem incompetentes, bloqueadores do fluxo de informação e dificultadores do acesso à informação de relevância. “O histórico sistema institucionalizado de cooptação, a cultura de controle da informação nos órgãos públicos e uma recorrente acusação de ineficiência ajudaram a criar fama, particularmente desde o AI-5” (DUARTE, 2010, p.55). Entretanto, o mesmo autor chama a atenção para o fato de que esta fama que foi propagada ignora a existência de órgãos públicos e gabinetes de divulgação realizando um papel menos promocional e persuasivo, e mais informativo em realidade, e cita como exemplo os comunicados sobre agricultura que o Serviço de Informação Agrícola do Ministério da Agricultura distribuía já na década de 1960.

Na década de 1980, ainda pelo histórico levantado por Duarte (2010), muitos jornalistas qualificados migraram para assessorias de comunicação frente a um enxugamento de vagas nas redações. Além do trânsito pessoal e a experiência profissional, Duarte afirma que esses jornalistas levaram às assessorias **a noção de informação como direito público**. Dessa forma, passaram a atuar como intermediários qualificados, conforme o autor, “aproximando fontes e imprensa, estimulando a circulação de informação verdadeira e recusando tarefas de manipulação, persuasão e controle” (DUARTE, 2010, p.61). Mesmo assim, Duarte lembra que a conquista dessa credibilidade e da compreensão desse papel, tanto por parte da imprensa quanto por parte de dirigentes, não se deu de forma rápida ou fácil, mas sim se construiu conforme as circunstâncias de cada profissional.

As possibilidades éticas e técnicas das assessorias despontadas nos anos 1980 estimulou o surgimento de mídias institucionais, minimizando o papel de intermediária desempenhado pela imprensa. “Afinal, uma organização não pode repassar a terceiros sobre os quais não tem controle a tarefa de transmitir seu discurso e informar sobre posturas e ações” (DUARTE, 2010, p.62). Zémor (2009) destaca que uma parte cada vez mais importante da comunicação pública se faz fora dos meios de comunicação, e sim se dá de forma mais pessoalizada e direta, com ações de comunicação voltadas a estabelecer uma relação com o público, pois, dessa forma, o impacto da mensagem é melhor. O desenvolvimento de veículos institucionais ganhou ainda mais espaço e possibilidades na Internet, agregando velocidade, facilidade, menor custo e maior possibilidade de difusão e contato direto com a sociedade.

Na avaliação de Duarte (2010), a Internet traz à comunicação nas organizações brasileiras mudanças tão profundas quanto as do período de redemocratização do País.

A comunicação digital reduziu a importância de intermediários e fez surgir novas arenas e formas de diálogo, caracterizados por interatividade, instantaneidade, fortalecimento e multiplicação dos públicos, todos críticos, informados e em permanente conexão. (DUARTE, 2010, p.71)

A diminuição da importância de intermediários significa que as assessorias de comunicação não mais dependem unicamente da publicação de veículos jornalísticos independentes para se comunicar com seus públicos de forma ampla e eficaz. Também não mais depende do processo demorado de impressão de um veículo (jornal, revista, informativo etc.) institucional, com custos elevados e dificuldades de distribuição, como explica Penteado Filho (2010). “Não é de menos afirmar que os informativos eletrônicos permitem às assessorias dedicarem mais tempo a tarefas nobres de apuração, redação e edição, do que podem resultar melhores e mais interessantes informativos” (PENTEADO FILHO, 2010, p.381).

Graham (1997, p. xii, apud Penteado Filho, 2010) afirma que “o modelo da rede mundial de computadores torna fácil e barato a distribuição e o acesso a qualquer forma de dados digitais por qualquer pessoa – empresa ou consumidor – com enormes consequências para a economia, a cultura e a sociedade”.

Se para Duarte (2010, p.51) “a atividade de assessoria de imprensa pode ser conceituada como a gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e

imprensa”, em uma época em que, segundo o próprio autor, os intermediários têm sua importância diminuída e a publicação e circulação de informação parte da própria assessoria, compreende-se que esta gestão dos fluxos de informação extrapola os campos das fontes e a imprensa, e passa a ser uma gestão dos fluxos de informação entre a fonte – a organização – e todos aqueles que possam ter interesse por seus atos – no caso da comunicação organizacional pública, todos os cidadãos e instituições que dela dependem ou que para com ela têm interesses.

A comunicação pública realizada pelo Estado e pelo governo tem características e conteúdos que devem alcançar um amplo público, e por esses motivos, conforme Brandão (2006), utiliza tradicionalmente instrumentos focados na mídia (campanhas publicitárias, impressos e produtos de divulgação). Contudo, atualmente, já começa a ser reconhecida a necessidade do uso de outros instrumentos, como os utilizados pela comunicação comunitária e corporativa. “Além destes meios, mais tradicionais, as mudanças políticas ocorridas no Brasil, assim como o desenvolvimento acelerado da tecnologia e a possibilidade de acesso pela população que também vem aumentando, fazem surgir novos meios e formas de comunicação do Estado com seus cidadãos” (BRANDÃO, 2006, p.6).

Brandão (2006, p. 10) afirma que o terceiro setor descobriu “a necessidade de apropriação pública de técnicas (...) e de tecnologias de comunicação (...) para poderem se fortalecer e realizar os objetivos propostos”. Essa apropriação se faz necessária também pela administração pública para que possa se comunicar de forma eficaz e alcance seus objetivos informando e trocando ideias com os cidadãos – algo tanto benéfico para a realização do trabalho do setor público quanto um direito da sociedade de ser e estar informada sobre a vida pública de seu país, estado ou município.

Nesse movimento de apropriação de técnicas e tecnologias de comunicação, percebe-se o site ou portal da instituição na Internet como uma das mais importantes ferramentas no estabelecimento deste fluxo facilitado de informações, e conforme Penteadó Filho (2010) a boa organização do site da instituição é uma tarefa estratégica do comunicador. O autor sugere como forma de iniciar esta boa organização a cooperação entre um editor de conteúdo, um editor de design e um editor de informática, que irão desenvolver as três dimensões de um sítio web eficaz. Penteadó Filho afirma que tal site tenha a disposição e sempre atualizada pelo menos as informações básicas da organização, e vai além ao dizer que outra face deste sítio é o desbloqueio

do “fluxo interno de informação e seja o principal instrumento da gestão de conhecimento organizacional” (2010, p.374).

Penteado Filho afirma que os produtos comunicacionais das organizações puderam ser dinamizados e integrados, quando antes eram distribuídos separadamente em mídias como o papel, que limitavam seu alcance, como no caso dos clippings (em linhas gerais, recortes de notícias e artigos publicados sobre a instituição na mídia) que chegavam a apenas alguns diretores e outros altos funcionários e hoje podem estar disponibilizados a todos da organização. Mesmo o release, produto mais conhecido das assessorias, passou por profundas transformações em sua difusão. De textos impressos em papel enviados por correio e faxes às redações, hoje são enviados por e-mail no instante em que terminam de ser produzidos e revisados, acrescidos de fotos e links que direcionam para mais informações, até sua distribuição por meio de links em plataformas de redes sociais como o Twitter.

O autor ainda levanta alternativas às organizações para que tenham suas versões dos fatos ou o maior número de informações e mais completas possíveis à disposição de quem queira conhecê-las. Penteado Filho sugere blogs que disponibilizariam os materiais que são levantados para alimentar reportagens de veículos de comunicação, mas que acabam muitas vezes subutilizadas. Ele sugere a criação de espaços onde essas informações possam ser disponibilizadas, aumentando a profundidade das informações disponibilizadas aos usuários e auxiliando a tornar mais transparente o relacionamento da organização com a mídia. “Para os leitores pode ser bastante enriquecedor ter todos os fatos sobre um assunto e poderem aprofundar-se na análise do mesmo, se for esta a sua vontade” (PENTEADO FILHO, 2010, p.385).

Zémor (1995, p.5, apud Brandão, 2010) afirma:

Se as finalidades da Comunicação Pública não devem estar dissociadas das finalidades das instituições públicas, suas funções são de: 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) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

Dessa forma, a comunicação atual deve acompanhar as mudanças de seu tempo e aderir também ao uso das novas tecnologias para informar seus atos, levar ao conhecimento do cidadão o que é realizado e o que acontece nas instituições públicas, de forma a estimular a participação do cidadão. A facilidade de comunicação pela Internet favorece, também, o retorno e o questionamento por parte da sociedade aos órgãos públicos, fechando este círculo comunicativo.

Assim, Ferreira (2007) ressalta que a configuração dessa nova realidade e a definição de novas redes sociais passa a impor medidas que assegurem ao cidadão a facilidade de acesso e disponibilidade de informações. "Essas novas redes sociais passam a fazer parte do debate sobre a possibilidade de um espaço público em escala planetária". (MATTELART, 2000, p.170, apud FERREIRA, 2007, p.3). Afinal, "quando os dados públicos estão sob domínio público, as instituições públicas devem também prestar contas de suas atividades conduzidas em nome do interesse geral" (ZÉMOR, 2009, p.217).

Uma das mudanças em processo no Brasil atualmente é em grande parte possível pela ampliação da facilidade de publicação, divulgação e acesso a dados que a Internet proporciona. Trata-se do processo conhecido como transparência pública, um movimento de prestação de contas de toda a administração pública e abertura de seus registros financeiros e de seus atos para fiscalização da sociedade em geral. Seu maior expoente atual é o Portal da Transparência e toda a rede de transparência de órgãos públicos implantada junto a ele. O conceito de transparência e os fundamentos do referido portal serão discutidos a seguir.

