

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação 2

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação 2

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Geraldo Alves

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

I43 A influência da comunicação 2 [recurso eletrônico] / Organizador
 Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

 Formato: PDF
 Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader
 Modo de acesso: World Wide Web
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-65-86002-32-4
 DOI 10.22533/at.ed.324201003

 1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva,
 Marcelo Pereira da.

CDD 303.48

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Etimologicamente, a palavra “influência” deriva do ato ou efeito de influir, ação que uma pessoa, organização e/ou ator social exerce sobre outrem. Liga-se ao prestígio, ao crédito, à ascendência, ao predomínio e ao poder. Poderíamos dizer, assim, que pensar a influência da Comunicação remete a um universo caleidoscópico, investido de nuances que envolvem sujeitos, nações, narratologias, mídias virtuais e de massa, jornalismo, comunicação pública, publicidade, cinema, produção audiovisual, relações públicas, marcas, etc.

Destarte, este e-book intitulado “A influência da Comunicação 2”, comunga estudos, olhares e análises de pesquisadores de todo Brasil que trafegam pelos campos do jornalismo, da comunicação pública e política, das mídias emergentes, do bios virtual e das práticas/experiências do consumo, contribuindo para a elaboração de uma obra que debate o estatuto da Comunicação em um contexto cada vez mais midiático e permeado pela cultura de consumo.

Carecemos de uma renovação das condições teóricas, epistemológicas, profissionais e metodológicas da Comunicação e do fulcral laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos imprevisíveis ventos da globalização, da midiática e do consumo sem bússola. Desta perspectiva, podemos produzir mecanismos analíticos, dados e informações que geram impacto social e auxiliam no entendimento, mas, também, na construção de um mundo melhor e mais justo.

(Re)conhecer a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *sine qua non* para a gestação da paz, a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais. Assim como a política perpassa o tecido social, a Comunicação, igualmente, se entrama por esse tecido, o define, o significa, o ressignifica e o constitui.

Necessitamos admitir os desafios, desvios e dificuldades da Comunicação, abraçando as oportunidades, esperanças, possibilidades e influências que dela efluem.

Marcelo Pereira da Silva

CAPÍTULO 1	1
“VOCÊ VÊ. VOCÊ LÊ. VOCÊ OUVI”: A CONVERGÊNCIA ENTRE RÁDIO, ON-LINE E JORNAL EM GAÚCHAZH	
Guilherme Jancowski de Avila Justino Luiz Artur Ferraretto	
DOI 10.22533/at.ed.3242010031	
CAPÍTULO 2	14
APONTAMENTOS E INFERÊNCIAS PARA UMA TEORIA DA DOGMATIZAÇÃO NA LINGUAGEM JORNALÍSTICA	
Marcos Reche Ávila	
DOI 10.22533/at.ed.3242010032	
CAPÍTULO 3	27
DE ELOÁ A ELAINE: IMPRENSA E O ASSASSINATO DE MULHERES BRASILEIRAS	
Nealla Valentim Machado	
DOI 10.22533/at.ed.3242010033	
CAPÍTULO 4	40
REGIONALIZAÇÃO E REDAÇÕES CONVERGENTES: ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
Amanda Lais Pereira Noletto Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.3242010034	
INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	
CAPÍTULO 5	52
COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A POLÍTICA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL: UMA INTERCESSÃO NECESSÁRIA À DEMOCRACIA	
Kênia Augusta Figueiredo	
DOI 10.22533/at.ed.3242010035	
CAPÍTULO 6	63
O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA ADMINISTRATIVA E A COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO PÚBLICA NO DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO	
Petter Ricardo de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.3242010036	
CAPÍTULO 7	76
DISCURSOS POLÍTICO-EDUCACIONAIS NO FACEBOOK E NO TWITTER DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ	
Karen dos Santos Correia Douglas Junio Fernandes Assumpção	

Analaura Corradi

DOI 10.22533/at.ed.3242010037

CAPÍTULO 8 89

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS: UMA ANÁLISE DAS *FANPAGES* DE UNIVERSIDADES FEDERAIS MINEIRAS

Pedro Augusto Farnese de Lima

Laura Chediak de Souza Trevisani

DOI 10.22533/at.ed.3242010038

CAPÍTULO 9 103

O CINEMA IRANIANO DE ABBAS KIAROSTAMI E JAFAR PANAHI: ESTRATÉGIAS DE UMA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Kaio César Monteiro Orsini

DOI 10.22533/at.ed.3242010039

INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS DE CONSUMO, MARCAS E PUBLICIDADE

CAPÍTULO 10 116

CLUBE DA ALICE: COMO O GRUPO NO *FACEBOOK* INFLUENCIOU O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE MULHERES CURITIBANAS

