



O PAPEL DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA TRANSPARÊNCIA PÚBLICA: O CASO DO INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA

NADIA GARLET

Instituto Federal de Santa Catarina

nadia.garlet@ifsc.edu.br

RESUMO

Este estudo busca compreender o papel da comunicação institucional como auxiliar no processo de transparência em instituições públicas, mais especificamente no atendimento às exigências da lei de acesso à informação brasileira. Para isso, utiliza como base o Instituto Federal de Santa Catarina, por meio de suas ações de comunicação institucional e das diretrizes de comunicação previstas em sua Política de Comunicação. O estudo identificou uma série de diretrizes e ações de comunicação realizadas pela instituição, sendo muitas delas com o princípio da transparência e da divulgação de informações, e que são essenciais para que uma instituição seja transparente. Além disso, algumas superaram apenas o previsto na legislação, apontando a comunicação como realmente necessária para o processo de transparência pública, ampliando o acesso à informação, e permitindo que os cidadãos possam participar efetivamente da esfera pública e do que a ela diz respeito.

Palavras chave: transparência, política de comunicação, comunicação institucional.

1. INTRODUÇÃO

Desde 2011, com o surgimento da Lei nº 12.527, também conhecida como Lei de Acesso à Informação – LAI, as instituições públicas brasileiras têm o desafio de apresentar aos cidadãos informações que até então, em sua maioria, não eram expostas publicamente.

Tal legislação exige que os órgãos públicos façam o que chamamos de “transparência ativa”, ou seja, a divulgação de informações por determinação legal, sem que seja necessário algum tipo de solicitação da sociedade, pressupondo esta transparência como forma de atendimento ao direito de acesso à informação previsto na Constituição.

Para Amorim e Gomes (2013), a transparência em órgãos públicos refere-se a tornar público dados, documentos, registros de procedimento e tudo que estiver em processo na administração pública. Silva (2016) acrescenta que a transparência pressupõe o atendimento a quatro princípios básicos: previsibilidade (existência de regras previamente estabelecidas); publicidade (divulgação das informações); inteligibilidade (informações compreensíveis por todos); e exigibilidade (algo que deve ser feito).

O'Neill (2006) considera que a legislação da transparência não exige uma comunicação efetiva, mas uma mera divulgação de dados, o que torna as instituições ainda piores aos olhos dos cidadãos, pois eles não são capazes de compreender os dados divulgados. Para o autor, a transparência pode prejudicar a comunicação ao espalhar confusão, incerteza, falsas crenças e informações precárias, pois o mero ato de disseminar informações não significa comunicar, e ao não ser inteligível (ou se apresentar de forma desordenada), ninguém saberá o que realmente importa.

Neste ponto, considerando especialmente a necessidade de que as informações sejam inteligíveis, entra o papel da comunicação institucional, responsável, segundo Kunsch (2003), por conquistar a simpatia e a confiança do público. Para Kunsch, a comunicação institucional deve conhecer a organização e compartilhar os seus atributos. No âmbito da comunicação pública, não só seus atributos como também as informações de interesse público.

Considerando todos esses apontamentos, este artigo propõe-se a compreender o papel da comunicação institucional no atendimento à Lei de Acesso à Informação, analisando a partir do caso do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) e do proposto na Política de Comunicação da instituição, por meio de uma revisão bibliográfica e análise documental.

O IFSC é uma autarquia pública federal, vinculada ao Ministério da Educação (MEC) por meio da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (Setec), com autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar. Sua missão é promover a inclusão e formar cidadãos, por meio da educação profissional, científica e tecnológica, gerando, difundindo e aplicando conhecimento e inovação, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e cultural. Para atendimento à sua missão, a instituição oferta cursos de qualificação profissional, cursos técnicos, superiores e de pós-graduação em 22 campi distribuídos pelo Estado de Santa Catarina. Em relação à comunicação institucional, a Política de Comunicação foi pioneira na Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. O documento foi lançado em 2013 e serviu como referência para a construção de outros documentos semelhantes em instituições de ensino.

Para entender como esse documento e as ações de comunicação institucional podem ajudar a instituição no cumprimento à legislação de acesso à informação, será necessário

compreender as exigências da legislação, identificar as ações de comunicação institucional previstas pelo IFSC, e de que forma essas ações podem atender à legislação.