2 TRANSPARÊNCIA PÚBLICA

Prestar contas de forma ampla e utilizando os meios digitais usados pelos cidadãos é um tema muito em voga em nossos dias. Exemplos de iniciativas proliferam no Brasil e no exterior. O atual presidente dos Estados Unidos, Brack Obama, busca imprimir no governo norte-americano uma marca sua por meio da transparência e do diálogo com a sociedade. Poucos meses depois de sua posse, o blog da Casa Branca (disponível em http://www.whitehouse.gov/blog/change_has_come_to_whitehouse-gov) afirmava que “uma das primeiras mudanças é o novo website da Casa Branca, que servirá como um lugar para o presidente e seu governo para se conectar com o resto da nação e do mundo”, em postagem de 20 de janeiro de 2009 assinada pelo diretor de novas mídias para a Casa Branca, Macon Phillips, um cargo por si só inovador. No Rio Grande do Sul, o governo do Estado de Tarso Genro instalou em 2011 o Gabinete Digital, que em seu site afirma ser “um novo espaço de participação que tem como objetivo estimular uma nova cultura na gestão pública, por meio do estabelecimento de canais de diálogo e colaboração com a sociedade a partir do uso das ferramentas digitais”.

Essas iniciativas que reverberam no mundo ocidental tem no Brasil um expoente bastante conhecido e comentado na mídia: o Portal da Transparência do Poder Executivo Federal. Regulado pelo Decreto nº 5.482, de 30 de junho de 2005, o Portal da Transparência está em funcionamento desde 2004 e, conforme o artigo 1º do referido decreto, trata-se de “sítio eletrônico à disposição na Rede Mundial de Computadores - Internet, tem por finalidade veicular dados e informações detalhados sobre a execução orçamentária e financeira da União”. Entretanto, é necessário compreender melhor os fundamentos que baseiam estas iniciativas, que reverberam nos sites, portais e outras formas de comunicação por meio da Internet utilizadas pelos órgãos do serviço público.

Manter uma relação transparente e de prestação de contas com a sociedade é um dever da administração pública que fortalece a democracia. O conceito de abertura e fornecimento de informações está explícito no Código de Ética do Servidor Público (decreto 1.171 de 22 de junho de 1994), quando afirma:

VII - Salvo os casos de segurança nacional, investigações policiais ou interesse superior do Estado e da Administração Pública, a serem

preservados em processo previamente declarado sigiloso, nos termos da lei, a publicidade de qualquer ato administrativo constitui requisito de eficácia e moralidade, ensejando sua omissão comprometimento ético contra o bem comum, imputável a quem a negar.

Batista (2010, p.226) afirma que

informação pública é um bem público, tangível ou intangível, com forma de expressão gráfica, sonora e/ou iconográfica, que consiste num patrimônio cultural de uso comum da sociedade e de propriedade das entidades/instituições públicas da administração centralizada, das autarquias e das fundações públicas.

Conforme Flávia Ferreira (2010), os resultados dos esforços do que é realizado no serviço público e é financiado por recursos públicos é uma informação de caráter pública e deve ser de fácil acesso a sociedade, quem financia o serviço público. “É uma atitude de transparência pública, de prestação de contas da aplicação do dinheiro investido e de fortalecimento da democracia pelo acesso à informação disponível de forma intercambiável no ambiente da web 2.0” (FERREIRA, 2010, p.3). Para Ferreira (2010), o acesso a informações se transforma em um bem social precioso e um direito coletivo, e os cidadãos necessitam de informações para exercer a cidadania, e na Internet 2.0, como ela chama, a comunicação tem chance de ser praticada no real sentido do termo: “o compartilhamento e troca recíproca e continuada de informações” (FERREIRA, 2010, p.2).

Ferreira atribui também ao processo de redemocratização e maior participação social nos assuntos de interesse público a necessidade de prestação de contas, por meio de “uma urgente consciência da cidadania que se reflete na exigência de transparência nos negócios públicos” (FERREIRA, 2010, p.2). Para Ahn (2011), a era de informação e tecnologias da informação que vivemos pode, dramaticamente, melhorar, o desempenho governamental e a democracia, dentro de um contexto em que as novas tecnologias de comunicação e informação mudaram a forma e a eficiência com as quais informações são pesquisadas e trocadas.

The ICTs were thought to improve government services by increased economies of scale in providing services (Edmiston, 2003, pp. 20-45), make public bureaucrats more responsive and accountable to citizens (Applebaum, 2002, pp. 17-31), **improve**

government openness and transparency (La Porte, Demchak, & De Jong, 2002, pp. 411-446), **recover citizens' trust in government** (Tolbert & Mossberger, 2006, pp. 354-369; Welch, Hinnant, & Moon, 2005), **and facilitate citizen participation in public affairs** (Furlong & Kerwin, 2005, pp. 353-370; Nye, 2002). (AHN, 2011, p.429. Grifos da autora).

“Valores como transparência, pró-atividade, abertura para o diálogo e agilidade ganham força, afinal as pessoas se tornam cada vez mais interessadas nos temas de interesse público” (FERREIRA, 2010, p.6). Para Ahn (2011, p.429) o surgimento das aplicações de e-governo são capazes de prover formas simples e convenientes de comunicação com o governo e os governantes, e acredita que essas novas tecnologias provêm ao governo “novas oportunidades e potenciais para revigorar o engajamento cívico em assuntos públicos e aumentar a *accountability* e a transparência do governo”.

O conceito de *accountability* é muito associado ao de transparência pública. O termo sem tradução exata para o português diz respeito à prestação de contas num sentido amplo, que vai além das questões puramente contábeis. Em termos gerais, *accountability* corresponde- à “relação na qual as pessoas são requeridas a explicar e assumir responsabilidade por suas ações” (SINCLAIR, 1995, p.220). E é esse senso de responsabilidade e apresentação de dados e explicações a respeito dos atos da administração pública que se busca discutir.

Contudo, o conceito de *accountability* está longe de ser uma questão resolvida, segundo o mesmo estudo de Sinclair (1995). Portanto, devido à falta de precisão quanto ao seu entendimento, prefere-se não utilizar o termo *accountability*, dando preferência aos termos transparência pública ou de prestação de contas ao longo do trabalho, termos estes mais próximos do fenômeno que se pretende focar.

Segundo Batista (2010, p.229), citando o Instituto Federal de Acesso à Informação Pública do México, “a transparência pode ser definida por três elementos: abertura da informação por parte do governo, comunicação ou conhecimento por parte dos cidadãos e prestação de contas ou justificção, aos cidadãos, das decisões adotadas pelo governo”.

A autora discute a problemática deste conceito:

Quanto à abertura da informação pública, uma lei de acesso resolve a questão; em relação à comunicação e à prestação de contas, a questão é mais complexa porque envolve a preparação do cidadão

para realmente tomar conhecimento dos negócios públicos e, também, o estabelecimento de um fluxo comunicacional eficiente por parte do Estado (BATISTA, 2010, p.229).

Essa complexidade levantada por Batista mostra as diversas dimensões que compõem a chamada transparência pública, e que vão além da simples disponibilização de acesso a bancos de dados atualizados sobre as contas públicas.

A informação pública, ainda segundo Batista (2010), tem o poder de afetar elementos do ambiente e reconfigurar a estrutura social, quando acessível à sociedade. E é neste entendimento que jaz a importância de seu tratamento. Contudo, para que a informação pública realmente cumpra seu papel e seja transparente, essa transparência pública precisa ser analisada pela composição de aspectos que a integram. Apenas um deles se mostra insuficiente. Batista (2010) os categorizou em três dimensões: a física, a intelectual e a comunicacional.

Resumidamente, a dimensão física diz respeito à dificuldade em acessar fisicamente o documento público (seja porque o sigilo virou a regra, há falta de organização da informação pública, ou porque há excesso e escassez de informação); a dimensão intelectual afirma que transparência pressupõe compreensão, acesso intelectual com possibilidade de apropriação simbólica; na dimensão comunicacional “há dificuldade em se tomar conhecimento da informação pública devido à ineficácia do fluxo comunicacional entre o Estado e a sociedade” (BATISTA, 2010, p.227).

A questão do acesso aos dados está sendo tratada pela legislação brasileira, com iniciativas já em curso para facilitar este acesso, como se verá ao longo deste capítulo. Os problemas da dimensão intelectual relacionam-se diretamente a este acesso facilitado, pois aqui o cidadão tem todas as informações que supostamente precisa, mas não as compreende seja por sua linguagem, seja por outro motivo. “O cidadão tem diante de si um complexo universo de normas jurídicas no âmbito administrativo, mas não sabe o que fazer com elas, como elas podem beneficiá-lo ou como ele pode ser afetado por elas” (BATISTA, 2010, p.228). A explicação, mais que a simples apresentação de dados, mostra-se como uma solução a este problema, conforme Seclaender (1991, p.152, apud Batista, 2010, p.228), “o direito de ser informado não pode deixar de implicar também um direito à explicação, sob pena de perder sua própria razão de ser”. A dimensão comunicacional, conforme a aceção da autora, completa as dimensões, e a solução possível a partir da análise é a melhora dos fluxos comunicacionais entre Estado e sociedade, e nisto estão

envolvidos o acesso à informação e a preparação da sociedade para recebê-la, compreendê-la, utilizá-la e, por consequência, fiscalizar o governo e fortalecer a democracia.

