
Os desafios da Comunicação Pública em universidades federais: lei de acesso à informação e políticas de comunicação em instituições de ensino superior¹

Helen LOPES²

Elen GERALDES³

Universidade de Brasília, Brasília, DF

Resumo

Este artigo tem como objetivo debater os desafios da Comunicação Pública em universidades federais brasileiras. A partir da análise da implementação da Lei de Acesso à Informação em cinco instituições de ensino superior, buscamos compreender como este processo tem interagido com a comunicação institucional dessas organizações, tanto na formulação ou não de políticas de comunicação, quanto nas atividades cotidianas. Para isso, foram realizadas entrevistas em profundidade com gestores e profissionais das universidades selecionadas, bem como análise em documentos de gestão. O objetivo é apontar limites e possibilidades de uma comunicação institucional guiada pelas premissas da Comunicação Pública e como a Lei de Acesso pode ser indutora de mudanças num cenário em que as funções e a relevância das universidades públicas são recorrentemente questionadas.

Palavras-chave: comunicação pública; lei de acesso à informação; políticas de comunicação; universidades

1. Universidade e Comunicação: cadê a balbúrdia que estava aqui?

Em abril deste ano, o atual ministro da Educação, Abraham Weintraub, anunciou que iria cortar recursos de universidades federais que não estivessem atingindo um suposto desempenho acadêmico esperado e que estivessem fazendo “balbúrdia” em seus *campi*⁴. Inicialmente, pela fala do ministro, três instituições estariam na mira: Universidade de Brasília (UnB), a Universidade Federal Fluminense (UFF) e a Universidade Federal da Bahia (UFBA). Dias depois, o Governo Federal mudou o tom do discurso e afirmou que faria bloqueio de verbas em todas as instituições federais. Apesar de constar entre as

¹ Trabalho apresentado na DT 8 - Estudos Interdisciplinares, GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista da Universidade de Brasília e Mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, UnB. E-mail: helen_rls@hotmail.br.

³ Doutora em Sociologia pela Universidade de Brasília, Mestra em Jornalismo pela USP, Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, UnB. E-mail: elenger@ig.com.br.

⁴ As declarações do ministro da Educação foram dadas ao jornal O Estado de S. Paulo, em entrevista publicada no dia 30 de abril. Acesso em 20 de junho de 2019. Disponível em <https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral/mec-cortara-verba-de-universidade-por-balburdia-e-ja-mira-unb-uff-e-ufba,70002809579>.

melhores universidades brasileiras pela avaliação do próprio Ministério da Educação, a UnB, por exemplo, sofreu um corte orçamentário de quase 40%, conforme informou a administração da universidade⁵. Nas semanas que se seguiram, duas manifestações em favor da Educação foram realizadas. Especialistas na área alertaram para os riscos destes cortes e para a inconsistência dos motivos alegados. Entretanto, o bloqueio foi mantido. Houve um debate, ainda que tímido, sobre o que, afinal, faz a universidade pública, quais suas atividades e funções. O questionamento sobre a relevância dessas instituições públicas é recorrente⁶.

Neste cenário, é válido indagar em que medida a comunicação institucional realizada pelas universidades, tendo como base a Comunicação Pública, poderia contribuir para este debate? A LAI (Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011), entendida aqui como uma política de comunicação, pode fortalecer os processos comunicacionais com a sociedade? Neste sentido, no presente artigo, iremos traçar um panorama sobre a implementação da LAI nas cinco universidades federais mais bem avaliadas pelo Índice Geral de Cursos⁷, por região do país: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Universidade de Brasília (UnB); Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e Universidade Federal do Pará (UFPA)⁸. Pretendemos questionar, também, se essas instituições possuem políticas de comunicação e qual entendimento sobre a comunicação praticada. Ademais, vamos abordar se existe interação entre os setores responsáveis por essas duas áreas (Lei de Acesso e Comunicação).

Por Comunicação Pública, entendemos o que Zemor (1995) afirma em sua extensa obra. É uma comunicação de interesse público, que tem valores como a transparência, a

⁵ De acordo com a UnB, o Ministério da Educação bloqueou R\$ 48,5 milhões na parcela do orçamento discricionário que é aportado pelo governo. O valor corresponde a 31,4% do total discricionário aportado por essa fonte (R\$ 154,6 milhões). Ao se retirar do montante os recursos destinados à assistência estudantil (cerca de R\$ 34 milhões), que não foram bloqueados, o percentual de bloqueio chega a 39,2%. Reportagem completa disponível em <http://noticias.unb.br/76-institucional/2956-conheca-os-desafios-orcamentarios-da-instituicao>. Acesso em 26 de jun. 2019.