2. A LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO BRASILEIRA

Sancionada em 18 de novembro de 2011, a Lei nº 12.527 tem a função de tornar a administração pública transparente, regulamentando o acesso à informação previsto na Constituição Federal e, por isso, é conhecida como Lei de Acesso à Informação – LAI. Segundo seu artigo 3º, ela destina-se a assegurar o direito fundamental de acesso à informação, tendo como diretrizes: a publicidade como princípio e o sigilo como exceção; a divulgação de informações de interesse público independente da solicitação de cidadãos; a utilização de meios digitais para essa divulgação; o fomento à cultura da transparência na administração pública; e o controle social dos cidadãos sobre a administração pública.

Para Amorim e Gomes (2013), a transparência designa tanto a acessibilidade, disponibilidade e publicidade nas ações do governo, no sentido de oferecer as informações pertinentes; quanto apresentar as informações de forma inteligível, para que o cidadão tenha acesso a todas as informações e possa tirar suas próprias conclusões, no sentido de não esconder nada. Silva (2016) acrescenta que:

Uma instituição transparente é aquela guiada por leis previamente fixadas, produzidas em processos abertos e conhecidos; com ações e agentes suscetíveis ao escrutínio público; guiadas por princípios racionais, isto é, inteligível aos seus concernidos; possibilitando uma devida circulação de informação pública respeitando o direito do indivíduo de saber sobre questões que podem afetar a sua vida. (SILVA, 2016, p.31-32)

Em relação ao previsto na legislação, os cidadãos têm o direito de obter todo tipo de informação gerada pela instituição ou por pessoas físicas e jurídicas em decorrência de vínculo com ela. Essa informação pode estar contida em documentos ou registros, estar relacionada às suas atividades, políticas, serviços; administração de patrimônio; utilização de recursos públicos; contratos; implementação, acompanhamento e resultado de programas, projetos e ações; resultados de auditorias; prestações de contas; entre outros. Além disso, a instituição deve disponibilizar as informações de forma primária, íntegra, autêntica e atualizada, e orientar os cidadãos sobre os procedimentos para o acesso, e de que forma (local ou modo) obtê-las.

Para tanto, as instituições devem obrigatoriamente disponibilizar as informações por meio de sites oficiais, onde os cidadãos possam fazer buscas em ferramentas de pesquisa; gravar o conteúdo em diversos formatos, inclusive editáveis; permitir o acesso automatizado por softwares externos; divulgar como a informação está estruturada; garantir a autenticidade, integridade e atualização dos dados; garantir o acesso de todos os cidadãos, adotando medidas de acessibilidade; e disponibilizar informações para contato com a instituição.

Além disso, a legislação prevê a criação do Serviço de Informação ao Cidadão – SIC, para atender e orientar o público no acesso à informação, informar sobre a tramitação de documentos, e protocolar documentos e requerimentos de acesso à informação. Essa ação está

diretamente relacionada à transparência passiva, quando a instituição provê informações com base em solicitação dos cidadãos.

A Lei é regulamentada pelo Decreto nº 7.724, de 16 de maio de 2012, que prevê também a forma como esses dados devem ser disponibilizados ao cidadão. Pelo Decreto, os sites deverão ter uma seção específica de “Acesso à informação”, com acesso pela página principal do portal eletrônico por meio de um banner. Nesta seção, deverão estar presentes minimamente as seguintes informações e na seguinte ordem (CGU, 2017):

a) Institucional (informações institucionais e organizacionais, compreendendo funções, competências, estrutura organizacional, relação de autoridades - quem é quem – e suas agendas, horários de atendimento e legislação do órgão/entidade)

b) Ações e Programas (informações pertinentes aos programas, ações, projetos e atividades implementadas pelo órgão, incluindo metas e indicadores de cada um)

c) Participação Social (informações referentes à realização de audiências públicas, consultas públicas ou outras formas de incentivo à participação popular, tais como ouvidoria e órgãos colegiados)

d) Auditorias (informações referentes ao resultado de inspeções, auditorias, prestações e tomada de contas)

e) Convênios e Transferências (informações sobre os repasses e transferências de recursos financeiros)

f) Receitas e Despesas (informações sobre a previsão e arrecadação de receita pública e execução orçamentária e financeira detalhada)

g) Licitações e Contratos (divulgação de licitações e contratos realizados)

h) Servidores (informações sobre concursos públicos de provimento de cargos e relação dos servidores públicos lotados ou em exercício)

i) Informações Classificadas (rol das informações classificadas em cada grau de sigilo e o rol das informações desclassificadas nos últimos doze meses, além dos formulários de pedido de desclassificação e de recurso referente a pedido de desclassificação)

j) Serviço de Informação ao Cidadão – SIC (informações sobre o Serviço de Informação ao Cidadão (SIC), pertinentes ao seu funcionamento, localização e dados de contato, além dos relatórios estatísticos de atendimento à Lei de Acesso à Informação)

k) Perguntas Frequentes (respostas às perguntas mais frequentes recebidas pela instituição)

l) Dados Abertos (Plano de Dados Abertos da instituição, em atendimento ao Decreto nº 8.777/16).