2.1 DADOS DO SERVIÇO PÚBLICO NA INTERNET

A Internet se mostra um meio propício para a prática da transparência pública, apesar de suas iniciativas ainda serem incipientes e verticalizadas. Uma das principais iniciativas de prestação de contas à sociedade tomadas pelo Governo Federal nos últimos anos foi a criação do Portal da Transparência (www.transparencia.gov.br), portal lançado em novembro de 2004 para ser uma ferramenta importante no controle dos gastos públicos e transparência das ações do governo, conforme seu próprio nome explicita. Conforme informações contidas no portal,

O Portal da Transparência do Governo Federal é uma iniciativa da Controladoria-Geral da União (CGU), lançada em novembro de 2004, para assegurar a boa e correta aplicação dos recursos públicos. O objetivo é aumentar a transparência da gestão pública, permitindo que o cidadão acompanhe como o dinheiro público está sendo utilizado e ajude a fiscalizar. (BRASIL. Disponível em <http://www.transparencia.gov.br/sobre/>. Acesso em 13.11.2011)

Afirma a apresentação das páginas da transparência pública mantidas pelo governo federal brasileiro:

Orientado pela missão de promover cada vez mais a transparência dos gastos públicos, o Governo Federal tem atuado firmemente no sentido de incentivar o controle social para que as práticas da Administração Pública sejam pautadas pela legalidade e pela ética. A participação ativa da sociedade é imprescindível para garantir o bom uso dos recursos públicos. Como parte desta missão, o Governo oferece aos cidadãos as Páginas de Transparência Pública, ampliando ainda mais as condições de conhecimento e controle do uso dos recursos gerados pelo pagamento dos tributos.

A gestão das Páginas de Transparência Pública é regulamentada pelo Decreto nº 5.482, de 30 de junho de 2005 e pela Portaria Interministerial nº 140, de 16 de março de 2006, que determinam a divulgação de dados e informações pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal na Internet. Esses normativos também atribuem ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) e à Controladoria-Geral da União (CGU) a responsabilidade pela gestão das Páginas. O MPOG, responsável pela programação visual, definiu este modelo de Página de Transparência Pública. A CGU exerce o papel de atualizar periodicamente as Páginas de Transparência com os dados contidos nos sistemas do Governo Federal (Siafi, Siasg, Siest e Scdp) e com aqueles enviados eletronicamente pelos órgãos que não registram as informações nos sistemas.

As Páginas de Transparência Pública apresentam os dados referentes às despesas realizadas por todos os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Governo Federal (autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista), com informações sobre execução orçamentária, licitações, contratações, convênios, diárias e passagens.

As Páginas de Transparência Pública integram o rol de ações de governo voltadas para o incremento do controle social e complementam as informações disponíveis no Portal da Transparência. (UFRGS, Página da Transparência. Disponível em <http://www3.transparencia.gov.br/TransparenciaPublica/index.jsp?CodigoOrgao=26244&TipoOrgao=2&consulta=0>, acesso em 13.11.2011).

O Decreto nº 5.482, de 30 de junho de 2005 e a Portaria Interministerial nº 140, de 16 de março de 2006, que regulamentam a gestão das Páginas de Transparência Pública explicitam quais procedimentos devem ser divulgados no Portal e deixam claros os meios pelos quais os órgãos e instituições que compõe a administração pública federal devem disponibilizar o acesso ao Portal da Transparência, a criação de Páginas de Transparência específicas das instituições públicas e o conteúdo dessas páginas.

No artigo 16, parte do capítulo sobre Apresentação e linguagem das páginas, a Portaria Interministerial nº 140 afirma: “As informações serão apresentadas de forma simples, com a utilização de recursos de navegação intuitiva a qualquer cidadão, independentemente de senhas ou conhecimentos específicos de informática”. Os artigos 17 e 18 reforçam a necessidade de linguagem simples e acessível a todos os usuários:

Art. 17. Todo o conteúdo técnico deverá ser precedido de texto introdutório e, sempre que possível, acompanhado por notas explicativas, na forma de dicas de tela.

Art. 18. As informações serão divulgadas na forma extensiva e decodificada, com a utilização de linguagem simples e objetiva.

A mesma portaria traz, em suas disposições gerais, determinações sobre as páginas que cada órgão deverá manter e como o acesso ao Portal da Transparência deverá ser disponibilizado por cada instituição, bem como explicita como deverão ser disponibilizados os dados nas páginas próprias de cada órgão:

Art. 2º Os órgãos e entidades da Administração Pública Federal deverão manter em seus respectivos sítios eletrônicos na rede mundial de computadores página denominada “Transparência Pública”, tendo por conteúdo mínimo as informações previstas nesta Portaria.

Art. 5º O acesso às páginas de Transparência Pública de cada órgão e entidade da Administração Pública Federal, deverá ser efetuado por meio de atalho em imagem gráfica, conhecida como *banner*, com identidade visual específica para a Transparência Pública, constante da página inicial de seu respectivo sítio, sempre em endereço estruturado como “www.domínio do órgão/transparencia”.

§ 1º As informações a que se refere esta Portaria também poderão ser obtidas na página do Portal da Transparência do Governo Federal, por meio dos endereços eletrônicos www.transparencia.gov.br, www.portaldatransparencia.gov.br ou www.portaltransparencia.gov.br.

Dessa forma, percebe-se que a criação de uma rede de transparência pública no Brasil, que culmina no Portal da Transparência, mas da qual fazem parte os dados e páginas disponibilizados e mantidos pelas diferentes esferas de governo e pelos diferentes órgãos da administração pública, é parte da iniciativa de tornar a relação entre Governo e sociedade mais transparente. Apresentar as contas, manter um banco de dados aberto à consulta pública e de fácil acesso é parte importante deste processo. Entretanto, aproximar o cidadão dessas ferramentas perpassa por iniciativas encontradas no próprio Portal, com manuais de uso, explicações sobre os dados a serem encontrados e ajuda nas consultas pretendidas. Esse papel didático e incentivador

do controle social das ações do Governo se vê no Portal, mas resta a dúvida sobre em que medida essa iniciativa se reverbera nas páginas das instituições públicas, portais de entrada de públicos específicos à administração pública – seja a população de uma cidade que visita o portal da prefeitura, seja a comunidade de uma universidade que acessa com frequência seu site em função da vida acadêmica ou funcional (contemplando assim as três dimensões da transparência citadas anteriormente).

Entretanto, conforme afirma Batista (2010, p.226), “embora a lei seja condição necessária e importante para conferir legalidade ao ato de acessar os documentos públicos, é também insuficiente para decidir problemas de ordem mais prática”. Conforme visto anteriormente, o acesso à informação pública conhecido por transparência implica conceitos para além do fato jurídico. “Devem ser discutidas (...) as condições para que a transparência e o acesso, em todas suas acepções, estejam imbricados às dimensões físicas, intelectuais e comunicacionais da informação pública” (BATISTA, 2010, p.229), conforme explanado anteriormente. Porque, conforme Jardim (1999, apud BATISTA, 2010, p.226),

a noção de acesso à informação se relaciona a um direito, mas também a dispositivos políticos, culturais, materiais e intelectuais que garantem o exercício efetivo desse direito. De acordo com o autor, o acesso jurídico à informação pode garantir ao usuário o acesso físico, mas não se consolida sem o acesso intelectual à informação.

O capítulo final trará exemplos de como as normativas que regulam a gestão da rede de Transparência é aplicada em instituições da administração pública federal, a utilização das páginas de transparência, a apresentação de relatórios e dados para a prestação de contas, e as iniciativas de informar o cidadão a respeito dos atos públicos. A partir desses exemplos, procurar-se-á discutir a atuação da comunicação social nesse processo de prestação de contas e de transparência nas ações dos órgãos, tendo em vista a insuficiência da mera disponibilização de dados para a construção da transparência em seu sentido mais amplo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o levantamento de dados necessários à análise pretendida e o desenvolvimento de tal análise, foram utilizados os procedimentos metodológicos da análise interpretativa, em um estudo qualitativo e descritivo, com análise de sites de Internet de universidades federais brasileiras. As linhas de análise emergem do referencial teórico já abordado sobre a transparência pública, as características da comunicação por meio da Internet e a comunicação social pública.

O foco do estudo foi escolhido devido ao envolvimento da autora no trabalho na comunicação pública e no trabalho que desenvolve em um portal institucional, como jornalista concursada em uma universidade federal desde janeiro de 2010. A análise leva em consideração essa realidade de proximidade com o assunto como profissional de comunicação pública e como usuária de portal de instituição de ensino superior pública, apesar de, no presente trabalho, não ter sido considerado, por motivos éticos, o trabalho que é desenvolvido no setor de comunicação social da universidade em que atua a autora.

A pesquisa se vale, portanto, de coletas de dados oriundos dessa imersão no objeto de estudo, o que incluiu além dos sistemas dos sites objetivados em si, documentos, sites e, principalmente, publicações (postagens, notícias, artigos etc.), de forma a alcançar o corpus do objeto de pesquisa. A análise das evidências levantadas foi baseada em referências teóricas, em uma análise que busca responder à questões de pesquisa, a revisão de literatura e novas conclusões e olhares da autora a respeito do tema.

Dessa forma, o capítulo de análise estrutura-se pela apresentação de evidências coletadas em portais institucionais de universidade federais que dão conta de como as universidades brasileiras abordam, atualmente, a transparência pública, e de como a comunicação social se engaja – ou não – em seu papel de divulgadora e facilitadora de tal processo. Para isso, serão apresentadas reproduções das telas dos portais considerados mais exemplificativos, acompanhado de análise dos dados sob a luz do referencial teórico abordado anteriormente e das metas objetivadas pela pesquisa.