⁶ Exemplo é o editorial do jornal *O Globo*, defendendo o fim do atual modelo: *Crise força o fim do injusto ensino superior gratuito*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/opiniao/crise-forca-fim-do-injusto-ensino-superior-gratuito-9768461#ixzz4MkavKRV8>. Acesso em: 10 out. 2018.

⁷ O Índice Geral de Cursos (IGC) é uma avaliação realizada pelo Ministério da Educação e indica o desempenho das instituições de ensino superior do país. É construído pela média ponderada das notas dos cursos de graduação e pós-graduação (mestrado e doutorado) de cada instituição e divulgado anualmente pelo Inep/MEC, imediatamente após a veiculação dos resultados do Enade. Informações disponíveis em < <http://portal.mec.gov.br/igc> >. Acesso em: 15 jun. 2019.

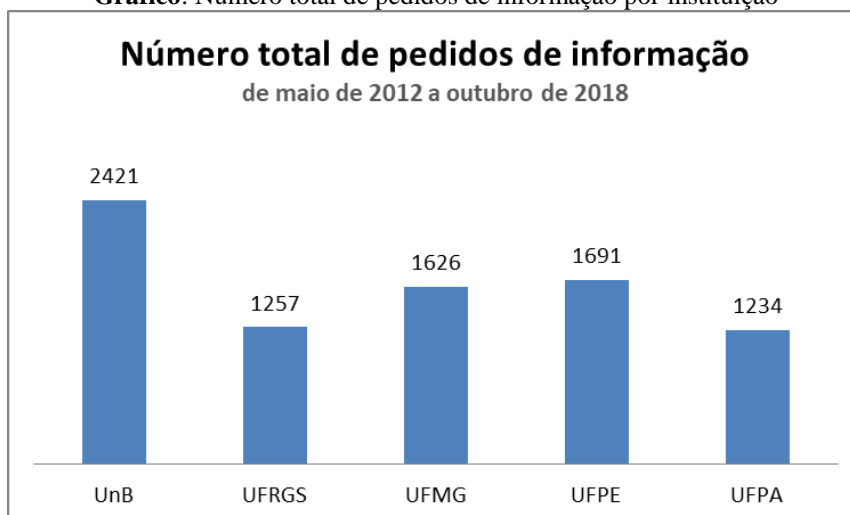
⁸ Listagem publicada no Diário Oficial da União em março de 2017. Disponível em: http://download.inep.gov.br/educacao_superior/igc_cpc/2015/portaria_n209_de_07032017_resultados_igc_cpc2015.pdf. Acesso em: 15 dez. 2018.

acessibilidade, a linguagem clara e objetiva, com a finalidade de contribuir para o fortalecimento da cidadania. É uma comunicação que não sucumbe a interesses particulares ou individuais. Com este conceito como referência, por meio das técnicas de entrevistas semiestruturadas com gestores da LAI e da área de comunicação nas universidades, e da análise de documentos fundadores dessas instituições como o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e os relatórios de autoavaliação, buscamos desvendar as pontes entre LAI, universidades e comunicação pública.

2. Panorama da implementação da LAI e conexões com a comunicação

A partir da leitura dos documentos de gestão (PDI e RAAI) e da análise das entrevistas com gestores e profissionais das áreas responsáveis pela LAI e pela Comunicação nas instituições estudadas, descrevemos a implementação da Lei de Acesso e as possíveis conexões com as atividades e os processos comunicacionais. Apresentamos, a seguir, o número total de pedidos de informação ao longo desses seis anos de execução, os principais temas e a profissão informada pelos demandantes, com base nos relatórios de gestão da CGU⁹ e nas entrevistas. Mostramos, ainda, em que local da estrutura organizacional está situado o setor responsável pela lei e quais os recursos humanos destacados para essa atividade.

Gráfico: Número total de pedidos de informação por instituição



Fonte: Elaboração própria com base nos relatórios da CGU

⁹ A Controladoria-Geral da União disponibiliza relatórios de gestão e monitoramento da Lei de Acesso. A pesquisa pode ser feita por instituição e por período. Entre os dados acessíveis estão o número total de pedidos de informação, os pedidos respondidos e os fora do prazo, além de informações sobre os principais demandantes, como ocupação informada e Estado de origem da demanda. Disponível em <http://www.cgu.gov.br/noticias/2013/06/relatorios-estatisticos-de-atendimento-da-lai-estao-publicados-na-internet>. Acesso em 9 de nov. de 2018.

