

**Usabilidade de sítios como estratégia de Comunicação Organizacional:  
uma análise do Portal da Universidade Federal de Campina Grande**

Gloriquele da Silva MENDES<sup>1</sup>  
Rackel Cardoso Santos GUIMARÃES<sup>2</sup>  
Luiz Custódio da SILVA<sup>3</sup>

**Resumo**

O presente trabalho tem por objetivo realizar uma análise da usabilidade do portal da Universidade Federal de Campina Grande, como estratégia de Comunicação Organizacional. Para realizar a pesquisa foi feito um levantamento bibliográfico em fontes documentais, como livros, artigos e periódicos, em torno da temática Comunicação Organizacional, Internet e Usabilidade. A pesquisa é exploratória e descritiva. O estudo possibilitou ter uma visão geral dos problemas mais urgentes e que precisam ser melhorados no portal, a exemplo de mecanismos de busca, padronização visual e informações atualizadas. Entendemos que a pesquisa é um ponto de partida e pode contribuir para uma reflexão em torno da qualidade e importância dos serviços prestados por uma instituição através da internet.

**Palavras-chave:** Comunicação organizacional. Internet. Usabilidade.

**Introdução**

A comunicação, entendida como processo de interação entre duas ou mais pessoas, é uma função inerente ao ser humano. Partindo desse pressuposto, a sociedade, desde os seus primórdios, sempre viveu em função da comunicação e esta sempre foi imprescindível para as relações sociais, seu consequente desenvolvimento e até como forma de disseminação da cultura e de dominação de povos.

A comunicação é também uma forma de poder. Por meio dela pode-se convencer, persuadir, atrair, mudar ideias, gerar atitudes, despertar sentimentos, provocar expectativa e induzir comportamentos. (TORQUATO, 2003).

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: gloriqele@hotmail.com.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: rackel\_cs2@hotmail.com

<sup>3</sup> Professor doutor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: custodiolcjp@hotmail.com.

Dentro de uma organização, empresa ou instituição não é diferente. A comunicação está presente em todos os seus níveis e é fundamental para o funcionamento das organizações, desde o processamento das funções administrativas internas até o relacionamento realizado com o meio externo: parceiros, fornecedores e clientes.

Nas palavras de Vieira (2004), a “Comunicação Organizacional compreende um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para reforçar as ideias e a imagem organizacional junto aos seus públicos de interesse ou, até mesmo, junto à opinião pública”.

Dentro do nosso estudo, o interesse é compreender a utilização das tecnologias da informação, em especial, a internet, como ferramenta de comunicação dentro de uma organização e verificar se esta ferramenta está sendo eficaz no que se refere a usabilidade, ou seja, se o portal contém os mecanismos que asseguram que qualquer pessoa consiga usar o sítio e que este funcione da forma esperada pela pessoa.

### **Comunicação Organizacional**

No Brasil, é comum o uso de terminologias como Comunicação Organizacional, Comunicação Empresarial e Comunicação Corporativa para designar o trabalho de comunicação realizado nas organizações. Neste estudo, utilizaremos apenas a expressão Comunicação Organizacional.

Nas palavras de Kunsh (2003), podemos defini-la da seguinte forma:

A Comunicação Organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos (p. 149)

A comunicação está presente em todos os níveis de uma organização, seja ela empresa pública, privada, universidade, ONG ou instituição. Ela é fundamental para o funcionamento das organizações, desde o processamento das funções administrativas internas até o relacionamento realizado com o meio externo: parceiros, fornecedores e clientes.

