



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL

RODRIGO ROBERTO DE ALMEIDA

**PUBLICIDADE E REDES SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA:  
IMPACTOS SOBRE A TRANSPARÊNCIA EM MUNICÍPIOS DA PARAÍBA**

CAMPINA GRANDE, PB  
2012

RODRIGO ROBERTO DE ALMEIDA

**PUBLICIDADE E REDES SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA:  
IMPACTOS SOBRE A TRANSPARÊNCIA EM MUNICÍPIOS DA PARAÍBA**

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal da Universidade Estadual da Paraíba, como cumprimento à exigência para obtenção do título de especialista.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ma. Ayalla Candido Freire

CAMPINA GRANDE, PB  
2012

A447p Almeida, Rodrigo Roberto de.  
Publicidade e redes sociais na administração pública:  
impactos sobre a transparência em municípios da Paraíba  
[manuscrito] / Rodrigo Roberto de Almeida. – 2012.  
87f. : il.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em  
Gestão Pública Municipal)–Universidade Estadual da Paraíba,  
2012.

“Orientação: Prof<sup>ª</sup>. Ayalla Candido Freire”.

1. Administração pública. 2. Redes sociais *online*. 3.  
Transparência na Administração Pública. I. Título.

CDD 351

RODRIGO ROBERTO DE ALMEIDA

**PUBLICIDADE E REDES SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA:  
IMPACTOS SOBRE A TRANSPARÊNCIA EM MUNICÍPIOS DA PARAÍBA**

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal da Universidade Estadual da Paraíba, como cumprimento à exigência para obtenção do título de especialista.

Aprovada em 19/06/2012.

*Ayalla Cândido Freire*

Prof.<sup>a</sup> Ma. Ayalla Freire Candido / UEPB  
Orientadora

*Maria Aparecida Barbosa Carneiro*

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Aparecida Barbôsa Carneiro / UEPB  
Examinadora

*José Neto Freire Rangel*

Prof. Esp. José Neto Freire Rangel / UEPB  
Examinador

Dedico este trabalho a todos os que fazem uma administração pública, séria, honesta e comprometida com o povo.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar agradeço a Deus, fonte única de força e sabedoria e o maior amparo de todos;

Agradeço também a minha família, especialmente a meus pais (Chiquinho e Geralda), que sempre foram magníficos em apoio e dedicação;

À professora Ayalla Candido que mesmo num prazo apertado se prontificou a orientar-me e dedicar-se na concretização desse projeto;

A coordenação do curso de administração do CCEA/UEPB que apoiou plenamente esse trabalho, inclusive colaborando cedendo um professor orientador;

Aos membros da banca por disponibilizarem seu tempo e atenção e legitimarem esse trabalho com uma abalizada avaliação;

A minha tutora Fayrusse, que foi sempre um grande ponto de apoio nessa especialização;

Aos colegas de curso, especialmente Patrícia, Ricardo e Robson, que compartilharam os principais momentos e foram grandes parceiros;

A secretária do curso Tácia, que sempre esteve de prontidão para qualquer solicitação;

Aos amigos Leonardo, Junior e Sidney pelo apoio e conselhos;

A coordenação do curso pela oportunidade concedida e pela construção de uma ótima turma de gestores públicos.

Enfim, a todos que possam ter colaborado de alguma forma com a concretização de mais essa etapa.

Quando um homem assume uma função pública,  
deve considerar-se propriedade do público.  
*Thomas Jefferson*

## RESUMO

Tal trabalho se dispõe a pesquisar sobre a utilização de meios eletrônicos como elementos de transparência e publicidade administrativa em municípios paraibanos, especialmente com a adoção de estratégias de integração do ente público em redes sociais *on line*. Para isso focam-se em dois aspectos primordiais: a plenitude do acesso a informação pública e a disponibilidade das administrações em manter proximidade com a população governada. Busca-se assim fornecer uma contribuição a um tema pouco pesquisado, mas de extrema relevância na questão da legitimidade dos governos e em seu relacionamento com a sociedade. A presente pesquisa terá por objetivo analisar o uso de redes sociais como instrumento da publicidade e transparência pública em municípios paraibanos. Como objetivos específicos buscam-se (1) Examinar a importância e alcance do princípio da publicidade na administração pública brasileira; (2) Analisar o uso de elementos de governo eletrônico em municípios paraibanos especialmente a publicidade em mídias sociais; (3) analisar o impacto do uso de redes sociais sobre a publicidade e transparência pública; Neste sentido, para embasar a pesquisa fez-se uso de um estudo bibliográfico e documental exploratório e qualitativo, mediante a consulta de referências bibliográficas e especialmente eletrônicas. Também foi feito estudo de caso, baseado em observação da presença eletrônica dos municípios focados e análise do conteúdo disponibilizado. Do que foi estudado e analisado se pode concluir que a presença de redes sociais se resume aos municípios de maior porte, sendo seu uso limitado para a reprodução das notícias dos sites principais e para a propaganda governamental, sendo diminuída a interação e a preocupação dos gestores com estas. Concluiu-se então que as redes sociais e outros usos de governo eletrônico podem ser úteis no sentido de ampliar as possibilidades de acesso cidadão e por consequência maior transparência e *accountability* governamental, mas não são em si decisivas para permitir essa viabilidade, sendo apenas ferramentas disponíveis que dependem da forma de uso por parte dos gestores.

**Palavras-chave:** Redes Sociais *on line*. Municípios paraibanos. Publicidade administrativa. Governo eletrônico.



## ABSTRACT

This essay aims to research the use of electronic media as elements of transparency and public administrative Paraíba municipalities, especially with the adoption of strategies for integration of the public entity in social networks online. For this focus on two main aspects: the fullness of access to public information and availability of government in maintaining proximity with the people governed. The aim is thus to provide a contribution to a subject little researched, but extremely important question of the legitimacy of governments and their relationship with society. This research will have to analyze the use of social networks as an instrument of publicity and transparency in public Paraíba municipalities. The specific objectives are sought (1) Examine the importance and scope of the principle of publicity in the Brazilian public administration, (2) analyze the use of elements of e-government in municipalities paraibanos especially advertising in social media, (3) analyze the impact the use of social networks on the advertising and public transparency; In this sense, to support the research was done using a bibliographic and documental exploratory and qualitative, by consulting references and especially electronic. It was also made a case study, based on observation of the electronic presence of the municipalities and focused analysis of the content available. From what has been studied and analyzed it can be concluded that the presence of social networks comes down to the larger municipalities, and its use is limited to the reproduction of the main sites of news and government propaganda, decreasing the interaction with and concern for managers these. It was concluded then that the social networks and other uses of e-government can be useful to broaden the opportunities for citizen access and consequently greater government transparency and accountability, but are not decisive in itself to enable the viability and only tools available that depend on the manner of use by managers.

**Keywords:** Social Networks on line. Paraíba municipalities. Advertising management. Electronic government.

## LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1- Transparencia Administrativa.....	25
Figura 2- O que acontece na internet em um minuto? .....	32
Figura 3 - Redes Sociais .....	38
Figura 4 - Midias Sociais x Tradicionais .....	39
Figura 5 - Estágios de serviço de governo eletrônico.....	42
Figura 6 - motivos para não utilizar o <i>e-gov</i> .....	45
Figura 7 - Ranking Governo Eletrônico da ONU .....	47
Figura 8 - Importância do Planejamento de TI no Municipio .....	55

## LISTA DE SIGLAS

CF	Constituição Federal
CGU	Controladoria Geral da União
E-GOV	<i>Eletronic Government</i>
EUA	Estados Unidos da América
FAMUP	Federação de Municípios da Paraíba
FHC	Fernando Henrique Cardoso
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Urbano
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
LRF	Lei de Responsabilidade Fiscal
NTIC	Novas Tecnologias de Informação e Comunicação
ONU	Organização das Nações Unidas
PB	Paraíba
PROCON	Procuradoria do Consumidor
RSO	Redes Sociais On Line
SINE	Sistema Nacional de Emprego
TCU	Tribunal de Contas da União
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>CAPITULO 1 : O DEVER DE PRESTAÇÃO DE CONTAS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA</b>	<b>15</b>
<b>1.1 NOÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA</b>	<b>16</b>
<b>1.2 PUBLICIDADE NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA</b>	<b>18</b>
1.2.1 – PRINCÍPIOS CORRELATOS	22
1.2.2 – LEGISLAÇÃO SOBRE PUBLICIDADE E TRANSPARÊNCIA	26
<b>1.2 PUBLICIDADE E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL</b>	<b>29</b>
<b>CAPITULO 2: AS REDES SOCIAIS ON LINE E AS NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>31</b>
<b>2.1 A IDEIA DE REDES SOCIAIS</b>	<b>33</b>
<b>2.2 A VIRTUALIZAÇÃO DAS CONEXÕES SOCIAIS: AS REDES SOCIAIS ON LINE</b>	<b>36</b>
2.2.1– CARACTERÍSTICAS E ESPÉCIES DE MÍDIAS SOCIAIS	37
2.2.2- IMPACTOS E RELEVÂNCIA DAS REDES SOCIAIS	38
<b>CAPITULO 03: O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA E A ATUAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL NAS REDES SOCIAIS</b>	<b>41</b>
<b>3.1 GOVERNO ELETRÔNICO: UMA NOVA FORMA DE GOVERNAR</b>	<b>41</b>
3.1.1 TENDÊNCIAS DO GOVERNO ELETRÔNICO:	45
3.1.2 IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS ON LINE NO CONCEITO DE GOVERNO ELETRÔNICO: E- Gov 2.0--	48
<b>3.2- A PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA DENTRO DAS INICIATIVAS DE GOVERNO ELETRÔNICO</b>	<b>49</b>
3.2.1 – PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA NAS MÍDIAS SOCIAIS	51
<b>3.3 REFLEXOS DO USO DE RSO EM GOVERNOS MUNICIPAIS</b>	<b>53</b>
<b>CAPITULO 04: METODOLOGIA UTILIZADA</b>	<b>56</b>
<b>CAPITULO 05: EXPERIÊNCIAS DO USO DE REDES SOCIAIS EM MUNICIPIOS PARAIBANOS</b>	<b>59</b>
<b>5.1 FERRAMENTAS DE GOVERNO ELETRÔNICO NOS MUNICÍPIOS PARAIBANOS E A UTILIZAÇÃO DE REDES SOCIAIS</b>	<b>59</b>
5.1.1 Os DEZ MAIORES MUNICÍPIOS DA PARAÍBA:	60
5.1.2 Os DEZ MENORES MUNICÍPIOS DA PARAÍBA:	68
A) CIDADES COM INICIATIVA ON LINE:	68
B) CIDADES SEM INICIATIVAS ON LINE	69
<b>5.2. IMPLICAÇÕES DE GOVERNO ELETRÔNICO SOBRE A PUBLICIDADE E TRANSPARÊNCIA</b>	<b>70</b>

<b>CONSIDERACOES FINAIS</b>	<b>77</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>80</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na sociedade atual a importância dada à informação é extrema, de modo que esta se insere em todos os aspectos cotidianos, sendo proclamada uma nova era da sociedade da informação, na qual a tecnologia se multiplicou e mudaram os parâmetros de convívio. Desta feita, mudada a sociedade, o Estado, como um produto feito para esta, também precisa se adaptar e se modificar na mesma perspectiva, assumindo os novos parâmetros da era global e devendo encarar novos desafios de legitimidade.

Dentro dessas novas situações, percebendo-se uma “nova sociedade”, incentivadora de um “novo Estado”, ambos intimamente ligados à evolução tecnológica e a necessidade constante de acesso à informação, surge uma tendência do aproveitamento de novas tecnologias, para alcançar velhos objetivos existentes desde sempre, os quais justificam a própria existência da estrutura estatal, como o acesso pleno e público de todos os membros que o compõem.

Nesse contexto a adesão da administração ao uso de mídias inseridas em redes sociais *on line*, permite a observação de novos parâmetros relacionais que poderão ter consequências diversas em todos os aspectos da estrutura da Administração Pública.

A Importância do tema sugerido reside na atualidade alcançada, haja ser um fenômeno que não se esvaiu, mas continua a se estruturar. Justifica-se também pela escassez de pesquisas na academia sobre este tema, sendo salutar o empreendimento de pesquisas nessa área. Portanto, se objetiva também incentivar pesquisas futuras criando precedentes.

Assim se busca principalmente saber do empenho da Administração, no sentido de se adequar a essas novas formas de tecnologia e as novas configurações sociais, especialmente no tocante ao uso de ferramentas em prol da transparência administrativa. De sobremaneira se busca entender como esse processo ocorre nas municipalidades do estado da Paraíba, um dos mais pobres da federação e também uma das culturas de maior tendência à centralização de poder do Estado.

A presente pesquisa terá por escopo analisar o uso de redes sociais como instrumento da publicidade e transparência pública em municípios paraibanos. Como objetivos específicos buscam-se (1) Examinar a importância e alcance do princípio

da publicidade na administração pública brasileira; (2) Analisar o uso de elementos de governo eletrônico em municípios paraibanos especialmente a publicidade em mídias sociais; (3) analisar o impacto do uso de redes sociais sobre a publicidade e transparência pública.

Neste sentido, para se alcançar o objetivado utilizar-se-á de um estudo bibliográfico e documental exploratório e qualitativo, mediante a consulta de referências bibliográficas e especialmente eletrônicas. Também será feito estudo de caso, baseado em observação da presença eletrônica dos municípios focados e análise do conteúdo disponibilizado.

Tal trabalho se apresenta dividido em capítulos temáticos, sendo que os três primeiros focam na revisão literária sobre as temáticas buscadas nos objetivos sendo exploradas as mais recentes discussões presentes na literatura. O primeiro capítulo abordará a importância do mandado constitucional de publicidade, sua importância e vinculação frente à administração, além de conceitos próximos que ajudam ao cumprimento de seus objetivos dentro da estrutura estatal. Além disso, foca-se sua aplicabilidade no âmbito municipal, que é um ambiente estatal diferenciado, uma vez que se aproxima bem mais do cidadão.

O segundo capítulo aborda o universo das redes sociais, abordando tanto a discussão do conceito em si, quanto o seu crescimento no ambiente da rede mundial de computadores: A Internet. Dentro dessa discussão, se destaca o lugar da informação na atual perspectiva de evolução tecnológica e como o ambiente das redes sociais *on line* interage com a fruição de informação.

Já no terceiro tópico, se avaliará o conceito de governo eletrônico e o uso de mídias sociais pelos governos, trazendo maiores possibilidades de comunicação entre governo e utentes desses serviços. Nesse sentido serão avaliados os reflexos de tais ações para a questão da transparência governamental, acesso a informação e comunicação institucional.

Após a abordagem teórica dos conceitos abordados nos capítulos anteriores, no quarto capítulo será feito um estudo de caso, onde se avaliarão as condições de adesão ao governo eletrônico por municípios paraibanos e quais os impactos reais destas ações na transparência administrativa havendo ou não benefícios reais a população. Procurou se avaliar não apenas as ferramentas utilizadas, mas a forma de como a Administração as utiliza e o cumprimento da questão da transparência e publicidade administrativa.

Logo após é apresentada a metodologia usada na pesquisa, bem como a análise dos resultados provenientes desta para dar suporte a melhor compreensão da pesquisa e as conclusões que se pode advir desta.



## 2 CAPITULO 1 : O DEVER DE PRESTAÇÃO DE CONTAS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E O PRINCIPIO DA PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA

“Moral e luzes são nossas primeiras necessidades.”  
(Simon Bolívar – Estadista Sul Americano)

O Estado, esse ser que surgiu para domar o caos<sup>1</sup>, significa antes de tudo um constrangimento, com sua soberania substituta da autonomia individual de cada um<sup>2</sup>, sendo não apenas suportado, mas sustentado por aqueles que ele domina, parece sob essa ótica a figura de um cruel parasita dominador, mas se justifica como uma presença necessária, haja vista a necessidade de um elemento organizador e aglutinador da sociedade.

Assim, o Estado mesmo a tanto custo, nasce como patrono do bem comum, e sem essa função não se justifica, não se sustem, devendo seus agentes, representantes daqueles que o sustentam, não olvidar esforços em perseguir esse fim e da melhor forma possível. Nesse sentido, aponta o saudoso administrativista Meirelles (2000, p. 60-61) que,

Os fins da administração pública resumem-se num único objetivo: **o bem comum da coletividade administrada**. Toda atividade do administrador público deve ser orientada para esse objetivo. Se dele o administrador se aparta ou desvia, trai o mandato de que está investido, porque a comunidade não institui a Administração senão como meio de atingir o bem estar social. Ilícito ou Imoral será todo ato administrativo que não for praticado no interesse da coletividade. [grifo nosso]

Nesse ínterim surge aos representantes da maquina estatal, o dever de não apenas satisfazer as necessidades que a legitimam, mas de dar satisfações constantes aos titulares originais do poder que esta detém, já que o Estado se utiliza de recursos e poder provisórios e emprestados, dos quais é apenas um titular delegado, provindo todo o poder do povo<sup>3</sup>. Descrevendo a natureza do papel do administrador público, Meirelles (2000, p. 60) remete a essa ideia de guarda de recursos alheios:

A natureza da administração pública é a de um *múnus público* para quem a exerce, isto é, a de um encargo de defesa, conservação e aprimoramento de bens, serviços e interesses da coletividade.

<sup>1</sup> Referência ao monstro leviatã citado na Obra de Hobbes- O Leviatã ou a Matéria, Forma e Poder de um Estado Eclesiástico e Civil

<sup>2</sup> Idéia apregoada nas teorias contratualistas de Hobbes, Rosseau e Locke.

<sup>3</sup> Na Constituição brasileira art 1º, Parágrafo único. *Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.*

E decerto tem sido árdua a tarefa de pesquisadores, governantes e legisladores, no sentido de equacionar bem essa relação cidadão e Estado, especialmente diante das novas perspectivas em que são postos os Estados soberanos diante de uma nova ordem globalizada<sup>4</sup>, gerando crise do Estado em suas funções. Nesse sentido Pereira (1996, p. 1), ex ministro dos governos Sarney e Fernando Henrique Cardoso<sup>5</sup>, fala sobre a necessidade de reforma do Estado, na definição de suas funções:

A crise do Estado implicou na necessidade de reformá-lo e reconstruí-lo; **a globalização tornou imperativa a tarefa de redefinir suas funções.** Antes da integração mundial dos mercados e dos sistemas produtivos, os Estados podiam ter como um de seus objetivos fundamentais proteger as respectivas economias da competição internacional. Depois da globalização, as possibilidades do Estado de continuar a exercer esse papel diminuíram muito. [grifo nosso]

Essa crise do Estado diminuído pela globalização econômica, entre outros aspectos logrou por fortalecer e amadurecer a ideia de cidadania e estrutura democrática, sendo que muitas vezes as concepções de reforma do Estado tiveram como intuito resgatar uma ideia mais forte de legitimidade democrática (FILGUEIRAS, 2011b, p. 65-66).

Nesse Estado que busca sua legitimidade, a ideia de transparência e acesso a informação acaba sendo imprescindível, para resgatar a participação do cidadão. Nesse ponto Crantschaninov *et al* (2011, p. 78) sentenciam: “A falta de informação implica em condição de impedimento do exercício da cidadania, mesmo através de arranjos participativos como conselhos”.

## 2.1 Noção de Administração Pública

Para entender bem o relacionamento entre cidadão e Estado, deve-se antes de tudo entender a importância do braço executivo<sup>6</sup> do aparato estatal, ou seja, entender o que é a Administração pública e qual o seu papel nesse relacionamento. Assim a administração tem uma função primordial, sendo o instrumental de que

<sup>4</sup> Tal termo é entendido como o período marcado pela redefinição das relações internacionais pós guerra fria, acompanhadas da evolução tecnológica (especialmente nas telecomunicações) e da mudança de parâmetros econômicos, frente a crises no sistema capitalista, além de uma integração sem precedentes. Tal período continua até a atualidade e gerou por tais circunstâncias a crise dos modelos estatais descritos.

<sup>5</sup> Durante o Governo do Presidente Fernando Henrique, Bresser Pereira, chegou a comandar o que se chamou de reforma administrativa, uma tentativa de modernizar a administração pública brasileira, diminuir seus encargos e sua tendência meramente burocrática, primando pela eficiência gerencial ( culminando na EC 19/98). Entretanto a reforma não teve o êxito esperado.

<sup>6</sup> A administração (função executiva) é somente uma das funções do Estado que é formado também pelas funções legislativa e judiciária.

dispõe o Estado para pôr em prática as opções políticas do Governo (MEIRELLES, 2000, p. 60).