De maio de 2012, quando a lei entra em vigor, a outubro de 2018, é interessante notar o que número de demandas destinadas às universidades pesquisadas é bastante semelhante, como mostra o gráfico acima. Com a exceção da UnB, que registra mais de 2,4 mil pedidos de informação, as demais receberam, em média, 1,4 mil solicitações. A UFRGS foi a menos demandada com 1,257 pedidos. A UFPA também registra pouco mais de 1,2 mil demandas, no entanto, o setor responsável pela LAI só foi instituído de fato nessa universidade em 2016. Segundo aponta o relatório da CGU, a federal paraense registra o maior número de demandas fora do prazo. Ao todo, são 79 pedidos ainda não atendidos.

Os principais temas demandados estão relacionados à Educação – Educação Superior, que está presente em todos os levantamentos, e à temática trabalhista, como se observa nos itens Trabalho – Política trabalhista e Trabalho – Profissionais da educação. Na UnB, o tema mais procurado diz respeito à Educação – Assistência ao estudante. É válido relacionar esse dado ao fato de a Universidade de Brasília ter sido uma das primeiras a implementar o ingresso de estudantes por cotas e também o Programa de Avaliação Seriada (PAS), que acompanha o desempenho dos estudantes desde o primeiro ano do ensino médio e reserva uma parcela de vagas para escolas públicas¹⁰.

O exame dos temas mais requisitados nos leva a uma reflexão importante: a possibilidade de a Lei de Acesso estar sendo usada pelos servidores públicos como forma de obter informações sobre seu ambiente de trabalho, conforme apontou a pesquisa de Matos (2018). Essa hipótese ganha força quando analisamos a ocupação declarada dos principais demandantes. Em todas as instituições, mais de 30% dos demandantes são servidores públicos federais; em segundo lugar estão os estudantes. Outro dado que deve ser mencionado é que a maior parte dos demandantes informa ter ensino superior completo, especialização ou pós-graduação (mestrado/doutorado). Esse índice é regular entre as instituições estudadas e chega a mais de 60% dos demandantes. Uma das dimensões comunicacionais da LAI, de acordo com Geraldes e Sousa (2013), a possibilidade de a norma contribuir para o trabalho de investigação dos jornalistas, como

¹⁰ Mais informações sobre a história do PAS e sobre as cotas na Universidade de Brasília podem ser acessadas em <https://noticias.unb.br/publicacoes/67-ensino/64-seminario-da-inicio-as-comemoracoes-dos-20-anos-do-pas> e também em <https://noticias.unb.br/publicacoes/76-institucional/2319-aprovacao-das-cotas-raciais-na-unb-completa-15-anos>. Acesso em 9 de nov. de 2018.

pauta e fonte, aparece de forma bastante tímida nos relatórios gerais. Em média, os pedidos identificados de jornalistas representam pouco mais de 1,8%, nas instituições examinadas.

Em três instituições (UnB, UFRGS e UFMG) o Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) divide a estrutura organizacional com a Ouvidoria. Nesses locais, o(a) ouvidor(a) é a autoridade responsável pelo monitoramento da LAI¹¹. No entanto, em cada local pesquisado, existe uma configuração organizacional distinta. Enquanto na UnB o SIC é um setor da Ouvidoria, conforme resolução recém-aprovada, com servidores e funções distintas, na UFRGS, as atividades são realizadas pelos mesmos servidores. Na UFMG, existe a Diretoria de Governança Informacional (DGI), que congrega duas equipes, uma dedicada ao SIC e outra à Ouvidoria, ambas gerenciadas pelo ouvidor, que também é autoridade da LAI e diretor da DGI.

Quadro 9: LAI na estrutura organizacional de cada universidade pesquisada

LAI na estrutura organizacional	
UnB UFRGS	<p>•Ouvidoria</p> <ul style="list-style-type: none"> •Na UnB, é uma coordenadoria da Ouvidoria •Na UFRGS, as atividades são compartilhadas
UFMG	<p>•Diretoria de Governança Informacional</p> <ul style="list-style-type: none"> •Agrega Ouvidoria e SIC, equipes distintas
UFPE	<p>•Pró-Reitoria de Comunicação, Informação e Tecnologia da Informação</p> <ul style="list-style-type: none"> • SIC, Diretoria de Comunicação e Núcleo de TI
UFPA	<p>•Serviço de Informação ao Cidadão</p> <ul style="list-style-type: none"> •Vinculado diretamente ao Gabinete do Reitor

Fonte: Elaboração própria

¹¹ O artigo 40 da Lei de Acesso à Informação prevê que o dirigente máximo do órgão ou entidade faça a designação de uma autoridade, a ele subordinada, para monitorar o cumprimento da Lei de Acesso. Diz o Art. 40. No prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da vigência desta Lei, o dirigente máximo de cada órgão ou entidade da administração pública federal direta e indireta designará autoridade que lhe seja diretamente subordinada para, no âmbito do respectivo órgão ou entidade, exercer as seguintes atribuições: I - assegurar o cumprimento das normas relativas ao acesso a informação, de forma eficiente e adequada aos objetivos desta Lei; II - monitorar a implementação do disposto nesta Lei e apresentar relatórios periódicos sobre o seu cumprimento; III - recomendar as medidas indispensáveis à implementação e ao aperfeiçoamento das normas e procedimentos necessários ao correto cumprimento do disposto nesta Lei; e IV - orientar as respectivas unidades no que se refere ao cumprimento do disposto nesta Lei e seus regulamentos. (BRASIL, 2011).