Bruna Marrocos Slongo

DOI 10.22533/at.ed.32420100310

CAPÍTULO 11 126

COMUNICAÇÃO PERSUASIVA E MERCADOLÓGICA: FOLKCOMUNICAÇÃO E FOLKMARKETING NO FESTIVAL DE PARINTINS – AM

Ana Paula Almeida Miranda

DOI 10.22533/at.ed.32420100311

CAPÍTULO 12 141

A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR COMO PROCESSO COMUNICATIVO, INTERACIONAL E INTERATIVO: CONSIDERAÇÕES NO CONTEXTO DA CIBERCULTURA

Solange de Fátima Wollenhaupt

Lúcia Helena Vandrúsculo Possari

DOI 10.22533/at.ed.32420100312

CAPÍTULO 13 152

PUBLICIDADE INFANTIL: PANORAMA DE PEÇAS APÓS A PROIBIÇÃO LEGAL

Juliane de Sousa Ramos

Jhonatan Oliveira Domingos

Tatiane Munhoz Freitas

Aguinaldo Pettinati

DOI 10.22533/at.ed.32420100313

A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NO BIOS VIRTUAL – ANÁLISES E CASOS

CAPÍTULO 14	155
MIDIATIZAÇÃO, (IN)COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS: UMA ANÁLISE DA CASA DO BRASIL DE LISBOA E DAS MULHERES IMIGRANTES BRASILEIRAS EM PORTUGAL	
Jéssica de Cássia Rossi Marcelo Pereira da Silva Raquel Cabral	
DOI 10.22533/at.ed.32420100314	
CAPÍTULO 15	169
O DEBATE ON-LINE SOBRE A ÉTICA NA CIÊNCIA NO CASO HE JIANKUI: OPORTUNIDADES, LIMITES E DESAFIOS DA POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA	
Renata de Lima Sousa Ivânia Maria Carneiro Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.32420100315	
CAPÍTULO 16	184
FEMINISMO, ATIVISMO ONLINE E ORGANIZAÇÕES EM AMBIÊNCIA DIGITAL: USO DAS HASHTAGS #ASSÉDIOÉCRIME E #NÃOÉNÃO NO CARNAVAL 2018	
Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa Maria do Carmo Prazeres Silva	
DOI 10.22533/at.ed.32420100316	
CAPÍTULO 17	196
BOLSONARO: ANTAGONISMOS EM SEU PRÓPRIO GOVERNO	
Gabriel de Medeiros Vaz Rafael Rocha Jaime	
DOI 10.22533/at.ed.32420100317	
CAPÍTULO 18	207
FOTOGRAFIA DE FAMÍLIA ENQUANTO <i>HABITUS</i> DENTRO DO NOSSO AMPLO PRESENTE	
Emmanuel Alencar Furtado	
DOI 10.22533/at.ed.32420100318	
INFLUÊNCIA DE MÍDIAS EMERGENTES, CINEMA E NARRATOLOGIA	
CAPÍTULO 19	217
POR QUE MARATONAMOS? REFLEXÕES SOBRE <i>BINGE WATCHING</i> A PARTIR DA ABORDAGEM DO USO E GRATIFICAÇÕES	
Raquel Lobão Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.32420100319	
CAPÍTULO 20	230
CHANTAL AKERMAN E O CINEMA INTELECTUAL EISENSTEINIANO	
Izabele Caroline Leite Medeiros Laís Rodrigues Coelho Pêgas	
DOI 10.22533/at.ed.32420100320	

CAPÍTULO 21	241
NO BAIRRO E NO MUNDO, ATIVIDADE ARTÍSTICA JURUNENSE: DE GABY AMARANTOS À LEONA VINGATIVA	
Izabele Caroline Leite Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.32420100321	
CAPÍTULO 22	251
ESTRUTURAS NARRATIVAS E ENGAJAMENTO EM HUMANS OF NEW YORK	
Emilio José de Sant’Anna Neto	
DOI 10.22533/at.ed.32420100322	
CAPÍTULO 23	264
STREAMING E NARRATIVA COMPLEXA: UMA ANÁLISE DE <i>A MALDIÇÃO DA RESIDÊNCIA HILL</i>	
Alexandre Tadeu dos Santos Matheus Fonseca Bolentine	
DOI 10.22533/at.ed.32420100323	
CAPÍTULO 24	277
AS NOVAS MÍDIAS E A INTERATIVIDADE COGNITIVA: ALIKE	
Ana Elisa Pillon Luciane Maria Fadel Vania Ribas Ulbricht	
DOI 10.22533/at.ed.32420100324	
SOBRE O ORGANIZADOR	285
ÍNDICE REMISSIVO	286

