



## **A Comunicação Pública a serviço da Transparência Pública: um estudo em portais de Universidades Federais do Sul do Brasil<sup>1</sup>**

Aline Reinhardt da Silveira<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

### **Resumo**

O movimento por maior transparência nos atos e contas do serviço público brasileiro vem se manifestando em ações como as Leis da Transparência e de Acesso à Informação. Entretanto, pressupõe-se a transparência composta por três dimensões (Batista, 2010), sendo a comunicacional uma delas. No presente trabalho, busca-se discutir as potencialidades da Comunicação Social na Comunicação Pública como ferramenta e agente da realização da Transparência, às luz da Internet. Para tanto, foram analisados portais institucionais de 11 universidades federais da Região Sul do Brasil. No estudo, percebeu-se ferramentas de transparência focadas na dimensão, com lacunas nas dimensões intelectual e comunicacional, na qual se vê potencialidades para a consecução da transparência em sua totalidade. A discussão está baseada nos trabalhos de Brandão (2010), Zémor (2009), Batista (2010), e Ferreira (2010).

### **Palavras-chave**

Comunicação pública; Transparência; Internet; Portal; Universidade

### **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 Web.

Objetiva-se realizar um levantamento do uso das ferramentas de transparência pública nos portais institucionais de Internet das universidades federais, sendo selecionadas para este estudo 11 Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) dos três estados da Região Sul do Brasil possuidoras do *status* de Universidade.

Têm-se como premissa a potencialidade da Comunicação Social como ferramenta de comunicação organizacional e comunicação pública, e a possibilidade da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Aluna especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); especialista em Administração Pública Contemporânea pela UFRGS e bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel). alireinhardt@gmail.com



utilização de suas técnicas e ferramentas no esforço de divulgação conhecido como Transparência Pública. O interesse aqui é observar de que forma as instituições tornam-se transparentes valendo-se de seus portais na Internet como canal de comunicação direto com o público. Objetiva-se, em longo prazo, discutir de que forma a Transparência Pública tem se materializado em ações por meio da Internet nas instituições de ensino superiores da rede federal. Leva-se em consideração no trabalho apresentado as exigências oriundas das Leis de Transparência Pública e de Acesso à Informação, bem como os pressupostos de Brandão (2010), Zémor (2009), Batista (2010), e Ferreira (2010) sobre Comunicação Pública e Transparência.

### **Comunicação Pública e o diálogo com a sociedade**

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, M., 2010; Ferreira, F., 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).

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 restabelecer um espaço de discussão e ação públicos conhecido como esfera pública (no sentido apresentado por



Habermas, 1984). Nessa ágora virtual em potência, 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 ressalta Ferreira, M. (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.

Atender melhor o cidadão, de forma a trazê-lo para a esfera pública (Ferreira, 2007), acompanhando o desenvolvimento da sociedade para melhor servi-la, surge como 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.

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).

Para Brandão, um dos significados de Comunicação Pública identifica-se com a Comunicação do Estado e/ou Governamental. Esta face se mostra como 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”.

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.



Pierre Zémor (1995, p.5<sup>a</sup> apud Brandão, 2006), afirma que

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).

O mesmo autor 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)

Graham (1997, p. xii, apud Pentead 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”.

Tendo em vista a facilidade e o alcance que a comunicação por redes digitais hoje permite, e experiências bem sucedidas de apropriação das técnicas e de tecnologias de comunicação por parte do terceiro setor para se fortalecer e realizar seus objetivos, conforme nos evidencia Brandão (2006, p.10), percebe-se que apropriação análoga se faz necessária também pela administração pública – que de em diversas formas já o faz



-, para que esta 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.

### **Transparência Pública em tempos de Internet**

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. “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). A partir desta realidade, vive-se hoje um 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.

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.



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).

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).

Este fluxo comunicacional, quando entendido como Comunicação pública, não deve estar dissociado das finalidades das instituições públicas, na compreensão de Zémor (1995, p.5, apud Brandão, 2010), e passam a ter como funções:

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.

Percebe-se que o movimento em busca da maior transparência pública nos órgãos governamentais vem buscar a consecução dessas funções, ao clamar pela prestação de contas como sua maior bandeira e especificamente pretender que esta prestação de contas esteja disponível pela Internet, de forma a acompanhar as mudanças sociais que vêm ocorrendo. Também há busca pela criação de canais onde suas demandas possam ser ouvidas e a tentativa maior da criação de um espaço onde os brasileiros possam conhecer melhor o que ocorre na governança de seu País e compreendam-se como cidadãos.