Silva (2000, p. 635), em sua obra de Direito Constitucional, também descreve esse aspecto estruturante da administração, ao mesmo tempo em que pormenoriza a ideia de administração pública:

Essa é uma noção simples de Administração Pública que destaca, em primeiro lugar, que é **subordinada ao Poder político**, em segundo lugar que **é meio** e, portanto, algo que **serve para atingir fins definidos** e, e terceiro lugar, denota os seus dois aspectos: um conjunto de **órgãos a serviço do Poder político** e as operações, as **atividades administrativas**.  
[grifo nosso]

A imagem de Administração como meio utilizado pelo Estado, mesmo demonstrando o fim, a estrutura e posição da administração pública, não menciona, pois todas as atividades e operações que podem fazer parte do que seja administração. Nesse sentido, Gulick citado por Meirelles (2000, p. 59), cita pormenorizadamente quais são essas atividades fundamentais que compõem a administração:

Segundo Gulick, as funções normais da administração expressam-se na sigla POSDCORB, formada pelas iniciais das palavras inglesas *Planing, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, e Budgeting*, correspondentes, respectivamente, a Planejamento, Organização, Administração(de pessoal), Direção, Coordenação, **Informação** e Orçamento(elaboração).

Assim, a administração se reporta a uma série de atividades meio que o Estado exerce para lograr os fins aos quais ele serve, mas especialmente representa a principal via de relacionamento direto com o cidadão sob o qual assenta em última instância a legitimidade estatal. Ela é o agir direto e claro do Estado, sendo que suas atividades devem se direcionar para reaver essa legitimidade, sendo imprescindível a sua atuação para manutenção do complicado relacionamento do Estado e sociedade, ou Estado e cidadão, trabalhando sempre em prol dessas necessidades coletivas:

Numa visão global a administração é, pois, todo o aparelhamento do Estado preordenado à realização de serviços, visando à satisfação de necessidades coletivas. (MEIRELLES, 2000, p. 59)

## 2.2 Publicidade na Administração Pública

A partir desse preponderante lugar dentro do arcabouço estatal, a Administração pública exerce papel de visibilidade na própria ideia de Estado, sendo por vezes confundida com o próprio Governo. Nesse sentido a função administrativa, presente nos três poderes detentores da soberania estatal<sup>7</sup>, se encontra mais cotidianamente ligada ao cidadão e na sua relação com o Estado e suas prestações à coletividade.

Por entender essa relevância da Administração Pública, quis o constituinte original de nossa Magna Carta, disciplinar tais atividades, entre outras regras, com o Princípio da Publicidade<sup>8</sup>, que justamente exerce a disciplina de como deve ser esse contato necessário para legitimação democrática. O mestre Lopes (2000, p. 87-88) define de forma clássica esse conceito:

Publicidade é a divulgação oficial do ato para conhecimento público e início de seus efeitos externos. Daí por que as leis, atos e contratos administrativos que produzem consequências jurídicas fora dos órgãos que os emitem exigem publicidade para adquirirem validade universal, isto é, perante as partes e terceiros.

Mais adiante na mesma obra (p. 89) o próprio Lopes, estende o conceito para dizer que a publicidade abrange toda a atuação estatal, não se particularizando apenas para os atos ditos como oficiais, mas entendido como um corolário do **próprio dever do Estado de prestar contas uma vez** que isso é próprio de sua natureza pública. Nesse sentido Silva (2000, p. 650):

(...) não se admitem ações sigilosas da Administração Pública, por isso mesmo é pública, maneja coisa pública, do povo (publicum>populicum>populum; público=do povo).

Não poderia ser diferente já que o próprio termo República<sup>9</sup>, provém das formas latinas *rex* e *publica*, traduzidos por coisa do povo. Entretanto, como todo princípio, não deve ser entendido de forma absoluta, sob o risco de minar outros princípios e fundamentos de governo. Adverte Meirelles (2000, p. 88):

---

<sup>7</sup> Na teoria Constitucional moderna se entende que nenhum dos poderes idealizados por Montesquieu, exerce com pureza apenas a sua função, sendo assim o executivo desempenha função administrativa e legislativa, por exemplo, ao editar medidas provisórias. O mesmo vale para o Judiciário e o Legislativo, que por sua autonomia interna, se auto administram e ao exercer essa função administrativa, estão sujeitos a todas as disciplinas referentes a Administração Pública.

<sup>8</sup> Artigo 37, *caput* da Constituição Federal de 1988.

<sup>9</sup> Definição encontrada no artigo 1º da Constituição que define o Brasil como uma República Federativa, definindo assim a forma de Governo e de Estado de nosso país.

Em princípio todo ato administrativo deve ser publicado, porque pública é a administração que o realiza, só se admitindo sigilo nos casos de segurança nacional, investigações policiais ou interesse superior da Administração a ser preservado em processo previamente declarado sigiloso nos termos da lei 8159 de 8.1.91, e pelo Dec. 2134, de 24.1.97.

Assim, sendo vários os interesses dentro e fora da administração, não poderia haver transparência plena, sob o risco de impossibilitar o fim único da atividade estatal, qual seja a realização do bem da coletividade, admitindo hipóteses já previstas legalmente e anteriormente negociadas com a sociedade da existência de informações com graus diferentes de abertura ao público, mas tais restrições à publicidade sempre devem ser produto de previsão legal e de discussão em fóruns de deliberação com a sociedade.

Entretanto não se pode justificar todo sigilo, sendo atos puramente excepcionais e em hipóteses já previamente definidas e genéricas, não se podendo de modo algum justificar sua presença como lugar comum nas rotinas administrativas e estatais em geral. Vale, portanto como regra geral o conhecimento das ações da Administração, conforme dito por Silva (2000, p. 649):

(...) [A administração] deve agir com a maior transparência possível, a fim de que os administrados tenham, **a toda hora**, conhecimento do que os administradores estão fazendo.

Assim, “o povo tem o direito de conhecer os atos praticados na administração pública, passo a passo, para o exercício do controle social, derivado do exercício do poder democrático” (PLATT NETO *et al*, 2007, p. 78 ).

Deste modo, a publicidade e transparência administrativa se relacionam intrinsecamente com a ideia de cidadania e democracia, imprescindíveis para legitimação de nosso modelo de Estado. Argumenta Filgueiras (2011b, p. 84):

A publicidade exige que as políticas e as normas emanadas do governo ocorram em um processo aberto de decisão democrática e que as instituições sejam controladas por outras instituições e pelos próprios cidadãos. **A publicidade significa atrelar as decisões do governo à autoridade da cidadania.**

Então a publicidade administrativa não seria nada mais do que um dialogo maior entre administração e administrados, estando necessariamente no processo de comunicação, dialogar, ser compreendido e compreender (MENDES, 2011, p. 2).

Se deve alertar também para a possibilidade de desvirtuamento confundindo a publicidade do que seja público, com o risco de promoção pessoal do agente que a exerce:

Entretanto, alguns pesquisadores consideram a publicidade governamental um simples modo de autopromoção das pessoas que possuem cargos públicos, desvirtuando o real interesse público e utilizando-se da chamada máquina pública para a troca de favores em tempos de eleição. (MENDES, 2011, p. 2)

Esse efeito desvirtualizador a ideia de público, infelizmente ainda é demasiado arraigado pela Administração Pública brasileira que apresenta uma herança patrimonialista e centralizadora, o que dificulta não só o aspecto da publicidade administrativa, mas a Administração como um todo, sendo uma ameaça ao caráter público do Estado.

Entretanto, o agente estatal, enquanto pessoa, não pode separar plenamente a sua figura pública pessoal, do contexto de agente público, sendo surreal pensar num desligamento pleno dessa dicotomia vida privada – vida pública.

Carlomagno mostra isso, ao falar sobre a iniciativa chamada Escola de Governo, onde as reuniões do gabinete governamental do estado do Paraná são transmitidas semanalmente se expondo toda a dinâmica das discussões governamentais ao povo daquele Estado, sendo impossível não haver promoção do agente, cuja *persona* é exposta pelo próprio fato de ser pública:

Toda e qualquer forma de publicidade gera promoção. A publicidade não tem como ser neutra, como se o Estado pudesse existir sem seus agentes. A Escola de Governo também gera promoção para os seus agentes. Contudo, existem meios e meios de realizar a publicidade estatal. (CARLOMAGNO, 2010, p. 24)

Assim, é necessária a sensibilidade e cuidado no momento da opção pela publicidade, uma vez que é imprescindível a administração e impossível é a não exposição do agente, mas sempre se deve ter em norte, a percepção do fim último da Administração, qual seja zelar pela coisa pública, com vistas ao bem comum.

Nesse sentido, até mesmo o marketing corporativo seria bem vindo ao conceito de publicidade administrativa, se interpretando a partir do termo “publicidade” na Constituição tanto que a publicidade oficial é meramente a publicação dos atos do governo no Diário Oficial, quanto que o Estado pode (ou mesmo deve) veicular anúncios na mídia corporativa (CARLOMAGNO, 2010, p. 12).

Desse modo, a publicidade administrativa não expurga nenhum meio de comunicação com os administrados, sendo necessário evitar a tendência de personalização da coisa pública. Nesse sentido, o primeiro parágrafo do artigo 37 da Lei Maior, já maneja a disciplina adequada, conforme aponta Meirelles (2000, p. 90):

Como já mencionado, sob pena de lesar os princípios da impessoalidade, finalidade e moralidade, a publicidade não poderá caracterizar a promoção pessoal do agente público (CF, art. 37, § 1º).

Nesse mesmo sentido, acerca dos princípios de interpretação constitucional, Lenza (2010) defende a existência do princípio da máxima efetividade que deve ser entendido no sentido de a norma constitucional ter a mais ampla efetividade social.

Assim a publicidade recebe mitigações de caráter principiológico, com vistas apenas a manutenção de seus fundamentos, para não constituir desvio da finalidade administrativa. Mas, entretanto fora essa ressalva a publicidade não deve sofrer limitações, devendo ocorrer da forma mais ampla possível e com todos os meios disponíveis, não podendo ser aplicada meramente sob a égide formal ou conforme prescrito em lei, haja vista que como princípio, seu alcance normativo é bem mais amplo do que o de uma regra.

Nesse ponto, comum é na própria doutrina, uma restrição proveniente da confusão entre publicidade e publicação. A publicação por si, não assegura a publicidade (CINTRA, 2010, p. 7). Sendo que o gestor público preso ao cumprimento da lei se esquece da ideia da finalidade administrativa, sendo comum a opção pela limitação da publicidade a mera publicação, não atingindo o viés democrático e de prestação de contas, ao qual o princípio em pauta seria vinculado.

Cintra (2010) demonstra situações deste entendimento obtuso, acerca da limitação da publicidade administrativa, como por exemplo, a previsão da lei 8666/93 de publicação de avisos referentes a tomada de preços e concorrências. É comum os avisos serem publicados formalmente, mas com dificuldade no entendimento, seja por deficiência na comunicação ou por má fé de quem os preparou.

Em verdade, a publicidade deve ter o mais amplo alcance possível, haja vista, diminuir a distância entre governantes e governados. Acerca, dessa máximação com vistas à efetivação teleológica de um princípio, Binbenbojm (2009, p. 5), citando o jusfilósofo alemão Robert Alexy, fala acerca de sua aplicação:

Consoante lição clássica de Robert Alexy, princípios jurídicos encerram mandados de otimização, no sentido de comandos normativos que apontam para uma finalidade ou estado de coisas a ser alcançado, mas que admitem concretização em graus de acordo com as circunstâncias fáticas e jurídicas.

Em seguida o mesmo autor sentencia:

Deste modo, ao instituir o *princípio da publicidade* como norma reitora do funcionamento da Administração Pública brasileira, a Constituição de 1988 **impôs aos agentes públicos o dever de adotar, crescente e progressivamente, comportamentos necessários à consecução do maior grau possível de difusão e conhecimento por parte da cidadania dos atos e informações emanados do Poder Público.** (BINENBOJM, 2009, p. 6) [Grifo do autor]

Deste modo, é dever do gestor, e de todos que compõem a Administração, utilizar de todos os meios disponíveis para efetivação da publicidade administrativa e assim atingir seus fins, que se confundem com os próprios objetivos do Estado.

### 2.2.1 Princípios Correlatos

Silva (2000, p. 95) cita um brilhante apontamento do administrativista Celso Antonio Bandeira de Mello, concluindo que princípios podem ser vistos em poucas palavras como mandamentos nucleares de um sistema, verdadeiros alicerces dele, sendo, portanto na Ordem Jurídica normas de primeira ordem, prescindindo a sua aplicação para a própria manutenção do Estado e sua Ordem.

Nesse sentido como foi visto, os princípios são mandamentos maiores, bases de todo o Ordenamento, sendo que nenhum princípio pode ser aplicado apartado dos demais e o conjunto de princípios harmonicamente informam um sistema jurídico. No próprio capítulo que trata da administração pública, são citados outros quatro princípios que informam a função administrativa no Estado brasileiro, sendo eles: a legalidade, a moralidade, a impessoalidade e a eficiência, esta última reconhecida constitucionalmente como princípio em meio à Reforma administrativa do Governo FHC em 1999.

É fundamental, pois, a harmonia da publicidade administrativa ao menos com esses quatro princípios que lhe são companheiros. É tanto que no §1º do mesmo artigo, são elencadas restrições à publicidade que nada mais são do que normas para que este se coadune com a moralidade e impessoalidade administrativas. Explicando a essência desse dispositivo Mendes (2010, p. 7), explicita o caráter harmonizador de princípios:

Dois pontos são fundamentais: o caráter educativo, informativo ou de orientação social; e a ausência de nomes, imagens e símbolos para evitar “desobedecer” os princípios da impessoalidade e moralidade.



Mas longe de haver conflito entre princípios, ou elementos de restrição ou intervenção de um no outro, há sim uma mútua colaboração no sentido de alcançar as finalidades comuns às quais os princípios servem. Então na verdade há que se falar numa atuação conjunta, onde ambos os princípios caminham no mesmo norte. Acerca da relação entre moralidade e publicidade, escreve Hermany (2008, p. 14):

A relação entre os princípios da publicidade e da moralidade se coopta na esteira da estrita observação pelo gestor público, o qual deve prestar contas de seus atos, para um maior controle social, com vistas à manutenção do interesse público frente aos ideários patrimonialistas e clientelistas que a Administração Pública pode exercer pela falta da observância desses princípios.

Há auxílio ao alcance da ideia de publicidade, quando, por exemplo, da aplicação do princípio da legalidade e somente poderá haver sigilo sobre algum ato ou fato administrativo em hipóteses previamente elencadas em lei e de forma motivada e justificada.

Entretanto a relação principiológica da publicidade com outras normas, vai para além da previsão constitucional do artigo 37, sendo intensa também sua afinidade com as ideias como *accountability* e transparência.

O termo *accountability* carece de tradução adequada ou precisa, apesar de alguns atores adotarem os termos responsividade ou responsabilização, convencionando seu uso em língua inglesa (CARLOMAGNO, 2011, p. 7). Entretanto apesar da correspondência vaga em termos de tradução, a ideia de *accountability* é precisamente esmiuçada pela literatura sobre o assunto.

Fernando Filgueiras, pesquisador da UFMG, fala que a *accountability* é um conceito próprio a uma teoria política dos Estados liberais, à medida que pressupõe uma diferenciação entre o público e o privado, no sentido de ser uma forma de responsabilização da ação do Estado na sociedade (FILGUEIRAS, 2012, p. 3).

Tal conceito trata sob certa ótica, de uma dívida do público com privado, uma vez que utiliza dos recursos deste, e atua como seu mandatário legal<sup>10</sup>. Assim numa perspectiva economicista o Estado seria visto como uma empresa e os cidadãos como seus respectivos clientes, que merecem satisfações de como os serviços estão sendo oferecidos, como o dinheiro empregado está sendo gasto e como a representação está sendo efetivada, sendo, portanto os agentes estatais

---

<sup>10</sup> Na teoria do Estado, se concebe nas democracias atuais que os agentes políticos atuam como representantes do povo, atuando como se tivessem uma procuração de mando deste.

responsabilizáveis por uma atuação que não fosse norteada para os fins a que se destina a missão a qual foram incumbidos.

Assim tal conceito opera no âmbito de tornar recíproca a relação Estado-cidadão, ao passo em quanto mais se der ao Estado, ou aos seus agentes, em termos de poderes, privilégios e controle, muito mais lhe será pedido em termos de eficiência para o alcance dos objetivos a que a máquina estatal se destina, lembrando a prescrição bíblica que diz: “Daqueles a quem foi confiado muito, muito mais será pedido” (Lucas 12:48).

Tal princípio atua de forma mais extensa, abrangendo as ações do Governo como um todo, repousando numa ideia forte de democracia, sendo que a democratização do Estado demanda o aprofundamento de *accountability* (FILGUEIRAS, 2011b, p. 66).

Nesse sentido de tornar as ações governamentais bem mais visíveis para o julgamento público e democrático, a *accountability* se relaciona e necessita da publicidade administrativa, pois só havendo o mínimo sigilo das ações de governo, é que será possível fazer tal julgamento e responsabilização do agente público. Para Filgueiras (2011b) a publicidade dá um horizonte normativo para a ideia de *accountability*.

A publicidade se relaciona intimamente com a transparência<sup>11</sup>, mas não são sinônimos, muito embora hajam dificuldades em se delimitar a diferença entre os dois termos e qual o alcance de cada um, haja visto seu resultado ser comum. Nesse sentido, a ideia de transparência acaba por ser algo, aceito pelo menos formalmente entre os governos, sendo extraordinariamente necessária até para sua legitimidade. Nesse sentido Crantschaninov *et al* (2011, p. 85), defendem:

A abertura de amplo acesso do público aos atos de governo implica em uma ampliação da esfera pública e ressignificação do papel do Estado, que pode ser lida como aperfeiçoamento da transparência dos processos de ação do governo em relação à sociedade.

Para alguns autores, a publicidade faz parte de uma ideia maior de transparência administrativa, sendo por vezes meio para esta se efetivar (CARLOMAGNO, 2011, CINTRA, 2010). Já para outros a publicidade é um conceito maior e mais completo (FILGUEIRAS, 2011, 2011b). Entretanto de qualquer forma

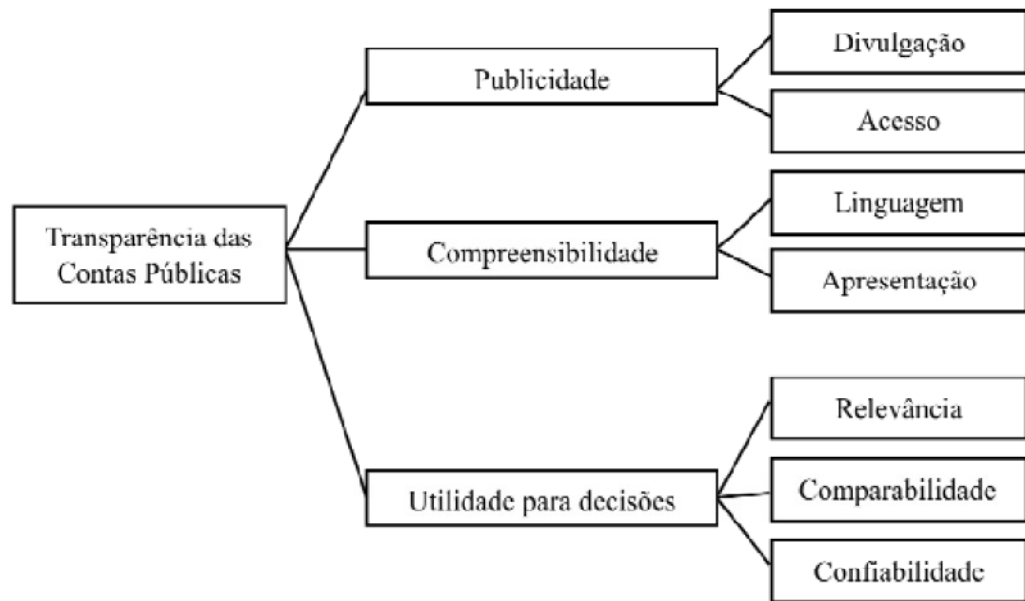
---

<sup>11</sup> Nem todos os autores delimitam a transparência administrativa ao nível de princípio, haja vista não ser mencionada explicitamente na Constituição e ter um objeto muito semelhante com o da publicidade administrativa. De todos os autores pesquisados apenas Fernando Filgueiras elenca transparência como princípio.

não se pode olvidar que uma ideia não existe sem a outra, sendo verdadeiras gêmeas siamesas.

Assim Cintra (2010) que entende que a Publicidade se encontra inserta como elemento da transparência mostra no quadro abaixo como se dá esse encaixe:

Figura 1 – Desdobramento do conceito de Transparência



**Fonte:** Cintra (2010).

Já para Filgueiras (2011b, p. 84), o princípio da publicidade vai além da ideia de transparência:

Publicidade, aqui, não se confunde com transparência. Como observamos anteriormente, esta última se refere à disponibilização de informações e processos relacionados às políticas públicas. A publicidade demanda, muitas vezes, a transparência, mas vai além por ser um princípio de autoridade.