4 PORTAIS INSTITUCIONAIS UNIVERSITÁRIOS E A TRANSPARÊNCIA: EXEMPLOS DE USOS

A gestão das Páginas de Transparência Pública é regulamentada pelo Decreto nº 5.482, de 30 de junho de 2005 e pela Portaria Interministerial nº 140, de 16 de março de 2006, que determinam a divulgação de dados e informações pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal na Internet. Para melhor visualizar como essas normativas são aplicadas em algumas instituições que compõem a administração pública no Brasil, serão apresentados exemplos colhidos em portais de universidade federais.

O foco dos exemplos em sites de universidades se deve ao público principal desses sites: a comunidade universitária, que visita os sites em função de suas atividades acadêmicas ou funcionais (no caso dos servidores), em busca de uma vaga no ensino superior futuramente, em busca de informações sobre atividades de extensão, culturais, pesquisa etc., ou seja, o público que busca informações e serviços pertinentes às atividades de uma instituição de ensino superior como uma universidade federal. O gerenciamento de um portal de uma universidade leva em consideração esses diferentes interesses, inclusive a prestação de contas necessária e a disponibilização de informações relativas à administração da universidade, como se pode perceber nas telas iniciais dos portais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e da Universidade Federal Fluminense (UFF).

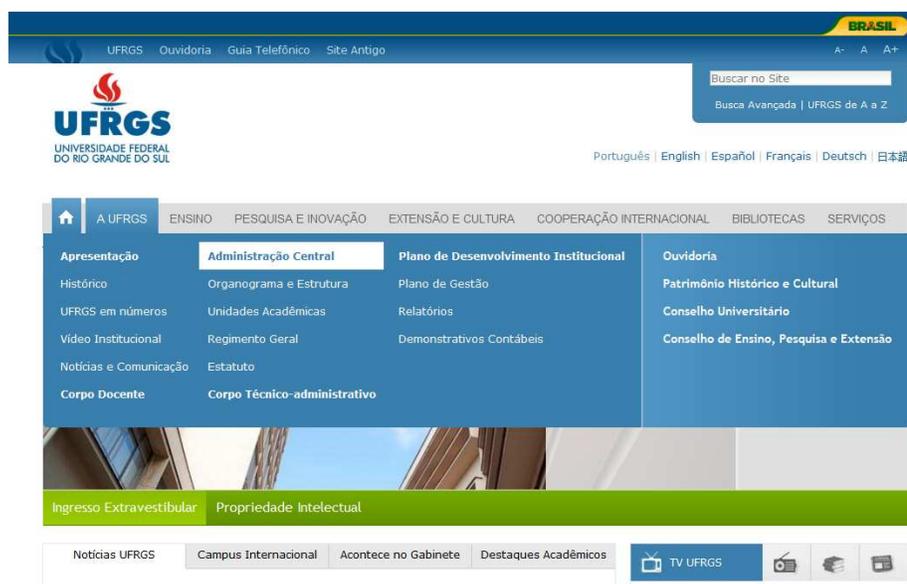


Figura 1 - Reprodução de www.ufrgs.br em 17 de novembro de 2011

UFSM Universidade Federal de Santa Maria

Welcome to UFSM
Versão Antiga do site

Bibliotecas | Vestibular | Ouvidoria | Indicadores

II Seminário Institucional de Avaliação e Planejamento da Pós-Graduação da UFSM

Para se chegar no lugar certo é preciso orientação. 17 e 18/11 no Cerrito

moodle Web Mail UFSM em Números Docentes: 1.701 Estudantes: 26.217 Técnico-Adm em Educação: 2.674

Institucional Cursos Alunos Docentes Servidores Comunidade Editais e Licitações Serviços

50 anos
Consulta Processos
Consulta Resoluções
Documentos Oficiais Diversos
Gabinete do Reitor
Identidade Visual
Órgãos Executivos
Órgãos Suplementares
Pró-Reitorias
Reuni
Transparência Administrativa
Unidades Universitárias

Notícias

- Programa de extensão da UFSM vai oferecer cursos, oficinas e palestras em Faxinal do Soturno
- Editora UFSM lançou nove obras na Feira do Livro de Porto Alegre
- Projeto do CEFD oferece colônia de férias para filhos de servidores
- Palestra com proprietário da empresa Hmax é transferida para a próxima quarta-feira
- Encontro *Ouvindo Coisas* prossegue nesta quinta e na sexta

Figura 2 - Reprodução de www.ufsm.br em 17 de novembro de 2011

Educação
Ministério da Educação

UFF Universidade Federal Fluminense

Acesso Rápido Webmail Senha

Institucional
Conselhos Superiores
Reitoria
Pró-Reitorias e Superintendências
Internacional
Navegação
A UFF em Números
Agência UFF de Notícias
Bibliotecas
Boletim de Serviço (BS)
Cadastro de especialistas da UFF - Banco de Fontes
Cartilha sobre plágio acadêmico
Centro de Artes
Clipping - UFF na mídia
Concursos e seleções
Cursos

UFF outorga título de Professora Emérita a Neide Kalil Gaspar

Especializada na área de Dermatologia, ela recebeu o título em cerimônia no Anfiteatro Professor Aloysio de Paula da Faculdade de Medicina da UFF, nesta quinta-feira, dia 17. --> [Leia mais.](#)

Últimas Notícias

17/11/2011

- UFF outorga título de Professora Emérita a Neide Kalil Gaspar
- Abertas inscrições para Bolsa Treinamento

Figura 3 - Reprodução de www.uff.br em 17 de novembro de 2011

Na Figura 1, referente ao site da UFRGS, destaca-se no menu flutuante “A UFRGS”, disponível na tela inicial do portal, os links que encaminham à administração central, aos relatórios de gestão e os demonstrativos contábeis da universidade.

Na Figura 2, referente ao site da UFSM, também em menu flutuante da tela inicial, sob a categoria “Institucional”, encontra-se disponível o acesso à área de transparência pública. Este menu apresenta também o acesso às informações gerais, processos e documentos da administração da instituição.

Na Figura 3, referente ao site da UFF, também se vê em menu da página inicial a indicação de links relativos à administração da Universidade. Entretanto, neste caso, a indicação à transparência pública encontra-se apenas em banner que surge ao longo da rolagem da página, presença de tal banner determinada pelo artigo 5º da Portaria Interministerial nº 140: “O acesso às páginas de Transparência Pública de cada órgão e entidade da Administração Pública Federal, deverá ser efetuado por meio de atalho em imagem gráfica, conhecida como *banner*”.



Figura 4 - Reprodução de www.uff.br em 17 de novembro de 2011

A presença do banner “Transparência Pública” (na Figura 4, presente no quadrante esquerdo inferior da tela capturada) ocorre em todos os exemplos pesquisados, e sua localização na página varia entre as instituições. Na Universidade Federal do Rio Grande (FURG – www.furg.br) o referido banner encontra-se em rol de três banners que dão acesso à programas do governo e portais externos, os quais mudam a cada acesso, e nem sempre o banner da Transparência está visível (ver Figura 6: Acima, banner da Transparência visível na tela inicial; abaixo, mudança no rol de banners no portal da FURG após atualização da página - sob comando

atualizar ou F5). Já no site da Universidade Federal da Bahia (UFBA – www.ufba.br) tal banner encontra-se entre outros banners de acesso em um menu com rolagem horizontal, de destaque na primeira tela e primeira rolagem do portal.



Figura 5 - Reprodução de www.ufba.br em 17 de novembro de 2011. Banner em menu de rolagem horizontal.

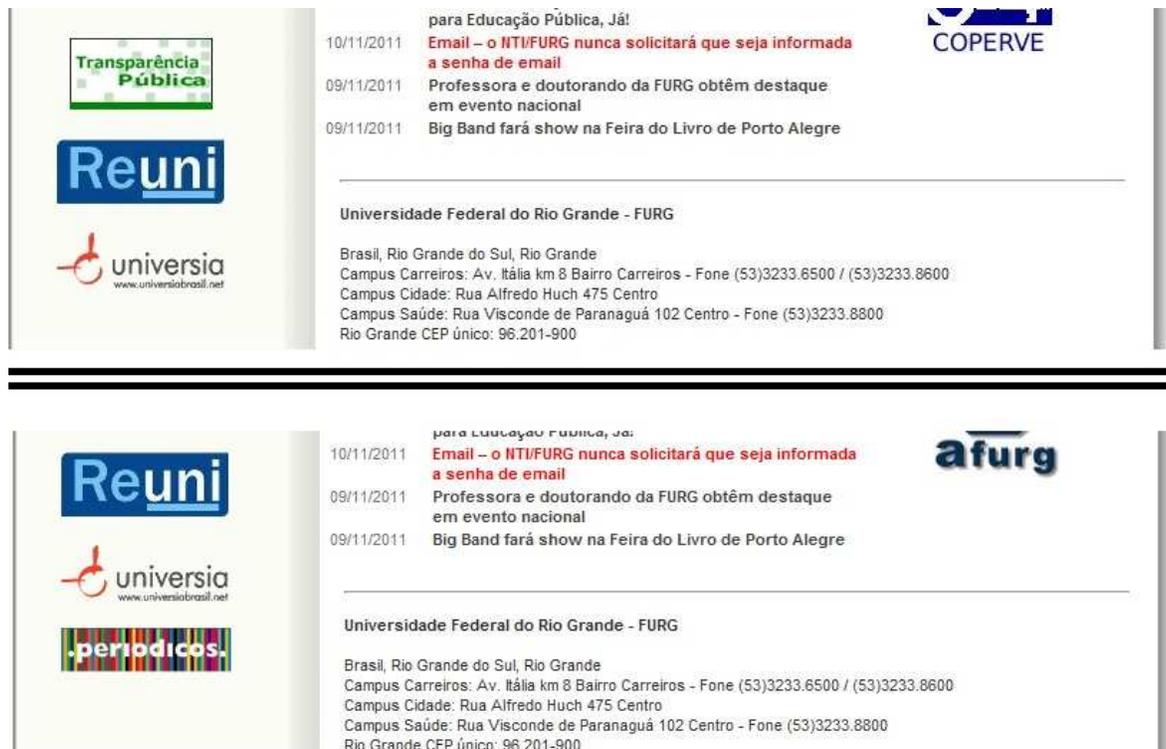


Figura 6 - Reprodução de dois momentos de exibição de www.furg.br em 17 de novembro de 2011.