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 vê ao longo deste trabalho. 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 acepção 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.

### **Levantamento sobre as ferramentas de transparência**

Para analisar como a transparência, compreendidas nas três dimensões propostas por Batista (2010) – física, intelectual e comunicacional –, se manifesta nos portais institucionais das 11 universidades federais da Região Sul do Brasil<sup>3</sup>, foram estabelecidos critérios baseados na Lei da Transparência (Portaria Interministerial nº 140, de 16 de março de 2006<sup>4</sup>), na Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011<sup>5</sup>) e na existência de ouvidorias. Também foram verificadas as formas de prestação de contas por meio de relatórios de gestão e por meio da publicação de notícias no portal principal da instituição que abordassem temas relacionados à prestação de contas à comunidade. Os dados foram coletados entre 15 e 19 de abril de 2013 nos portais das referidas IFES.

No que diz respeito ao acesso físico das informações, do universo dos portais das 11 universidades analisados, seis possuíam em sua página de entrada o banner

---

<sup>3</sup> UFPR (<http://www.ufpr.br/>), UFTPR (<http://www.utfpr.edu.br/>), UNILA (<http://www.unila.edu.br/>), FURG (<http://www.furg.br/>), UFSCPA (<http://www.ufscpa.edu.br/>), UFPel ([www.ufpel.edu.br](http://www.ufpel.edu.br/)), UFRGS (<http://www.ufrgs.br/>), UFSM (<http://www.ufsm.br/>), UNIPAMPA (<http://www.unipampa.edu.br/>), UFSC (<http://ufsc.br/>) e UFFS (<http://www.uffs.edu.br/>).

<sup>4</sup> Portaria Interministerial nº 140, disponível em [http://www.cgu.gov.br/Legislacao/Arquivos/Portarias/portaria\\_interministerial.pdf](http://www.cgu.gov.br/Legislacao/Arquivos/Portarias/portaria_interministerial.pdf)

<sup>5</sup> Lei 12.527 disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2011/lei/112527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/112527.htm)



“Transparência Pública”, conforme determina a Portaria Interministerial nº 140, e que deve redirecionar para a Rede de Transparência Pública; os outros cinco não possuíam tal banner ou qualquer dispositivo gráfico ou textual ligado à página de transparência. Com relação a possuir ou não página de transparência com o endereço determinado pela legislação “www.domínio do órgão/transparencia”, oito possuíam tal página com prestação de contas e dentro do padrão proposto pela Controladoria Geral da União e três não a possuíam. Em dois portais, o acesso físico a esta prestação de contas na forma de Página da Transparência foi considerado facilitado; os outros nove portais não tinham acesso facilitado, necessitando haver conhecimento prévio do padrão de endereço de Web explícito na lei ou acesso à listagem de instituições que possuem página de transparência<sup>6</sup>.

Quanto à dimensão intelectual dos conteúdos relacionados à transparência pública, ao se analisar o critério “linguagem simples e acessível”, previsto pela legislação sobre transparência para a prestação de contas, e padronizada em todas elas, nenhuma das instituições, por meio de suas Páginas da Transparência, se enquadrou nesta definição; em três não foi possível determinar a linguagem em função de não possuírem a página e nas oito demais os dados se apresentavam na forma de relatórios brutos, de difícil compreensão para o cidadão não acostumado e conhecedor dos procedimentos do serviço público federal. Apresentam-se listagens de licitações e convênios, por exemplo, de forma técnica, mas sem explicações adicionais sobre cada item dessas listagens. Outro ponto previsto pela Portaria Interministerial nº 140 é a presença de conteúdo técnico precedido de texto introdutório e de notas explicativas sobre o conteúdo técnico, e ambos os requisitos estavam presentes nas oito páginas de transparência disponíveis no universo de 11 possíveis.

Os critérios relacionados mais proximamente com a dimensão comunicacional da transparência apresentaram-se da seguinte forma: em nove universidades foi possível encontrar relatórios de gestão atualizados, sendo que em três a facilidade de acesso a esses relatórios foi alta, em três a facilidade foi mediana e em três a facilidade foi considerada baixa; em dois portais os relatórios de gestão não estavam disponíveis. Todos os 11 portais observados cumprem a determinação da Lei de Acesso à Informação no que tange disponibilizar em seu portal link para área de Acesso à Informação e manter página a respeito (com maior ou menor completude de

---

<sup>6</sup> Disponível em <http://www3.transparencia.gov.br/TransparenciaPublica/seleciona.jsf>





informações nas páginas, particularidade que não foi apurada de forma quantitativa para este estudo). A facilidade de acesso à área do portal supracitada foi classificada como alta em sete portais e mediana em quatro. Já o acesso à ouvidoria se faz presente em sete dos 11 portais, e sua facilidade de acesso foi classificada como alta em cinco casos e mediana em dois, estando a ouvidoria ausente em quatro portais institucionais.