A comunicação é um fato nas organizações, ou seja, não existe nenhuma organização sem uma prática comunicativa, ainda que os processos comunicativos não sejam institucionalizados. Eles são essenciais para a operação da entidade e estão intimamente vinculados às formas de significar, valorar e expressar uma organização, isto é, ao processo comunicacional e constitutivo da cultura da organização e de sua identidade, configurando imagens reconhecidas por seus diversos públicos internos e externos. A comunicação pode ser entendida, então, como um alicerce que dá forma à organização, fazendo-a ser aquilo que ela é. Mas, isso não significa que a comunicação seja algo autônomo porque ela será sempre correspondente à forma de ser daquilo que a engendra, neste caso, a empresa ou instituição. (CARDOSO, 2006)

Para que a comunicação dentro de uma organização seja realizada de forma otimizada é necessária a utilização de alguns meios. Na classificação de Charles Redfield (1980 apud Kunsh, op. Cit.), podemos apresentar os seguintes meios: **Orais diretos**, no caso de conversa, diálogo, entrevistas, reuniões, palestras, encontros com o presidente; **Orais Indiretos**, a exemplo do telefone, intercomunicadores automáticos, autofalantes, etc; **Meios escritos**, todo material informativo impresso, como: instruções, cartas, circulares, quadro de aviso, volantes, panfletos, boletins, manuais, relatórios, jornais e revistas; **Meios pictográficos**, representados por mapas, diagramas, pinturas, fotografias, desenhos, ideografias, entre outros; **Meios escrito-pictográficos**, que se valem da palavra escrita e da ilustração, tais como: cartazes, gráficos, diplomas e filmes com legenda; **Meios simbólicos**, a exemplo de insígnias, bandeiras, luzes, flâmulas, sirenes, sinos e outros sinais que se classificam tanto como visuais quanto auditivos; e **Meios audiovisuais**, constituído por vídeos institucionais, telejornais, televisões corporativas, clipes eletrônicos, documentários, filmes, etc.

Na contemporaneidade, além dos meios citados anteriormente, podemos acrescentar ainda as tecnologias da informação, a exemplo dos suportes oferecido pela internet (e-mail, portais, sites) e as redes sociais (Orkut, Twitter, Facebook).

É preciso que todos esses meios estejam conectados e funcionando de forma integrada, uma vez que o não desenvolvimento eficaz desse fluxo pode gerar uma barreira na comunicação, acarretando prejuízo à organização.

Muitos problemas organizacionais têm origem na questão de comunicação. Relacionamentos entre setores, retenção de informação por parte de determinados grupos, constrangimentos entre áreas, rotinas emperradas, fluxo informativo saturado

pelo grande volume de mensagens, dificuldade para fazer uma mensagem chegar até o destinatário final [...] a grande quantidade de comunicações técnicas constituem, entre outras, posições acentuadamente relacionadas ao eixo de comunicação. (TORQUATO, Op. cit.) Por isso, é fundamental que as instituições vejam a comunicação como uma ferramenta básica e estratégica para o bom desenvolvimento de uma organização.

E essa comunicação pode ser feita utilizando vários mecanismos, mas vamos focar nosso estudo sobre a internet.

### **A internet como ferramenta de comunicação**

Nos últimos anos, a internet vem se consolidando como um dos mais importantes instrumentos de comunicação ao oferecer vários recursos para aplicação de estratégias de comunicação dentro de uma organização.

A rede disponibiliza inúmeras possibilidades interativas e suas características convergentes proporcionam o acesso a informações que utilizam simultaneamente sons, imagens e textos que trazem a facilidade de fixação dos conteúdos propostos. Ao mesmo tempo, a *web* demanda cuidados como: atualização das informações, facilidade ao acesso e uso real das possibilidades interativas. Se estes não forem levados em conta, podem contribuir negativamente para o processo de construção da legitimidade institucional. (BARICHELLO e STASIAK, 2009, p.5)

Sem falar que a internet é o meio de comunicação que mais vem apresentando crescimento ao longo dos anos. No Brasil, de acordo com dados divulgados pelo IBOPE Nielsen Online, em 2009, a quantidade de brasileiros com acesso a internet, seja no trabalho, residência, escola, *lan houses* ou qualquer outro ponto público, chegou a marca de 67,5 milhões de pessoas.