Qualquer que seja a relação entre tais elementos, certo é que realmente são conceitos impossíveis de serem concretizados em separado, sendo elementos imprescindíveis a legitimação do Estado e para a manutenção do diálogo entre este e o cidadão.

Filgueiras (2011b, p. 92) deixa claro essa relação de indissolubilidade:

A política da publicidade, portanto, toma a ideia de transparência como algo fundamental à sua consolidação. Mas a toma num sentido mais profundo: o de estabelecer um horizonte normativo para o conceito de *accountability*.

Assim tais conceitos ajudam de sobremaneira na concretização do princípio da publicidade, sendo a aplicação efetiva de transparência e responsabilidade

governamental (*Accountability*), necessários para efetivação da publicidade em um governo democrático.

### 2.2.2 Legislação sobre publicidade e transparência

As ideias de publicidade e abertura governamental não são restritas apenas ao preceito do artigo 37, sendo algo predominante em todo Ordenamento, uma ordem ecoada por toda a Constituição e espalhada pela legislação infraconstitucional.

Pelo menos em termos legislativos, a Administração Pública no Brasil, está satisfatoriamente equipada de publicidade, sendo um tema sempre lembrado na evolução do processo legiferante.

Dentro da própria Constituição no artigo 5º, o direito a informação é visto como um direito fundamental amplamente garantido presente nos seguintes pontos: XIV (acesso a informação), XXXIII (acesso a informações de interesse particular ou coletivas de interesse geral, por parte de órgãos públicos), XXXIV (Direito a petição e obtenção de certidões perante órgãos públicos), LX (publicidade dos atos processuais), LXXII (previsão do Habeas data, instrumento processual conveniente para acesso a informações pessoais em registros de caráter público, ou para sua respectiva alteração), LXIX (Mandado de segurança, relativo a abuso de autoridades relativos as informações públicas de que dispõem) .

Acerca das liberdades referentes a informação José Afonso da Silva (2000, p. 249) ensina:

Nesse sentido, a liberdade de informação compreende a procura, o acesso, o recebimento e a difusão de informações ou ideias, por qualquer meio, e sem dependência de censura, respondendo cada qual pelos abusos que cometer.

Ainda dentro do texto constitucional existe diversos dispositivos sensíveis a necessidade de publicidade estatal: o artigo 70, por exemplo, uma norma clara presença de *accountability*, que fala sobre a fiscalização contábil, financeira, orçamentária, operacional e patrimonial da União e das entidades da administração direta e indireta, prevendo inclusive que o dever de prestar contas se estenderá a qualquer pessoa, física ou jurídica, seja pública ou privada que utilize, arrecade, guarde, gerencie ou administre bens de natureza pública de responsabilidade da

união. Outros dispositivos que podem ser citados são os artigos 84, IV (o dever do presidente da república publicar as leis, como requisito de validade das normas) e o artigo 93, IX e X que impõem ao Poder Judiciário o dever de motivar e publicar suas decisões. E dentro do próprio artigo 37, as disposições dos parágrafos 1º, 3º e 7º<sup>12</sup>, disciplinam a publicidade administrativa.

Detendo-se a análise breve das regulamentações acerca da publicidade no artigo 37, vê-se no parágrafo primeiro, conforme já se comentou anteriormente, aplicações harmonizantes dos princípios da moralidade e impessoalidade administrativa<sup>13</sup>. Já as disposições do parágrafo terceiro, falando sobre o relacionamento com o usuário dos serviços da Administração, prescreve que lei regulará sobre as reclamações sobre a prestação de serviços públicos, prevendo inclusive avaliação periódica sobre a qualidade dos serviços (Inciso I) e sobre a regulamentação do acesso a registros públicos e atos de governo (Inciso II), sendo o ultimo regulamentado em 2005 pela lei 11.111, texto que recentemente foi substituído pela lei 12.527 de 18 de novembro de 2011 (lei de acesso a informação), alteração que vigorará a partir de maio de 2012, após passada a *vacatio legis* convencionada no artigo 47 da respectiva lei. Por fim o parágrafo sétimo, prevê também a adoção lei disciplinando o acesso a informações privilegiadas por agentes públicos, o que em parte já foi certamente feito pela *novatio legis* de acesso à informação.

---

<sup>12</sup> Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998\)](#)  
(...)

§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.  
(...)

§ 3º A lei disciplinará as formas de participação do usuário na administração pública direta e indireta, regulando especialmente: [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998\)](#)

I - as reclamações relativas à prestação dos serviços públicos em geral, asseguradas a manutenção de serviços de atendimento ao usuário e a avaliação periódica, externa e interna, da qualidade dos serviços; [\(Incluído pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998\)](#)

II - o acesso dos usuários a registros administrativos e a informações sobre atos de governo, observado o disposto no art. 5º, X e XXXIII; [\(Incluído pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998\)](#)

III - a disciplina da representação contra o exercício negligente ou abusivo de cargo, emprego ou função na administração pública. [\(Incluído pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998\)](#)  
(...)

§ 7º A lei disporá sobre os requisitos e as restrições ao ocupante de cargo ou emprego da administração direta e indireta que possibilite o acesso a informações privilegiadas. [\(Incluído pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998\)](#)

<sup>13</sup> Vide o tópico 1.2.1 acerca de princípios correlatos.

Dentro da disciplina infraconstitucional tem se como exemplos a Lei de Responsabilidade Fiscal (Lei Complementar a Constituição Federal nº 101/2000), dispositivo que prevê diversas condutas de responsabilização, transparência e publicidade acerca da gestão das finanças públicas, a lei que disciplina os processos administrativos (Lei 9784/99), que prevê entre outras coisas o dever de divulgação de todos os atos administrativos (art. 2º, par. Único, IV), a lei sobre licitações públicas (Lei 8.666/93), que prevê durante todo o processo de licitação, a publicação de atos, como previsto, por exemplo, nos artigos 21, 26, 38, 61, 109 e no próprio artigo 1º que afirma que para as licitações serão utilizadas normas de publicidade. Acerca da importância da LRF (Lei de Responsabilidade Fiscal), Macedo *et al* (2008, p. 175) comenta:

A transparência é abordada de maneira enfática na LRF, especialmente no art. 48, que estabelece como instrumentos de transparência da gestão fiscal os planos, orçamentos e lei de diretrizes orçamentárias, as prestações de contas e o respectivo parecer prévio, o relatório resumido da execução orçamentária e o relatório de gestão fiscal e, ainda, as versões simplificadas desses documentos. Estabelece a obrigatoriedade de ampla divulgação dessas informações, inclusive em meios eletrônicos de acesso público.

Alguns dispositivos legais, não apenas influenciam a questão da publicidade, mas decerto foram regidos com o intuito direto de regulamentá-la. É o caso, da já comentada nova lei de acesso à informação, que disciplina de forma extensa, a questão no âmbito de todos os Entes Federativos, Poderes e entidades públicas, abrangendo inclusive a disciplina com relação a entidades privadas que tenham acesso a informações de caráter público. Sem aprofundar na análise do dispositivo se deve citar que no artigo 3º, ao se preverem as diretrizes seguidas pela norma, deixa-se claro entre outras coisas que a lei levará em conta a observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção. Também merece menção a lei 9.507/97, dispositivo que veio disciplinar o remédio processual chamado *habeas data*, que justamente serve como suporte para a questão de acesso a informação.

Por fim, não é apenas a questão de normatizar o acesso a informação, mas de punição para quem não seguir suas diretrizes, que é levada em conta na Legislação Brasileira. A Lei nº 10.028/00, por exemplo, que alterou o Código Penal quanto aos crimes fiscais, em seu artigo 5º, inciso I, caracteriza a não divulgação de relatórios contábeis (particularmente do Relatório de Gestão Fiscal) como infração administrativa contra as leis de finanças públicas (PLATT NETO *et al*, 2007, p. 79).

Mas também na própria lei de Responsabilidade Fiscal, na Lei de Licitações, na Lei de acesso a informação e até mesmo em normas privadas como o Código de Defesa do Consumidor (lei 8078/90), se prevê a responsabilização civil, criminal, administrativa e política de quem se utilizar de forma errada das informações a que tem acesso, ou que publicar informações erradas ou pessoais sem autorização, ou ainda não publique ou de acesso a informações que devia ter o dever de publicar.

Assim com um suporte legislativo completo, a publicidade no setor público brasileiro carece apenas de efetivação e vontade governamental para realmente ser uma realidade.

### **3.2 Publicidade e Administração Pública Municipal**

Vista a importância da publicidade administrativa e do acesso a informação, este último elevado ao grau inclusive de direito fundamental no Estado brasileiro, se relacionando inclusive com os pilares de um governo democrático, há que se fazer uma rápida análise com relação a sua extensão específica dentro da esfera municipal, haja vista, que dentro do município é que se encontra a essência da democracia e do próprio Estado em si, uma vez que é nessa unidade territorial que se encontra o cidadão, o indivíduo que forma o povo, a fonte de onde emana todo poder do Estado (CF-88, preâmbulo e Art. 1º, Parágrafo Único). Conforme Salles (2010) os cidadãos se interessam mais pelos problemas que lhes dizem respeito mais de perto.

Assim no âmbito da urbe, a proximidade entre gestor e cidadão é experimentada de forma e por isso mesmo vem à necessidade de experimentar de meios mais democráticos. Seria, pois, uma contradição sem tamanho que os instrumentos de transparência ficassem relegados às entidades federais e não contemplassem a gestão administrativa que realmente faz parte da realidade cotidiana do administrado, e a qual mais eficazmente não apenas fiscalizar, mas ter uma maior integração e comunicação, não existindo obstáculos maiores de ordem territorial.

A própria Constituição Federal de 1988, inovou ao prever os municípios como Entes Federativos autônomos, assim como o Distrito Federal, os estados membros da federação e a União (art. 18, CF 88), atribuindo-lhe Meirelles (2000b, p. 126) uma posição verdadeiramente singular. Na página posterior o mesmo autor, comenta com mais detalhes sobre esse papel federativo de destaque:

A Constituição da República arrola o Município como componente da Federação (arts. 1º e 18), reconhecendo-lhe, agora expressamente, a natureza de *entidade estatal de terceiro grau*, pela outorga de *personalidade jurídica, governo próprio e competência normativa*. Com isso, já não se pode dizer, contrastando-o com o Estado-membro, que o Município tem apenas poderes administrativos e atribuições delegadas. Absolutamente, não. Tanto um como o outro atuam com igual *poder político* no exercício das competências que lhes são conferidas pela Constituição, com total independência entre si e para com a União, visando todos a promoção do bem-estar da coletividade, local (Município), regional (Estado) e nacional(União). (MEIRELLES, 2000b, p. 127)

Nesse sentido Salles (2010, p. 16-17):

Portanto, rompendo com uma tradição oriunda do Período Colonial, a Constituição de 1988 fez dos municípios entes autônomos, equiparando-os à União e aos Estados. Ao mesmo tempo, instituiu nova repartição tributária, que acarretou ganhos significativos para os municípios.

Assim na sua atual configuração o ente estatal Município, goza de autonomia e poderes nunca experimentados, reforçando a ideia de que a abertura governamental por meio da publicidade administrativa e acesso a informação deve certamente começar deste ponto. Alie-se tal cenário as tendências globais, de amplo acesso a informação e de descentralização das decisões que impulsionaram internamente essa onda participativa.



### 3 CAPITULO 2: AS REDES SOCIAIS ON LINE E AS NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO

“(...) muitos correrão de uma parte para outra, e a ciência se multiplicará” (Daniel 12: 4)  
Livro de Daniel – Bíblia Sagrada

A necessidade de acesso à informação e transparência governamental apresentadas no capítulo anterior é entendida como consequência direta das novas formas de organização dos Estados e também das sociedades. Essas transformações em parte influenciadas pela evolução tecnológica experimentada nas ultimas décadas, fazem a era atual se assemelhar muito a cenários de ficção científica, presentes em na mente de escritores como Júlio Verne, HG Wells, Arthur C. Clark<sup>14</sup>, haja vista a mudança intensa de parâmetros. Nesse ambiente de futuro acessível em pleno presente, a atual geração se confronta com novos paradigmas e novas formas de interação. Ilustrando essa ambientação de evolução tecnológica, Castells fala sobre as transformações do que chama de sociedade em rede (2005, p.17):

É um processo multidimensional, mas está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação, que começaram a tomar forma nos anos 60 e que se difundiram de forma desigual por todo o mundo.

Reforçando essa ideia, Cláudia dias (1999), ao expor sobre a evolução do conceito de hipertexto<sup>15</sup>, mostra a ideia de evolução tecnológica, como algo centrado na comunicação e formas de transmissão da informação, que podem impactar grandemente a sociedade. Sendo sem dúvidas, esse um parâmetro essencial para a evolução do conhecimento humano e de tudo que ele produziu. Assim na sociedade do século XXI, os meios de divulgação da informação, acaba por adquirir relevância e a internet passa a ser o olho desse furacão informacional.

Para demonstrar o poder das novas formas de comunicação e transmissão da informação, apenas a titulo ilustrativo, a INTEL<sup>©16</sup>, divulgou recentemente de forma intuitiva um infográfico que serve para ilustrar tal fato:

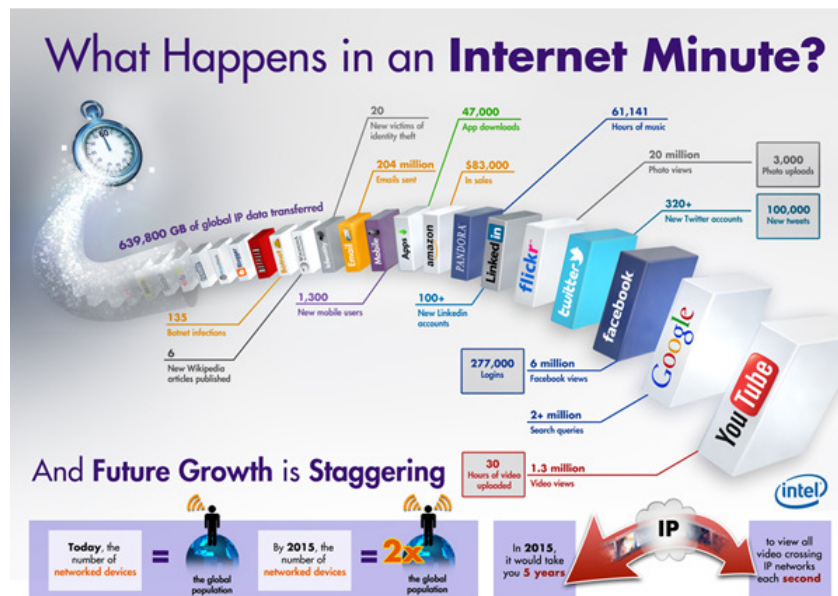
---

<sup>14</sup> São autores do gênero conhecido como ficção científica. Em suas obras normalmente se referiam ao futuro e ao triunfo da tecnologia em eras posteriores. Em pleno século XIX previram os foguetes, a viagem a lua, a exploração nuclear, a internet, as redes sociais e até mesmo a sociedade individualista do século atual.

<sup>15</sup> Forma padrão de linguagem na internet, na qual a leitura se dá de forma não linear, agregando informações a parte do texto principal, por meio de links e sublinks, que representam diversas possibilidades de leitura, ou “navegação” na leitura.

<sup>16</sup> Empresa multinacional, fundada em 1968 nos EUA e líder no ramo de tecnologia, especialmente circuitos integrados como microprocessadores.

Figura 02 – O que acontece na internet em um minuto?



Fonte: Intel

A ideia reside justamente em transportar o leitor do gráfico, para a percepção do poder do mundo web, colocando em números e figuras o tamanho da quantidade de informações que são repassadas. Nele notamos que, por exemplo, que em 1 minuto, são postados 100.000 novos *tweets*<sup>17</sup>, ou consultados 2 milhões de verbetes no *Google*<sup>18</sup>, sendo inquestionável a grande quantidade de informação em fluxo no meio *web*<sup>19</sup>. Ao fim, no infográfico vemos a frase otimista “*And future growth is Staggering*”, algo como “e o crescimento do futuro é desconcertante”, referindo-se ao fato de não haverem limites para esse crescimento.

Assim ficam claras duas coisas: a primeira é que a proliferação da informação, sempre foi ponto chave na evolução e desenvolvimento humanos e a segunda é que na sociedade do século XXI, os mecanismos dessa propagação, exercem papel central e um poder inédito. É nesse contexto que as redes sociais, especialmente na sua configuração *on line*, se apresentam como poderosas

<sup>17</sup> Nesse caso o termo *tweet*, se refere ao ato de postar no microblog *twitter* (<https://twitter.com/>), uma das redes que mais cresce no mundo. Verbetes este recentemente acrescentado e aceito no Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.

<sup>18</sup> Empresa líder no mercado de buscas pela internet ([www.google.com](http://www.google.com))

<sup>19</sup> Como é denominada rede mundial de conexão de computadores.

ferramentas que podem até mesmo serem meio para eclosão de conceitos de cidadania e participação popular<sup>20</sup>.

### 3.1 A ideia de Redes Sociais

Dentro de uma sociedade em constantes mudanças, novos contextos e significações nas formas de relacionamento emerge o conceito de redes sociais, que pode assumir diversas acepções de acordo com o foco abordado, mas de extrema relevância dentro dos novos parâmetros sociais.

Segundo Malmegrim (2010), esta vasta significação, que pode ser auferida a partir do conceito de redes, provém da ideia de que cada disciplina pode utilizá-lo em conformidade com o objeto de seu estudo e de acordo com as conveniências e objetivos que lhe são inerentes e mesmo dentro da mesma perspectiva, há divergências quanto a sua real significação e alcance. Entretanto certo é que por todos esses prismas, se alcança tal conceito a partir da **percepção da pluralidade de elementos ou atores que influenciam determinado aspecto e de como eles se inter-relacionam**, chegando a um objeto em comum.

Nesse ínterim, para Inojosa, apud Malmegrim (2010) o conceito de redes se define por:

Rede é **parceria voluntária** para a realização de um propósito comum. Implica, nesse sentido, a existência de entes autônomos que, movidos por uma **idéia abraçada coletivamente**, livremente e mantendo sua própria identidade, **articulam-se para realizar objetivos comuns**. [ grifo nosso]

Mesmo no próprio senso comum, a percepção do conceito de redes, remete a essa visualização de fios unidos, nós e figuras estruturadas, como o desenho de uma rede pesca, ou de uma teia de aranha, de união de elementos arranjados, interconectados, articulados, que fazem a estrutura deles proveniente mais forte, enfim sempre levando a mesma figura e de modo geral com os mesmos caracteres. Sendo assim, qualquer que seja o foco de análise de redes, sempre se perquire a mesma ideia geral, que serve de comparativo para arranjos observados de elementos que se entrelaçam e acabam ganhando caracteres significativos.

---

<sup>20</sup> Nesse contexto se tem como exemplo a primavera árabe em 2011, caracterizada por levantes populares em regimes fechados, que tiveram sucesso em grande parte, ao ativismo e aglutinação de pessoas por meio de redes sociais. Tal ocorrência será revista no item 2.2.2

Dentro do foco de relacionamento social, para Castells, apud Balestrin (2005, p. 22) a intensidade e a frequência da interação entre atores sociais são maiores se esses autores forem nós de uma rede, do que se não pertencerem à mesma rede, fortalecendo-se a ideia de que as redes servem como canais de intensificação de relações entre atores.

Nesse norte considerando a efetividade e desempenho de uma rede Castells (1999, p. 232) determina caracteres importantes:

Então, o desempenho de uma determinada rede dependerá de dois de seus atributos fundamentais: **conectividade**, ou seja, a capacidade estrutural de facilitar a **comunicação sem ruídos** entre seus componentes; coerência, isto é, na medida em que há interesses compartilhados entre objetivos da rede e de seus componentes.

Assim nota-se que uma dada rede funciona melhor aos seus propósitos tanto quanto possa aproximar e fazer interagir seus componentes, por meio de sua estrutura e da capacidade de comunicação entre eles. Isso vale tanto para uma rede computadores como para uma rede de pessoas ou de organizações, sendo que se os membros da rede não podem se comunicar efetivamente não poderão colaborar plenamente um com o outro e, portanto não funcionarão tão bem como rede e sim como elementos isolados.