Não há procedimentos internos padronizados. Apesar de todos usarem o sistema e-SIC para registro e resposta das demandas, internamente, cada setor distribui e acompanha a demanda de forma distinta. Do ponto de vista dos recursos humanos, as equipes podem ser consideradas pequenas, na maioria dos casos, são compostas de duas a três pessoas. Em síntese, todas as instituições pesquisadas assinalaram a preocupação de integrar processos e implementar políticas de transparência e de informação que lutem contra a cultura do sigilo, apesar de os entrevistados não terem materializado como de fato isso estaria acontecendo. As fragilidades começam no registro correto do dado, à sua classificação e, de forma geral, na disposição dos setores em responder às demandas. Há em comum a percepção de que a integração entre as áreas de Comunicação, Informação e Tecnologia ainda é baixa. Sobretudo a relação com a área de Comunicação não está definida, como aprofundaremos no tópico a seguir.

3. Apontamentos sobre a Comunicação nas universidades pesquisadas

Neste item, apresentamos informações referentes aos setores de Comunicação das universidades pesquisadas. Nessas áreas, buscamos identificar: a) a existência ou não de Política de Comunicação; b) o foco das ações de Comunicação (se mais voltadas para a cobertura/ divulgação das atividades da alta administração ou para o acompanhamento das atividades relacionados a serviços, pesquisa científica e temas da comunidade acadêmica); e c) processos de interação com a Lei de Acesso.

A comunicação institucional da UFRGS é empreendida pela Secretaria de Comunicação (Secom), com 54 profissionais, a maior parte constituída por concursados, entre jornalistas, relações públicas, fotógrafos, produtores culturais, entre outros – além de 43 bolsistas¹². Dentre os produtos e as atividades desenvolvidas pela secretaria estão o Jornal da Universidade, a Rádio Universitária, a UFRGS TV, a gráfica, o portal institucional, a assessoria de imprensa e design. De acordo com a página da Secom na internet, o setor é “responsável pelo planejamento e execução das políticas de comunicação da Universidade, em consonância com sua missão, visão e valores”¹³. Apesar desta definição, que pode dar a entender que a instituição possui uma política, este

¹² Informação obtida na página da Secretaria de Comunicação (Secom) da UFRGS. Disponível em <http://www.ufrgs.br/secom/>. Acesso em 10 de nov. de 2018.

¹³ Da mesma forma, esta informação consta da página da Secom, referenciada acima.

documento ainda não foi formulado. Está em andamento um fórum de profissionais da área, com o objetivo de debater um documento neste sentido. Existe, ainda, a opção por manualização e edição de orientações por áreas, como, por exemplo, o manual de redes sociais. Uma das percepções dos entrevistados é de que o debate em torno da Política de Comunicação não evoluiu, até o momento, porque o setor atua de forma abrangente e estaria atendendo às expectativas da gestão e da comunidade acadêmica. A despeito de a Comunicação (interna e externa) ser considerada um fator relevante para o futuro da instituição¹⁴, segundo o PDI, este mesmo documento define a Comunicação de forma instrumental. De acordo com o documento, trata-se de uma “ferramenta estratégica”, em que o foco das ações está em termos como *divulgação e disseminação*.

Há destaque para a necessidade de um Plano de Comunicação, que está listado inclusive entre os objetivos e as metas organizacionais. Conquanto a percepção dos entrevistados seja de que a Lei de Acesso não representou alterações significativas nos processos e procedimentos de Comunicação, ao menos duas questões sobressaem. A primeira diz respeito à atualização constante da página destinada às informações gerais da instituição – UFRGS em Números –, que é utilizada como fonte de dados para atendimento à imprensa e para elaboração de matérias da própria Secom. Isso é visto como repercussão da LAI e traz contribuições positivas para o dia a dia da Comunicação. Outra questão apontada é o fato de que a Lei é usada como argumento para sensibilizar gestores a prestar informações, no sentido de que não adiantaria tentar esconder determinada informação, porque os públicos e/ou os jornalistas podem buscá-las via LAI.