De acordo com o Guia de Transparência Ativa para órgãos e entidades do Poder Executivo Federal (CGU, 2017), mesmo que a instituição não possua informações para todos os itens, eles devem existir no site. E além das obrigatórias, também pode-se optar por adicionar outras informações abaixo destas.

É importante ressaltar que, conforme definido no Decreto, informação é qualquer dado que possa transmitir conhecimento, sejam eles processados ou não. Ou seja, é de responsabilidade dos cidadãos compreender as informações transmitidas pela instituição e transformá-las em conhecimento, interpretando-as, ou cruzando com outras informações, da maneira que julgarem conveniente.

Em relação a isso, O'Neill (2006) já apontava os problemas da transparência pública, relacionados ao fato de que há muita informação, mas pouca comunicação – ou seja, muitos dados estão sendo disponibilizados, porém as pessoas não estão sabendo ou conseguindo interpretá-los: “Grandes quantidades de informação estão sendo publicizadas para atender aos requisitos de transparência, mas uma grande quantidade dela não é realmente comunicada a ninguém” (O'NEILL, 2006, p.81).

Neste ponto, tem-se o papel das políticas de comunicação em organizações públicas que, para Geraldes e Sousa (2013), devem tratar a LAI como prioridade, pensando nela como um fenômeno comunicacional tanto em relação à transparência ativa (disponibilização das informações sem que os cidadãos solicitem, em atendimento à legislação) quanto em relação à transparência passiva (disponibilização das informações em resposta às solicitações dos cidadãos). Para os autores,

na primeira, deve haver um esforço em comunicar o que a organização faz, não com o intuito de divulgação ou de posicionamento estratégico no mercado, mas de circular informação de interesse público. Os sites criados com essa finalidade devem ser fáceis de acessar, com linguagem clara e precisa, dinâmicos. Devem abrir espaço para a interação, ou seja, críticas, sugestões e comentários do público. Já no âmbito da transparência passiva, as ouvidorias que recebem as demandas do público devem ser consideradas centros de produção de informação. Elas devem gerir o fluxo de informação na organização, não só para compreender as demandas do público e atendê-las, mas também para considerá-las informação para inspirar pautas na transparência ativa. (GERALDES; SOUSA, 2013, p. 5)

Considerando isso, no próximo tópico, será apresentada a Política de Comunicação do IFSC e os principais aspectos da comunicação institucional por ela apresentados.

3. A POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO IFSC

O Instituto Federal de Santa Catarina é uma instituição pública federal, vinculada ao Ministério da Educação (MEC), presente em 20 cidades do Estado de Santa Catarina. Fundado em 1909 como Escola de Aprendizes Artífices, a instituição passou por diversas mudanças de nome ao longo de seus 108 anos, e sua expansão da capital para o interior se fortaleceu a partir de 2008, com a transformação em Instituto Federal, por meio da Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Tantas mudanças de nomenclatura e a expansão para novas cidades, com a descentralização cada vez maior dos processos administrativos, trouxeram a necessidade de se construir uma Política de Comunicação para ajudar a criar uma identidade única e fortalecer a imagem de instituição de educação profissional e tecnológica, pública, gratuita e de qualidade.

Nesse contexto, a instituição compreendeu que precisava estabelecer uma relação permanente e sistemática com seus diversos públicos estratégicos, por meio da definição de valores, objetivos, diretrizes, normas e estruturas, que orientassem as ações, estratégias e produtos desenvolvidos pela comunicação do IFSC. Assim, em 2013 foi lançada a Política de Comunicação do IFSC que, na sua própria definição é “um conjunto de princípios, diretrizes e estratégias que objetivam orientar, de maneira uniforme, profissional e sistemática, o relacionamento de uma organização com os seus diversos públicos estratégicos” (IFSC, 2013, p.22).