Dessas pessoas, 42,6 milhões moram em domicílios em que há a presença de computador com internet. Em 2005, o total de brasileiros com acesso domiciliar era de 18,3 milhões, ou 43% do que é hoje, o que significa uma evolução de 132% em cinco anos. (IBOPE, 2010)

Outro dado relevante divulgado pelo IBOPE foi o tempo de duração que as pessoas ficam na internet. A pesquisa apontou que quanto maior a velocidade, maior o tempo dedicado à navegação de páginas na internet. “Em abril de 2010, os que

dispunham de mais de 8 Mb registraram tempo de mais de 47 horas, enquanto quem tinha de até 128 Kb consumiu menos de 39 horas no mês” (IBOPE, Op.cit.)

Diante desta constatação, fica evidente que a organização deve se fazer presente na internet e utilizar estratégias de comunicação neste meio para atingir seu público alvo. Essa exposição deve ser feita com responsabilidade e eficiência. Não se pode criar um portal institucional para simples presença na internet. É preciso planejar o tipo de comunicação que será veiculado.

Na Web, a imagem corporativa da empresa / instituição precisa ser um elo de ligação com seu público-alvo e para isso, profissionais atuantes no desenvolvimento de interfaces sabem que além de estabelecer uma estética de acordo com sua identidade visual é preciso tornar agradável a experiência do usuário. Também no início da década de 80, tornou-se popular o termo Usabilidade, com origem na ciência cognitiva, passou a ser utilizado nas áreas de Psicologia e Ergonomia. Atualmente, se emprega este termo no meio digital para medir o desempenho do usuário durante a execução das tarefas. (LIMA e CONRAD, 2008, p.2)

### **Usabilidade de Sítios: Cartilhas do Governo Federal**

A importância da prestação de serviços através da internet ganhou tanta dimensão nos últimos anos que é cada vez mais comum que as empresas e instituições disponibilizem em seus portais grande parte dos serviços prestados.

Com o oferecimento destes serviços através da rede, as instituições passaram a se preocupar em fornecer sistemas on-line de fácil entendimento e uso por parte dos usuários. Surgiu então, a necessidade de desenvolver sistemas com foco na usabilidade, ou seja, com foco no usuário.

A usabilidade pode ser definida como o estudo ou a aplicação de técnicas que proporcionem a facilidade de uso de um dado objeto, no caso, um sítio. A usabilidade busca assegurar que qualquer pessoa consiga usar o sítio e que este funcione da forma esperada pela pessoa. (MPOG, SLTI, 2010, p.7)

Partindo dessa concepção, o Governo Federal tem trabalhado, através do Departamento do Governo Eletrônico, no sentido de fornecer parâmetros e orientar os desenvolvedores de interfaces web no âmbito da Administração Federal.

Algumas destas diretrizes podem ser conferidas em duas cartilhas: Padrões Brasil e-Gov – Cartilha de Usabilidade<sup>4</sup> e na Cartilha de Usabilidade para Sítios e Portais do Governo Federal<sup>5</sup>. Elaboradas pelo Comitê Técnico de Gestão de Sítios e Serviços On-line, o trabalho tem por objetivo promover a interação do cidadão brasileiro com as informações e os serviços de governo oferecidos por meio da internet.

A primeira cartilha é resultado do projeto Padrões Brasil e-Gov, cujo objetivo é fornecer recomendações de boas práticas na área digital com objetivo de aprimorar a comunicação e o fornecimento de informações e serviços prestados por meio eletrônico. A segunda cartilha é bem mais específica e didática nas instruções e recomendações para criação de sítios com foco na usabilidade. Os tópicos estão distribuídos em três categorias: acessibilidade, navegabilidade e padronização visual. Em cada um destes tópicos estão expostos parâmetros, que variam entre mínimo, médio e máximo. Essa gradação funciona como uma espécie de metas a serem atingidas pelos portais do Governo Federal. Quanto mais elevado o parâmetro desenvolvido pelo sítio, mais próximo ele está dos padrões de usabilidade e melhor será a interação do cidadão com os serviços e informações prestadas pelo governo através da internet.

Ainda é possível encontrar na cartilha, uma seção de dicas com itens considerados positivos na implementação de interfaces web.