O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA ADMINISTRATIVA E A COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO PÚBLICA NO DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Data de aceite: 02/03/2020

Data de submissão: 26/11/2019

Petter Ricardo de Oliveira

Universidade de Brasília, Departamento de
Gestão de Políticas Públicas
Brasília – Distrito Federal

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1965780874446962>

ORCID: 0000-0002-1224-4286

RESUMO: O objetivo do presente artigo é demonstrar como se deu a evolução do direito de acesso à informação pública no Brasil e a importância da comunicação para o seu cumprimento na sociedade atual. Para isso, é apresentada a evolução do princípio da transparência administrativa e a principal legislação que rege este direito no país, bem como o seu nível de maturidade em comparação com a legislação de outros países. Os tipos de transparência, passiva e ativa, são discutidos, porém destaque é dado à transparência ativa como melhor, mais econômico e eficaz meio para a concretização da transparência como direito. Destaca-se o papel da comunicação no estudo de seus códigos e canais para se efetivar a transparência. Por fim, são apresentadas as ações de atendimento ao cidadão e transparência de um órgão público do governo federal para cumprimento do direito de acesso à informação.

PALAVRAS-CHAVE: lei de acesso à

informação; transparência administrativa; política pública; estratégias de comunicação; administração pública.

THE ADMINISTRATIVE TRANSPARENCY PRINCIPLE AND THE COMMUNICATION OF PUBLIC INFORMATION IN THE INFORMATION ACCESS RIGHT

ABSTRACT: This article aimed to demonstrate how the evolution of the public information access right in Brazil has happened and the importance of communication for its fulfillment in the current society. To this end, the evolution of the administrative transparency principle and the main legislation governing this right in the country is presented, as well as its level of maturity compared with the legislation from abroad. Passive and active types of transparency are discussed, but active transparency is the best, most economical and effective way to achieve transparency as a right. We highlight the role of communication and the study of its codes and channels to achieve transparency. Finally, we present the actions of citizen service and transparency of a Brazilian public agency from federal government to fulfill the information access right.

KEYWORDS: information access law; administrative transparency; public policy; communication strategies; public administration.

A TRANSPARÊNCIA ADMINISTRATIVA NO BRASIL

No Brasil, anteriormente à promulgação da Constituição Federal de 1988, não havia o que se falar em transparência administrativa. A informação pública era unicamente custodiada pelo Estado e não havia ordenamento que norteasse o seu franqueamento. Apenas com o advento da Constituição Cidadã (Constituição da República Federativa do Brasil de 1988) (BRASIL, 1988) o acesso à informação pública ganhou o status de direito fundamental. Ainda assim, foi só com a edição da Lei da Transparência (BRASIL, 2009) e da Lei de Acesso à Informação (BRASIL, 2011) que, de fato, a transparência ganhou destaque na administração pública e os cidadãos passaram a ter o poder de solicitar acesso ou consultar ativamente documentos e informações de seu interesse.

A transparência da Administração e de seus atos é fator fundamental para o ideal exercício da cidadania e da vida política, bem como para a efetividade do Estado Democrático de Direito, princípios norteadores da Constituição de 1988. Neste contexto, vimos a transparência administrativa nascer e ser sustentada na vigente Constituição Federal por três pilares principais. O primeiro deles, e mais amplo, é o princípio republicado, presente no art. 1º, que impõe os deveres de transparência e de prestação de contas do Estado diante da sociedade. O segundo pilar é o princípio da publicidade, previsto no art. nº 37, caput, apresentando primariamente a necessidade de tornar público os atos da administração e serem devidamente comunicados. Por fim, de maneira mais direta quanto ao acesso à informação, o art. 5º, incisos XXXIII e XXXIV, que versam sobre os direitos de petição ao garantir o direito a receber dos órgãos públicos informações de interesse particular, ou mesmo de interesse coletivo. Assim, ficou garantido na Carta Magna que o Estado deve assumir uma posição transparente diante da sociedade, mas ainda era necessário regulamentar os detalhes de como providenciar a aplicação destas ordens de forma mais clara e procedimental.

Foi então que diversas regulamentações infraconstitucionais foram posteriormente editadas com o fito de orientar a execução dos direitos e princípios acima previstos na Constituição com destaque à Lei nº 12.527, de 28 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação – LAI).

A LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Ainda na fase de anteprojeto, o texto da Lei nº 12.527/2011 já trazia o objetivo de efetivar o direito de acesso à informação por meio de mecanismos claros, bem como a proteção da informação pessoal sigilosa e aquela que poderia impor risco à segurança nacional. O mais importante, no entanto, foi a orientação de quais objetivos deveriam ser perseguidos com a criação da Lei: o exercício da cidadania,

cujo principal valor tutelado é o da democracia, e o combate à corrupção, princípio que expressa os valores da moralidade e da ética (Canhadas, 2018).