Na federal do Pará, a organização do setor de Comunicação pode ser considerada recente. A Divisão de Imprensa, chamada de Assessoria de Imprensa, passou a ser Assessoria de Comunicação Institucional em 2009; quatro anos depois, em 2013, houve a aprovação de um regimento interno pelo Conselho Universitário¹⁵. Até então o setor

¹⁴ De acordo com o seguinte trecho do PDI: Vale destacar o conjunto de fatores considerados relevantes para o futuro da Universidade, resultantes das conferências e seminários realizados ao longo do período do processo de elaboração deste PDI. Os principais fatores são os seguintes: financiamentos, parcerias, expansão, internacionalização, inovação científica e tecnológica, inovação acadêmica, qualidade, interdisciplinaridade, gestão (desburocratização e eficiência), comunicação (interna e externa), integração entre áreas de atuação (ensino, pesquisa e extensão), integração entre acadêmica e administrativo, integração entre áreas administrativas, autonomia, cultura para a diversidade, cultura para a integração, inclusão social. Diretamente relacionado ao desenvolvimento nacional, regional e local foi citado que deveria haver o comprometimento da Universidade com a educação básica e o fomento aos mestrados profissionais em áreas mais específicas. Porém, dois dos fatores mais citados tanto interna quanto externamente, são a transversalidade acadêmica e administrativa e o desenvolvimento de metas claras que possam ser monitoradas, sustentando a transparência das ações executadas relacionadas aos objetivos estratégicos. (PDI UFRGS 2016-2026, s/p).

¹⁵ O histórico da Ascom, disponível na página da instituição na web, registra que o nome do setor mudou em março de 2009. De acordo com o texto, “em 31 de março de 2009, durante a gestão do reitor Alex Fiuza de Melo, uma resolução do Conselho Universitário reestruturou a antiga Divisão de Imprensa que recebeu nova denominação: Assessoria de

era, majoritariamente, composto por jornalistas e tinha atuação restrita às demandas da Reitoria. Hoje 12 profissionais atuam no setor, com o auxílio de aproximadamente 16 bolsistas. Além de produzir conteúdo para o portal da Universidade e para a TV web UFPA, o setor edita o Jornal Beira do Rio¹⁶, com enfoque na produção científica da instituição. A alteração de fato para um olhar mais global, que ultrapasse as atividades de uma assessoria de imprensa, porém, ainda é um desafio. Por isso, a percepção dos entrevistados é de que as ações do setor ainda estão muito atreladas às atividades da Reitoria, apesar de se buscar um foco em serviços e em questões mais amplas, que envolvam a comunidade acadêmica. Nesse sentido, a constituição de uma política de comunicação é vista como possibilidade de efetivação da comunicação institucional, pois traria mais respaldo e planejamento às ações do setor. Entre as iniciativas nessa direção estão a constituição de uma rede de colaboração com comunicadores de outras unidades, a realização de *media training* com gestores e docentes e a apresentação da equipe e dos serviços do setor para o colegiado das unidades.

De acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional da UFPA, um dos 20 objetivos estratégicos da instituição é aprimorar a comunicação institucional. Embora o item denominado Política de Comunicação Institucional (PDI UFPA, 2016, p. 49) faça referência aos princípios que devem guiar este trabalho – o respeito à ética e à liberdade de imprensa; o pluralismo de ideias e de pensamentos; a divulgação irrestrita do conhecimento; e o respeito à diversidade da pessoa humana –, não há informação de como isso tem sido feito ou de como deva ser feito.

Da mesma forma, a elaboração de uma política de comunicação para a instituição não está no rol de iniciativas estratégicas. Em relação à Comunicação, as atividades indicam questões operacionais, entre elas: pesquisa de opinião on-line anual com a comunidade acadêmica sobre as mídias da Ascom; projeto de monitoramento e aperfeiçoamento da comunicabilidade das redes sociais oficiais; criação dos manuais de comunicação e de informações da Ascom e projeto da Agência de Notícias da UFPA. O RAAI reforça a necessidade de aprimorar a comunicação com base em uma pesquisa de

Comunicação Institucional”. O regimento interno com a atual configuração data de setembro de 2013. Disponível em https://ascom.ufpa.br/documentos/Resolucao_719_Regimento_ASCOM_UFPA.pdf. Acesso em 10 de nov. de 2018.

¹⁶ Informações obtidas junto aos entrevistados e por meio da página da Universidade. Disponível em www.ufpa.br. Acesso em 10 de nov. de 2018.

opinião com a comunidade universitária realizada em 2015/2016. Não há menção à política para a área.