Para o escopo desse trabalho as redes devem ser vistas, sobretudo numa perspectiva informacional e do âmbito de relacionamentos, sendo uteis os conceitos de redes de informação presentes na internet, mas também o conceito de arranjos de redes sociais, que se exteriorizam também no meio *on line*, haja vista a melhoria dos canais de comunicação que possibilitaram uma expansão tremenda dessas conexões relacionais.

A partir do exposto a noção de rede social, se remete a um aglutinado de pessoas<sup>21</sup> interconectadas, também pode ser entendida e analisada de diversas formas, valorizando-se mais esse ou outro aspecto, mas sempre levando em conta o elemento de ligação entre diversos entes, de forma descentralizada, horizontal e interativa.

Interessante é lembrar que as redes sociais são formadas por relações sociais, que constituem uma estrutura social. Para serem consideradas sociais, as

---

<sup>21</sup> Nesse caso, o termo pessoas deve ser entendido de forma abrangente, se referindo aos diversos atores que podem atuar em sociedade, incluindo nesse caso, entes corporativos como governos ou empresas, ou ainda até mesmo entes virtuais, com identidades existentes apenas no mundo virtual da internet.

relações devem ser caracterizadas por sensibilização ou mútua sensibilidade entre as pessoas envolvidas, ou incorporar normas consensuais (FREIRE, 2011).

Segundo Aciole (2007), uma ideia comum que repousa em todos os conceitos sobre redes sociais é a de informação, senão vejamos:

Entendemos que em todas essas abordagens dá-se uma relação direta com a informação, se percebemos informação como processo de troca permanente.

Corroborando, Tomaél *et al* (2005, p. 93 ):

As redes sociais **constituem uma das estratégias** subjacentes utilizadas pela sociedade **para o compartilhamento da informação e do conhecimento**, mediante as relações entre atores que as integram. [grifo nosso]

Assim na chamada era do conhecimento ou sociedade da informação ou sociedade em redes, ou qualquer outro epíteto dado a uma era em que a comunicação e a informação ganham papel de destaque, como se figura no momento atual, percebem-se os arranjos das redes sociais como condutores perfeitos para esse intenso fluxo informacional e portanto peça essencial para que ele ocorra.

Também em pesquisa na Wikipédia<sup>22</sup>, na sua definição do verbete “Redes Sociais”, se reforça esse aspecto aglutinador de informações, apresentando essa ideia, tanto da perspectiva da sociedade articulada em redes, como o fenômeno de redes *on line*:

Um ponto em comum dentre os diversos tipos de rede social é o **compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns**. A intensificação da formação das redes sociais, nesse sentido, reflete um processo de fortalecimento da Sociedade Civil, em um contexto de maior participação democrática e mobilização social.

No “mundo *on line*”, as redes sociais acabam se referindo tanto as ferramentas usadas para a ligação entre esses diversos atores, como a essa interconexão. Para efeito desse estudo, focaremos nas diversas ferramentas utilizadas para essa conexão pelo meio digital.

<sup>22</sup> A Wikipédia, que se autodenomina a enciclopédia livre, é um projeto mundial em mais de 200 línguas, feita em formato wiki, ou seja, de forma colaborativa por diversos usuários ao redor do mundo, sendo a maior coleção de verbetes do mundo e um dos sites mais acessados. A utilização da Wikipédia como fonte, foi feita como apenas complemento, não servindo de suporte, haja vista, a dificuldade de fiabilidade dos termos dessa Enciclopédia. Entretanto, inclusive para demonstrar a riqueza de informações presente no ambiente colaborativo wiki, preferiu-se por trazer a visão sobre redes sociais apresentada neste, mesmo que sendo de forma ilustrativa e complementar.

Nesse sentido, dentro da modernidade em que as novas formas de transmissão da informação preponderam, as redes que se articulam de forma *on line* e as respectivas ferramentas, acabam por adquirir um papel ampliado na ideia de redes sociais.

### **3.2 A virtualização das conexões sociais: As redes Sociais *On Line***

Vista a importância das redes sociais na difusão da informação, estas acabam sendo arranjos indispensáveis para a nova sociedade tecnológica, na qual a comunicação e compartilhamento de informações são essenciais. Dentro do próprio universo da internet, as redes sociais, aproveitando-se das ferramentas existentes acabam tendo novos arranjos e um alcance bem diferente do encontrado em grupos sociais. Nesse sentido Castells (2005, p. 17):

O que é novo é o facto de serem de base microelectrónica, através de redes tecnológicas que fornecem novas capacidades a uma velha forma de organização social: as redes.

Nesse contexto apresentam-se diversas mídias e meios que no âmbito do universo *on line*, se confundem com as próprias redes que estruturam. Assim de modo geral na internet se chama de redes sociais tanto o fenômeno de conexão de vários indivíduos (que atinge proporções bem maiores com as facilidades do fluxo de informação *on line*), como as mídias que permitem essa integração, como sites de relacionamento, microblogs, entre outras centenas de possibilidades.

Assim, o termo mais correto para tais ferramentas que permitem a integração de redes sociais no meio *web*, seria mídia social, entretanto por razões práticas serão normalmente chamadas de redes sociais *on line*, haja vista o amplo espectro de tais ferramentas, que podem ser utilizadas tanto para integração em redes (quando seriam redes sociais *on line*), como também não precisam a um primeiro momento ter mínimos impactos de interação, sendo nesse último caso puramente mídias sociais, haja vista, servirem para socializar informação (publicizar), mas nem sempre para integração total, sendo o caso por exemplo em redes de relacionamento que não permitem comentários ou interações por parte dos que visualizarão a publicação, se dando a comunicação apenas em uma via.

Para se desenvolverem tais mídias contaram com a evolução das tecnologias de informação e comunicação (TIC's) que correspondem a todas as tecnologias que

interferem e medeiam os processos informacionais e comunicativos, sendo incluídas aí não somente ferramentas *on line*, mas também *hardware* e *software off line* e inclusive todos os processos automatizados que influem na divulgação da informação. Dentro dessa evolução das TIC's popularizou-se o termo WEB 2.0, criado em 2004 pela empresa O'Reilly Media<sup>23</sup>, que por meio de uma jogada de *marketing* quis consagrar uma nova era na área de TI<sup>24</sup>, onde a web seria vista como plataforma, integrando e concentrando muitos serviços no meio de hipertexto e acompanhado por uma evolução em muitas ferramentas *on line* (Novas TIC's ou NTIC's), popularizando tais tipos de serviços.

Para efeito desse estudo, quando houver referência a redes sociais *on line*, será frequentemente da forma mais abrangente, portanto, citadas como sinônimo de mídias sociais, ou seja, qualquer ferramenta *on line*, útil para a propagação e divulgação de informações.

### 3.2.1 Características e espécies de mídias sociais

Conforme visto, as redes/mídias sociais se caracterizam por permitir a interação e divulgação de informações de forma descentralizada e interativa. Para além disso tais ferramentas *on line*, se espalharam com proporções virais<sup>25</sup>, exercendo uma influência significativa até mesmo nas grandes corporações e na cultura, sendo verdadeiramente meios de poder latente em nossa era.

Visto como se espalharam e os meios em que se infiltraram, os instrumentos que chamamos de redes sociais *on line* se diversificaram e hoje são centenas de ferramentas com as mais diversas finalidades possíveis, desde redes sociais privadas, como foi o *facebook* no início limitado aos alunos de *Havard*, até ambientes *on line* governamentais como ocorre na gestão do atual Presidente norte americano Barack H. Obama. Assim, as imagens dessas inúmeras redes, refletem em parte sim uma boa parte de nossa rede/sociedade. Segue abaixo uma visão das inúmeras logomarcas de algumas das mídias sociais existentes, que hoje símbolos da cultura da informação no século XXI:

---

<sup>23</sup> Empresa americana que publica livros e *web sites* e organiza conferências sobre temas de informática.

<sup>24</sup> Tecnologia da Informação

<sup>25</sup> Nesse norte, o termo *viralizar* é uma das tantas novas palavras advindas da cultura *on line*, significando justamente uma informação que é espalhada sem limites, de forma epidêmica.

Figura 2 – Redes Sociais



Fonte: Google.com

Conforme assevera Carvalho e Rever (2010, p. 16) sites de compartilhamento de vídeos como o youtube, de fotos como o flickr, bookmarks como del.icio.us, blogs e redes sociais, como o Orkut, Facebook, LinkedIn entre outros, atestam a crescente popularidade do modelo de software, para facilitar a colaboração e avançar estrategicamente na área da inovação no contexto da Internet.

Essa diversidade de formatos, facilidade de integração de outras redes e aplicativos e a ampliação do acesso a internet entre outros fatores são os responsáveis pela proliferação e destaque dessas articulações *on line*, como elementos chave dessa nova sociedade da informação do século XXI.

### 3.2.2 Impactos e relevância das redes sociais

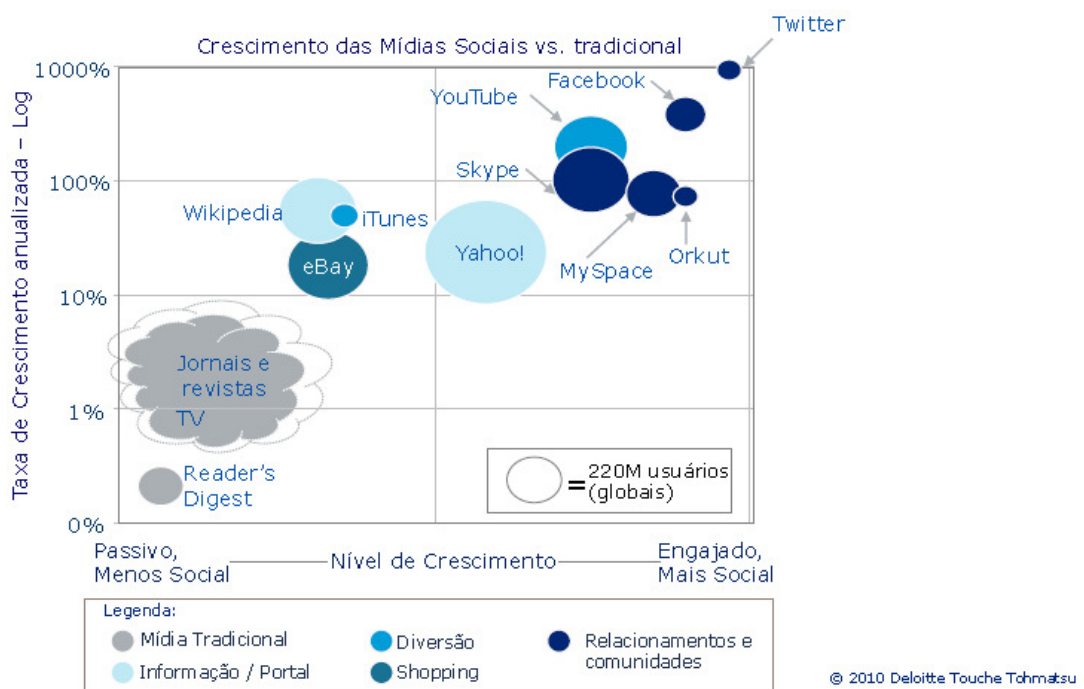
Tomando como norte, a importância que a informação tomou no século XXI, as redes sociais *on line*, como o principal meio popular de participação e acesso, tomaram para si um poder único, advindo da articulação popular generalizada, criando uma potencialidade da internet sem precedentes, na qual se poderia de forma simples e intuitiva, em vez de apenas acessar conteúdo, também criar,



agregar ou compartilhar conteúdo, sendo nítido seu crescimento em relação a outras mídias. Reconhecendo tal importância Castells (2005, p. 18) sentencia: “As redes de tecnologias digitais permitem a existência de redes que ultrapassem os seus limites históricos.”

Assim tais redes ultrapassaram os limites das mídias tradicionais, fato cotidianamente sentido, haja vista sua extensa disseminação tanto quanto se estende o acesso a internet. A figura abaixo ilustra bem essa preponderância:

Figura 4 – Mídias Sociais x Tradicionais



Tal caráter anárquico, espontâneo e descentralizado das interações em redes sociais via web, influenciam até mesmo na política. Em fevereiro de 2011, o mundo testemunhou um levante simultâneo em várias ditaduras árabes, o qual como foi noticiado na imprensa, teve como um dos principais coadjuvantes, o uso de ferramentas de agregação social *on line*, como o facebook.

Sobre a primavera árabe, especialmente o caso da derrubada do ditador árabe Hosni Mubarak, Reis e Barros (2011), acreditam que fenômenos como a revolução que aconteceu no Egito, em fevereiro de 2011, parecem atualizar as melhores das aspirações otimistas em relação ao uso político da internet (REIS; BARROS, 2011, p. 2). Ainda sobre o referido levante eles concluem:

(...) partimos da constatação de que a percepção da importância das redes foi tamanha, que levou o governo ditatorial a monitorar o uso dos sites de redes sociais e, posteriormente, bloquear o acesso à internet.

O reconhecimento do poder como meio de comunicação das redes *on line*, não se resume ao caso egípcio, ou aos eventos dos levantes árabes, mas cada vez mais se vê a presença de movimentos sociais integrados nas redes, além dos próprios governos e grandes corporações, sendo certamente um grande indicativo de sua importância. Hollywood atestando essa importância, transformou o livro “*The Accidental Billionaires*” no filme “*The Social Network (A rede social)*”, no qual trata com uma visão bem reconstituída, os especulados bastidores da formação do facebook( a maior rede social da atualidade).

Seja como instrumento social, de marketing, governamental, estratégico ou apenas para expressar ideias cotidianas de cada usuário, fato é que as redes sociais integram todo dia milhões de usuários, que ficam expostos e expõem outros a tráfego interminável e imprevisível de informações.

## 4 CAPÍTULO 03: O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA E A ATUAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL NAS REDES SOCIAIS

“Quando as pessoas temem o governo, isso é tirania.  
Quando o governo teme as pessoas, isso é liberdade.”  
( Thomas Jefferson )

Percebendo-se a importância das novas formas tecnológicas de informação na sociedade global, e entendendo a maior necessidade de abertura, haja vista, a população ter mais acesso a informações, são impostos novos desafios aos governos, especialmente no âmbito das municipalidades, que tem de aprender como interagir com a evolução da *web* e como ter as posturas democráticas impostas pela população e como associar o global com o local.

Isso explica de fato as adesões quase que unânimes a iniciativas de governo eletrônico ou investimento em Tecnologia da Informação, se dando destaque especial as adesões ao universo das mídias sociais, para que o governo não fique de fora da rede que sua população integra.

### 4.1 Governo eletrônico: uma nova forma de governar

Nesse diapasão, percebendo a importância estratégica das TIC's, ainda durante o primeiro governo Clinton, o então vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, defendeu a sua utilização e apropriação pelas administrações, cunhando assim o termo governo eletrônico. Dizia ele que “O ‘governo eletrônico’ objetiva fornecer informações, serviços e produtos através de meio eletrônico, a partir de órgãos públicos, a qualquer momento, local e a qualquer cidadão.” (HERMANY, 2008, P. 3175)

Governo eletrônico, então, mais que dar um mero viés tecnológico ao aparato governamental, seria repensar as formas de relacionamento com seus cidadãos, sendo que o se pretendia e se pretende com as iniciativas denominadas *e-gov* certamente é bem mais ambicioso do que uma atualização tecnológica. Partindo dessa premissa, Castells (2005, p. 26) relata a importância meramente complementar da tecnologia para o que ele chama Estado em rede (Governo eletrônico):

“As novas tecnologias de comunicação também auxiliam a operacionalizar, na actualidade, um complexo estado em rede, mas é mais uma ferramenta de *performance* do que um factor determinante.”

Assim, embora atuando como ferramenta imprescindível para o *e-gov*, as tecnologias de informação, não traduzem com inteireza tal construção, sendo sua implantação, apenas uma oportunidade para a implantação de um modelo de Estado mais próximo do cidadão e mais transparente em suas relações, além de mais eficiente. Fica claro tal objetivo no quadro abaixo, onde a ONU classifica os níveis de governo eletrônico, que vão do emergente (apenas usa sites de internet) ao Totalmente Integrado (que permite uma total interação Estado – Cidadão):

Figura 3 – Estágios de serviço de governo eletrônico

Estágios do serviço de e-government	
Situação	Descrição
<b>Emergente (Emerging)</b>	Presença na web com informações básicas, limitadas e estáticas.
<b>Informacional avançado (Enhanced)</b>	Fornecimento dinâmico de informações, usando meios como georeferenciamento de dados, animação por meio de imagens, entre outros aspectos.
<b>Interativo (Interactive)</b>	Possibilidade de interação, mediante a qual os usuários podem obter formulários, certidões e outros instrumentos administrativos.
<b>Transacional (Transactional)</b>	Usuários podem pagar serviços e taxas, ou conduzir transações financeiras on-line, com interação com o sistema bancário.
<b>Virtual/Totalmente Integrado (Seamless)</b>	Total integração dos serviços de e-government por meio de uma “agência virtual”, sem fronteiras entre organismos governamentais.

Fonte: UN/ASPA

**Fonte:** (MORAIS, 2010).

Dentro dessa discussão do conceito de governo eletrônico, o papel da ideia de governança aos meios eletrônicos é imprescindível, já que tal ferramenta de gestão promete revolucionar tanto no setor governamental como privado, e no contexto de uma sociedade informatizada, com o governo se apropriando das novas tecnologias, que estruturam a nova ordem informacional, a governança eletrônica poderá ser sim o coadjuvante que faltava para um sistema de *e-gov* satisfatório.

O termo governança não é uma ideia nova, antes já uma ideia revisitada pela literatura, havendo, entretanto certa dificuldade de delimitação pelos inúmeros enfoques dados. Nesse sentido Malmegrim (2010,p. 55), apresenta um conceito:

(...) a governança refere-se a padrões de articulação e de cooperação entre atores sociais e políticos e arranjos institucionais que coordenam e regulam transações entre e por meio das fronteiras do sistema econômico.

Assim, a governança pode ser entendida como sendo a maneira como o poder exercido na administração dos recursos econômicos e sociais de um país, com o objetivo de seu desenvolvimento. (MACEDO *et al.*, 2008 p. 129)

Corroborando com tal ideia a título de analogia se pode citar a iniciativa nos anos 90, onde um comitê conhecido como *Cadbury Report* definiu quais seriam os requisitos de governança na área corporativa, identificando três princípios fundamentais: transparência, integridade e responsabilidade em prestar contas. (MACEDO *et al.*, 2008 ), os quais são entendidos como relevantes tanto na área pública como privada

Enfim governança significa de como gerir bem as coisas com o máximo de proveito e melhoramentos, sendo seu objetivo é controlar, medir, dar transparência aos processos, sendo então uma serie de iniciativas no intuito de trazer eficiência e maximização da boa produtividade de uma administração.

Assim a ideia de governança repousa em uma boa administração, na supervisão, no controle e especialmente na responsabilidade em prestar contas que fomentaria ao gestor a necessidade manter uma administração transparente e eficiente.

Entretanto mesmo com tanta literatura a respeito, a zona de diferenciação entre os conceitos de governo e governança eletrônica, ainda não está bem definida. A respeito disso Jardim (apud SAMPAIO, 2009, p. 127), dá um norte:

O termo *e-governance* (governança eletrônica) centra-se em uma visão ampla de governabilidade, sinalizando como opera, trabalha e se organiza a sociedade à qual o governo deve assegurar o acesso e a participação em diversas redes de informação. Possui um sentido mais amplo e abarca o conceito de *e-government*, o qual teria como foco as tarefas gerenciais que conduzem à interação cidadania-governo. Do ponto de vista estritamente tecnológico, o E-gov visaria o cidadão como um ponto a conectar dentro de uma rede, enquanto a governabilidade eletrônica asseguraria o acesso e participação dos cidadãos individual e coletivamente dentro das redes governamentais.

Assim como diz o autor a governança abarca o conceito de governo eletrônico, não apenas com relação a área de atuação, mas para lograr seus objetivos maiores, quais seriam um relacionamento mais efetivo e intrínseco com o cidadão, tornando a própria ideia de governo, algo mais eficiente e viável. Certo

mesmo é que em ambos não há apenas a inserção de tecnologia no Estado, nem a inserção na rede, mas sim uma proximidade com o cidadão seu bem último.