Apesar de publicada no final do ano de 2011, a LAI passou de fato a vigorar em 16 de maio de 2012 por meio da publicação de seu regulamento, o Decreto nº 7.724/2012, o qual objetivou melhor apresentar e detalhar as obrigações que a administração pública passaria a ter que cumprir para fazer valer a Lei de Acesso à Informação (BRASIL, 2012). O objetivo principal da LAI foi regulamentar os dispositivos constitucionais previstos no inciso XXXIII do artigo 5º, no inciso II do parágrafo 3º do artigo 37 e no parágrafo 2º do artigo 216, e como apresentaremos mais a diante, este objetivo parece ter sido atingido exitosamente na Administração Pública Federal.

Em seu artigo 3º a LAI fixou em cinco incisos as diretrizes que o Estado deveria seguir quando do cumprimento deste direito à sociedade:

I- observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção; II- divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações; III- utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação; IV- fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública; e V- o desenvolvimento do controle social.

De certo, o inciso I é o mais importante de todos por ter causado uma revolução no modo de entendimento e tratamento da informação pública. Por muito tempo, os dados, informações e documentos públicos eram curados como objetos sigilosos que deveriam ser protegidos pelo Estado e evitado o acesso ao público. Com o surgimento de lei em sentido estrito expresso no inciso I, colocando a transparência como a regra a ser seguida e o sigilo como a exceção, e ainda assim, com clara motivação para a proteção e a expressa previsão legal que defenda a decisão de sigilo, o sentido de entendimento da classificação da informação se inverte em favor agora do cidadão, que passa a ser o proprietário da informação e o Estado apenas seu tutor que deverá fornecer acesso quando solicitado e proteger apenas aquilo que lei expressamente obrigar.

TRANSPARÊNCIA PASSIVA E TRANSPARÊNCIA ATIVA

Ainda sobre artigo 3º da LAI, podemos verificar que, com a alteração do entendimento sobre o caráter público da informação ser agora a regra, colocou para o Estado a obrigação de, toda vez que for solicitada uma informação, este deverá analisar sua concessão primando pela regra do fornecimento e protegendo apenas em casos específicos. Assim ficou expresso o caráter passivo da transparência na administração pública, que se valerá por meio dos pedidos de acesso utilizando-se de meios oficiais para isso como o sistema e-SIC (Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão) da CGU, determinado como canal oficial para este

tipo de pedido (BRASIL, 2015). Transparência passiva define-se então como aquela modalidade de transparência na qual se espera que interessado solicite a informação ao Estado, para que, então, este analise seu caráter público e proceder com a concessão de acesso ou não. É no Capítulo II da LAI que as modalidades de transparência, passiva e ativa, ficam evidenciadas e são melhor apresentadas.

Outra grande evolução foi trazida pelo inciso II do artigo 3º ao prever expressamente que as informações de interesse público não devem apenas ficar sob a guarda do Estado e ser franqueada quando solicitada, mas deve sim serem divulgadas de maneira proativa. Este é o cerne do conceito de transparência ativa, implementada no mesmo ordenamento de forma clara, objetiva e formal em seu artigo 8º. A transparência ativa define-se como a disponibilização da informação de maneira espontânea de modo que o cidadão possa acessá-la independentemente de solicitação. No contexto do inciso II do artigo 3º da LAI, a transparência ativa passa a ser a regra expressa sobrepondo a transparência passiva e colocando a disponibilização da informação de forma proativa para o cidadão encontrar e utilizar sem nem mesmo pedir por isso em status de maior importância do que a simples garantia de cumprimento do direito de petição do artigo 5º da Constituição.

O artigo 8º vai mais longe ao versar que, além da independência de requerimento, a informação de interesse coletivo e geral deverá estar localizada em ambiente de fácil acesso de todos, obrigatória e especialmente por meio dos sites oficiais da internet. Segue então o mesmo artigo citando um rol mínimo de informações que deverão estar dispostas proativamente nos sites dos órgãos públicos. Posteriormente, este rol mínimo obrigatório de informações disponibilizadas on-line é ampliado pela Decreto nº 7.724/2012.

Cabe retornar aqui ao artigo 5º da LAI que traz um sensível aspecto ao demonstrar que mesmo no início da Década de 2010, quando o conceito de experiência do usuário (FERREIRA e VIDOTTI, 2018) e simplificação de serviços (TOSTES, 2018) ainda não eram tão difundidos quanto na atualidade, esses dois princípios já eram fundamentais para o cumprimento do direito à transparência administrativa. Trata-se da determinação de que a informação deve ser disponibilizada, seja ela passiva ou ativamente, *mediante procedimentos objetivos e ágeis*, expressando o caráter adaptado à melhor experiência do usuário quando este solicitar ou tiver contato com a informação, e *de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão*, deixando taxativa a necessidade de que o Estado, ao se comunicar com o cidadão, deve facilitar e garantir a compreensão da informação transmitida.