O documento aponta as mudanças no processo de circulação da informação e o novo cenário complexo e multifacetado vivido pelas organizações, e ressalta o importante papel da comunicação institucional, pautada pelo profissionalismo, ética, transparência, postura pró-ativa, disponibilidade de fontes e excelência em seus canais de relacionamento. No prefácio da publicação, assinado pela Reitora, aponta-se a importância da comunicação com os públicos, especialmente por se tratar de instituição pública e preocupada com a transparência, as obrigações sociais e a prestação de contas.

Pela Política de Comunicação, o IFSC entende a sua comunicação institucional como uma comunicação integrada, constituída por processos, ações, estratégias, veículos, ambientes e espaços de interação que promovem o relacionamento entre instituição e públicos. Para Bueno (2002), a comunicação integrada é o conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, que tem por objetivo consolidar a imagem de uma instituição junto à sociedade.

A comunicação é entendida como estratégica para a instituição e com o dever de ser transparente para garantir a efetividade do serviço prestado à sociedade. O documento, nesse contexto, define como atribuições dos responsáveis pela comunicação em cada um dos campi o planejamento e execução de ações de comunicação e de campanhas de ingresso (vestibular), as relações comunitárias, o gerenciamento da identidade visual, a atualização dos canais de relacionamento, a produção e edição de boletins informativos e outros materiais de informação, e a assessoria de imprensa.

Entre as diretrizes apontadas para a comunicação institucional do IFSC, estão a comunicação interna, os canais de relacionamento, o relacionamento com a imprensa, a divulgação científica e as campanhas de ingresso (ou vestibular). Por meio da análise documental, será analisada a relação dessas diretrizes com a contribuição da comunicação institucional no atendimento às exigências da LAI.

4. METODOLOGIA

Esta pesquisa tem caráter exploratório-descritivo, de natureza qualitativa, visando entender melhor o papel da comunicação institucional como suporte à transparência pública e atendimento à legislação de acesso à informação.

Como forma de entender essa relação, utilizou-se, para a coleta dos dados, a revisão bibliográfica e a análise documental. Para Stumpf (2010), a revisão bibliográfica busca identificar informações bibliográficas, a partir da seleção de documentos pertinentes ao estudo e do fichamento destes para posterior utilização na redação de trabalhos acadêmicos. Por sua vez, a análise documental busca informações em documentos diversos, com a finalidade de

complementar as informações obtidas por outros métodos ou de trazer novas informações sobre um tema ou problema (LUDKE; ANDRÉ, 1986).

Como método de análise dos dados, utilizou-se a análise de conteúdo, técnica para tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito ou o que está por trás de determinado tema (VERGARA, 2005; MINAYO, 2003). Além disso, para Puglisi e Franco (2005), a análise de conteúdo parte de uma mensagem, mas considera o contexto no qual ela foi produzida.

5. RESULTADOS

A Lei de Acesso à Informação prevê que as instituições públicas divulguem, na internet, as informações referentes ao seu funcionamento como um todo, independentemente da solicitação dos cidadãos. Tal exigência é para facilitar o acesso à informação, fomentar a cultura da transparência pública e permitir o exercício do controle social (CGU, 2017).

Avaliando as diretrizes estabelecidas pela Política de Comunicação do IFSC, podem-se elencar algumas delas com relação direta ao cumprimento da legislação, ou mesmo prevendo que a instituição faça além do mínimo previsto, para atender melhor aos seus públicos. Para Silva (2016), a informação digitalizada e em larga escala tem forçado as instituições a serem mais ativas nos processos de comunicação, se redesenhando para atender as demandas legais e/ou as exigências do público.

Em relação às diretrizes, elencamos abaixo algumas delas e seu respectivo papel no atendimento à transparência pública:

a) Comunicação interna: o IFSC entende que não só os servidores dos setores de comunicação ou ouvidoria, mas todos na instituição têm seu papel na divulgação e atendimento ao público, e precisam atender aos princípios de transparência e divulgação de informações. Para isso, pressupõe que todos devem ser pensados como protagonistas do processo de comunicação, buscando seu engajamento e comprometimento.

b) Canais de relacionamento: principal fonte de distribuição de informação, os canais de relacionamento institucionais (portais, mídias sociais, boletins informativos etc.) são entendidos como extremamente estratégicos, e que demandam gestão e atualização constante. Com esse fim, prevê um Manual de Canais de Relacionamento com a função de orientar todos os servidores sobre como criar, gerir e atualizar os canais institucionais. A Ouvidoria, por não estar integrada ao setor de comunicação (mas também ser um canal de relacionamento), deve encaminhar relatórios de atendimento – pela própria ouvidoria e pelo Serviço de Informação ao Cidadão – para que possa pautar novos conteúdos para os canais de relacionamento ou ações de esclarecimento ao público em temas controversos e que gerem muitas dúvidas.