Como nosso estudo está focado na usabilidade, ou seja, na facilidade do uso de um sítio por indivíduos, utilizaremos as duas cartilhas do Governo Federal como base para orientações e sugestões de melhorias do portal da UFCG.

### **O Portal da UFCG: Breve Histórico**

De acordo com informações contidas no portal da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), através do campo notícias, uma das primeiras versões do portal da UFCG foi criada em 18 de julho de 2005, disponibilizando informações sobre ensino, pesquisa e extensão. A página oferecia ainda itens sobre o Regimento Interno, Estatuto, Calendário Acadêmico, eventos e informações sobre o vestibular.

---

<sup>4</sup> MPOG, SLTI. Padrões Brasil E-Gov: Cartilha de Usabilidade. Brasília: MPOG, SLTI, 2010.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/arquivos/padroes-brasil-e-gov-cartilha-de-usabilidade>. Acesso em: 30 de agosto de 2010.

O *layout* do portal foi construído nas cores oficiais da UFCG, azul e branco, incluindo, um espaço em forma de *banner* para exibição de várias fotografias, mostrando os diversos *campi* da instituição.

O projeto inicial continha 10 sistemas: notícias, chamadas, sugestões, enquetes, mensagens, SODS (Secretaria dos Órgãos Deliberativos Superiores), lista telefônica, boletins de serviços, *webCompras* e *webDiárias*. E o trabalho foi desenvolvido por equipe composta por professores, programador, *webdesigners*, analista de sistemas, webmaster, fotógrafos e estudantes<sup>6</sup>.

Em 2006, em substituição ao extinto Núcleo de Processamento de Dados (NPD), foi criado o Serviço de Tecnologia da Informação (STI), órgão vinculado a Secretaria de Planejamento e Orçamento (Seplan). Desde então, o setor começou a desenvolver uma nova versão para a página, que foi colocada no ar no primeiro semestre de 2007<sup>7</sup>.

O STI é responsável por gerir todo o sistema do portal. Muitas das informações disponibilizadas na página também ficam a cargo do STI. Os únicos setores que tem controle para atualizar informações dos seus departamentos são a Assessoria de Comunicação, a Pró-Reitoria de Ensino (PRE), Pró-Reitoria de Pós-Graduação (PRPG) e Comissão de Processos Vestibulares (Comprov). Os demais encaminham as demandas para o STI.

Através do portal é possível ter acesso aos sites dos Centros de Educação e das Unidades Acadêmicas. Cada um deles, Centros e Unidades, tem autonomia para criar e gerir seus sites, conforme prevê o Regimento Geral da UFCG em seu artigo 27: “ Os centros são unidades gestoras descentralizadas que coordenam a gestão contábil e financeira no seu âmbito, preservada a autonomia orçamentária e financeira das Unidades Acadêmicas”. (REGIMENTO GERAL DA UFCG, 2005, p. 27.)

O portal da UFCG, além de ser um suporte de comunicação para exposição de notícias e informações, oferece também serviços de matrícula online, e-mail institucional, acesso aos serviços de protocolos, entre outros.

Em 2010, o mapa do portal estava dividido em 12 sistemas ou categorias, são eles: Administração, Centros, Links para serviços externos, eventos, projetos e

---

<sup>6</sup> Disponível em: [http://www.ufcg.edu.br/prt\\_ufcg/assessoria\\_imprensa/mostra\\_noticia.php?codigo=18](http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codigo=18). Acesso em: 30 de agosto de 2010.

<sup>7</sup> Disponível em: [http://www.ufcg.edu.br/prt\\_ufcg/assessoria\\_imprensa/mostra\\_noticia.php?codigo=5073](http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codigo=5073). Acesso em: 30 de agosto de 2010.

programas da UFCG, Notícias, Comunicações, Graduação, Documentos, Pós-Graduação, Servidor, Pesquisa e Extensão, Assuntos Comunitários e Serviços.