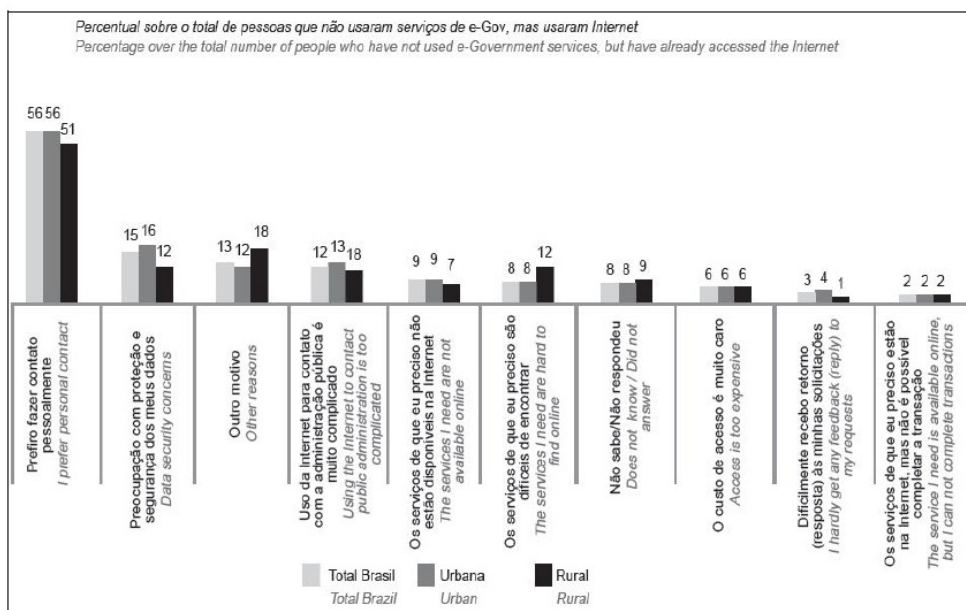
Infelizmente, na prática, as ações do poder público, tem se aproximado muito mais da simples utilização de meios eletrônicos pelo governo, não mudando em nada sua postura, sendo por vezes uma revolução inócua, ou gasto de energias sem sentido. De igual opinião Junior e Oliveira (2006, p. 8) se expressam dizendo que o governo eletrônico encontra-se mais ou menos estruturado para atender as necessidades da burocracia estatal, porém deixa muito a desejar no tocante aos serviços prestados à população.

Mais tarde, os mesmos autores sentenciam: “Assim sendo, a sociedade encontrava-se ausente na arquitetura da dimensão político-organizacional do governo eletrônico.” (JUNIOR; OLIVEIRA, 2006 p. 8), o que torna impossível a viabilidade do modelo pensado. Então não é a simples adesão a tecnologia que criará o milagre da governança, mas a necessária mudança de atitude. Constatando portanto, Castells (1999, p. 175):

Mas sua introdução [da tecnologia da informação] na ausência da necessária transformação organizacional, de fato, agravou os problemas de burocratização e rigidez.

Assim, fica a população alheia as iniciativas de governo eletrônico, ficando o serviço disponível, mas sem adesão na utilização, por dificuldades na interação com a população. Com base em dados do IBGE, MIRANDA (2010), elaborou o quadro abaixo:

Figura 4 – motivos para não utilizar o e-gov-



Fonte: (MIRANDA, 2010).

Pelo gráfico, se percebe que no Brasil, é grande o número de usuários da internet, que não aderem aos serviços governamentais postos via web, e pelo o que se pode perceber de uma análise mais simples, a maior parte dos que não se utilizam desses meios, demonstram algum tipo de desconfiança em relação aos serviços disponibilizados, reforçando mais uma vez o que já fora dito que governo eletrônico não é apenas uma questão de disponibilidade de tecnologia e informação, mas antes de tudo, uma necessidade de relacionamento entre Estado e cidadão, sendo mais necessária uma mudança de mentalidade do que uma mudança de máquinas.

#### 4.1.1 Tendências do Governo Eletrônico

Como uma tendência mundial é constante a apropriação dos governos das novas tecnologias de comunicação e informação, haja vista serem ferramentas que se difundiram amplamente, tem imenso potencial e baixo custo. E ressalte-se conforme já dito anteriormente tais ferramentas tem o potencial diminuir a distancia entre os governos e suas populações. Por isso a adesão ao governo eletrônico torna-se interessante e crescente. Miranda (2010, p. 19) ressalta esse aspecto:

Muitos governos têm optado por montar um sistema de serviços e informações por meio da internet, com o intuito de diminuir os custos e diminuir a distância entre as pessoas e os aparatos governamentais.

Desde então muitas nações tem investido massivamente em iniciativas de e-gov, sendo interessantes as participações de nações como os EUA, a Coreia do Sul, Canadá e Austrália, dentre outros. Acerca disso Carvalho e Rever (p. 25 - 26) destacam a iniciativa Governo Aberto, que foca na questão da transparência e é bem desenvolvida em solo americano na Gestão Obama:

Destaca-se Governo Aberto ou Open Data Gov, por exemplo, o website oficial do Governo dos Estados Unidos, [www.data.gov](http://www.data.gov), que atingindo 270 mil bases de dados entregues à população. Na seção [www.data.gov/community](http://www.data.gov/community), adotou-se uma interface interativa, com uma plataforma que permite o desenvolvimento de serviços por terceiros, e objetiva a democratização de dados do setor público e fomentar a inovação. (...) Este tipo de iniciativa possui um grande impacto na credibilidade e no nível de satisfação da presidência. Por mais que cidadãos e Governo não concordem sempre, este tipo de canal é essencial para a presidência mostre de maneira direta e transparentes quais são suas principais preocupações e de que forma está tratando cada assunto.

Assim realmente se tem percebido que, alguns países têm dado especial relevo a questão, especialmente na esfera da democratização da informação e na interação com o cidadão, que seriam os benefícios mais interessantes a serem alcançados com o governo eletrônico. A ONU – Organização das Nações Unidas elaborou um ranking que mediu o grau de adesão ao governo eletrônico, tendo em 2010 como destaques os seguintes países:



Figura 5 – Ranking Governo Eletrônico da ONU

Rank	País	Índice	Rank	País	Índice
1	South Korea	0.8785	26	Israel	0.6552
2	United States	0.8510	27	Hungary	0.6315
3	Canada	0.8448	28	Lithuania	0.6295
4	United Kingdom	0.8147	29	Slovenia	0.6243
5	Netherlands	0.8097	30	Malta	0.6129
6	Norway	0.8020	31	Colombia	0.6125
7	Denmark	0.7872	32	Malaysia	0.6101
8	Austria	0.7863	33	Czech Republic	0.6060
9	Spain	0.7516	34	Chile	0.6014
10	France	0.7510	35	Croatia	0.5858
11	Singapore	0.7476	36	Uruguay	0.5848
12	Sweden	0.7474	37	Latvia	0.5826
13	Bahrain	0.7363	38	Italy	0.5800
14	New Zealand	0.7311	39	Portugal	0.5787
15	Germany	0.7309	40	Bartados	0.5714
16	Belgium	0.7225	41	Greece	0.5708
17	Japan	0.7152	42	Cyprus	0.5705
18	Switzerland	0.7136	43	Slovakia	0.5639
19	Finland	0.6967	44	Bulgaria	0.5590
20	Estonia	0.6965	45	Poland	0.5582
21	Ireland	0.6066	46	Kazakhstan	0.5578
22	Iceland	0.6697	47	Romania	0.5479
23	Liechtenstein	0.6694	48	Argentina	0.5467
24	Austria	0.6679	49	United Arab Emirates	0.5349
25	Luxembourg	0.6672	50	Kuwait	0.5290

Fonte: United Nations eGovernment Survey 2010, Wikipedia

Fonte: Wikipédia; ONU.

No Brasil (61º da ONU em governo eletrônico) os sites do governo estariam mais próximos ao primeiro modelo de governo eletrônico e ainda distantes da governança eletrônica, capaz de reestruturar as relações entre sociedade civil e governantes (SAMPAIO 2009, p.130).

Principalmente nas esferas mais altas da federação as iniciativas de Governo Eletrônico, sendo mais recentes as experiências municipais e estaduais. Nesse sentido há destaque para a Receita Federal uma das pioneiras na área de interação com o usuário, mas também merecem destaque as eleições eletrônicas promovidas pelo Tribunal Superior Eleitoral – TSE, desde 1996 e cujo resultado da apuração pode ser medido por qualquer cidadão em tempo real, o portal da transparência que disponibiliza os repasses e as operações fiscais do governo, as iniciativas dos ministérios da cultura, educação e saúde que disponibilizam páginas interativas, de fácil visualização e foram os primeiros a se proliferar por redes sociais, dentre outras iniciativas importantes que marcaram o desenvolvimento da relação entre governo e TIC's no Brasil e que tem contribuído de sobremaneira para aprimorar a relação entre governo federal e cidadãos.

Nesse contexto com a evolução do conceito de internet como plataforma, e o aparecimento e crescimento das mídias sociais, convenciou-se que esta se

vivenciando uma nova fase chamada web 2.0, onde tais ferramentas como blogs, ambientes colaborativos em formato *wiki*, redes de relacionamento, plataformas integradas, *microblogs* e outros expoentes desse novo formato recebem um destaque e atenção diferenciados, ampliando e popularizando o uso da rede. Dentro dessa ideia e com a evolução das iniciativas de e-gov aproveitando a web 2.0, criou-se o que se convencionou chamar de e-gov 2.0, ou seja, programas de governo eletrônicos focados no conceito de web 2.0.

#### 4.1.2 Importância das redes sociais on line no conceito de governo eletrônico: E-Gov 2.0

Diante da eclosão das novas ferramentas de *web 2.0* e seu enfoque mais interativo e comunicativo, a adesão da área pública ao uso dessas mídias foi rápida e quase que obrigatória, até mesmo pelas facilidades e baixo custo desses novos canais de comunicação, sendo a presença de agências governamentais ou institucionais em mídias sociais algo constante. Miranda abordando a questão (2010, p. 19), dá a sua definição ao *egov 2.0*:

“Government 2.0 constitui-se como uma nova forma de governança, além de ser uma ferramenta para proporcionar movimentação política e interação entre os cidadãos e o governo, assim como pode ser entendida como o uso das ferramentas de web 2.0 como instrumentos no processo de gestão pública, a partir dessas redes integradas de web sites, lista de e-mails e blogs que têm o intuito de facilitar a comunicação.”

Assim com as ferramentas da web 2.0 o governo se apropriou de novas formas de interação e se inseriu totalmente no contexto das redes sociais *on line*, engajando nas plataformas das mídias sociais, o que pode ter o potencial de promover uma revisão no relacionamento com os cidadãos, haja vista o seu potencial interativo, sendo verdadeiras aliadas no processo de gestão pública.

Contribuindo Crantschaninov *et al* (2011, p. 78) fala que a internet revoluciona a acessibilidade, ao permitir a criação e manutenção de conteúdo atualizado constantemente de forma descentralizada (não só por meio de portais de notícias e governo, mas também via redes sociais e organizações independentes).

Assim a inserção dos governos nos modelos de redes sociais *on line* contribui para uma nova estratégia e visão de governo eletrônico, torna mais fluida e interativa a sua atuação, prometendo novos parâmetros com relação a

acessibilidade e a comunicação, dado o próprio caráter descentralizado de tais estruturas, sendo sim possível mais transparência governamental e maior exposição das ações do governante que terá mais contas a prestar a população.

### **3.2 A publicidade administrativa dentro das iniciativas de governo eletrônico**

De modo geral, as iniciativas de governo eletrônico, representam buscas pelo governo de democratização de seu diálogo com o povo, atingindo sensivelmente na questão da comunicação institucional, na imagem governamental, e de sobremaneira na publicidade administrativa, que conforme visto, não é uma mera faculdade, mas obrigação do gestor, a divulgação e transparência de seus atos de governo.

Assim a ideia de um governo eletrônico, remete a imagem de um governo por excelência mais aberto, mais próximo e com certeza por isso mais legítimo, mas verdadeiramente público. Para Hermany (2008, p. 3167):

“[a utilização da internet pelos governos] permitiu a difusão instantânea de informações por todo o globo terrestre, chegando ao ponto de viabilizar uma maior e mais notória intercomunicação entre a Sociedade e a Administração Pública.

Ora, se a internet e tudo o que se chama de governo eletrônico permite um diálogo bem maior e um status de transparência considerável, e como foi visto o princípio da publicidade deve ser aplicado com maior alcance possível, reação necessária do gestor frente ao crescimento da tecnologia e suas potencialidades é se apropriar de tais meios com a finalidade de cumprir seus deveres com relação a administração.

Entretanto não deve o agente administrativo, deixar de zelar por outras formas de comunicação que não sejam provenientes do e-gov, nem tampouco preteri-las, chegando, por exemplo, a abolir meios em papel. Certamente esse não é o caminho, haja vista ainda há várias questões a serem superadas pelos meios eletrônicos como a segurança da informação e a exclusão digital, mas também não há motivos para se colocarem ressalvas na sua adesão, tendo-se em vista os benefícios a serem alcançados. Nesse sentido orienta Morais (2010, p. 43):

“De modo complementar, os projetos governamentais devem buscar formas atrativas de interação digital pelos *websites* ou redes sociais, a fim de que os cidadãos passem a explorar, com maior confiança na segurança dos dados, esses espaços enquanto possibilidade de interação com agentes públicos, atingindo patamares mais amplos de interação que o simples preenchimento de um formulário ou busca por serviço.”

Visto assim, há uma obrigatoriedade da administração pública de dinamizar seus processos, principalmente com vistas a uma melhor comunicação institucional e melhor interação e confiança dos cidadãos. Isso se torna obrigatório para o gestor haja vista ele administre coisas públicas, dinheiro público, devendo portanto dar satisfação de como faz isso ao público, ser mais do que transparente, permitir o diálogo com os verdadeiros donos do poder estatal, devendo não apenas ampliar o acesso de informações ao público, mas também tornar possível a compreensão do conteúdo que o público tenha acesso. Assim:

“(...) são também necessárias condições para realização do controle social, o que significa que a informação deveria, necessariamente, ser didática.”  
(CRANTSCHANINOV, *et al*, 2011, p. 80)

As informações disponibilizadas, portanto devem ser compreensíveis, de modo a permitir um dialogo entre o governo e o povo, que só é possível a partir do entendimento. Mas para isso tudo ser possível é necessária vontade política em abertura por parte do governo, permitindo esse diálogo e forte participação cidadã por parte da população, conceito este que na recente democracia brasileira, após décadas de administrações populistas, clientelistas ou totalitárias, ainda caminha devagar, até mesmo na consciência da população. Nesse sentido Hermany (2008, p. 3172):

“No Brasil, o conceito de participação é novo, seja ele político, social ou participativo. A cultura política brasileira sempre foi marcada pelo clientelismo, patrimonialismo, etc. Para vigorar uma sistemática e policêntrica postura participativa, é fundamental entender a concepção de democracia subjacente na conjuntura brasileira pós 1988.”

Assim se fora do meio digital a participação e a cultura de cidadania e democracia ainda é incipiente, haja vista o contexto histórico, no meio digital, há entraves bem maiores. Nesse sentido Pinho (2008, p. 472):

“Se no reino da tecnologia existe viabilidade para atingir tais objetivos, quando se migra para a esfera governamental/política, alcançá-los fica bem mais complexo e difícil. A abertura por parte dos governos para a transparência e participação societal depende de todo um processo histórico e do balanço de forças políticas existentes na sociedade, não ficando restrito a uma questão de tecnologia.”

Assim se percebe que a internet e outras ferramentas incorporadas no contexto de um governo digital ou eletrônico, são apenas instrumentos dos quais obviamente depende a forma de uso dos que se usufruem. Dessa forma a vontade dos governantes e a vontade do povo, ou seja, a forma como se inter-relacionam, se arranjam, é que realmente poderá dizer acerca do alcance dos objetivos almejados de maior transparência e contato.

Entretanto pode se dizer que a simples demonstração política de caminhar no norte do Governo Eletrônico, é uma demonstração de boa vontade governamental e uma caminhada clara rumo ao desejo de maior clareza e democracia, sendo que a adoção de mecanismos de participação digital implica um governo baseado em maior interação com a sociedade. (PINHO, 2008, p. 474)

Sendo assim caminhar rumo ao governo eletrônico mesmo que por força de imposição legal, ou de forma puramente formal, inexoravelmente significa aderir a um sistema mais transparente, com mais possibilidades e atrelado a ideia de publicidade administrativa. Não se pode é claro dizer que os resultados seriam os sonhados, até porque isso depende de fatores não tecnológicos, mas certamente tal configuração torna o governo mais exposto e mais disposto a prestar contas.

#### 4.2.1 Publicidade Administrativa nas Mídias Sociais

Com as novas plataformas da web 2.0 e a inserção das administrações no universo das mídias sociais, a questão da proximidade com a população e da publicidade dos atos administração ganha destaque de sobremaneira, haja vista o caráter democrático, descentralizado, informal e acessível de tais redes. Nesse mesmo pensamento Miranda (2010, p. 28) conclui:

“(...) a idéia implícita no uso das redes sociais é a facilitação de acesso a informações e encurtamento de meios para os cidadãos terem acesso ao aparato público e aos seus serviços.”

Assim se testemunha a inserção em massa de diversas instituições nesse mundo das redes sociais *on line*, sendo que os diversos níveis de governo, se empenham em criar perfis em tais plataformas, tanto como forma de seguir diretrizes do próprio direcionamento estatal, mas também como forma de não se excluir da esfera pública digital, onde o ambiente global de bilhões de usuários das redes

sociais se propaga cada vez mais. Assim, as redes sociais alcançam uma porcentagem maior da população oferecendo maiores facilidades de acesso, por se tratarem de redes com interfaces simples e que podem ser acessadas de diversos meios, móveis ou imóveis (MIRANDA, 2010).

Dado o caráter de múltiplo e amplo acesso, inclusive a custo gratuito, tal contexto demonstra-se cada vez mais viável e necessário para o envolvimento político das instituições. Nesse sentido Miranda (2010, p. 22):

“Essas redes, ao juntar um ambiente propício para a troca de idéia, a possibilidade de conhecer pessoas e manifestar suas vontades e pensamentos, podem ser usadas como instrumento para se fazer política. Isso se dá até mesmo pelo fato de que essas mídias sociais favorecem um contato direto com a população(...)”

Assim as plataformas sociais, significam potencialidades e ganhos tanto do ponto de vista dos governantes, quanto do ponto de vista dos cidadãos. No ponto de vista governamental, significam uma ponte para uma maior legitimação dos seus atos e da gestão como um todo, além de ser meio para acompanhar o conteúdo caótico das redes, inclusive checando a questão do apoio ao governo e obtendo um resumo das demandas sociais. Para, além disso, a própria *persona* política do agente público ganha destaque.

Do lado dos cidadãos acaba surgindo uma oportunidade de aproximação das instituições, agora personificadas na rede, e dos próprios agentes políticos, que ficam mais expostos e, portanto mais pressionados a dar explicações e demonstrar mais transparência em suas ações dando maior publicidade aos atos. Além disso, se supera a questão da distância física, haja vista, a interação em redes não conhecer fronteiras.

Outro fator relevante no uso de mídias sociais é seu caráter descentralizado, onde nenhum grupo midiático ou governamental controla realmente o fluxo de informações, permitindo assim uma estrutura mais democrática e viável para a participação.

Sampaio (2009, p.126) cita essas inúmeras vantagens:

“Tem o potencial de diminuir custos, desenvolvimento econômico, redução da redundância, maior transparência e *accountability* e aprimorar serviços para os cidadãos como melhores condições de acesso à informação e a serviços governamentais, ampliando a qualidade destes serviços e garantindo maiores oportunidades de participação social no processo democrático.”

Dentre tantas potencialidades e pelo poder ostentado por agregar bilhões de pessoas e instituições, as redes sociais continuam atraindo a atenção dos governos e sendo canal para os mais diversos interesses. Uma prova disso é a plena adesão as redes sociais por parte do Governo Obama na mais rica nação do mundo, onde o uso de redes sociais se tornou emblemático (MIRANDA, 2010).

### **4.3 Reflexos do uso de RSO em governos municipais**

Dentro dessas potencialidades do uso de Redes Sociais *On line*- RSO, certamente o ente governamental que pode ganhar mais é o município, haja vista as possibilidades maiores de integração com o global, de divulgação, e principalmente da proximidade com o usuário final dos serviços públicos: o cidadão. Concordando com esse raciocínio Hermany (2008, p. 3174) defende:

“O princípio federativo nos faz vislumbrar que a municipalidade detém um poder imenso na inter-relação direta com a Sociedade, o que viabilizaria um maior contato, até mesmo eletrônico, nas respostas das demandas sociais.”

E no município brasileiro que goza de maior relevância política e administrativa frente a seus *status* de ente federativo em igualdade no pacto da união com outros entes como Estados - Membros e Distrito Federal, esse relevância ganha um destaque único, sendo estrategicamente os *loci* governamentais mais próximos de possibilitar uma reconciliação Estado- Cidadão.

Então a utilização de medidas de Governo Eletrônico, no âmbito das municipalidades ganham relevo especial e caracteres bem peculiares, haja vista sua maior potencialidade para a democracia e sua posição estratégica do ponto de vista governamental.