É importante destacar que a Portaria Interministerial nº 140 deixa claro que o atalho em imagem gráfica conhecido como banner deve redirecionar o usuário para a página de transparência a ser mantida pela instituição. Entretanto, nos exemplos pesquisados o redirecionamento variava. Em algumas, o banner direcionava a uma página própria, dentro do sistema de Páginas de Transparência Pública (disciplinadas pela Portaria nº 140 já mencionada). Em outras, o banner redireciona apenas à página inicial do Portal da Transparência, como encontrado nos sites da FURG, UFSM, UFBA (cujo banner não segue os padrões visuais das demais instituições), UFSC.

Os dois sistemas apresentam diferenças, como explica o próprio sistema de páginas de transparência. O Portal da Transparência (Figura 8) “reúne em um único sítio informações sobre a aplicação de recursos públicos federais, a partir da consolidação de milhões de dados oriundos de diversos órgãos do Governo Federal relativos a Programas e Ações de Governo.” Já as Páginas da Transparência “apresentam os dados referentes às despesas realizadas por cada órgão e entidade da Administração Pública Federal com informações sobre execução orçamentária, licitações, contratações, convênios, diárias e passagens”, e são relativas a cada um dos órgãos, em páginas individuais, apesar de obedecerem uma mesma identidade visual (a Figura 7 traz exemplo de Página de Transparência padrão). Acompanham este padrão das Páginas da Transparência universidades como Unifesp, UFSCar, UFRJ, UFMG, UFF, UFRGS, UFOP, UFAM, UFRN E UFMS, sendo as do Rio Grande do Norte e do Mato Grosso do Sul as únicas, entre os exemplos visitados, que cumprem a determinação da Portaria nº 140 de disponibilizar a página sob o padrão de endereço “www.dominiodainstituição/transparencia”.

Educação
Fundação Universidade do Amazonas

Contatos | Perguntas Frequentes | Denúncias | Links Relacionados | Glossário

Transparência Pública

Execução Orçamentária | Licitações | Contratos | Convênios | Diárias e Passagens | CEIS

Página de Transparência Pública Imprimir Enviar por e-mail

Orientado pela missão de promover cada vez mais a transparência dos gastos públicos, o Governo Federal tem atuado firmemente no sentido de incentivar o controle social para que as práticas da Administração Pública sejam pautadas pela legalidade e pela ética. A participação ativa da sociedade é imprescindível para garantir o bom uso dos recursos públicos. Como parte desta missão, o Governo oferece aos cidadãos as Páginas de Transparência Pública, ampliando ainda mais as condições de conhecimento e controle do uso dos recursos gerados pelo pagamento dos tributos.

A gestão das Páginas de Transparência Pública é regulamentada pelo [Decreto nº 5.482, de 30 de junho de 2005](#) e pela [Portaria Interministerial nº 140, de 16 de março de 2006](#), que determinam a divulgação de dados e informações pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal na Internet. Esses normativos também atribuem ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) e à Controladoria-Geral da União (CGU) a responsabilidade pela gestão das Páginas. O MPOG, responsável pela programação visual, definiu este modelo de Página de Transparência Pública. A CGU exerce o papel de atualizar periodicamente as Páginas de Transparência com os dados contidos nos sistemas do Governo Federal (Siafi, Siasg, Siest e Scdp) e com aqueles enviados eletronicamente pelos órgãos que não registram as informações nos sistemas.

As Páginas de Transparência Pública apresentam os dados referentes às despesas realizadas por todos os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Governo Federal (autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista), com informações sobre execução orçamentária, licitações, contratações, convênios, diárias e passagens.

As Páginas de Transparência Pública integram o rol de ações de governo voltadas para o incremento do controle social e complementam as informações disponíveis no [Portal da Transparência](#).

Figura 7 - Reprodução de <http://www.transparencia.ufam.edu.br> em 17 de novembro de 2011.

Presidência da República
Controladoria-Geral da União - CGU

Destaque do Governo

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA
do Governo Federal

Fale conosco | Glossário | Perguntas Frequentes | Links | Manual de Navegação

CONSULTAS

- Despesas
- Receitas
- Convênios
- Empresas Sancionadas
- Servidores

GRÁFICOS E DOWNLOADS

- Download de Consultas
- Portal em Gráficos

INFORMAÇÕES

- Sobre o Portal
- Dados do Portal
- Aprenda Mais
- Notícias
- Controle Social
- Licitações e Contratos

Cadastre-se
Receba informações sobre liberações de convênios

Rede de Transparência

Páginas de Transparência Pública

Olho Vivo

Seguro Defeso
Recursos federais destinados ao pescador artesanal

DESPESAS | RECEITAS | CONVÊNIOS | CEIS | SERVIDORES

Informações Diárias (dados a partir de maio de 2010)

Use a pesquisa para encontrar dados detalhados sobre a execução orçamentária e financeira do governo federal, com possibilidade de pesquisar informações por dia e pela fase de despesa (empenho, liquidação ou pagamento). A atualização dos dados é diária.

consultar

Informações Mensais (dados a partir de 2004)

Use a pesquisa para acompanhar os recursos públicos transferidos pela União ao exterior, a estados e municípios brasileiros, ao Distrito Federal, a instituições privadas e aos cidadãos, bem como para conferir os gastos diretos do Poder Executivo Federal. A atualização dos dados é mensal.

Transferências de Recursos

Exercício (Selecione)

- por Estado/Município
- por Programa
- por Ação
- por Favorecido (Selecione)

consultar

Gastos Diretos do Governo

Exercício (Selecione)

- por Tipo de Despesa
- por Órgão Executor
- por Programa
- por Ação

Conheça a previsão de investimentos e a fonte dos recursos que serão aplicados na Copa 2014 e nos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016

COPA 2014

RIO 2016

Transparência nos Estados e Municípios

Valores dos recursos federais repassados para estados, municípios e DF

ENQUETE

O que você faz quando encontra um dado "suspeito" no Portal da Transparência?

NOTÍCIAS

07/11 - Rede de Transparência inclui Siser/Presiter no rol de ações de transparência do Governo Federal

27/10 - OCDE elogia esforços do Brasil para melhorar integridade da administração pública

27/10 - Aprovado projeto de lei de Acesso à Informação, cuja proposta teve origem na CGU

26/10 - CGU participa do 1 Encontro Nacional de Dados Abertos

Figura 8 - Reprodução de www.portaltransparencia.gov.br em 17 de novembro de 2011.

4.1 RELATÓRIOS E PÁGINAS PRÓPRIAS

Outras formas de prestação de contas à comunidade acadêmica e à sociedade como um todo são os relatórios anuais de gestão e as páginas de transparência em site contido dentro do grande site ou portal da instituição, para além da Página da Transparência. A publicação de relatórios anuais, nos exemplos a serem apresentados variam, desde relatórios tais quais enviados à Controladoria Geral da União (CGU) quanto relatórios estruturados com textos explicativos e identidades visuais, voltados a um público maior.

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) fornece exemplo de iniciativa de utilização da Internet para manter uma relação transparente com a sociedade, e oferece exemplo também de como este alcance pode ser ampliado com clareza de informação e facilidade de acesso aos dados que se fornece. A instituição mantém página dentro de seu portal a respeito da transparência, e oferece acesso aos relatórios de gestão anuais atualizados (de 2000 a 2010). Entretanto, o acesso a essa página interna sobre transparência não é óbvio nem está presente em todos os portais que a instituição oferece. Em sua página inicial o banner para a transparência pública direciona para o Portal da Transparência, e está ladeado por outro banner que leva ao relatório de prestação de contas enviado à CGU relativo ao exercício de 2009. Apenas acessando o portal dos servidores técnico-administrativos o usuário encontra a referida página de transparência. Entretanto, após encontrá-la, o usuário pode a partir dela acessar a Página da Transparência da UFSC, acessar o relatório de auditoria de gestão e os já referidos relatórios de gestão de forma fácil e rápida.

Neste caso, percebe-se dois aspectos antagônicos: por um lado a facilidade de acesso em uma página que reúne todos os documentos e bancos de dados necessários ao cidadão para acompanhar a prestação de contas do órgão (Figura 10). E, a julgar pelo texto introdutório do relatório 2010 disponível nesta página, é intenção da UFSC aproximar-se da sociedade ao prestar contas a ela, no momento em que publica que

a Universidade cumpre seu compromisso de apresentar o Relatório de Gestão relativo ao ano de 2010. Mais do que uma sistematização de indicadores pertinentes ao ensino, pesquisa e extensão, que este relatório seja um dos instrumentos de prestação de contas à sociedade brasileira. (UFSC, 2011. Disponível em

http://www.die.ufsc.br/arquivos/RELATORIO_GESTAO_2010.pdf
)

Por outro lado, tal página criada para facilitar esta prestação de contas fica disponível apenas em um dos portais, o direcionado ao público técnico-administrativo (Figura 9), e não aparece nos portais dedicados aos estudantes, aos professores ou à comunidade (conforme menu superior visto na Figura 9). Apesar dos esforços em divulgar os resultados e contas da universidade, conforme se pode ver até mesmo por algumas notícias publicadas no site principal, o acesso ainda está direcionado e facilitado apenas a um dos públicos da instituição, o que geralmente trabalha diretamente com questões administrativas e, portanto, com a prestação de contas da instituição aos órgãos competentes e à comunidade.