É possível depreender até aqui então que o direito de acesso à informação pública teve seu surgimento no ordenamento jurídico como direito fundamental no final da Década de 80 com a publicação da atual Constituição Federal, mas apenas quatorze anos depois que pode ser regulamentada a sua aplicação. Mesmo assim, quando da sua regulamentação, esta foi muito bem elaborada por já ser construída no mais alto patamar de transparência ao trazer tanto a transparência

passiva quanto ativa, e por colocar à ativa um status de destaque induzindo ainda à utilização de tecnologias de acesso on-line e que fosse previamente organizada, completa e disponibilizada de forma clara e em linguagem de fácil compreensão, para que pudesse ser consumida pelo interessado.

A modalidade ativa e o aspecto material obrigatório para a transparência colocam o direito de acesso à informação pública no Brasil em posição de destaque quando comparada com legislações de outros países da América ou da Europa. Entende-se aqui como aspecto material da transparência os ditames do artigo 5º da LAI de uso da tecnologia, clareza e facilitação da linguagem na efetivação da transparência.

Canhadas (2018) realizou um estudo no âmbito do direito comparado e analisou em doze países, mais o Brasil, seis aspectos da transparência administrativa, a saber: Transparência Ativa, Transparência Material, Desnecessidade de Motivação, Restrições Por Interesse Público, Restrições Por Interesse Privado e Recursos Contra a Negativa. A comparação foi realizada pela identificação, ou não, dos aspectos acima citados nas legislações dos seguintes países: Espanha, Itália, Alemanha, França, Reino Unido, Hungria, Eslovênia e Suíça, no continente Europeu, e México, Canadá, Estados Unidos da América e Brasil pelo continente Americano. O quadro 1, adaptado de Canhadas (2018), traz um resumo dos achados.

País	Aspectos					
	Restrições por interesse Público	Restrições por interesse privado	Recursos contra a negativa	Desnecessidade de motivação	Transparência Material	Transparência Ativa
Brasil – Lei 12.527/2011	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Chile – Lei 20.285/2008	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
México – Lei de 2002	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
EUA – FOIA Act 5, U.S.C. §552	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Eslovênia – Lei 2003	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Espanha – Lei 19/2013	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Alemanha – Lei de 2005	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Canadá	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Hungria – Lei XIII de 1992	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
França – Lei 78-753/1978	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Reino Unido – FOIA de 2000	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Suíça – Lei de 2004	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Itália – Lei 241/1990	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não
Níveis de Transparência						
	■ Baixo	■ Moderado	■ Alto			

Quadro 1 - Transparência Administrativa no Direito Comparado.

Fonte: Adaptado de Canhadas (2018).

A partir do quadro 1 é possível verificar que a legislação brasileira sobre transparência administrativa é uma das mais avançadas contemplando todos os principais aspectos em seu texto juntamente com as do Chile, México, Estados Unidos da América, Eslovênia e Espanha. Depois viriam Alemanha, Canadá e Hungria com a falta de um dos seis aspectos. Em seguida França, Reino Unido e Suíça, com dois aspectos faltantes. E por fim, a Itália que apresenta apenas a metade dos aspectos relacionados à transparência em sua legislação.

Mais interessante se faz observar quais os aspectos da transparência são mais ausentes na legislação mundial. Verificou-se com o Quadro 1 que os aspectos que apresentaram-se como faltantes em alguma das legislações foram: “Desnecessidade de motivação”, que se refere à obrigatoriedade ao interessado de explicar o motivo da solicitação daquela informação; “Transparência material”, facilidade na disponibilização, construção e inteligibilidade do conteúdo; e “Transparência ativa”. Sendo esses dois últimos os menos observados.

Concluimos então a partir destas análises que os aspectos da transparência administrativa que ainda necessitam de maior reforço no mundo são os previstos no artigos 5º e 8º da Lei de Acesso à Informação brasileira. A transparência ativa é a previsão legal que objetiva facilitar o acesso à informação pública deixando esta já disponível para que o cidadão a encontre e a utilize, sem necessidade de solicitação formal. Já a transparência material é a instituição do dever de simplificar o acesso à informação por meios tecnológicos e pela utilização de linguagem que permita a compressão por qualquer interessado.