Sendo assim é onde se espera que haja maior transparência e maior adesão a canais de governo eletrônico, especialmente por meio de redes sociais, pois, se entende que o gestor municipal como nenhum outro pode manter um dialogo possível com sua comunidade, inclusive sendo mais sensível e conhecedor das características locais.

Assim a questão da transparência e publicidade administrativa em esfera municipal, parece com as novas mídias sociais uma questão bem mais próxima de uma solução do que, por exemplo, no âmbito regional e federal, e ao que parece num primeiro momento, a adesão ao uso de redes sociais e iniciativas de *e-gov*,

parece um caminho natural, numa posição de governo que aparenta ser o centro dispersor da democracia no Estado. Seria, pois elemento crucial para cumprimento do mandado de publicidade administrativa contido na norma constitucional. Nesse sentido:

“Como já dito sobre a questão municipal e sua veemente importância no cenário federativo brasileiro, surge através do Governo Eletrônico uma sistemática concreta e intrínseca que perfectibiliza um maior controle social e uma maior dialógica. Pode-se delimitar que tal prerrogativa do Governo Eletrônico vem a se somar com a congruência constitucional dos princípios da moralidade e da publicidade, afinal nada mais fácil e simples que acessar um computador para obter informações sobre o andamento dos atos da Administração Pública.” (HERMANY, 2008, p. 3179)

Assim a adesão da gestão municipal ao se se mostra como não apenas como alternativa, mas frente ao cenário atual, obrigação por parte de gestores, que quiserem cumprir suas obrigações de moralidade e publicidade para com o Ordenamento e com sua população, haja vista, o caráter anárquico e mais fluido da internet que catalisa a participação popular (SAMPAIO, 2009).

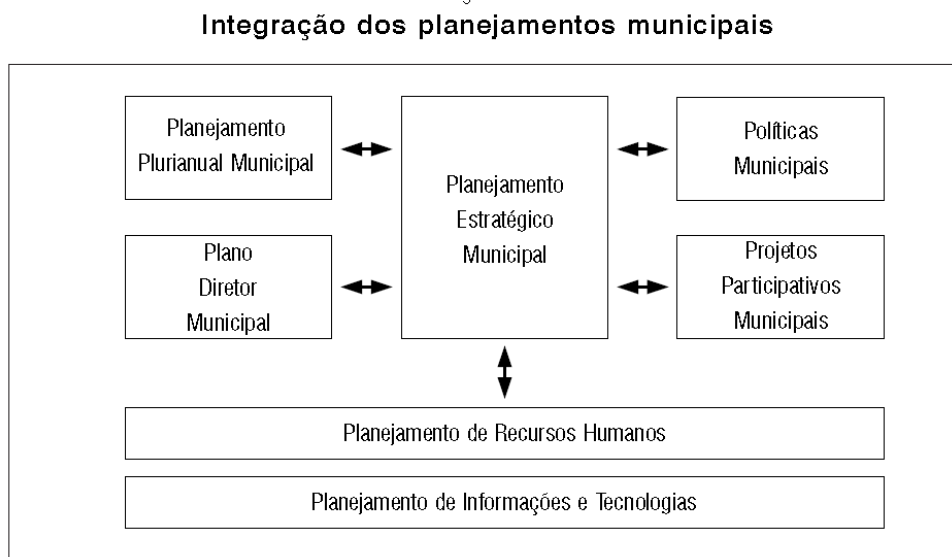
Desta feita percebendo a importância de tais meios é dever das administrações municipais, aderirem dentro das possibilidades a ações de governo eletrônico e de todas as formas de integração maior com os utentes dos seus serviços. Assim, mais do que outros níveis governamentais, os municípios são obrigados a gerir as informações da melhor forma possível, criando uma cultura de gestão da informação. Nesse norte Rezende (2007, p. 508), defende uma boa gestão da informação:

“A informação é um recurso efetivo e inexorável para as prefeituras e municípios, principalmente quando planejada e disponibilizada de forma personalizada, com qualidade inquestionável e preferencialmente antecipada para facilitar as decisões dos gestores locais e também dos munícipes.”

Dentro dessa perspectiva, todas as iniciativas de planejamento municipal, deveriam envolver a gestão da informação e de meio de acessibilidade a esta. Fazendo isto o gestor estaria cumprindo sua obrigação de transparência e entrando em harmonia com a sua comunidade que poderia melhor conhecer seu governo e se integrando ao mundo em redes que poderia manter uma interação maior com o município. Nesse sentido é necessário incluir tal pauta dentro do próprio planejamento municipal:



Figura 6 – Importância do Planejamento de TI no Município



Fonte : (JUNIOR; OLIVEIRA, 2006)

Entretanto isso se dará de acordo com a realidade de cada localidade, haja vista a diversidade e disparidades encontradas, não se podendo defender como obrigatória uma estrutura complexa e cara de pessoal e de tecnologia, para integração do município e uma boa gestão da informação. Na verdade o que fica como imprescindível é a boa gestão das informações públicas e a disponibilização delas aos cidadãos, havendo certamente alternativas mais simples inclusive dentro da própria gestão de tecnologia da informação.

Dentre as possibilidades de integração com a internet, certamente as redes sociais (blogs, sites de relacionamento, plataformas *wiki*, comunidades virtuais, sítios de publicação de fotos e vídeos, dentre outros) são de longe a alternativa mais viável, haja vista as inúmeras aplicabilidades, o custo mínimo (a maior parte das plataformas tem acesso gratuito) e o crescimento da acessibilidade de forma exponencial.

## 5 CAPITULO 04: METODOLOGIA UTILIZADA

A ciência, como um todo, não é nada mais do que um refinamento do pensar diário  
*Albert Einstein*

Tendo por base os objetivos almejados no trabalho, este se norteou como um estudo exploratório, no qual se objetiva tornar o problema mais explícito, aprofundar as ideias sobre o objeto de estudo (ALVES, 2007). E certamente essa é a perspectiva, uma vez que o fenômeno pesquisado, pela sua atualidade e pela escassez de análises específicas, carece de incursões primárias, para permitir futuro aprofundamento.

A pesquisa possui uma abordagem qualitativa, que nas palavras de Neves, (1996, p.01) “compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo”. Assim nessa modalidade a principal tarefa é usar de técnicas interpretativas da realidade investigada.

Nesse sentido, o estudo caracteriza-se também por ser uma pesquisa descritiva, sendo que “a interpretação dos resultados surge como a totalidade de uma especulação que tem como base a percepção de um fenômeno num contexto” (TRIVINOS, 1987, p.128). Assim não se pretende chegar a resultados explicativos, mas apresentar dados para um melhor entendimento do fenômeno.

Considerando o procedimento utilizado para coleta de dados, foi numa primeira fase, desenvolvido um trabalho bibliográfico e documental, amparado em obras eletrônicas e impressas e documentos essencialmente de cunho legislativo.

Segundo Zanella (2009), a pesquisa bibliográfica se fundamenta a partir do conhecimento disponível em fontes bibliográficas, principalmente livros e artigos científicos. Já na pesquisa documental são investigados documentos com o propósito de comparar usos e costumes, tendências, diferenças, entre outras características (SILVA, 2007).

Com a finalidade de obter suporte teórico para a condução do estudo, num primeiro momento foi revisitada a literatura sobre os assuntos focados, procurando-se apoio na literatura existente, seja impressa ou por meios eletrônicos, sendo que

se procurou um numero diversificado de fontes com fins de permitir uma leitura abrangente do foco de estudo.

Também se procurou investigar acerca da regulamentação legislativa existente, sendo que em ultima analise essa é a estrutura do Estado em si, sendo necessário amparo em tais documentos para entender sobre a evolução da preocupação estatal com questão do acesso a informação.

Posteriormente se focou para as situações especificas das ferramentas disponibilizadas em ambiente *web*, por governos municipais paraibanos, analisando-se os casos de disponibilidade de acesso a informação, sendo pois desenvolvido um estudo de caso, investigando-se o governo eletrônico dos 10 maiores e 10 menores municípios paraibanos, avaliando-se e interpretando-se principalmente o seu grau de transparência e acesso às informações da Administração.

Nesse norte o estudo de caso se caracteriza por ser uma pesquisa focada a um ou poucos fenômenos específicos, de forma delimitada acaba por ganhar em profundidade e ter pequena amplitude (Zanella, 2009). A função de tal tipo de trabalho é focar os conhecimentos do pesquisador para uma realidade especifica a fim de adequar hipóteses ou de checar particularidades do objeto de estudo.

A seleção desses casos obedeceu ao critério do tamanho da população, partindo da ideia de que o tamanho do município e sua importância e desenvolvido estão diretamente atrelados a este fator. Foram tomados por base os municípios com as 10 maiores populações em um momento e após isso, as menores populações, haja vista ser interessante para o objeto de estudo, comparar as diferentes realidades, presentes no Estado, onde de um lado as 10 maiores administrações contam com um aparato maior a disposição e por regulamentação legal, uma obrigatoriedade de maior transparência e divulgação via internet. Do outro lado se veem municípios empobrecidos, com pouco acesso a internet e sem obrigação legal do uso de instrumentos de publicidade *on line*.

Assim a pesquisa foi realizada com base em observação do conteúdo disponibilizado pelo portais investigados no período compreendido entre 25 de abril e 10 de maio de 2012 nos sites e redes sociais ligados as prefeituras de João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Patos, Bayeux, Sousa, Cabedelo, Cajazeiras, Guarabira e Sapé (10 municípios mais populosos) e também investigou se havia a presença na internet das prefeituras de Algodão de Jandaíra, Passagem, Amparo, Zabelê, Areia de Baraúnas, Coxixola, Riacho de Santo Antônio, Quixaba, São José

do Brejo do Cruz e Parari (10 menores populações do Estado). Supletivamente se investigaram no mesmo norte a presença eletrônica dos poderes legislativos municipais, haja vista o caráter democrático histórico desse poder.

A pesquisa foi feita entre 25 de abril e 10 de maio de 2012 e levaram se em conta elementos de análise como a existência de portais e quaisquer iniciativas de governo eletrônico acessível via internet, o layout e a compreensão e facilidade de acesso as informações contidas, o conteúdo dessas informações, a continuidade das ferramentas institucionais, seu funcionamento, a quantidade de links quebrados, a transparência administrativa e a prestação de contas, a impessoalidade do conteúdo publicado, as estratégias de marketing, e o uso de redes sociais de forma institucional e o destaque dado a estas.

Para localizar os sites governamentais foi feita uma pesquisa simples na ferramenta de busca Google (sempre no máximo até a terceira página de resultados) ou referencias em sites do governo estadual. Assim se procurou simular as mesmas dificuldades de acesso de um usuário mediano, sendo considerada a dificuldade em encontrar o site governamental uma dificuldade de acesso a informação e, portanto um ponto negativo para transparência governamental.

Quanto as redes sociais, inicialmente se pesquisou sobre destaque ou divulgação destas nos sites principais das municipalidades, depois se tentou pesquisa via Google e por ultimo se tentou a busca interna de cada uma das seis redes sociais mais usadas (Facebook, Googleplus, Orkut, Twitter, Flickr, Youtube), sendo que não foi achada referencia alguma de institucionalização municipal no Orkut, parecendo esta não ser um espaço confortável para as práticas institucionais.

## 6 CAPÍTULO 05: EXPERIÊNCIAS DO USO DE REDES SOCIAIS EM MUNICÍPIOS PARAIBANOS

“Se o governo vai bem, todos vão bem.  
Se vai mal, afundamos juntos”.  
Luis Inácio Lula da Silva

O objetivo desse capítulo é averiguar o uso de iniciativas de governo eletrônico, com destaque para a adesão às mídias sociais por parte de municípios do Estado da Paraíba, especialmente com relação a inserção destes no universo das redes sociais *on line*. Assim são avaliados aspectos como a disponibilização de informações de interesse para cidadãos, e quanto à comunicação com a sociedade, seu processo de transparência e participação popular nas atividades governamentais.

### 6.1 Ferramentas de Governo Eletrônico nos Municípios Paraibanos e a Utilização de Redes Sociais

Nesse primeiro tópico cada município será caracterizado, e serão fornecidas todas as informações advindas do estudo de caso formulado, que consistiu na observação de todo material disponível via internet pelos executivos municipais, sendo ocasionalmente pesquisadas também as informações disponíveis do poder legislativo, embora este não tenha sido o foco da pesquisa, procurando apenas constatar se existem informações independentes fornecidas pelo legislativo.

Como primeiro ponto de avaliação se investigou sobre a **estrutura dos sites governamentais**, checando entre outros parâmetros os recursos visuais (*layout*), a organização do que fora exposto, a disponibilidade de serviços, a acessibilidade, ferramentas de busca interna e outros serviços de acesso.

Tal preocupação se deu em virtude do fato de que em primeiro lugar os que se utilizariam dos serviços do portal, seriam impactados primariamente com a organização visível e sendo assim um sítio de péssimo visual, ou estruturado de forma caótica, afastaria aquele que fosse procurar seus serviços, haja vista o usuário mediano tender aos apelos visuais, antes da leitura das informações disponíveis. Dentro desse parâmetro também se deve considerar não apenas a questão estética, mas a questão de funcionalidade e de serviços disponíveis,

principalmente quanto aos links disponíveis, haja vista a presença alta de links quebrados ou de muitos sublinks, seja um entrave a questão da acessibilidade.

#### 5.1.1 Os dez maiores municípios da Paraíba:

##### a) João Pessoa

A cidade de João Pessoa é ao mesmo tempo a capital e a maior cidade do Estado, sendo o principal centro econômico, cultural e populacional. Considerada uma das cidades mais verdes do país e do mundo, a cidade detém uma boa qualidade de vida e abriga uma população de 723.515 habitantes, abrigando em sua região metropolitana quase um terço da população do estado.

A prefeitura municipal mantém um site completo e atualizado: tem *layout* leve e atual, que torna a visualização agradável e a orientação facilitada ao usuário do serviço eletrônico.

São disponibilizadas variadas ferramentas de consulta e interação com o usuário, sendo inclusive disponibilizada uma coluna que resume todos os serviços voltados ao cidadão, tais como consultas de multas, de processos administrativos, processos licitatórios, mapas, hospitais, escolas, telefones úteis, contato com ouvidoria, consulta legislativa, itinerário de ônibus urbanos e inclusive consulta as câmeras instaladas pela prefeitura pela cidade. Para empresas são disponibilizadas a Nota Fiscal Eletrônica, cadastro de fornecedores, certidões dentre outros. No quesito acessibilidade o portal detém uma coluna com dicas para melhoria de acessibilidade a deficientes.

Quanto a prestação de contas, a prefeitura mantém informações atualizadas destacadas e de forma didática, dando relevo inclusive a iniciativas próprias de abertura de contas governamentais (<http://joaopessoa.pb.gov.br/lei131/>).

De modo geral não foram constatados links quebrados ou conteúdos inexistentes e a atualização dos serviços e da página é diária. Há colunas para divulgação turística e de forma clara é disponibilizada a estrutura das várias secretarias e órgãos, inclusive com endereços e telefones de contato. Também são disponibilizados serviços turísticos, de divulgação cultural, histórica e institucional, faltando talvez, destaque para os símbolos municipais que não são localizados facilmente.

Outra grande vantagem em termos de interação e transparência é a implantação e acompanhamento pelo site do Orçamento Democrático, no qual os cidadãos podem inclusive acompanhar a execução orçamentária do ano anterior.

O site dispõe de sistema de buscas interna, divulga amplamente campanhas educativas como pesquisas do Procon municipal para consumidores, campanhas de educação no trânsito e campanhas de saúde como a conscientização com relação a dengue, deixa disponível uma programação de rádio, uma agenda, uma seção de perguntas frequentes, e disponibiliza todas as edições do semanário oficial. Além de tantos serviços ganha destaque o fato de que o *site* foi desenvolvido com plataformas em *software* livre.

A câmara municipal também mantém *site* atualizado e com serviços de prestação de contas, notícias e acompanhamento de processo legislativo local, sendo útil para acompanhamento das deliberações daquela corporação legislativa.

Quanto ao uso de redes sociais, todas as seções do *sítio* tem *plugins* para publicação nas mais diversas mídias como Google +, facebook e twitter. A prefeitura também mantém conta em quase todas as redes, postando atualizações quase constantes no facebook (<https://www.facebook.com/pmjponline>), twitter (@pmjponline), canal no you tube (<http://www.youtube.com/user/pmjponline>), galeria de fotos no flickr (<http://www.flickr.com/photos/pmjponline>), todas integradas entre si e atualizadas de acordo com o conteúdo do site. Além disso, secretarias e programas como o orçamento democrático (@pmjpOD) mantém contas atualizadas nas redes sociais. O próprio poder legislativo municipal tem uma conta em blog para cada parlamentar (<http://www.cmjp.pb.gov.br/Conteudo/vereadores-blog.aspx>).

## b) Campina Grande

O município de Campina Grande lidera a segunda maior região metropolitana do Estado, abrigando em sua sede 385. 213 habitantes. Região de clima mais ameno é uma das regiões que mais se desenvolvem no interior do Nordeste e é característica pela festa do São João e pelas tradições nordestinas típicas.

O site mantido pela prefeitura também investe num design enxuto e em boas estratégias de *marketing*, que destacam a gestão municipal e o caráter da vocação turística da cidade.

De modo geral o portal da prefeitura disponibiliza diversos serviços, dentre eles a nota fiscal eletrônica, um portal de transparência que apesar de completo e atualizado não é muito didático, site municipal, serviços do PROCON municipal, informações turísticas, sobre IPTU, serviço de newsletter, disponibilidade de telefones e endereços, edições (2011 e 2012) do semanário oficial, consulta a leis municipais (muito embora restrito a algumas específicas, faltando consulta ao acervo completo), divulgação de processos de licitação, agenda cultural e notícias de um modo geral.

As informações disponibilizadas de modo geral focam em uma personalização da gestão, representando instrumentos de propaganda desta, mas também há destaque para as próprias potencialidades do município, inclusive apresentando organograma claro da estrutura administrativa e apresentação dos símbolos municipais. Se dá destaque também às informações sobre o município de cunho histórico, geográfico, econômico e cultural.

O Poder legislativo desenvolve iniciativas próprias de inserção eletrônica, sendo um espaço bem interativo, onde se podem ver enquetes, espaços para envio de mensagens, transparência pública, espaços para consultas a processo legislativo e principais atividades dos vereadores.

Além disso, a prefeitura mantém espaço próprio para divulgação da festa de São João que ocorre em junho de grande potencial de captação turística. Tais sítios servem para orientação turística e acompanhamento de detalhes da organização da festa durante todo o ano.

No quesito inserção em redes sociais, também se pode perceber como ampla, haja vista o destaque destas em sites governamentais e o número de redes sociais que contem publicações da administração desta cidade. Dentre eles: Twitter (@PMCGonline), Facebook (<https://www.facebook.com/PMCGonline>), You Tube (<http://www.youtube.com/PMCGonline>), Flickr (<http://www.flickr.com/photos/pmcgonline/sets/>). Também a câmara municipal e a organização do São João se inserem nas redes sociais, especialmente pelo twitter.



### c) Santa Rita

Santa Rita é o terceiro maior município da Paraíba e pertence a região metropolitana de João Pessoa, criada pela lei complementar a constituição do Estado nº 59/2003. Hoje a cidade conta com uma população de 121.166 habitantes.

A prefeitura conserva um endereço na internet no qual divulga as principais notícias e serviços disponibilizados. O formato do site é mais simples, sendo bastante atualizado, mas também com a visualização geral bastante mutável, o que acaba prejudicando com relação ao layout e ao próprio utilizador de seus serviços. Infelizmente há uma quantidade considerável de links quebrados ou inexistentes.

Quanto aos serviços disponibilizados, de modo geral se mostra voltado a divulgação de notícias, havendo poucos espaços de interação com o cidadão, mantendo apenas a divulgação do plano diretor, do portal da transparência(que continua com muitos links quebrados e informações de pouco conteúdo didático), de eventos turísticos, telefones úteis e concursos públicos.

A câmara municipal não possui site próprio, havendo apenas divulgação de sua prestação de contas, no site da transparência mantido pela prefeitura.

A prefeitura mantém contas no twitter (@PMSantaRita) e facebook (<https://www.facebook.com/SantaRitanews>), não havendo divulgação desses canais no site principal e sendo que muitas vezes são pouco utilizados.

### d) Patos

A cidade de Patos é maior cidade da região do sertão, sendo relativamente jovem comparada a outras da mesma região, contando com pouco mais de 100 anos de história. Hoje o município conta com 101.358 habitantes segundo dados do censo 2010 e exerce influencia sobre dezenas de municípios próximos.

O site da prefeitura conta com formato moderno e de fácil leitura e sempre atualizado, mas com certa quantidade de links quebrados.