Um importante critério relacionado à dimensão comunicacional da transparência utilizado foi a incidência de notícias no portal principal das instituições que abordassem questões de prestação de contas, sendo levantadas 909 entradas no período do mês de março de 2013. Neste critério de análise, observaram-se ocorrências desde nenhuma a no máximo duas matérias sobre prestação de contas na página principal de notícias de portais das IFES pesquisadas no período. As porcentagens variam, além de nenhuma incidência, de 0,62% de incidência, a no máximo 3,33% de incidência na relação entre número de notícias publicadas referentes à prestação de contas e o número total de notícias publicadas no período. Mesmo assim, os percentuais mais altos aparecem em função do baixo número de notícias publicadas no total daquele portal.

A apreciação dos dados levantados permite observar que há uma preocupação geral em cumprimento da legislação vigente, contudo a questão da transparência ainda está atrelada apenas à sua dimensão física de acesso. A dimensão intelectual aparece prejudicada, já que as informações técnicas ainda são dispostas em formas de difícil acesso intelectual pelo cidadão leigo nos procedimentos do serviço público federal em seu cotidiano. A dimensão comunicacional, em comparação com estudos anteriores desta mesma pesquisa, ganhou novo fôlego com a implantação da Lei de Acesso à Informação e de ouvidorias. Ambas as iniciativas sinalizam ter potencial como importantes canais de comunicação direta entre Estado – representado pelas IFES – e cidadãos, merecedoras de estudos mais aprofundados no futuro.

Entretanto, percebe-se ainda uma deficiência de ações comunicacionais a serviço da transparência pública, evidenciada tanto pelo baixo índice de notícias com conteúdo de prestação de contas publicadas nos portais das instituições – importantes canais de comunicação tanto com a comunidade externa quanto com a acadêmica – quanto pela impossibilidade de observação de outros critérios de iniciativas comunicacionais em prol da transparência além dos sites obrigatórios (Acesso à Informação) e da publicação de notícias, por ora apresentados.

### **Considerações finais**



O levantamento realizado entre as ações de transparência pública desenvolvidas nos portais institucionais das 11 universidades federais dos estados da Região Sul do Brasil permitiu ver que as exigências de disponibilidade de dados conforme determina 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, à luz do potencial das ferramentas de Comunicação Social conhecidas e utilizadas em organizações de outras áreas produtivas e à vista de alguns exemplos de iniciativas observadas durante a coleta de dados (como a profusão de formas de acesso à página de Acesso à Informação na capa de alguns portais e até mesmo um relatório de gestão na forma de revista, com poucas páginas e uso inteligente de infográficos), acredita-se que a Comunicação Social possa ser utilizada a serviço da transparência, e apontam os rumos para uma gestão estratégica da transparência nas instituições, não só disponibilizando dados, mas também facilitando e incentivando o conhecimento por parte da sociedade de informações sobre a gestão da coisa pública, objetivo maior da Comunicação Pública (Brandão, 2010; Zémor, 1995; 2009) e da Transparência Pública (Batista, 2010; Ferreira, F., 2010; Ferreira, M., 2007).

Sugere-se que a aplicação da legislação a respeito da transparência em portais de Instituições Federais de Ensino Superior ultrapasse a fase de somatório de iniciativas isoladas para cumprimento de exigências externas, e passem a ser pensadas como parte de uma política de comunicação social pública comprometida com a prestação de contas e com o direito público à informação, o que continuará objeto de estudo desta pesquisa. Como afirma Zémor (2009, p.225), “a comunicação pública é, ela própria, uma missão do serviço público”.

### **Referências Bibliográficas**

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](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](http://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](http://www.cgu.gov.br/Legislacao/Arquivos/Portarias/portaria_interministerial.pdf). Acesso em 13/11/2011.

BRASIL. **Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm). Acesso em 17/04/2013.

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.

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](http://www.comunicacion3punto0.com)

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

LE MOS, 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.

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