Mesmo o Brasil apresentando-se como referência mundial de transparência ativa, muito ainda há que se fazer para efetivar este direito internamente. Ainda é grande a diferença em transparência ativa entre os Poderes da Federação, estando o Poder Executivo mais aberto ao controle social e os Poderes Legislativo e Judiciário mais fechados, e maior discrepância ainda é encontrada se analisarmos comparativamente a transparência ativa entre os órgãos das esferas Federais, Estaduais e Municipais, estando os municipais bastante distante da concretização deste direito (SENHORAS e SENHORAS, 2018). A figura 1, retirada do trabalho de Senhoras e Senhoras (2018) demonstra em um mapa o perfil de transparência ativa em Estados e Municípios Brasileiros.

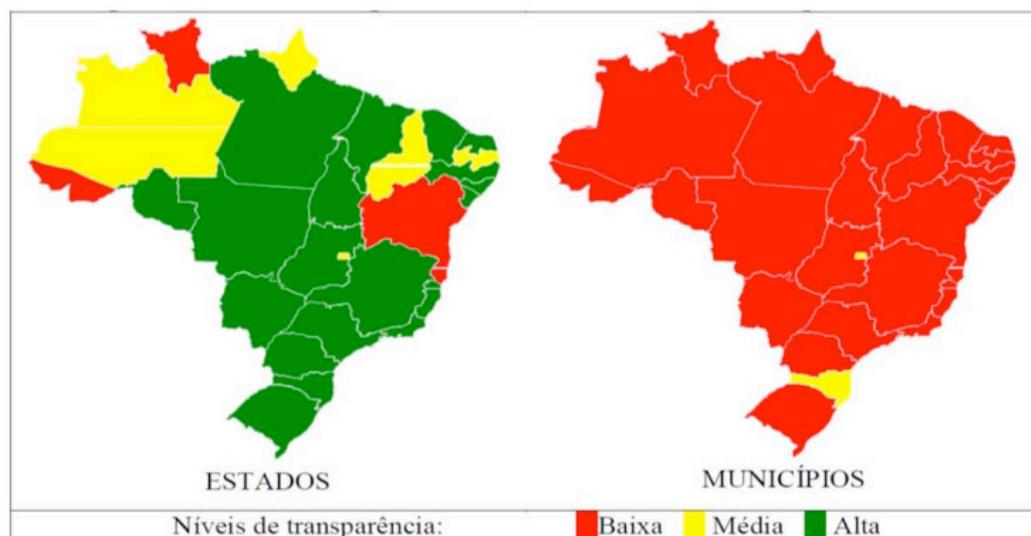


Figura 1 – Perfil da Transparência Ativa em Estados e Municípios Brasileiros.

Fonte: Retirado de Senhoras e Senhoras (2018)

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA TRANSPARÊNCIA ADMINISTRATIVA

O princípio da Publicidade presente no artigo 37 da Constituição Federativa trouxe consigo a expressão da necessidade de a Administração Pública comunicar-se com o cidadão garantindo-lhe transparência de seus atos. Carmem Lúcia Antunes Rocha (1994) afirma que não é possível ao cidadão exercer seus direitos políticos sem saber o que ocorre no Estado, colocando valor superior ao princípio da publicidade para efetividade da Democracia.

Ao falarmos então em publicidade nas ações do Estado, estamos tratando também do modo como a Administração Pública se comunica com a sociedade. A imposição do princípio da publicidade e da Lei de Acesso à Informação, impôs também a necessidade de se analisar o modo por meio do qual a Administração Pública se comunica com a população interessada em suas informações e em como irá divulgá-las.

Em estudo publicado por Silveira (2016) foi realizada uma análise minuciosa dos elementos da comunicação e as funções da linguagem expressos na Lei de Acesso à Informação. O autor concluiu em seu trabalho que a função da linguagem ideal para a comunicação entre o poder público e a sociedade é a função descritiva ou referencial. Segundo Carvalho (2008), a função descritiva, referencial ou informativa da linguagem, como também é chamada:

é o veículo adequado para a transmissão de notícias, tendo finalidade de informar o receptor da mensagem sobre situações objetivas que ocorrem no mundo fenomênico.

Além de trazer discussão sobre as funções da linguagem, Silveira (2016) analisa

à luz dos elementos da linguagem (emissor, mensagem, destinatário, canal, código e contexto) como estes componentes da interação se manifestam na Lei de Acesso à Informação. O emissor se apresenta na figura do Estado. A mensagem é toda informação ou documento, sejam eles públicos ou sigilosos. O destinatário é todo e qualquer interessado. O contexto, ou referente, são as informações de interesse pessoal ou coletivo.

De acordo com o artigo 5º da LAI, o fornecimento da informação deve se dar mediante procedimentos ágeis, de forma transparente, com mensagem clara em linguagem de fácil compreensão. Aqui, apesar da expressa determinação da simplificação da informação, deixou-se discricionário à Administração definir códigos de comunicação com o interessado, desde que sejam simples e inteligíveis à maioria dos seus interlocutores.