Do ponto de vista de serviços disponíveis, o portal da prefeitura, traz um completo acervo de leis municipais, divididas por períodos, inclusive dando destaque a lei orgânica e leis tributárias. Além disso, há um portal da transparência relativo a prestação de contas, manutenção de cadastro de servidores, autenticação de nota fiscal eletrônica, serviços diversos para contribuintes, quantidade grande de canais

de acesso como endereço físico e telefones, newsletter funcional, divulgação de símbolos municipais e de organograma institucional completo, informações turísticas, dentre outros.

No quesito interação o site da câmara parece ser mais exitoso, haja vista ser mais simples e possuir diversos canais de contato, principalmente via Twitter(@camarapatospb), no qual cada sessão é pormenorizadamente divulgada.

A prefeitura só tem conta em uma única rede social. O Twitter (@pmpatos), no qual reproduz o conteúdo divulgado no site, não sendo esta citada no site.

#### e) Bayeux

Bayeux, também pertence a região metropolitana de João Pessoa e conta com uma população de 100.136 habitantes, sendo uma das cinco cidades de porte maior que 100 mil habitantes.

O portal da prefeitura tem excelente layout, muito embora um formato mais simples que outros municípios do mesmo porte. Não foram encontrados links quebrados, no entanto.

Dentre os serviços disponibilizados, estão serviços ao contribuinte, como certidão negativa, serviços de nota fiscal eletrônica, consulta legislativa(com busca interna), portal da transparência, divulgação de notícias e informações sobre licitações.

O portal do legislativo municipal, também traz opções de interação, inclusive com transmissão ao vivo, das sessões do parlamento mirim. Entretanto, tem grande numero de links quebrados e notícias irrelevantes como eventos esportivos de outras cidades.

Quanto ao uso de redes sociais, notou-se que a prefeitura efetivamente as usa. Do lado da prefeitura há um Twitter (@pmbayeux) e uma conta no Flickr (<http://www.flickr.com/photos/prefeituradebayeux/>). Quanto à câmara, esta mantém uma galeria no Flickr(<http://www.flickr.com/photos/camarabayeux/>). Essas redes servem ao propósito de divulgação da cidade e dos eventos além do caráter educativo e de aproximação, conforme previsto na constituição.

f) Sousa

O município de Sousa é uma das cidades mais antigas do sertão e já foi metrópole regional no auge da cultura algodoeira, exercendo ainda grande influência no setor de serviços e na economia primária, sendo o maior produtor de leite e de algumas frutas como o coco. Abriga o maior sítio de pegadas fossilizadas do Brasil e mantém uma das maiores comunidades ciganas do país. A cidade abriga 66.135 habitantes de acordo com o último censo.

O portal do executivo municipal investe bastante em *design* e em recursos como *flash* e áudio, mas acaba tendo um visual caótico, jogando notícias aleatoriamente sem estarem classificadas. De todos os sites, foi o que mais apresentou quantidade de links quebrados ou inexistentes, ou ainda com conteúdo divergente do que o link levaria.

Não foram encontrados elementos de enfoque educativo ou de orientação social. As notícias essencialmente falam de realizações da gestão e existe um caráter de personalização das informações. Não existe qualquer informação legislativa inserida, nem sobre os símbolos oficiais e tampouco sobre um organograma detalhado da administração. Há poucos telefones divulgados e nenhum detalhe sobre as autarquias da administração indireta. Há enquetes no site, mas que pecam pela pouca relevância e pelo número exagerado de dias em vigor. Há divulgação de programas sociais, mas sem detalhar. Não há informações turísticas nem históricas. Há uma boa estrutura para interação com o contribuinte, como a nota fiscal eletrônica, mas já no portal da transparência, as informações inseridas por vezes são de difícil entendimento. É um site de um ótimo e elegante *template* original, mas com pouca ou mínima informação útil e não propagandística disponível.

O site da Câmara Municipal parece ser mais organizado e bem aproveitado, inclusive com mais informações legislativas, voltadas para a questão do resgate histórico, e com mais possibilidades de interação com o usuário, acabando por ter mais conteúdo, mas peca pelas poucas atualizações e continuidade de informações incompletas, além de falta de endereço físico e telefones.

Quanto ao uso de redes sociais, a administração mantém contas no facebook (<https://www.facebook.com/prefeiturasousa>) e twitter(@prefeiturasousa)

que ao que se percebe repetem as notícias divulgadas no site principal, havendo à primeira vista pouca interação.

#### g) Cabedelo

Cabedelo também pertence a região metropolitana de João Pessoa, tem uma população estimada em 59.104 habitantes e apresenta uma ótima qualidade de vida, sendo o segundo IDH do estado. Possui praias de importância turística e um porto de relevância econômica.

O site da prefeitura apresenta um visual enxuto e interessante para divulgação, mas apresenta muitos links quebrados e pouco conteúdo educativo.

Quanto aos serviços disponíveis, apresenta bastante informação turística, trazendo muitos dados sobre a cidade, divulgando também a história, geografia e os símbolos municipais. Apresenta também serviços comuns em outros portais como informações básicas sobre transparência e serviços ao contribuinte como certidão negativa de débitos e nota fiscal eletrônica. Apresenta também uma agenda atualizada das ações municipais. Quanto a consulta legislativa, há presença de textos legais entre as notícias e uma tendência a classificar todas as informações separadamente pelas pastas, mas entretanto essa estrutura não é bem aproveitada, uma vez que quase não existem leis publicadas.

O site da câmara municipal apresenta estrutura mais simples, mas organizada e efetiva, sendo bem munido de informações sobre processo legislativo, transparência administrativa e a própria estrutura da câmara.

O Twitter (@SecomCabedelo) é uma ótima opção de interação com a população sendo constantemente atualizado e, numa linguagem acessível.

#### h) Cajazeiras

O Município de Cajazeiras conta com 58.793 habitantes e já fez parte de Sousa, sendo desmembrado deste em 1860. Exerce grande influência local.

A prefeitura de Cajazeiras atualmente não mantém portal, apenas um link com indicativo para redes sociais, contatos com indicação de *e-mail*, telefone e link para serviço de Nota Fiscal Eletrônica e portal da transparência.

Nas redes sociais, Twitter (@pref\_cajazeiras) e facebook (<https://www.facebook.com/pages/Prefeitura-de-Cajazeiras/251090451578606>), funcionam todos os serviços de divulgação do município, exceto pelos específicos do portal da transparência. Normalmente há postagem de notícias, mas raramente parece haver o uso destas para diálogo com os cidadãos.

#### i) Guarabira

Conhecida como Rainha do Brejo a cidade de Guarabira é a mais importante dessa região exercendo grande influencia, possuindo a 9ª população do Estado, tem 55.657 habitantes.

No site se percebe um estilo mais simples com mais notícias e menos gráficos, e ao mesmo tempo muitos elementos misturados, o que deixa o visual do site poluído, sendo mais difícil achar as informações. Não há presença de links quebrados e a atualização é constante.

Quanto aos serviços prestados são os mais variados possíveis. Há disponibilidade de informações sobre endereço físico e telefones. Existem espaços de informação e articulação com os cidadãos, inclusive onde recolhem suas opiniões sobre o serviço, ou sobre que matérias deveriam ser veiculadas. São veiculados avisos de licitações, havendo link para portal da transparência e as informações ao contribuinte funcionam permanentemente, sendo sempre propostas novas enquetes no site. Há espaço para publicação de diários oficiais, agenda e publicações legislativas, mas ainda não há nada publicado. O site carece de informações sobre o município. Não há site da câmara municipal.

Existe uma grande preocupação no uso de redes sociais, sendo que a prefeitura utiliza o twitter (guarabirapbgov), o You Tube (<http://www.youtube.com/guarabirapbgovbr?gl=BR&hl=pt>) e o Flickr (<http://www.flickr.com/photos/guarabirapbgovbr>).

#### j) Sapé

Com 50.357 habitantes, Sapé demonstra relevância histórica e se destaca na produção de fruticultura, sobretudo o abacaxi. Também foi terra do poeta Augusto dos Anjos.

O site oficial do município se encontra desatualizado, com links quebrados , é pertencente a uma associação (FAMUP) e não ao município, entretanto há informações relevantes quanto a historia e estrutura do município. Além disso, continuam funcionando links para serviços como o portal da transparência e nota fiscal eletrônica.

Há outro site em funcionamento e sendo atualizado, só que em formato blog<<http://prefeiturasape.blogspot.com.br/>>. Este contém noticias da gestão atual, telefones, informações históricas, decretos dentre outros.

Quanto ao Twitter (@prefeiturasape), realmente serve como um canal de dialogo diferenciado, servindo para respostas instantâneas a população e divulgação de notícias.

#### 6.1.2 Os dez menores municípios da Paraíba

##### a) Cidades com iniciativa on line:

###### - Algodão de Jandaíra

A cidade de Algodão de Jandaíra tem 2366 habitantes e é o 10º menor município paraibano, existindo como tal desde 1994. O nome provem da fazenda Jandaira, na qual o escritor e político José Americo passou a maior parte de sua infância.

Mantém um blog oficial com informações sobre o município de caráter histórico, turístico e cultural, não tocando muito em assuntos institucionais.

No portal da transparência da Controladoria Geral da União são mantidas informações financeiras sobre o município.

###### - Areia de Baraúnas

Na contramão de municípios de seu tamanho, a cidade de Areia de Baraúnas, que conta com 1927 habitantes, mantém site atualizado e bem estruturado, talvez não totalmente preenchido, mas com informações suficientes.

Nele ficam informações turísticas, informes sobre transparência, serviço de nota fiscal eletrônica, dados sobre o plano diretor, informações históricas, enquetes,

newsletter e notícias variadas do município. Além de divulgar endereço físico e telefones dos órgãos municipais. Oferece bons serviços dentro do possível.

Não foram encontradas redes sociais institucionais.

- Coxixola

Município do cariri paraibano, coxixola tem 1771 habitantes e também tem site disponível, só que nesse caso totalmente desatualizado, lento, com poucas informações disponíveis e com links quebrados, não mostrando também nem endereço físico nem números de telefones para contato.

O blog da secretaria de esportes é mais atualizado tendo notícias de 2011 dando inclusive outras opções de contato.

- Quixaba

Desmembrado de Patos desde 1964, Quixaba conta hoje com 1.699 habitantes. O município, localizado na internet pelo endereço eletrônico, que tem uma boa estrutura, apesar de ser simples. Nele se divulgam informações do município inclusive culturais sobre símbolos e historia. Divulgam-se também avisos de licitação e telefones e endereços físicos.

b) Cidades sem iniciativas on line

- Passagem :

Com 2233 habitantes, localizado na região de patos. O município não mantém nenhuma iniciativa de contato eletrônico via internet, sendo disponíveis apenas informações indiretas como a pagina da transparência da Controladoria Geral da União-CGU.

- Amparo:

Com 2088 habitantes na região de Sumé - PB. Também não conta com informações em sites, havendo apenas referências secundárias (site transparência governo federal).

- Zabelê:

Possui uma população de 2075 habitantes.

- Riacho de Santo Antonio:

Concentra uma população de 1722 habitantes.

- Parari e São Jose do Brejo do Cruz:

Respectivamente com 1256 e 1722 habitantes, são os menores municípios em população.

## **6.2 Implicações de governo eletrônico sobre a publicidade e transparência**

Dentre os 10 maiores núcleos populacionais se percebeu que houve investimentos em layout e estratégias de planejamento e organização do espaço utilizado, contando com serviços diversos e visuais agradáveis, sendo exceções as cidades de Santa Rita e Guarabira que tem dificuldade de compor a estrutura dos elementos organizados no site, além do município de Cajazeiras que simplesmente não apresenta site, apenas um link pra redes sociais e para o portal de transparência. Essa preocupação com *layout* parece não haver em cidades menores com projetos mais modestos.

Quanto aos *links* disponíveis, a maioria apresenta links quebrados, ou informações incompletas, merecendo destaque de um lado o site de João Pessoa, que quase não apresentou informações descontinuadas e do outro lado o site de Sousa que fora as notícias presentes na página inicial, tem links desconexos em quase todas as seções disponíveis. Nesse sentido adverte Pinho (2008, p. 488):



Em uma sociedade que cada vez mais utiliza recursos digitais, a criação de facilidades de acesso e de busca de informação torna-se uma questão fundamental.

Quando analisado o **conteúdo das informações disponibilizadas** procurou saber especialmente da qualidade, relevância e da periodicidade das informações expostas, sejam elas de caráter escrito ou visual. Assim não apenas o acesso, mas o que é disponível para se acessar é uma questão relevante para a transparência administrativa via governo eletrônico.

Nesse ponto foram procuradas as presenças de atos de governo, de informações legislativas e das presenças de veículos de publicação oficial (diários, semanários ou mensários oficiais<sup>26</sup>), de endereços físicos e telefones, de dados sobre os principais assessores da gestão, dentre outros, além é claro da periodicidade de atualização do site. Supletivamente também foi averiguada a presença de informações institucionais, turísticas ou históricas que tivessem como norte divulgar o município em si, o que entre outras coisas promoveria valorização da identidade local, fator decisivo para a cidadania e certamente também para o próprio desenvolvimento do município.

Quando vistos numa perspectiva geral, os governos municipais mantêm uma atualização periódica das informações fornecidas, mantendo constante fluxo de notícias, especialmente as que fazem referência às ações da gestão, servindo tanto como prestação de contas a população, e neste sentido cumprindo o mandado de publicidade da constituição federal, como também servindo claramente de ponte para *marketing* político, visando, sobretudo a promoção pessoal do gestor, sendo por vezes as informações personalizadas e voltadas a qualificação de gestor específico. Exceções memoráveis são os portais das prefeituras de João Pessoa, Santa Rita e Quixaba, que parecem não preferir no formato das notícias divulgadas, citar nomes de gestores, e demonstrar critérios mais imparciais de divulgação.

Outras informações mais específicas como a divulgação da legislação municipal ou a divulgação da publicação oficial via internet, foram mais difíceis de encontrar. Quanto a divulgação do acervo de leis em vigor, apenas João Pessoa e Patos fazem isso a contento, sendo que outros como Campina Grande e Cabedelo divulgam suas leis, mas de forma esparsa e não didática, deixando o cidadão sem

---

<sup>26</sup> A periodicidade da publicação oficial depende muito da demanda administrativa variando realmente de administração para administração.

ciência de seus direitos. Já outros como Sousa sequer fazem menção a divulgação legislativa. Já o semanário ou diário oficial está disponível apenas nos sites das prefeituras de João Pessoa, Campina Grande e Guarabira, sendo um instrumento simplesmente ausente de divulgação nos demais casos.

A maior parte dos sites faz pouca menção a símbolos oficiais, ou a informações históricas da cidade, sendo pouco preocupados com esse resgate, exceção feita para a divulgação de festas juninas e religiosas e também para as cidades de Algodão de Jandaíra, Bayeux, Cabedelo e João Pessoa que investem em divulgação de potenciais para além de festas pontuais. Analisar a presença dessas informações demonstra-se relevante, em virtude de se pontuar sobre o cumprimento do art. 37§ 1º da Constituição Federal, que prevê caráter educativo, informativo ou de orientação social das informações referentes a publicidade institucional. Nesse sentido, contrapondo-se a quantidade de informações institucionais (muitas vezes ausentes) e de relevância para a comunidade (informações históricas, educativas), com a propaganda governamental ou o marketing político, este último ocupa quase que plenamente o espaço disponibilizado em sites e redes sociais.

Apesar da presença de termos como cidadão e cidadania, presente em todas as cidades que tinham portais disponíveis via internet, as informações prestadas de modo geral não apontam para essa formação de sentimento cívico e de participação política, havendo realmente pouco estímulo no sentido de incitar tal ideia, para além do uso indiscriminado da palavra.

De modo geral se percebe que os sites e serviços disponíveis *on line* ainda não estão plenamente preparados nem para o cumprimento da legislação vigente (que seria o básico de obrigações do gestor), especialmente com relação a Lei 12.527/2011, que até o fim desta pesquisa ainda não estava em vigor. Nem mesmo o site da prefeitura de João Pessoa, o portal mais completo e acessível, dentre as 20 cidades pesquisadas, se demonstra plenamente equipado de todas as demandas de informação que a nova lei de acesso à informação pede.

Quando o foco analisado foi a **transparência administrativa**, notaram-se sensivelmente as maiores dificuldades para o seu cumprimento. As informações de modo geral são disponibilizadas de forma genérica, incompleta e sem a preocupação de prestar contas, dizendo-se, por exemplo, que inaugurou uma obra, mas sem se preocupar em informar de onde vieram os recursos e se os custos

foram acima do estimado, nem informar que custos foram esses. Nesse aspecto prescreve Prado e Loureiro (2006, p. 358):

“(...) a implantação de um programa de governo eletrônico possa representar apenas a simplificação do atendimento ao cidadão, ou mesmo a efetivação de um eficiente meio de divulgação de propaganda governamental, não configurando necessariamente um veículo efetivo de transparência e accountability.”

De modo geral percebe-se uma tendência a restrição da divulgação de informações, especialmente as relativas a processos administrativos e as de caráter financeiro, sendo ao contrario do que a doutrina recomenda o sigilo como regra e a transparência como exceção. Assim parece não haver qualquer preocupação em detalhar ao cidadão, ou facilitar-lhe o acesso a informações que possam realmente fiscalizar a atuação da gestão como a execução orçamentária, estando tais informações contidas ficavam em locais mais reservados, não tinham caráter pedagógico e por vezes eram inexistentes ou inacessíveis. Assim “ainda não está introjetada na consciência dos governantes a idéia e necessidade de prestação de contas de suas atividades à sociedade” (PINHO, 2008, p. 484).

Percebe-se que há muito empenho quando se fala em divulgação de informações que beneficiem a gestão, como a propaganda de seus pontos positivos ou informações relativas a arrecadação, mas falhas quando da divulgação de informações que levassem a uma fiscalização, e mesmo havendo previsão legal para tanto, as informações divulgadas eram incompletas, pouquíssimo didáticas, confusas, em linguagem técnica e sem possibilidade de entendimento por parte do cidadão mediano. Assim, conforme concluem Prado e Loureiro “não basta que as informações estejam disponíveis, mas, (...) elas devem estar ‘decodificadas’ em linguagem acessível para entendimento do público em geral.” (2006, p. 361). Assim, mesmo todas as 10 maiores prefeituras, mantendo portais da transparência previstos por lei (LRF), as vezes pouco se pode auferir das informações disponibilizadas.

No quesito **interatividade** foi constatado que a maioria do conteúdo revistado tinha enquetes, *e-mails* e formulários para preenchimento, com vistas a realizar um retorno de informações por parte dos cidadãos, permitindo em tese um dialogo, mas, entretanto os serviços são mal utilizados, e simplesmente por vezes os canais de comunicação não são utilizados sendo uma disponibilidade apenas visual,

mas não efetiva. Assim não se constatou de modo algum um retorno das informações coletadas, com um diálogo real com o cidadão.

João Pessoa é uma exceção à cultura de restrição percebida, havendo uma mentalidade dedicada à abertura, mas que ainda é falha, e mesmo havendo muitas informações disponíveis, uma acessibilidade maior, mas apesar disso, não se percebem maiores preocupações com tal questão, a não ser no que já está regulamentado em termos de transparência, publicidade e interação governamental, pelas leis de acesso a informação, pelo TCU e pela LRF, e mesmo assim ainda não de forma plena.

Quanto ao **uso de redes sociais**, se constatou que as administrações dos 10 mais populosas municipalidades fazem uso efetivo dessas ferramentas, disponibilizando canais em sites de relacionamento (Facebook), microblogs (Twitter), compartilhadores de fotos (Flickr), compartilhadores de vídeos (You Tube), Blogs, dentre outros, sendo bem explorado o seu uso. Nos 10 menores municípios, somente algodão de jandaíra, mantém um projeto de blog atualizado.

Decerto os benefícios advindos da utilização de tais meios acabam tendo impactos relevantes na transparência e na proximidade com a população, sendo por seu caráter informal mais propícias a esse nível de diálogo. Entretanto tudo depende de como se desenvolve a cultura de comunicação institucional, já que, os gestores são responsáveis pelo conteúdo postado e pelas respostas as interpelações dos cidadãos.

De modo geral, as respostas às interpelações via redes sociais tendem a ser mais satisfatórias, mas se peca pela precariedade do conteúdo apresentado, sendo por vezes uma mera reprodução do conteúdo postado nos sites principais, que conforme já visto, é um conteúdo pobre de informações relevantes a prestação de contas aos cidadãos e a uma verdadeira publicidade administrativa, e rico de informações de interesses específicos pro governo. De modo geral se pode notar, que o caráter diferenciado das redes sociais é pouco aproveitado pelos municípios, não havendo ganhos sensíveis na proximidade com a população, sendo estas por vezes, extensões dos portais governamentais.