c) Imprensa: no atendimento à imprensa, assume uma postura transparente, ética e profissional, seguindo o princípio de que instituições públicas têm a obrigação de prestar informações ao público. Além disso, o IFSC entende que todos os servidores podem, em algum momento, ser fontes de informação e devem adotar postura transparente e profissional, veiculando sempre informações qualificadas e precisas.

d) Divulgação científica: referente aos resultados de projetos de investigação científica desenvolvidos pelos pesquisadores da instituição, entende-se que é papel da comunicação institucional popularizar o conhecimento científico, facilitando o acesso do público leigo aos

resultados do conhecimento produzido institucionalmente. Além disso, tem um papel de prestação de contas à sociedade, visto que muitos dos projetos científicos são financiados por órgãos públicos, e é dever institucional mostrar o que e quem está produzindo.

e) Campanhas de ingresso (ou vestibular): neste caso, trata-se de ação de promoção institucional, pois é o produto por ela ofertado, e ao mesmo tempo de ação de publicidade de utilidade pública, pois é obrigação da instituição divulgar seus produtos – financiados pela sociedade, para garantir que a informação da oferta chegue aos cidadãos.

f) Plano de comunicação: para atender a todas as diretrizes estabelecidas pela Política de Comunicação, a instituição deve construir Plano de Comunicação com estratégias e ações para a interação com seus públicos estratégicos.

Considerando as diretrizes apontadas em sua Política de Comunicação e o previsto na legislação, pode-se afirmar que a comunicação institucional tem papel fundamental no atendimento à transparência pública no caso do IFSC, especialmente no que se refere à tradução dos dados institucionais para o conhecimento do público e à divulgação de informações de qualidade e atualizadas. A transparência também acontece por meio do atendimento aos cidadãos, que acontece pela ouvidoria, mas também pelas mídias sociais da instituição.

Em pesquisa realizada por Garlet (2016), em relação aos atributos do site do IFSC que tinham relação com a confiança gerada na instituição, os aspectos que se destacaram foram o conteúdo e a acessibilidade a este conteúdo. Ou seja, a crítica feita por O'Neill (2006), em relação ao fato de que os cidadãos não confiam mais nas instituições apenas porque elas são mais transparentes, e que isso acontece especialmente porque os dados não são inteligíveis por todos, pode não ter o mesmo resultado para o IFSC, visto que os públicos acreditam que a informação está disponível e é de fácil acesso. Tal estudo, no entanto, não avaliou especificamente as exigências da transparência pública.

Silva (2016) apontou ainda as barreiras para a transparência digital, quais sejam: 1) custo material; 2) cognição; 3) indisposição política; 4) indexação; 5) burocracia. O IFSC, por meio das diretrizes de sua Política de Comunicação, tenta minimizar tais barreiras. Em relação ao custo, especialmente de recursos humanos, a instituição considera que todos são responsáveis pela transparência, e conta ainda com equipe de comunicação qualificada, que além de ser responsável pela comunicação institucional, se preocupa com os aspectos da transparência. Sobre a cognição, essa mesma equipe de comunicação se importa em traduzir as informações em conhecimento para os cidadãos, divulgando o maior número possível de informações inteligíveis sobre os aspectos institucionais. Em relação à indexação, a organização dos canais de relacionamento pressupõe uma hierarquização de informações e uma disponibilização das principais em locais de mais fácil ao cidadão. Sobre a burocracia e a possibilidade de maquiagem ou ocultação de dados, a Política prega a transparência e a veracidade das informações. Já em relação à indisposição política, como instituição de educação, é dever do IFSC, e está em sua missão institucional, formar seus alunos para uma postura cidadã.

6. CONCLUSÃO

Considerando o exposto na legislação e as diretrizes de comunicação previstas na Política de Comunicação do IFSC, pode-se afirmar que a instituição se preocupa com a

transparência pública, e que sua comunicação institucional tem papel fundamental no atendimento ao exposto pela legislação. Várias das diretrizes da comunicação institucional têm estreita relação com uma comunicação transparente e que valoriza a disponibilização da informação aos cidadãos de forma inteligível, para que possa ser explorada por qualquer pessoa.