Ministério da Educação

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Estudante.ufsc.br Professor.ufsc.br STAE.ufsc.br Comunidade.ufsc.br Estrutura.ufsc.br Geral

UFSC » Portal do STAE » Notícias

Portal do STAE

Informações úteis a Servidores Técnico-Administrativo em Educação da UFSC

Eleições na UFSC: Paraná e Roselane disputam o segundo turno no dia 30

Publicado em 17 de novembro de 2011

Os candidatos Carlos Alberto Justo da Silva/Vera Lúcia Bazzo, da chapa 4, que recebeu 42,76% dos votos válidos, e Roselane Neckel/Lúcia Helena Martins Pacheco, da chapa 5, com 24,34%, vão disputar o segundo turno da eleição para a reitoria da Universidade Federal de Santa Catarina, marcado para o dia 30 de novembro. A votação ocorreu durante toda esta quinta-feira nos 11 centros da instituição, no prédio da reitoria e nos campi de Joinville, Curitiba e Araranguá. O processo foi conduzido pelo Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina (TRE).

[Continue a leitura »](#)

Eleições na UFSC: previsão é divulgar resultados às 22h30min

1960 - 2010 - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) | Central Telefônica - (48) 3721-9000 | Última atualização do site foi em 16 de maio 2011 - 13:08:31

Figura 9 - Reprodução de stae.ufsc.br em 17 de novembro de 2011. Menu principal com link Transparência Pública.

Ministério da Educação

Início | Área restrita |

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

[Estudante.ufsc.br](#) | [Professor.ufsc.br](#) | [STAE.ufsc.br](#) | [Comunidade.ufsc.br](#) | [Estrutura.ufsc.br](#) | [Geral](#)

UFSC » **Transparência Pública**

Transparência Pública

Relatórios de Auditoria
Publicado em 7 de abril de 2010

- [Transparência Pública](#)
- [Relatório de Auditoria da Gestão](#)
- [Relatórios de Gestão da UFSC](#)

✦ [Contatos](#)

[Voltar ao topo ^](#)

1960 - 2010 - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) | Central Telefônica - (48) 3721-9000 | Última atualização do site foi em 15 de outubro 2010 - 11:49:26

Figura 10 - Reprodução de <http://tp.paginas.ufsc.br/> em 17 de novembro de 2011.

A Universidade Federal da Bahia (UFBA) também mantém página própria em seu site para a transparência pública. Seu acesso é simples e direto da página inicial a partir de um banner “Transparência UFBA” encontrado ao lado do banner oficial da transparência pública em um menu de banners, com rolagem horizontal.

Ministério da Educação

Destaque do governo

Universidade Federal da Bahia

Alto contraste: | Tamanho do texto:

[Início](#) | [Sítios da UFBA](#) | [Contatos](#) | [Localização](#) | [Acessibilidade](#) | [Mapa do Portal](#) | [Webmail](#)

[Conheça a UFBA](#) | [Graduação](#) | [Pós-Graduação](#) | [Pesquisa](#) | [Extensão](#)

Início

Transparência UFBA

A divulgação dos atos praticados pelo gestor de instituição pública constitui-se em uma das suas principais obrigações. Com o intuito de dar plena transparência e publicidade a esses atos além de cumprir o que determinam o Decreto nº 5.482/05 e a Portaria Interministerial nº 140/05, de 16 de março de 2006 a Administração da Universidade Federal da Bahia, através do Portal da Transparência Pública, coloca à disposição da comunidade universitária e da sociedade mais ampla um conjunto de dados e informações que permitem o acompanhamento e a avaliação do desempenho institucional.

- [Relatórios de Gestão](#)
- [Plano de Desenvolvimento Institucional](#)
- [Projeto Pedagógico Institucional](#)
- [Estatística](#)
- [Lei Orçamentária Anual \(LOA\)](#)

Endereço:
Universidade Federal da Bahia
Rua Augusto Viana, s/n - Canela - Palácio da Reitoria

Figura 11 - Reprodução de <https://www.ufba.br/transparencia-ufba> em 17 de novembro de 2011.

Assim como a UFSC, a UFBA tem nesta página uma reunião de dados e documentos referentes à transparência pública, de forma a complementar a Página da Transparência exigida pela legislação vigente. Conforme explicação encontrada na própria página, a UFBA “coloca à disposição da comunidade universitária e da sociedade mais ampla um conjunto de dados e informações que permitem o acompanhamento e a avaliação do desempenho institucional”. Além dos relatórios de gestão, a página dá acesso ao Plano de Desenvolvimento Institucional, ao Projeto Pedagógico Institucional, a estatísticas atualizadas e à Lei Orçamentária Anual (LOA). Dessa forma, quem acessa tal página pode ter acesso às informações que criam o cenário amplo da prestação de contas de uma instituição; vê não apenas os resultados, mas também e mais importante os objetivos pretendidos com o plano de desenvolvimento institucional e o projeto pedagógico proposto. Os dados, apresentados neste contexto, passam a fazer sentido de forma mais ampla para quem os procura, para o cidadão que busca fiscalizar a ação da entidade em questão.

4.2 COMUNICAÇÃO SOCIAL E O APOIO À TRANSPARÊNCIA

Mesmo em casos de oferta de dados com contexto amplo, como na citada página de transparência do site da UFBA, os meios digitais como a internet oferecem outras formas de aproximar a prestação de contas de uma instituição ao cidadão comum. Ler todos os documentos que compõe o quadro geral de planejamento e prestação de contas de uma instituição demanda tempo e, por vezes, conhecimento específico da área para uma melhor compreensão do que é apresentado, por mais facilitada que tenha se tornado a apresentação e a linguagem dos relatórios de gestão. Tratam-se ainda de documentos extensos, muitos com mais de cem páginas, repletos de tabelas e apresentam informações referentes a todas as ações de todos os setores que compõe uma instituição de ensino superior ao longo de um ano inteiro. O desestímulo à leitura que este cenário pode trazer, somado à falta de incentivo por parte das universidades para a leitura dos mesmos (falta distribuição, facilidade de acesso, oferta direta a este acesso etc., como visto anteriormente) pode tornar tais relatórios e páginas de transparência pouco efetivas ao grande público.

O sentido mais amplo e contextualizado de dados é importante para que a transparência seja baseada em suas três dimensões: física, intelectual e comunicacional (BATISTA, 2010). E a comunicação social voltada ao setor público se mostra uma área profissional e do conhecimento capaz de efetuar essas três dimensões. É papel da comunicação social divulgar de forma ampla e de fácil entendimento informações e dados tais como os expostos em relatórios de gestão. Como afirma Zémor (2009, p.219), “a proliferação intrincada das normas e a profusão de textos, às vezes contraditórios, colaboram para a entropia da comunicação pública. A simplificação dos procedimentos seria, pelo contrário, favorável ao esclarecimento das informações”. Na Internet, dentro do contexto de um portal institucional, ou seja, um veículo de comunicação que é, a um mesmo tempo, a presença da instituição na rede mundial de computadores e sua voz nessa rede, a comunicação social tem seu papel amplificado. Como afirma Duarte (2010), a Internet diminui a necessidade e a importância de intermediários entre a fonte (a instituição) e o público, e cabe à comunicação social da própria instituição fazer a decodificação desses relatórios de gestão e demais dados enviados às Páginas da Transparência em forma de produtos comunicacionais de fácil entendimento do receptor. Além disso, utilizando as técnicas e produtos da comunicação social é possível instigar o público a estar aberto a este tipo de informação, despertar seu interesse pela fiscalização do setor público e promover a transparência de forma que ela se transforme em um conteúdo integrado aos demais conteúdos aos quais todos somos expostos diariamente pelos meios de comunicação, institucionais ou não.

Algumas universidades noticiam a apresentação dos relatórios de gestão e de outras ações de transparência pública. Entretanto, poucos foram os exemplos encontrados a respeito de uma prestação de contas constante, que fossem além de divulgações esporádicas a respeito do relatório de gestão ao longo dos anos.

Ao se pesquisar entre as notícias dos sites institucionais visitados por palavras-chave como “relatório”, “relatório de gestão”, “licitação”, “prestação de contas”, foi possível encontrar manchetes como “Relatório de Gestão será distribuído a partir desta segunda” (UFSC, publicada em 26/07/2002); “Administração Central da UFSC presta contas de seu terceiro ano de gestão” (UFSC, publicada em 30/09/2011); “UFSCar apresenta documento que reúne ações implementadas pela atual gestão” (UFSCar, publicada em 08/04/2011); “UFSCar está com processos de licitação abertos para contratação de empresas no ramo da construção” (UFSCar,

publicada em 16/11/2010). A maior parte dos exemplos encontrados tratava-se de matérias informativas, ou seja, sem a interpretação aprofundada do significado desses atos noticiados.

Outro problema encontrado em alguns sites são informações desencontradas, diferentes níveis de atualização de um mesmo assunto em diferentes páginas dentro do mesmo portal, em suma, as diferentes fonte de informação dentro de um mesmo portal.