Ainda há que ressaltar que pelo menos em 09 dos 10 maiores municípios, há sites e redes sociais, correspondentes as ações e gestões dos respectivos poderes legislativos locais, que embora mais simples e com menos recursos demonstrem de longe, uma cultura de abertura maior, mesmo não havendo

efetividade plena na disponibilidade de acesso a informação, como foi o caso do executivo.

Quanto aos menores municípios se percebe que a maioria deles não disponibiliza qualquer tipo de informação via internet, o que pode ser creditado em parte a falta de estrutura disponibilizada, e em parte a falta de regulamentação, já que municípios com populações abaixo de 10 mil habitantes não são obrigados a disponibilizar informações via internet, o que se operaria de forma voluntária por parte do gestor. Entretanto alguns ainda se disponibilizam a manter conteúdo e canais on line, como é o caso de Algodão de Jandaíra, Areia de Baraúnas, Quixaba e Coxixola, e embora haja uma certa vontade de abertura, ainda se nota a presença de vícios institucionais de auto promoção e falta um que de empenho e amadurecimento na utilização dessas ferramentas.

Assim também pode-se atribuir essa pouca participação *on line* em virtude da pouca demanda, da não obrigatoriedade e da logística de pessoal e de tecnologia que envolve a sua manutenção e atualização, mas a ausência em redes sociais parece ser estranha, uma vez que não há custo algum ao município e sua atualização não demanda cuidados maiores. Ao contrário do que se esperava nesse subuniverso pesquisado, há quase a completa ausência de presença institucional em redes sociais e quase metade deles mantém portais, que em tese seriam desnecessários e bem mais trabalhosos em sua construção e manutenção.

Tal fato se pode explicar provavelmente pela visão de que um aparato mais complexo e completo disponibilizando informações municipais *on line*, daria um maior destaque ao município (e ao próprio gestor na verdade), que muitas vezes demanda essa atenção externa em busca do almejado crescimento e inserção dentro do estado e da própria federação, como por exemplo, a necessidade de divulgação turística e comercial. Já as redes sociais, mais propícias ao dialogo direto com a população e a uma linguagem mais direta e informal, podem não ser presentes justamente por falta dessa demanda, já que em tese os agentes governamentais estariam muito mais próximos fisicamente da população local, ou talvez por uma tendência a centralização política típica de administrações de cidades menores.

Embora presente tal contradição e não termos dados suficientes para uma conclusão definitiva, fica claro que o peso da vontade política é decisivo para uma postura mais transparente, bem mais do que regulamentação e o uso de tecnologias

de comunicação, sendo que para o dialogo é necessária vontade de dialogar. Nesse sentido Prado e Loureiro (2006, p. 358) reforça essa ideia:

“a transparência dos atos governamentais depende muito mais de uma política consistente de disponibilidade de informações públicas, associada à existência de mecanismos institucionais que favoreçam a *accountability*, do que da mera implantação de um programa de governo eletrônico.”

Assim de tudo visto se pode concluir que regulamentações e novas tecnologias e o próprio governo eletrônico contribuem e expandem as possibilidades de transparência e acesso a informação pública, mas não são decisivas nesse processo, são apenas meios disponibilizados, que tem um peso menor, para viabilizar esse relacionamento difícil entre Estado e povo. Uma cultura institucional para abertura e transparência, junto com vontade política do gestor e participação da população é que realmente estruturam um governo transparente, interativo e necessário.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu do objetivo de analisar o uso de redes sociais como instrumento da publicidade e transparência pública em municípios paraibanos. Como objetivos específicos buscaram-se (1) Examinar a importância e alcance do princípio da publicidade na administração pública brasileira; (2) Analisar o uso de elementos de governo eletrônico em municípios paraibanos especialmente a publicidade em mídias sociais; (3) analisar o impacto do uso de redes sociais sobre a publicidade e transparência pública.

Foram estudadas as ações de governos municipais paraibanos no sentido de imprimir publicidade e transparência administrativa via meios eletrônicos, com a finalidade de ampliação de contato com a população governada e aumento da *accountability*. Nesse sentido deu-se ênfase, além de outros meios analisados ao uso ou não de redes sociais pelos gestores e a seu impacto na transparência governamental.

Haja vista a existência de poucas pesquisas específicas nesse norte e a dificuldade na própria literatura pesquisada de uma definição precisa de conceitos como redes sociais, transparência, publicidade, governo eletrônico e *accountability*, o problema proposto mostrou-se instigante e decerto relevante especialmente sobre o impacto numa área estratégica governamental, qual seja a comunicação com os seus cidadãos.

Muito embora não se tenha chegado a todas as respostas perseguidas no escopo da pesquisa, se pode entender melhor a perspectiva do uso de redes sociais e sua importância, além de se apontar falhas práticas nas ações governamentais locais, com vistas a ampliar sua abertura ao cidadão, criando assim contribuições e questionamentos importantes. Além do que se considerando que o objetivo da pesquisa não era chegar a respostas conclusivas, mas sim alcançar informações sobre a temática, então há decerto um êxito.

Conclui-se também que por conta de seu conteúdo principiológico finalístico, o princípio da publicidade alcança grande amplitude, sendo obrigatória sua aplicação por todos os meios disponíveis, especialmente via divulgação de informações no acesso web, fato destacado na nova lei de acesso a informação. Nesse norte se percebeu também que essa obrigação de disponibilidade e prestação de contas é

maior na esfera municipal, haja vista serem os entes federativos mais próximos da população.

Nessa comparação se percebeu que embora todos os 10 maiores aglomerados populacionais do estado, tenham informações e serviços disponibilizados via internet, a maioria deles o faz de forma deficitária, se limitando por vezes a seguir regulamentações federais e estaduais, ou se utilizando das mídias sociais e dos sites disponibilizados para propaganda da gestão em detrimento de inúmeras outras informações as quais seriam inclusive obrigados por lei, sendo que apenas a prefeitura de João Pessoa forneceu serviços mais amplos aos seus cidadãos.

Nas cidades menores, fora as informações disponibilizadas no site da transparência Brasil, com relação a prestação de contas dos recursos federais obtidos pelos municípios, de modo geral há ausência do uso da internet para serviços, o que se explica pelo fato de não haver regulamentação legal nem determinação de outras esferas de poder obrigando-os a usar de tais ferramentas e também pela falta de aparatos logísticos que prefeituras maiores dispõem. Além disso há que se considerar a tendência centralizadora do poder em municípios menores e a apatia da população com relação a cobrança de informações por parte do gestor. Exceções são os municípios de algodão de jandaíra, quixaba e areia de baraúnas, que mantêm algum tipo de conteúdo atualizado, mas com as mesmas limitações seus pares maiores.

Concluiu-se também que embora todos os municípios maiores utilizassem redes sociais, o uso destas ainda era limitado para a reprodução das notícias dos sites principais e para a propaganda governamental, sendo limitada a interação e a preocupação dos gestores com estas.

A maioria dos municípios analisados tenta algum nível de integração eletrônica, faltando para plenitude de comunicação vontade política de cultura de abertura direcionada para tal importância, sendo que muitas vezes a adesão também é puramente formal, apenas resultado da força da lei, sem haver muito empenho em atualização, nem manter o site para além do que seja obrigado.

Assim, realmente é necessária vontade de transformação política além de tudo, com garantias é claro, de não deturpar algo feito para o povo, com fins de mera promoção pessoal da gestão que se apropria do espaço web. Sendo que muitas vezes, o gestor nem sequer repassa o controle do site para o próximo gestor,



sendo realmente sites pessoais de gestão, o que é, por lei, terminantemente proibido.

Concluiu-se que as redes sociais e outros usos de governo eletrônico podem ser úteis no sentido de ampliar as possibilidades de acesso cidadão e por consequência maior transparência e *accountabilty* governamental, mas não são em si decisivas para permitir essa viabilidade, mas apenas ferramentas disponíveis que dependem de como seriam usadas pela manifestação da vontade político institucional de gestores, e certamente também da inclinação a sua adesão por parte dos cidadãos.

Os resultados da pesquisa apontam para a necessidade de pesquisas mais profundas sobre tais iniciativas e suas consequências para a transparência governamental. Portanto, mais estudos sobre o tema são necessários para que se tenha uma resposta mais embasada a esta questão.

Além disso, se percebe a necessidade de maior conscientização de gestores e de cidadãos e nesse sentido pesquisas mais amplas do fenômeno da adesão a meios eletrônicos, e da necessidade de legitimação e comunicação do estado com o cidadão, podem ser úteis em formar opiniões que possam tornar efetivo esse relacionamento e explorar todas as suas potencialidades.

## REFERÊNCIAS

ACIOLI, Sonia. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, Londrina, v. 12, p. 01-12, 2007. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/index>>. Acesso em: 10 abr. 2012.

ALMEIDA, Rodrigo Roberto de. **A implementação do processo digital no Brasil e o princípio da razoabilidade**. 2006. 136 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação Ciências Jurídicas e Sociais)–Unidade Acadêmica de Direito, UFCG, Sousa, 2007.

ALVES, M. **Como Escrever Tese e Monografias**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

AMARAL, Antonio Carlos Cintra do. O Princípio da Publicidade no Direito Administrativo. **Revista Eletrônica de Direito do Estado (REDE)**. Salvador, Instituto Brasileiro de Direito Público, nº 23, julho/agosto/setembro, 2010. Disponível em :< <http://www.direitodoestado.com.br/rede.asp> > Acesso em: 04 abr. 2012

ANDRADE, M. M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 9. ed. São Paulo: Atlas. 2009.

AQUINO, Italo de Sousa. **Como escrever artigos científicos: sem "arrodeio" e sem medo da ABNT**. 5. ed. João Pessoa: Universitária UFPB, 2008. 103 p.

BALESTRIN, Alsones. **A Dinâmica da Complementariedade de Conhecimentos no Contexto das Redes Interorganizacionais**. 2005. 214 f. Tese (Doutorado em Administração)–Programa de Pós Graduação em Administração, Escola de Administração, UFRGS, Porto Alegre, 2005.

BINENBOJM, Gustavo. O Princípio da Publicidade Administrativa e a eficácia da divulgação de atos do poder público pela internet. **Revista Eletrônica de Direito do Estado (REDE)**, Salvador, n. 19, jul./ set., 2009. Disponível em : <<http://www.direitodoestado.com.br/rede.asp>>. Acesso em: 04 abr. 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 05 de outubro de 1988** (atualizada até a Emenda Constitucional nº 70 de 29 de março de 2012). Brasília, DF, 2012.

BRASIL. **Lei Federal nº 10.028**. Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal, a Lei nº 1.079, de 10 de abril de 1950, e o Decreto-Lei nº 201, de 27 de fevereiro de 1967. Brasília, DF. Publicada em 19 de outubro de 2000.

BRASIL. **Lei Federal nº 8.666**. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. Brasília, DF. Publicada em 21 de junho de 1993.

BRASIL. **Lei Federal nº 8.078**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. Publicada em 11 de setembro de 1990.

BRASIL.**Lei Complementar a Constituição Federal nº 101**. Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências. Brasília, DF. Publicada em 04 de maio de 2000.

BRASIL.**Lei Federal 9.507**. Regula o direito de acesso a informações e disciplina o rito processual do *habeas data*. Brasília, DF. Publicada em 12 de novembro de 1997.

BRASIL.**Lei Federal nº 11.111**. Regulamenta a parte final do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 5º da Constituição Federal e dá outras providências. Brasília, DF. Publicada em 05 de maio de 2005.

BRASIL.**Lei Federal nº 12.527**- Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF. Publicada em 18 de Novembro de 2011.

BRASIL.**Lei Federal nº 9.784**. Regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal. Brasília, DF. Publicada em 29 de janeiro de 1999.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA BUROCRÁTICA À GERENCIAL. **Revista do Serviço Público**, Brasília, v. 01, n. 47, p.01-28, abr. 1996.

CARLOMAGNO, Márcio Cunha. Accountability ou propaganda? a publicização no setor público: estudo de caso do Programa Escola de Governo do Governo do Paraná. In: CONGRESSO CONSAD DE GESTÃO PÚBLICA, 01., 2011, Brasília. **Anai.**, Brasília: Conselho Nacional de Secretários de Administração, 2011. p. 01-28. (Painel Painel 19/074 - Participação, transparência e *accountability* na gestão pública: experiências e questões).

CARVALHO, Marisa; ROVER, Aires José. Comunidades Virtuais de Prática e os Ambientes Virtuais Colaborativos nas Aplicações do Governo Eletrônico. In: RODRIGUEZ, N. Cabezero (ed.). **Inclusión Digital: perspectivas y experiencias**, Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2010, p. 75-104. LEFIS Series. v. 12, n. 3. ISBN 9788415031765. Disponível em : <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/artigo-comunidades-virtuais-de-pr%C3%A1tica-e-os-ambientes-virtuais-colaborativos-nas-aplica%C3%A7%C3%B5es>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

CASTELS, Manuell. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

\_\_\_\_\_. A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. In: CASTELS, Manuell; CARDOSO, Gustavo. **A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Ação Política**. Lisboa: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 2005. p. 17-30. Conferência promovida pelo Presidente da República (04 e 05 de março de 2005).

CRANTSCHANINOV, Tamara Ilinsky *et al*. Governança, acesso à informação e conselhos de políticas públicas. **Revista Gestão & Políticas Públicas**, São Paulo, v. 01, n. 01, p.73-91, 2011.

DIAS, Cláudia Augusto. Hipertexto: evolução histórica e efeitos sociais. **Ci. Inf.**, Brasília, DF, v. 28, n. 3, Dez. 1999. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19651999000300004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651999000300004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 09 abr. 2012.

DIAS, Cláudia Augusto. Hipertexto: evolução histórica e efeitos sociais. **Ciência da Informação**. [online]. 1999, v. 28, n. 3, p. 269-277. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_serial&pid=0100-1965&nrm=iso&rep=&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=0100-1965&nrm=iso&rep=&lng=pt)>. Acesso em: 28 mar. 2012.

FILGUEIRAS, Fernando. Além da transparência: accountability e política da publicidade. **Lua Nova**, São Paulo, n. 84, 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452011000300004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452011000300004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 26 abr. 2012.

-----**Transparência, publicidade e accountability**, Belo Horizonte, 2011. Disponível em : <[http://democraciaejustica.org/cienciapolitica3/sites/default/files/transparencia\\_publicidade\\_e\\_accountability.pdf](http://democraciaejustica.org/cienciapolitica3/sites/default/files/transparencia_publicidade_e_accountability.pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2012.

FREIRE, Ayalla Cândido. **A geração de inovação na carcinicultura do RN: uma análise a partir da imersão social**. 2010. 176 f. Dissertação (Mestrado em Administração)–Programa de Pós Graduação em Administração, Departamento de Ciências Administrativas, UFRN, Natal, 2010.

GIORGI, Raffaele De. A Administração Pública na sociedade complexa. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 256, p.09-23, abr. 2011. Disponível em: <<http://diretorio.fgv.br/publicacoes/revista-de-direito-administrativo>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

HERMANY, Ricardo. A relação dialógica entre Administração Pública local e Governo Eletrônico: possibilidades de participação popular e de controle social pelos municípios. In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI, 18., 2008. **Anais...** Brasília, DF, 2008. p. 3166 - 3188.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/>>

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados de Municípios Paraibanos**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 30 abr. 2012.

LENZA, Pedro. **Direito Constitucional Esquematizado**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. (ISBN 978-85-02-07916-8)

MALMEGRIN, Maria Leonídia. **Redes Públicas de Cooperação Local**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração Ufsc; Brasília, DF: Capes; UAB, 2010. 140 p.

MARRARA, Thiago. Direito Administrativo e novas tecnologias. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 256, n. , p.225-254, abr. 2011. Disponível em:

<<http://diretorio.fgv.br/publicacoes/revista-de-direito-administrativo>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Administrativo Brasileiro**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2000. 600 p. (ISBN 85-7420-164-2)

\_\_\_\_\_. **Direito Municipal Brasileiro**. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 2000. 791 p.

MENDES, Cleber Morelli *et al.* Relações públicas governamental: os princípios da administração pública e da comunicação organizacional. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO- ESTRATÉGIAS E IDENTIDADES MIDIÁTICAS, 4., 2011, Santa Maria. **Anais Eletrônicos...** Santa Maria, RS, UFSM, 2011. p. 01 - 10. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/sipecom/anais/index.html>>. Acesso em: 15 abr. 2012.

MIRANDA, Farley Adriano. **O uso das Redes Sociais no Governo Obama: novas tecnologias para fomentar espaços públicos democráticos?** 2010. 32 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Relações Internacionais)—UNIBH, Belo Horizonte, 2010.

MORAIS, Katia Santos de. **Mídias Sociais e participação política em ambientes digitais no Brasil: Estudos de Caso no Governo Federal**. 2010. 157 f. Dissertação (Mestrado em Administração)—Curso de Pós Graduação em Administração, Departamento de Escola de Administração, UFBA, Salvador, 2010.

PINHO, José Antonio Gomes de. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 03, p.471-493, jun. 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_serial&pid=0034-7612&nrm=iso&rep&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=0034-7612&nrm=iso&rep&lng=pt)>. Acesso em: 28 mar. 2012.

PLATTNETO, Orion Augusto *et al.* Publicidade e Transparência das Contas Públicas: obrigatoriedade e abrangência desses princípios na administração pública brasileira. **Contabilidade Vista e Revista**, Belo Horizonte, v. 18, n. 01, p.75-94, mar. 2011. Disponível em: <<http://www.face.ufmg.br/revista/index.php/contabilidadevistaerevista>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

PRADO, Otávio; LOUREIRO, Maria Rita Garcia. Governo Eletrônico e transparência: Avaliação da publicização das contas públicas das capitais brasileiras. **Alcance**, Biguaçu, SC, v. 13, n. 03, p.355-372, dez. 2006. Disponível em: <<http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/ra/index>>. Acesso em: 10 maio 2012.

REIS, Lucia; BARROS, Samuel. Internet e revolução no Egito: o uso de sites de redes sociais durante a convulsão social que derrubou o Governo ditatorial Egípcio em 2011. In: CONGRESSO LUSO AFRO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 11., 2011, Ondina. **Anais ...** Salvador BA: UFBA, 2011. p. 01 - 17.

REZENDE, Denis Alcides. Planejamento de informações públicas municipais: sistemas de informação e de conhecimento, informática e governo eletrônico integrados aos planejamentos das prefeituras e municípios. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 03, p.505-536, jun. 2007.

Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_serial&pid=0034-7612&nrm=iso&rep&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=0034-7612&nrm=iso&rep&lng=pt)>. Acesso em: 28 mar. 2012.

SALLES, Helena da Motta. **Gestão Democrática e Participativa**. 110 f., 2010. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Gestão Pública Municipal)– Departamento de Ciências da Administração, UFSC; Brasília, DF: CAPES; UAB, 2010.

SAMPAIO, Rafael Cardoso. Governança Eletrônica no Brasil: limites e possibilidades Introduzidos pelo Orçamento Participativo na internet. **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília, n. 33, p.123-144, 2009. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

SANTOS JÚNIOR, João Rodrigues dos; OLIVEIRA, Rodrigo Cesar Reis de. UM Olhar qualitativo para Governança Eletrônica na Administração Pública. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 03., 2006, Resende RJ. **Anai...** Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2006. p. 01-12. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/index.html>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

SILVA, A. C. R. da S. **Metodologia da pesquisa aplicada á contabilidade: orientações de estudos, projetos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. São Paulo: Atlas. 2007.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 17. Ed. Malheiros Editores. São Paulo, SP, 2000 (ISBN 85-7420-150-2).

SLOMSKI, V. *et al.* **Governança Corporativa e governança na gestão pública**. São Paulo: Atlas, 2008.

TOMAÉL, Maria Inês *et al.* Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 02, p.93-104, ago. 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_serial&pid=0100-1965&nrm=iso&rep=&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=0100-1965&nrm=iso&rep=&lng=pt)>. Acesso em: 28 mar. 2012.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987

WAMPLER, Brian. Expandindo Accountability através de instituições participativas? Ativistas e reformistas nas municipalidades brasileiras. In: LUBAMBO, Catia; COELHO, Denilson Bandeira; MELO, Marcus Andre. **Desenho institucional e participação política: experiências no Brasil contemporâneo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. Cap. 02, p. 33-63.

WIKIPÉDIA. **Verbete Rede Social**. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede\\_social](http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_social)>. Acesso em: 30 mar. 2012.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de estudo e de pesquisa em Administração**. 164 f., 2009. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Gestão Pública Municipal)– Departamento de Ciências da Administração, UFSC; Brasília, DF: Capes; UAB, 2009.