No final de 2010, uma nova reformulação do *layout* foi realizada. As atualizações entraram no ar no dia 8 de outubro de 2010. O layout sofreu algumas alterações, que segundo o STI, setor responsável pelas mudanças, deixaram a página mais leve, com base em textos. Também foi criado uma guia de acesso rápido, local onde estão disponíveis os serviços mais procurados pelos usuários, a exemplo do noticiário, editais, calendário escolar, matrícula, cursos, regulamento de ensino de graduação e resoluções. Também foram atualizadas algumas informações dentro do portal.

**Figura 1** – Imagem do atual formato da página principal do Portal da UFCG



Fonte: www.ufcg.edu.br

## **Metodologia**

No que se refere à tipologia, a pesquisa é exploratória e descritiva. Seu caráter exploratório se dá no desenvolvimento e esclarecimento do problema investigado com o objetivo de fornecer uma visão sobre o fenômeno, já a parte descritiva é responsável pela exposição do estudo em todas as suas variáveis. (GONSALVES, 2001)

Quanto aos procedimentos metodológicos, foi feito um levantamento bibliográfico em torno da temática Comunicação Organizacional, Internet como ferramenta de comunicação e Usabilidade. Esse levantamento foi feito mediante leitura de livros, artigos, periódicos, etc.

## **Caracterização do Ambiente da Pesquisa**

A Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) foi criada pela Lei Nº. 10.419, de 09 de abril de 2002, a partir do desmembramento da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). A instituição teve origem na década de 1950, com a implantação da educação superior em Campina Grande, a partir da instalação da Faculdade de Ciências Econômicas (Face) e da Escola Politécnica (Poli).

No ano de sua criação, 2002, a universidade já nasceu com uma estrutura *multicampi*, além do *campus* localizado na cidade de Campina Grande - onde está a sede da Reitoria, bem como os Centros de Humanidades, de Ciências Biológicas e da Saúde, de Engenharia Elétrica e Informática, de Tecnologia e Recursos Naturais, e de Ciências e Tecnologia – tinha ainda *campi* nas cidades de Cajazeiras, Sousa e Patos.

Nos últimos anos, com o processo de expansão, a universidade criou três novos *campi*, localizados nas cidades de Cuité, Pombal e Sumé.

Atualmente, a UFCG conta com 69 cursos de graduação e 27 cursos de pós-graduação. O número de alunos ativos é de 14.974 na graduação e 1.098 na pós-graduação. No seu quadro de profissionais, conta com o quantitativo de 1.072 professores efetivos, 63 professores substitutos e visitantes, 1.428 servidores técnico-administrativos e 572 terceirizados.

## **Análise dos Resultados**

Como já afirmamos anteriormente, baseamos nosso estudo nas cartilhas de Usabilidade para Sítios e Portais do Governo Federal e Padrões e-GOV: usabilidade. Dessa forma, focaremos o ângulo de análise deste estudo em três parâmetros: Acessibilidade, Navegabilidade e Padronização Visual.

### **Acessibilidade**

De acordo com a cartilha, entre os padrões mínimos exigidos para a Acessibilidade está o oferecimento de um canal direto com o usuário, a exemplo de Fale Conosco, recurso que não é oferecido pelo portal. Em contrapartida, o portal oferece em sua página principal outro meio de atendimento auxiliar para o usuário, como endereço físico telefone ou fax.

Entre os parâmetros médios, também pudemos observar que não existe mecanismos de acesso para Portadores de Necessidades Especiais e o serviço de envio de páginas é precário. Existe a possibilidade do usuário compartilhar uma notícia, no entanto, este mecanismo só dá acesso ao compartilhamento da notícia principal exposta no site. Se o usuário tiver interesse de compartilhar uma notícia que está numa página secundária, o serviço já não é mais disponibilizado.

Já entre os parâmetros máximos estão a exigência de uma versão para impressão do conteúdo, Glossário com os termos utilizados pelo portal, oferecimento de lista de respostas às perguntas frequentes e uma versão do portal em outros idiomas. Apenas a primeira exigência – versão para impressão do conteúdo – pode ser encontrada na seção de notícias.