Nesse sentido, retomam-se as considerações de Penteado Filho (2010) que afirma ser tarefa do comunicador a organização estratégica do site da instituição. O site da UFRGS, por exemplo, oferece acesso facilitado a relatórios em uma página inicial de layout moderno implantado em 2011. Entretanto, navegando a “fundo” no portal encontram-se ainda páginas baseadas no site antigo, e informações desatualizadas que podem confundir ou levar a conclusões erradas o usuário que chegar a formas de prestações de contas por sites como o da Pró-Reitoria de Planejamento e Administração (<http://www.ufrgs.br/proplan/>). O link Anuário desta página, por exemplo, leva a dados desatualizados, mas ainda disponíveis, sem explicação de onde podem ser encontrados os mesmos dados atualizados. Isso pode desencorajar outras buscas do usuário dentro do site principal. Uma gestão estratégica do portal, com administração do conteúdo com visão ampla e coordenada por profissionais ou setores de comunicação social é, conforme Penteado Filho (2010), uma forma de se diminuir estas discrepâncias e oferecer ao usuário/cidadão a informação mais precisa e de maior qualidade possível.

O site da Fundação Universidade Federal do Mato Grosso (UFMS), entre os visitados, se mostrou o exemplo mais próximo de gestão estratégica do conteúdo referente à transparência pública, pela visão do visitante do site. Com relação às notícias, da mesma forma como foram pesquisadas palavras-chave exemplificadas anteriormente, foram encontradas no site da UFMS diferentes notícias a respeito do tema, com tratamento interpretativo do tema, de forma a dar um panorama mais amplo da transparência pública por meio da comunicação social - apesar de ainda restrito se comparado com a produção de notícias sobre o assunto na imprensa convencional, por exemplo. As notícias da UFMS valem como exemplo da diversificação possível no tratamento da transparência por meio de uma política de comunicação social que se preocupe com este aspecto. As reproduções abaixo apresentam o título e o texto das matérias selecionadas, a data de sua publicação e o conteúdo que se referem; estas matérias foram selecionadas devido o panorama que compõem ao falar de redução de custos, licitações, o trabalho preventivo da auditoria interna

e a divulgação do relatório de gestão, com enfoque didático e a interpretação de dados administrativos que nem sempre são facilmente compreendidos por todos os públicos.

The screenshot displays the UFMS website interface. At the top right, there is a language selector set to 'Na UFMS'. Below this is a navigation bar with four main categories: 'SERVIÇOS' (with sub-links for 'PRINCIPAIS SERVIÇOS' and 'ARQUIVOS EM GERAL'), 'DOWNLOADS', 'SISTEMAS' (with sub-link 'FERRAMENTAS INSTITUCIONAIS'), and 'BIBLIOTECA' (with sub-link 'CONSULTE O ACERVO DE LIVROS'). The UFMS logo and name are on the left. A secondary navigation bar includes 'Administração', 'Vestibular', 'Informações Acadêmicas', 'Sala de Imprensa', 'Serviços à Comunidade', and 'Comunicados Internos'. The main content area features a 'NOTÍCIAS' header with a search icon and font size controls (A, A-, A+). The article title is 'Universidade reduz custos com troca de equipamentos', dated 'Terça-feira, 26 de Outubro de 2010'. The text describes a project by the PRAD to improve the reprography system by replacing equipment. A sidebar on the right lists 'LINKS INTERESSANTES' such as 'Calendário Acadêmico' and 'Boletim de Serviço', along with promotional buttons for 'UFMS Multimídia', 'Links Úteis', 'Fale Conosco', 'Feeds RSS', 'FAQ', and 'Siga a ufms no Twitter'. Social sharing icons are at the bottom left.

Figura 12 - Reprodução de <http://www-nt.ufms.br/news/view/id/1078> em 17 de novembro de 2011.

Na UFMS

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

SERVIÇOS
PRINCIPAIS SERVIÇOS

DOWNLOADS
ARQUIVOS EM GERAL

SISTEMAS
FERRAMENTAS INSTITUCIONAIS

BIBLIOTECA
CONSULTE O ACERVO DE LIVROS

Administração | Vestibular | Informações Acadêmicas | Sala de Imprensa | Serviços à Comunidade | Comunicados Internos

NOTÍCIAS

A A- A+

Universidade solicitou cancelamento da licitação para tendas culturais

Quinta-feira, 10 de Novembro de 2011

Em virtude dos problemas identificados com relação à instalação de tendas que funcionariam como pontos de cultura nos câmpus da Capital e do interior do Estado, esclarecemos que as mesmas não estão sendo utilizadas, pois após a entrega verificou-se que o material não correspondia ao especificado no Termo de Referência e a instalação não foi feita corretamente.

A Universidade já solicitou a notificação da empresa e a anulação do empenho. Esclarecemos que a empresa ganhadora da licitação não recebeu nenhum recurso da UFMS, portanto não haverá necessidade de ressarcimento.

As tendas teriam como objetivo funcionar como pontos de cultura, propiciando a realização de encontros, palestras, shows, recitais, formaturas, entre outros eventos.

Compartilhar |

LINKS INTERESSANTES

- Links Interessantes
- Calendário Acadêmico
- Boletim de Serviço
- Regulamento de Matrículas
- Histórico Escolar
- Sisocd

UFMS Multimídia

Links Úteis
Links Interessantes mais acessados

Fale Conosco
Formulário de contato

Feeds RSS FAQ

Siga a ufms no Twitter
twitter.com/fufms

Figura 13 - Reprodução de <http://www-nt.ufms.br/news/view/id/1550> em 17 de novembro de 2011.

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

SERVIÇOS PRINCIPAIS SERVIÇOS DOWNLOADS ARQUIVOS EM GERAL SISTEMAS FERRAMENTAS INSTITUCIONAIS BIBLIOTECA CONSULTE O ACERVO DE LIVROS

Administração Vestibular Informações Acadêmicas Sala de Imprensa Serviços à Comunidade Comunicados Internos

NOTÍCIAS

A A- A+

Universidade divulga Relatório de Gestão do exercício de 2010

Terça-feira, 01 de Novembro de 2011

Além do acesso ao Relatório de Gestão referente ao exercício do ano de 2010, a Universidade também disponibiliza aqui os documentos elaborados pela Controladoria-Geral da União referentes à auditoria, parecer e relatório anual de contas.

A Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul está divulgando o Relatório de Gestão referente ao ano de 2010. No documento, são analisados os aspectos mais relevantes da gestão durante o exercício. O Relatório está estruturado em capítulos e tem como objetivo consolidar informações compiladas dos relatórios setoriais das unidades da Universidade e dos sistemas de informações gerenciais disponíveis.

O relatório foi elaborado pela Pró-reitoria de Planejamento, Orçamento e Finanças por meio da Divisão de Planejamento Institucional e possibilita mais visibilidade às ações desenvolvidas tanto na área administrativa como na área acadêmica. Em 2010, a gestão foi marcada por esforços concentrados principalmente no atendimento às metas pactuadas pela UFMS no programa REUNI, destacando dentre elas a ampliação na quantidade de cursos e vagas para ingresso na graduação, a redução da taxa de evasão, o aumento do número de alunos e do conceito dos cursos de pós-graduação, a ampliação da produção científica, além do desenvolvimento de uma proposta para a implantação de uma nova estrutura organizacional e administrativa que irá favorecer a excelência acadêmica em sua plenitude.

Confira a íntegra do Relatório de Gestão clicando aqui.

CGU - Também estão sendo disponibilizados para acesso os seguintes documentos elaborados pela Controladoria Geral da União: Anexo Consolidado da auditoria realizada pela CGU, Certificado de Auditoria, Relatório de Auditoria Anual de Contas e Parecer do Dirigente de Controle Interno.

LINKS INTERESSANTES

Links Interessantes

- Calendário Acadêmico
- Boletim de Serviço
- Regulamento de Matrículas
- Histórico Escolar
- Siscad

UFMS Multimídia

Links Úteis
Links interessantes mais acessados

Fale Conosco
Formulário de contato

Feeds RSS FAQ

Siga a ufms no Twitter
twitter.com/ufms

Figura 14 - Reprodução de <http://www-nt.ufms.br/news/view/id/1543> em 17 de novembro de 2011.

The image shows a screenshot of the UFMS website. At the top, there is a navigation bar with the UFMS logo and the text 'FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL'. Below this, there are four main service categories: 'SERVIÇOS', 'DOWNLOADS', 'SISTEMAS', and 'BIBLIOTECA', each with a corresponding icon. A secondary navigation bar contains links for 'Administração', 'Vestibular', 'Informações Acadêmicas', 'Sala de Imprensa', 'Serviços à Comunidade', and 'Comunicados Internos'. The main content area features a news article titled 'Ingresso de novos auditores intensifica trabalho de prevenção' dated February 17, 2010. The article text discusses the role of the internal audit unit and the impact of hiring new auditors. On the right side, there are several utility links: 'LINKS INTERESSANTES' (with a list of links like 'Calendário Acadêmico'), 'UFMS Multimídia', 'Links Úteis', 'Fale Conosco', 'Feeds RSS', and 'Siga a ufms no Twitter'. The article is signed by Ana Paula Banyasz.

Figura 15 - Reprodução de <http://www-nt.ufms.br/news/view/id/704> em 17 de novembro de 2011.

Na Figura 12, é possível ver ainda uma barra de botões de compartilhamento em redes sociais digitais ao final da matéria, mais uma evidência da iniciativa de comunicar-se com seus públicos da forma como os públicos comunicam-se atualmente, facilitando a disseminação de informações diretamente da fonte.