Neste contexto, outro importante elemento com discricionariedade do Estado para gerir a comunicação é o canal ou contato. Este, expresso no artigo 3º da LAI, trouxe aos órgãos e entidades públicas a obrigação de utilização de canais específicos de transmissão das mensagens e disponibilização em transparência ativa, sempre que possível utilizando-se dos meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação e em sítios de web. O artigo 7º da LAI obrigou o Estado a informar os canais e meios para obter a informação e o artigo 9º trouxe a necessidade de criação de canal presencial de atendimento ao cidadão, os Serviços de Informação ao Cidadão.

AÇÕES DE UM ÓRGÃO PÚBLICO PARA EFETIVAÇÃO DO DIREITO À INFORMAÇÃO – CÓDIGOS E CANAIS

De forma a exemplificar e apresentar a aplicação da transparência administrativa, recorreremos à demonstração das experiências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). A Agência criada em 26 de janeiro de 1999 pela Lei 9.782 (BRASIL, 1999) é uma autarquia sob regime especial que tem por finalidade promover a proteção da saúde da população, por intermédio do controle sanitário da produção e consumo de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados, bem como o controle de portos, aeroportos, fronteiras e recintos alfandegados.

São vários os canais de comunicação que a Agência oferta ao cidadão. Para o atendimento, a Anvisa adota seis principais canais: Telefônico – prestado por serviço de discagem direta gratuita (0800 642 9782) que atende a esclarecimento de dúvidas gerais sobre os serviços do órgão; Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) – serviço de atendimento presencial a qualquer cidadão na sede do órgão para esclarecimentos de dúvidas e pedidos de acesso à informação; Formulário Eletrônico (Fale Conosco)

– para atendimento on-line por escrito quando as informações solicitadas são mais técnicas e necessita de envio de documentos digitais; Audiências a particulares (Parlatório) – espaço para audiências virtuais ou presenciais com empresas, estrangeiros e demais interessados em algum assunto de competência da Anvisa; e-SIC – Sistema da CGU para recebimento, tramitação e resposta aos pedidos de acesso à informação com base na LAI; e, por fim, a Ouvidoria (ouvidori@tende) – canal específico para o recebimento, proposição interna de soluções e resposta ao cidadão sobre denúncias, reclamações, sugestões, solicitações e elogios. Todos esses canais possuem orientações de uso no portal da Anvisa (portal.anvisa.gov.br). A Tabela 1 demonstra a quantidade de atendimentos realizados em cada canal no ano de 2018.

Canal de Atendimento	Total de Atendimentos	%
Telefônico (0800 642 9782)	310.362	72,09%
Formulário Eletrônico (Fale Conosco)	87.480	20,32%
Ouvidoria (ouvidori@tende)	27.701	6,43%
Serviço Eletrônico de Informação ao Cidadão (e-SIC)	2.415	0,56%
Audiências a particulares (Parlatório)	2.070	0,48%
Serviço de Informação ao Cidadão (SIC-Anvisa)	489	0,11%
Total de Atendimentos	430.517	100,00%

Tabela 1. Total de atendimentos realizados por canal no ano de 2018.

Fonte: elaborada pelo autor a partir de relatórios internos de gestão.

Verifica-se a partir da Tabela 1 que os canais de atendimento Telefônico e o Formulário Eletrônico on-line são a preferência para se contactar o órgão, e os que envolvem atendimento presencial, os menos requisitados. Cabe destacar aqui que estes canais apresentados na Tabela 1 são todos relacionados, conceitualmente, à transparência passiva, ou seja, espera-se que o cidadão entre em contato com o órgão e solicite a informação desejada para que esta possa ser buscada, avaliada e franqueada. A Agência passou a disponibilizar desde o final de 2019 o serviço de Webchat, que se trata de um sistema que permite aos usuários a comunicação escrita *online*, em tempo real, com os atendentes da Central de Atendimento. No entanto, até a data de elaboração do presente artigo, não havia ainda dados consolidados sobre os atendimentos prestados.

Mesmo assim, a satisfação com o serviço apresenta-se como alta. O estudo anual de satisfação do usuário com o atendimento prestado pela Central (0800), que representa os atendimentos Telefônicos e o Formulário Eletrônico, apresentam índices crescentes de satisfação e de mais de 85% no ano de 2018 (BRASIL, 2019). O mesmo estudo apoutou também um dado bastante importante que reflete a

preferência do cidadão pelos canais digitais quando tentam contato com um órgão público. Verificou-se que, em mais de 85% dos participantes da pesquisa (uma amostra de 114.922 entrevistados que tiveram contato com a Central de Atendimento no ano de 2018), antes de contatar a Central, buscou a informação no Portal da Agência.