Em relação à transparência e à interação com o setor da LAI, os relatos por parte dos entrevistados indicam contatos para suporte operacional das atividades de transparência, ainda que o setor tenha integrado a primeira comissão sobre o tema na instituição e proposto uma página para publicizar dados relevantes e o rol de informações solicitadas pela Lei. A Ascom insere os endereços eletrônicos (links) demandados pelos setores na página que hoje é destinada à Transparência. A possibilidade de melhoria na disponibilização e na organização de dados a partir da Lei também não parece ser uma realidade.

Já a Comunicação institucional na Universidade de Brasília é realizada, especialmente, pela Secretaria de Comunicação (Secom) e pela UnBTV, como setores separados – um configura-se como Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE) e o outro, apesar de utilizar o nome Secom, ainda está registrado nos documentos oficiais da instituição como Assessoria de Comunicação, vinculada diretamente à Reitoria. Neste item vamos focalizar a Secom, que, entre outros produtos e serviços, administra o portal da Universidade, a agência de notícias (ou, mais recentemente, setor de produção de conteúdo), fotografia, design e relações institucionais, além da assessoria de imprensa. Em torno de 28 servidores atuam na Secretaria, conforme lista divulgada no site da instituição¹⁷.

Apesar de um grupo de trabalho, formado por deliberação da Reitoria e composto por professores da Faculdade de Comunicação e por profissionais da Secom e da UnBTV, ter proposto, em 2016, uma política de comunicação para a Universidade, bem como a constituição de um órgão (superintendência), para congregar áreas afins e otimizar esforços, este projeto não foi implementado. Com a mudança de gestão ocorrida entre 2016/2017, um novo grupo de trabalho foi montado e as discussões foram retomadas.

Nesse sentido, a UnB ainda não possui uma política de comunicação. Este item, inclusive, foi suprimido do novo PDI (2018-2022). Entre os objetivos e metas do novo Plano, estão a elaboração e a aprovação de um regimento interno, a definição de políticas e de critérios de divulgação de pautas e eventos (critérios de noticiabilidade) e a promoção de fóruns semestrais com servidores da UnB da área de comunicação para discussão de

¹⁷ Disponível em <http://www.noticias.unb.br/atender/123-secom/equipe>. Acesso em 18 nov. 2018.

assuntos pertinentes à atuação desses profissionais. (PDI UnB 2018-2022, p. 256-259). O Relatório de Autoavaliação de 2017, por sua vez, apresenta as ações da Secretaria de Comunicação por meio de itens relativos aos setores e às atividades, de forma isolada, com base em tabelas quantitativas (número de atendimentos à imprensa, número de notícias *clipadas*, número de acessos ao portal, entre outros dados) e sem apresentação de como essas ações poderiam estar articuladas com os objetivos da área,

O foco principal das ações de comunicação não é consenso entre as fontes. Enquanto uma destaca a produção de conteúdo relacionada aos serviços e às pesquisas da instituição, a outra avalia que a atuação da Secom está muito mais concentrada na visibilidade das ações da alta administração. Há concordância, porém, sobre a inexistência de interação com a área responsável pela LAI, seja do ponto de vista de processos ou de procedimentos. Os relatos indicam interações pontuais, relacionadas a demandas de informação ou solicitação para publicar algo na página da instituição. Foi revelada ainda uma preocupação de que uma possível aproximação com o setor da LAI pudesse resultar em mais demandas de atividades para a Secretaria.

A Universidade Federal de Minas Gerais tem a maior estrutura de Comunicação entre as universidades pesquisadas¹⁸, no tamanho da equipe e na diversidade dos produtos e projetos administrados. São aproximadamente 80 pessoas, entre servidores, bolsistas e contratados pela fundação¹⁹. O Centro de Comunicação (Cedecom) da federal, instituído em 2002, administra o portal da instituição, a Rádio UFMG Educativa, a TV UFMG e o Boletim UFMG, entre outros serviços. Apesar dessa nova configuração, ainda não houve institucionalização do setor, que segue como Diretoria de Divulgação e Comunicação Social nos documentos oficiais. Dessa forma, há dois debates em curso na Universidade: o de institucionalização do Cedecom e o de construção de uma política de comunicação para a área. As discussões têm como base a concepção de Comunicação Pública e também a organização dos processos de comunicação.

¹⁸ Consideramos, para essa assertiva, a estrutura destinada especificamente à área e aos produtos de Comunicação da UFMG. Na UFPE, como iremos examinar, a Pro-Reitoria de Comunicação, Informação e Tecnologia da Informação (Procit) funciona por meio de um núcleo gestor, dividido em três diretorias (Diretoria de Gestão da Informação; Diretoria de Processos e Tecnologias; e Diretoria de Comunicação). A Procit articula suas ações por intermédio das chamadas unidades integradas, como por exemplo, o Núcleo de TV e Rádios Universitárias (NTVRU); o Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI); o Sistema Integrado de Bibliotecas (SIB); a Editora Universitária. Cada um desses setores tem chefia e equipe própria, e autonomia de gestão financeira e orçamentária. Por esse motivo, não incluímos o número de total de servidores ligados à Procit na comparação sobre as estruturas de Comunicação. Além disso, a Assessoria de Comunicação (Ascom), atualmente, não faz parte da Procit. Essa organização será explicada no tópico destinado aos apontamentos sobre Comunicação na UFPE. Informações gerais sobre a Pró-reitoria estão disponíveis em <https://www.ufpe.br/procit/sobre-a-procit>. Acesso em 10 de nov. de 2018.