Além das notícias, a UFMS oferece outros exemplos com relação à gestão de suas páginas de transparência. Na face inicial de seu portal são encontrados tanto o banner padrão de

encaminhamento à Página da Transparência dentro da rede de transparência do Governo Federal, quando um link “Transparência Pública”, sob o menu “Sites Institucionais”, link este que encaminha ao mesmo destino que o banner (<http://www.ufms.br/transparencia>). Cabe ressaltar que este foi um dos poucos exemplos em que o endereço <http://www.dominio do órgão/transparência>, conforme determina o artigo 5º da Portaria Interministerial nº 140, foi cumprido (verificou-se a obediência a este endereço também no site da UFRN – www.ufrn.br/transparencia).

Complementarmente, e como encontrado em outros exemplos, os relatórios de gestão da universidade podem ser facilmente encontrados a partir do menu suspenso “Administração”, presente na página inicial, sob o link “relatórios”. A página reúne ainda acesso ao plano de desenvolvimento institucional, projeto pedagógico, relatórios de auditoria e de auto-avaliação interna.

O exemplo da UFMS se destaca pela intuitividade das formas de acesso e as diferentes formas de apresentação das atividades e relatórios da universidade, sem que estas diferentes apresentações se contradigam. Ao facilitar o acesso, a dimensão física da transparência é contemplada; as demais manifestações comunicacionais auxiliam na efetividade da dimensão intelectual – notícias e sites bem estruturados auxiliam na aprendizagem e compreensão do assunto – e da dimensão comunicacional da transparência – haja vista as técnicas de difusão e de alcance de público que podem ser empregadas. O exemplo não é único, nem mesmo pode ser apontado como ideal para as questões que envolvem a comunicação social e a transparência pública, mas ilustra de forma ampla a discussão pretendida por este trabalho.

Ainda assim, percebe-se um foco geral muito claro na dimensão física, ou seja, na disponibilização de acesso. Os exemplos pesquisados e a experiência empírica mostram que a preocupação com uma apresentação ampla da transparência, voltada para a educação, explicação e estímulo à sociedade civil para que assumam seu papel fiscalizador ainda não são suficientes e difundidas nos portais das universidades federais brasileiras. Entretanto, pela pesquisa entre exemplos e as referências teóricas revisadas, crê-se que, na sociedade atual, os portais institucionais sejam os veículos propícios para que esta transparência em sentido amplo aconteça, carecem apenas de serem explorados de forma mais complexa.

Dessa forma, identifica-se que as exigências de disponibilidade de dados conforme a legislação é atendida de forma parcial, focada na disponibilidade física de dados e não na ampla

difusão de informações contextualizadas e de fácil compreensão pela população. As formas de prestação de contas ainda encontram-se muito ligadas a relatórios e outros documentos formais de gestão, e poucos são os exemplos de notícias e outros produtos comunicacionais que facilitariam a prestação de contas ativa e estimuladora da consciência social. Contudo, os exemplos elencados de uso de ferramentas de Comunicação Social a serviço da transparência podem apontar os rumos para uma gestão estratégica da transparência nas instituições, não só disponibilizando como também facilitando e incentivando o conhecimento por parte da sociedade de informações sobre a gestão da coisa pública.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se pelos exemplos coletados, em comparação com a legislação que regulamenta as ferramentas de transparência pública pela Internet no Brasil, que há entre os portais de instituições como as universidades federais a preocupação com o cumprimento da legislação e a disponibilização de acesso a relatórios e demais documentos formais relativos à transparência pública. Contudo, à luz dos conceitos sobre Comunicação Social e Comunicação Pública, bem como os conceitos de transparência e prestação de contas discutidos anteriormente neste trabalho, percebe-se que a efetiva tomada de responsabilidade e, principalmente, iniciativa de explicação à sociedade sobre os atos tomados ainda deixa a desejar.

O foco ainda se encontra na disponibilização de dados e documentos e em prover acesso a esses dados, carecendo ainda nas iniciativas pesquisadas a dimensão mais ampla de contextualizar e explicar estes dados, bem como torna-los de fácil e agradável leitura/recepção. A difusão dessas informações e os esforços para que estas cheguem ao público das instituições públicas – a sociedade civil – ainda são poucos, se comparados com o volume de informações e o impacto que essas informações podem ter nos rumos da sociedade e do País. Trata-se nada menos do que informações que podem mudar o rumo da sociedade, do cenário político, cultural e democrático em que se vive. Conforme o referencial teórico revisado ao longo do trabalho e os exemplos pesquisados e apresentados, a transparência em sentido amplo necessita de suas três dimensões – física, intelectual e comunicacional – contempladas para que seja efetiva e cumpra o papel esperado.

Os relatórios de gestão, presentes nos exemplos trazidos, são publicações bastante completas sobre os atos da administração pública e seus órgãos, porém ainda estão longe das possibilidades de alcance e difusão que podem ser alcançados por produtos comunicacionais. Pelas referências e discussões aqui apresentadas, crê-se possível sugerir a diversificação das apresentações do conteúdo conhecido como transparência pública na forma de peças de comunicação tais como: informativos específicos ao tema; páginas de web voltadas à transparência que extrapolem o mero repositório de links para documentos, e sim explorem conteúdos, informações, diferentes formas apresentação, textos curtos, notícias, entre outros; campanhas de estímulo à fiscalização por parte da comunidade imediata ao órgão (no caso das

universidades, a comunidade universitária); sugestões de pautas e outros materiais explicativos à imprensa, com dados e interpretação sobre as ações do órgão; boletins sonoros, reportagens em vídeo, pequenos clipes e diversas outras formas de produção noticiosa e comunicacional possíveis com o tema. Todas essas sugestões elencadas podem – e devem – ter como veículo maior a Internet, reduzindo, assim, os custos de publicação e distribuição, bem como ampliando as possibilidades de acesso e difusão dos produtos.

Entretanto, compreende-se que todas estas iniciativas isoladamente em uma instituição têm, provavelmente, pouco poder de impacto e real aplicação da transparência almejada; são iniciativas que devem, antes de mais nada, fazer parte de uma política de comunicação social pública comprometida com a prestação de contas e com o direito público à informação. Como afirma Zémor (2009, p.225), “a comunicação pública é, ela própria, uma missão do serviço público”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHN, Michael J. **Adoption of E-Communication Applications in U.S. Municipalities: The Role of Political Environment, Bureaucratic Structure, and the Nature of Applications.** *The American Review of Public Administration*. July 2011 vol. 41 np. 4 428-452. Disponível em <http://arp.sagepub.com/content/41/4/428>.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital.** In: *Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, n. 20, p. 34-40, 2008. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>. Acesso em 20/06/2011.

BATISTA, C. L. **As dimensões da informação pública: transparência, acesso e comunicação.** *Transinformação*, v. 22, p. 225-231, 2010.

BRANDÃO, Elisabeth. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública.** Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2006.

BRASIL. **Decreto nº 5.482, de 30 de junho de 2005.** Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5482.htm. Acesso em 13/11/2011.

BRASIL. **Portal da Transparência.** Disponível em www.transparencia.gov.br. Acesso em 13/11/2011.

BRASIL. **Portaria Interministerial nº 140, de 16 de março de 2006.** Disponível em http://www.cgu.gov.br/Legislacao/Arquivos/Portarias/portaria_interministerial.pdf. Acesso em 13/11/2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. 243p.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica.** 3ª ed. São Paulo: Atlas. 2010. 472p.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. **Blog da Casa Branca.** Disponível em <http://www.whitehouse.gov/blog>. Acesso em 13/11/2011.

FERREIRA, Michelle. **As novas configurações da Gestão Pública: comunicação, conhecimento e pessoas.** Coletânea: Diversidade e Igualdade na Comunicação. UNIFESP: FAAC. 2007. Disponível em <http://www.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao>.

FERREIRA, Flávia. **Contribuições para o aproveitamento das potencialidades da web 2.0 sob a ótica da Comunicação Pública**. Anais do II Congresso Internacional Comunicación 3.0. Universidad de Salamanca. 2010. Disponível em www.comunicacion3punto0.com

FURG. **Portal da FURG**. Disponível em www.furg.br. Acesso em 17/11/2011.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. 398p.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002. 328p.

PENTEADO FILHO, Roberto de Camargo. **Assessoria de Imprensa na Era Digital**. In: DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica*. 3ª ed. São Paulo: Atlas. 2010. 472p.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191p.

SINCLAIR, Amanda. **The chameleon of accountability: forms and discourses**. *Accounting, Organizations and Society*. Vol 20, No. 2J3. pp. 219-237. 1995.

UFAM. **Portal da UFAM**. Disponível em www.ufam.br. Acesso em 17/11/2011.

UFBA. **Portal da UFBA**. Disponível em www.ufba.br. Acesso em 17/11/2011.

UFF. **Portal da UFF**. Disponível em www.uff.br. Acesso em 17/11/2011.

UFMS. **Portal da UFMS**. Disponível em www.ufms.br. Acesso em 17/11/2011.

UFRGS. **Portal da UFRGS**. Disponível em www.ufrgs.br. Acesso em 17/11/2011.

UFSC. **Portal da UFSC**. Disponível em www.ufsc.br. Acesso em 17/11/2011.

UFSM. **Portal da UFSM**. Disponível em www.ufsm.br. Acesso em 17/11/2011.

ZÉMOR, Pierre. **As formas da comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública*. São Paulo: Atlas. 2009. 264p.