### **Navegabilidade**

Neste quesito, um item que chama a atenção é a recomendação de somente inserir links internos com a garantia do seu pleno funcionamento e que não remeta a páginas “Em Construção” ou sem conteúdo. Por ironia, na página da Secretaria de Planejamento, responsável pelo STI, encontrava-se até pouco tempo esta mensagem.

Figura 2 – Página da Secretaria de Planejamento da UFCG, com aviso “Em construção”.



Fonte: [http://www.ufcg.edu.br/prt\\_ufcg/pro\\_reitorias/seplan/seplan.php](http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/pro_reitorias/seplan/seplan.php)

Outro requisito mínimo descumprido pelo portal seria privilegiar o Portal em menus principais e secundário. O que não acontece. O portal tem uma carga de informação muito alta. É repleto de textos, links, ícones, menus. O que vai de encontro com os padrões de usabilidade. Essa alta carga de informação ao invés de ajudar pode confundir o cidadão.

O ser humano é capaz de absorver um determinado número de informações, a chamada memória de curto termo, a partir de certo ponto, o cérebro não processa algumas informações. A escolha dessas informações dá-se de forma não consciente, dependendo das experiências de cada pessoa e dos pesos dados a cada elemento da interface. (MPOG, SLTI, Op. cit., p.16)

Em outras palavras, quanto maior a carga de informação, maior a chance e a probabilidade do usuário incorrer no erro. A página principal de um portal deve ser como o sumário de um livro, ou seja, apontar o que pode ser encontrado no portal e direcionar o usuário para sua área de interesse. O excesso de informações acarreta erros gravíssimos, a exemplo do excesso de opções e rolagens verticais.

Uma página bem diagramada não é aquela que lota a página inicial com inúmeras opções, e sim, aquela que é projetada de forma atraente e que convida o usuário a explorar as páginas seguintes de forma fácil e agradável.

Outro erro encontrado no portal da UFCG é o uso de linhas para separar ícone e conteúdos, quando o correto é usar espaços em branco. No linguajá da diagramação os espaços em branco proporcionam um respiro à navegação.

O desenho também deve ser utilizado à serviço da informação. É preciso evitar textos ou desenhos encapsulados, pois são formatos que preservam o desenho em detrimento do conteúdo.

Entre os parâmetros médios, o site não oferece serviço de busca, tampouco o recurso Ajuda, como outro elemento de auxílio à navegação. Bem como não indica ao usuário etapas do caminho percorrido durante a navegação, oferecendo inclusive opção de volta a qualquer uma delas (parâmetros máximos).

### **Padronização Visual**

Um erro gravíssimo que pudemos constatar no Portal da UFCG refere-se à Padronização Visual. Não existe uma identidade visual única. Cada centro tem autonomia de criar sua própria página, inclusive sem respeitar as cores oficiais da instituição – azul e branco. Prova disso foi o layout criado pelo Centro de Ciência e Tecnologia Agroalimentar (CCTA), campus de Pombal, a cor predominante é o verde.

Figura 3 – Página no Centro de Ciência e Tecnologia Agroalimentar (CCTA), campus de Pombal da UFCG.



Fonte: www.ccta.ufcg.edu.br

O erro fatal desta ausência de padronização é porque não existe um Manual de Identidade Visual da instituição, o que contribui para outro erro, que é a não padronização da fonte em todo o sítio.

## Conclusão

Neste trabalho procuramos aferir alguns requisitos de usabilidade do Portal da UFCG. Durante o percurso, encontramos erros gravíssimos em relação ao conteúdo disponibilizado no portal. Não existem informações sobre o Histórico da Universidade, Missão, Valores. O arquivo que dá acesso aos cursos oferecidos pela instituição está desatualizado, inclusive, nem inclui alguns dos novos campi e cursos criados pela universidade nos últimos anos.

Conforme pudemos observar nas nossas leituras sobre a temática, no mundo atual, o portal de uma empresa ou instituição deve ser visto não apenas como um serviço a mais, e sim, como um cartão de visita, a vitrine daquele órgão. Os públicos, interno e externo, devem ser encarados pela administração como clientes consumidores e o portal como uma loja. Fazendo uma analogia, o consumidor só vai entrar na loja e consumir determinado produto se a vitrine for atraente e se o produto for bom. Essas

duas estratégias devem caminhar lado a lado. No caso do portal é da mesma forma. Se o portal criar mecanismo para atrair o consumidor, ele vai ter acesso, mas é preciso prender o usuário com suportes que o façam navegar facilmente e, principalmente, que o façam encontrar a informação desejada.