O PDI 2013-2017, ainda vigente, traz como um dos principais objetivos a implantação do sistema UFMG digital. Entre as medidas nesse sentido, estava a construção de um novo portal para a Universidade. Concebido e executado por profissionais da instituição, em especial da Coordenadoria de Web e Redes Sociais do Cedecom, o projeto foi realizado a partir do conceito de acesso à informação, conforme indicam os entrevistados. Entre as diretrizes do projeto estavam: comunicação pública, transparência, cidadania, acessibilidade e inclusão social, internacionalização, atualização tecnológica. Nesse processo, houve interação com a Diretoria de Governança Informacional, que responde pela Ouvidoria e pelo SIC. O objetivo consistia em identificar os temas mais demandados para auxiliar na organização da prioridade das páginas e dos menus e também para embasar o item de perguntas frequentes.

Em relação ao enfoque das atividades de Comunicação, a avaliação é de que a maioria das ações, atualmente, “passam via Gabinete” – incluindo as pró-reitorias e os órgãos da administração central. Quando há pautas e/ou demandas encaminhadas ao Cedecom por unidades ou de forma individual, busca-se relacioná-las a temas de interesse institucional, articulando possibilidades de divulgação e/ou cobertura.

A Universidade Federal de Pernambuco, por sua vez, instituiu em julho de 2014²⁰ uma Pró-Reitoria de Comunicação, Informação e de Tecnologia da Informação (Procit), após longo processo de debate interno. Este órgão está dividido em três diretorias: Gestão da Informação; Processos e Tecnologias; Comunicação. A Procit articula suas ações por intermédio de um comitê gestor e das chamadas unidades integradas, com chefia e equipe própria, e autonomia de gestão financeira e orçamentária. Especificamente na Procit atuam 30 servidores, com apoio de bolsistas. A Assessoria de Comunicação (Ascom), vinculada ao Gabinete da Reitoria, é uma das unidades integradas, cujas atividades principais são o atendimento a demandas da imprensa externa, produção de boletins informativos e gerenciamento de redes sociais. Nesse ponto, aliás, há uma questão: existem duas redes sociais de informações da UFPE, uma gerenciada pela Ascom e outra pela Procit. Percebe-se também um incômodo por parte dos gestores em relação a não integração efetiva dessa área.

Nesse cenário, a UFPE tem duas estruturas que realizam comunicação institucional, ainda que a Procit esteja mais voltada para a constituição de políticas e para

²⁰ Conforme informação disponível em: www.ufpe.br/procit/sobre-a-procit. Acesso em: 10 nov. 2018.

a articulação de ações entre as chamadas unidades integradas. A Diretoria de Comunicação da Procit, por exemplo, também produz conteúdo, material gráfico e audiovisual, além de organizar campanhas institucionais e ações como a de Volta às Aulas, cujo objetivo é estabelecer um diálogo com a comunidade acadêmica e com a sociedade. A duplicidade de esforços na área pode ser notada na própria disposição das informações na dimensão 4 do RAAI (Comunicação com a Sociedade): as atividades desses setores (Ascom e Procit) são apresentados em tópicos distintos. As ações das demais unidades integradas da Procit (como TV Universitária e Sistema de Bibliotecas) compõem o mesmo item.

Os documentos de gestão trazem a elaboração de políticas para as áreas de Comunicação, Informação e Tecnologia da Informação como prioridade: Política de Segurança da Informação (Resolução 01/2017); Política de Publicação na Internet (Resolução 05/2017); Política de Informação do Repositório Digital (Resolução 06/2017)²¹. O debate sobre a política de Comunicação está em curso, com as diretrizes de transparência, diversidade, comunicação não personalista e comunicação pública.