Vale ressaltar, no entanto, que a legislação trata da transparência ativa – divulgação das informações institucionais sem que os cidadãos tenham solicitado, por força de legislação; e da transparência passiva – divulgação das informações institucionais por solicitação dos cidadãos. No caso do IFSC, pode-se perceber que a comunicação institucional também é responsável pela transparência proativa, aquela que acontece sem exigência legal ou solicitação por parte dos cidadãos.

Esta última talvez seja a principal função da comunicação institucional: se antecipar às solicitações, fornecendo informações claras e acessíveis aos cidadãos sobre o funcionamento institucional. A própria Política de Comunicação é uma iniciativa institucional que facilita e favorece a transparência. Entre suas diretrizes, podemos citar ao menos três delas que estão no âmbito da transparência proativa:

a) Plano de comunicação: a instituição planeja e executa ações de comunicação com os cidadãos, com base na identificação de demandas do público, no monitoramento de sua atuação para um atendimento proativo, e na maximização dos esforços de comunicação;

b) Divulgação científica: a instituição apresenta para a sociedade suas produções científicas de forma inteligível, servindo ao mesmo tempo como forma de prestar contas à sociedade dos recursos por ela investidos, e como forma de mostrar o que a instituição produz e despertar o interesse nos jovens pelos cursos por ela ofertados.

c) Eventos institucionais: a promoção de eventos que apresentem a instituição e seus produtos ou resultados, e que facilitam o entendimento do público sobre tais resultados.

Silva (2016. p.50) aponta que a instituição transparente não é só aquela que expõe as informações ao público, mas aquela que “utiliza as novas tecnologias para divulgar, informar, esclarecer, justificar e debater com o público de forma regular”.

Para fazer tudo isso com qualidade e de forma articulada, é essencial que a comunicação institucional esteja envolvida, pois é ela que tem as competências necessárias tanto para utilizar as novas tecnologias como para dar conta de traduzir as informações em conhecimento e fazê-lo chegar a todos os cidadãos. A instituição realmente transparente é aquela que se antecipa às demandas e que é capaz de, não só disponibilizar dados, mas apresentar conhecimento e capacitar os cidadãos para que eles os compreendam.

REFERÊNCIAS

AMORIM, P. K. D. F.; GOMES, W. O estado da transparência digital das capitais brasileiras: um estudo sobre e-transparência fiscal. **Trabalho apresentado no V Encontro da Compolítica**. Curitiba, UFPR, 2013.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. 5 de outubro de 1988. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm >. Acesso em: 16 de jul. 2017.

_____. **Decreto nº 11.892**. 29 de dezembro de 2008. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm >. Acesso em 16 de jul. 2017.

_____. **Lei nº 12.527**. 18 de novembro de 2011. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm >. Acesso em 16 de jul. 2017.

_____. **Decreto nº 7.724**. 16 de maio de 2012. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7724.htm >. Acesso em 16 de jul. 2017.

_____. **Decreto nº 8.777**. 11 de maio de 2016. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/D8777.htm >. Acesso em 16 de jul. 2017.

BUENO, W. C. Comunicação e gestão empresarial: cenários contemporâneos. **Communicare**, 2(1), p.83-91, 1º semestre de 2002.

CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. **Guia de transparência ativa para órgãos e entidades do poder executivo federal**. 5ª ed. Brasília: CGU, 2017.

GARLET, N. **Websites e o impacto na imagem institucional: um estudo a partir do e-servicescape**. 2016. 171f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) – Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.

GERALDES, E.; SOUSA, J. As Dimensões Comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública. **Texto apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus, 4 a 7 de setembro 2013.

IFSC. **Política de Comunicação do IFSC**. Florianópolis: IFSC, 2013.

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo, EPU, 1986.

MINAYO, M.C. de S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 22. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

O'NEILL, O. Transparency and the ethics of communication. In: HOOD, C.; HEALD, D. (org). **Transparency**: the key to better governance? Nova York: Oxford University Press, 2006, p.75-90.

PUGLISI, M.L.; FRANCO, B. **Análise de conteúdo**. 2. ed. Brasília: Líber Livro, 2005.

SILVA, S. P. Transparência digital em instituições democráticas: horizontes, limites e barreiras. In: MENDONÇA, R. F.; PEREIRA, M. A.; FILGEIRAS, F. (Org.). **Democracia digital**: Publicidade, instituições e confronto político. 1ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2016, p. 27-54.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 51-61.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.