Os serviços precisam adaptar-se às demandas de mercado e as necessidades dos consumidores. Oferecer através da internet os serviços oferecidos pelos meios físicos e presenciais agilizam não só a vida do consumidor/cliente, que muitas vezes não pode comparecer ao horário de atendimento oferecido pelo setor, como também melhora a eficiência dos departamentos.

Temos consciência que nosso trabalho é apenas um ponto de partida. Cada item delinea em linhas gerais a usabilidade do Portal. O objetivo principal deste estudo, além de apontar soluções para problemas urgentes, é mostrar que os serviços devem ser oferecidos visando a satisfação do público alvo de uma empresa/instituição.

Quando os usuários encontram dificuldades para acessar documentos e informações em um portal, o prejuízo é mútuo. Tanto para o usuário, que não está atingindo seu objetivo e pode não voltar a acessar o portal, quanto para a administração, que vai trabalhar constantemente para corrigir erros funcionais do portal. Quando os serviços via web são desenvolvidos com critério na usabilidade, os custos com treinamento de pessoal, suporte e manutenção são reduzidos.

É preciso criar e manter mecanismos de acordo com as necessidades do cidadão para que o mesmo utilize de forma plena e satisfatória as informações e serviços prestados por cada órgão, entidade ou setor. Com esse pensamento, o serviço público pode atingir sua finalidade e missão de forma democrática e eficaz.

## Referências

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. STASIAK, Daiana. **As três fases da WebRP: análise das estratégias comunicacionais dos portais institucionais ao longo do advento da internet no Brasil (1995-2009)**. Trabalho apresentado ao GT ABRAPCORP 2 – Processos, Políticas e Estratégias de Comunicação do III ABRAPCORP 2009, Congresso celebrado nos dias 28, 29 e 30 de abril de 2009, em São Paulo (SP). Disponível em: [http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT2\\_Barichello.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT2_Barichello.pdf). Acesso em: 07 de agosto de 2010

CARDOSO, Onésio de Oliveira. **Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos.** Rev. Adm. Pública [online]. 2006, vol. 40, n.6, pp. 112 – 114. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0034-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0034-76122006000600010Ing=en&nrm-iso&tlng=pt)

[76122006000600010Ing=en&nrm-iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0034-76122006000600010Ing=en&nrm-iso&tlng=pt) . Acesso em: 8 de agosto de 2010.

GONSALVES, E. P. **Iniciação a pesquisa científica.** Campus, SP; Alínea, 2001.

IBOPE. **Conectado em casa ou na rua.** Seção: IBOPE Mídia, Notícias - Área: Análises e Índices\2010. Disponível em:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Not%EDcias&docid=E146A914BB4400D18325776100732E25>. Acesso em: 07 de agosto de 2010

KUNSH, Margarida M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo, SP: Summus, 2003.

LIMA, Denise Aristimunha. CONRAD JÚNIOR, Pedro. **A marca de uma empresa/instituição na Web: Desenvolvendo uma interface institucional utilizando padrões de usabilidade e ferramentas livres.** XII Congreso Sigrad. Cuba: 2008.

Disponível em: [http://cumincades.scix.net/data/works/att/sigradi2008\\_076.content.pdf](http://cumincades.scix.net/data/works/att/sigradi2008_076.content.pdf)

MPOG, SLTI. **Padrões Brasil E-Gov: Cartilha de Usabilidade.** Brasília: MPOG, SLTI, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação e imagem: fundamentos da nova empresa.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

UFCG. **Regimento Geral da UFCG.** Campina Grande, PB: UFCG, 2005.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação Organizacional: gestão de Relações Públicas.** Rio de Janeiro: Mauad, 2004.