Embora ainda haja um alinhamento prioritário a temas ligados à alta administração, os entrevistados indicam o aumento da preocupação com a diversificação de pautas em relação à produção acadêmica, aos *campi*, aos serviços da universidade e à legitimação dessa instituição perante a sociedade. Apesar de estarem na mesma estrutura organizacional, a avaliação do setor de Comunicação é de que poderia haver mais processos e procedimentos de interação com a equipe da LAI. Foi observada interlocução no caso de demandas recorrentes, como, por exemplo, temas relacionados a assédio, o que gerou uma campanha sobre tolerância e respeito,

4. Tempo de mudanças

Em busca da compreensão de como as universidades federais respondem às exigências da Lei de Acesso à Informação, buscamos traçar um panorama sobre a implementação da LAI nessas instituições e suas relações com a Comunicação. Os dados gerais assemelham-se, em especial, no tocante ao número de pedidos (com exceção da UnB, que registra um número maior de demandas), aos principais temas e à ocupação informada pelos demandantes. Também é válido observar que a demanda por parte de

²¹ A íntegra dessas políticas está disponível em: <https://www.ufpe.br/procit/politicas>. Acesso em 10 nov. 2018.

jornalistas é baixa em todas as instituições da amostra. Internamente, observa-se configuração setorial distinta em cada universidade. Da mesma forma, os procedimentos de registro e acompanhamento internos são diversos. De ponto comum, temos que os setores registram e respondem as demandas via e-SIC, da CGU, e as equipes responsáveis pelas áreas são bastante enxutas.

Destacamos, também, de forma geral, uma certa resistência dos setores a prestarem as informações demandadas. Essa resistência parecer ser originária de uma cultura de sigilo, comum às universidades e, frequentemente, citada por historiadores e sociólogos como inerente ao próprio Estado brasileiro. Outro fator comum é a falta de integração entre as áreas de Comunicação, Informação e Tecnologia de Informação, cuja atuação isolada muitas vezes torna complexo o acesso aos dados.

A área de Comunicação foi impactada pela Lei de Acesso à Informação, sobretudo porque agora é lei oferecer à sociedade informação de qualidade, acessível e ágil. A relação entre transparência ativa e passiva, porém, não é orgânica e sistemática, e perde-se a oportunidade de responder, por meio dos portais institucionais, às demandas que a sociedade manifesta em perguntas que chegam via LAI. Ademais, essa área também tem os seus fantasmas, os seus limites e dificuldades nas universidades federais. Um desses limites é a visão estritamente operacional, que a subjugua à produção de notícias, sites, vídeos etc., em detrimento de sua dimensão estratégica, de planejar, executar e avaliar a comunicação com seus diversos públicos. Outro desafio é responder à questão: comunicação de quem, sobre e para quem, visto que em muitas instituições não se tem claro se o papel da área é divulgar os atos da reitoria, da universidade ou de ambos.

Por fim, a ausência de uma política de comunicação traz grande impacto para a forma como a LAI é abordada nas universidades. Reféns de uma temporalidade restrita, respondendo a demandas factuais, apenas reativa aos questionamentos da mídia, a comunicação não consegue fazer da LAI uma oportunidade de pautar suas ações, de “construir” transparência e de contribuir para o direito à informação dos cidadãos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei de Acesso à Informação**. Brasília: Presidência da República, 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm. Acesso em: 5 out. 2018.

CELLARD, André. A análise documental. (p.295-316). In: POUPART, Jean. (Org.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. 464 p.

CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. **Cartilha de Acesso à informação Pública: uma introdução à Lei no.12.527**, de novembro de 2011. Brasília: CGU, 2011.

CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. **Manual da Lei de Acesso à Informação para Estados e Municípios**. 1. ed. Brasília: CGU, 2013. Disponível em: www.cgu.gov.br/publicacoes/BrasilTransparente/Manual_LAI_EstadosMunicipios.pdf. Acesso em: 18 out. 2017.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** (3. ed.). São Paulo: Atlas, 2012.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de Comunicação Pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Paulo: Difusão, 2011. 293 p. (Série pensamento e prática; 4).

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GERALDES, Elen; SOUSA, Janara. As dimensões comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Intercom. 36, 2013. Manaus. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1502-1.pdf>. Acesso em: 29 set. 2017.

GERALDES, Elen; SOUSA, Janara. **Encontro marcado: a LAI como política de comunicação nas Organizações públicas**. In: Congresso da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação, 12, 2014. Disponível em: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Geraldes-Sousa.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2017.

KUNSCH, Margarida. Maria. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011

MATOS, Pedro Arcanjo. - **O uso da LAI por Servidores Públicos Federais como Instrumento de Informação Trabalhista**: Formas de se Pensar a Transparência do Estado. 2018. Dissertação (mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

MENDEL, Toby. **Liberdade de informação: um estudo de direito comparado**. Unesco, 2009.

MOURA, Maria Aparecida *et al.* **A construção social do acesso público à informação no Brasil**. Contexto, historicidades e repercussões. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

ZEMOR, P. (1995). **La Communication Publique**. (E. BRANDÃO, Tradução, 2005) Paris: PUF.