Outros canais utilizados pela Anvisa, são: canal oficial geral no YouTube (audiovisualanvisa), com apresentações gerais e as reuniões públicas da Diretoria Colegiada, e canais específicos sobre os temas da Agência como os Seminários Virtuais – Webinar Anvisa – que objetivam levar conhecimento de forma ativa daqueles assuntos mais demandados à Agência e que permite a interação por chat ao vivo (<http://portal.anvisa.gov.br/webinar>) e o Papo Expresso (falas de até 2,5 minutos sobre assuntos gerais do órgão) (papoexpressoanvisa). Há também a Rádio Anvisa com entrevistas de temas variados (<https://soundcloud.com/anvisaoficial>).

Além desses canais apresentados acima, a Agência se comunica também com o cidadão de maneira ativa por meio das mídias sociais. Os canais atualmente disponibilizados são o do LinkedIn (Anvisa); o Facebook (@anvisa_oficial); o Instagram (@anvisaoficial); e o Twitter (@anvisa_oficial). Esses três últimos com a particularidade de permitir maior flexibilidade no uso de códigos de comunicação mais adaptáveis ao público a que se dirige dependendo do assunto que é tratado. De acordo com o Relatório de Gestão da Anvisa, a utilização das mídias sociais e do canal da Agência no YouTube tem apresentado significativo crescimento em seguidores e acompanhamento das publicações (BRASIL, 2019).

No portal da Agência (<http://portal.anvisa.gov.br/>) é possível ainda acessar sistemas para consultas a situação de documentos e produtos, consultar toda base de conhecimento do órgão que alimenta a Central de Atendimento 0800, bases de dados em formato aberto, painéis analíticos com informações sobre os diversos objetos da Agência, acesso às Consultas Públicas em andamento, entre outros, todos objetivando o cumprimento das obrigações de transparência ativa.

Destacamos também que, conforme o Decreto 7.724/2012 em seu artigo 7º, parágrafo 3º, os órgãos devem cumprir obrigações mínimas de transparência ativa colocando em seus Portais um rol de informações disponibilizadas constante e regularmente, que recebem o título de “Acesso à Informação” no caso da Anvisa e são publicizadas ativamente informações de licitações e contratos, servidores, canais de atendimento, quem-é-quem, entre outros.

CONCLUSÃO

Para fazer valer o direito de acesso à informação pública o legislador teve que criar obrigações à Administração para atendimento e resposta quando recebidos

pedidos de acesso, tipificando a transparência passiva. No entanto, vimos que a transparência ativa tem se mostrado como a mais promovedora do princípio de publicidade, também previsto na Carta Magna. Quando analisamos diferentes legislações mundiais e sua abrangência quanto ao direito de acesso à informação, verificamos que os aspectos mais aviltados são justamente o da desnecessidade de motivação para fazer um pedido, a transparência material e a transparência ativa, ou seja, mesmo ofertando o direito de acesso, em muitos países ainda se avalia os motivos do pedido para decisão de concessão, não obriga que a informação seja organizada com códigos de comunicação que a tornem clara e de fácil compreensão, e não responsabiliza o Estado em levar proativamente a informação aos seus administrados.

A transparência passiva já é um grande avanço no direito fundamental público, mas este gera um custo grande para a Administração, na disponibilização de diversos canais de atendimento para acolhimento, processamento e entrega das informações solicitadas, e para o administrado, na burocracia para realizar um pedido e aguardar pela resposta. É neste contexto que se reforça a importância da transparência ativa tanto para o destinatário (cidadão), que não necessita executar um ato formal para solicitação de informação que já é de natureza pública, quanto para o emissor da informação (Administração), que ao disponibilizar ativamente toda informação pública, desonera seus canais de atendimento e o esforço do servidor público nas repetidas atividades de geração de estratos e cópias de documentos e informações que já poderiam estar publicizadas. É certo que a necessidade e o custo para a execução da transparência passiva pelos órgãos públicos vêm da sua pouca evolução na utilização dos códigos e canais de transparência ativa.

Tentou-se aqui reforçar a importância da Comunicação Social para o cumprimento do princípio da transparência administrativa. O estudo dos códigos, canais e funções da linguagem se mostraram fundamentais para estabelecer contato e se fazer inteligíveis com o cidadão requerente de informações. A função descritiva, referencial ou informativa apresenta-se como a mais adequada nos atos de comunicação do Estado com o cidadão, visto que sua função no atendimento à demanda do requerente é informar, ou seja, transmitir uma notícia.

Já em se tratando de códigos e canais utilizados na comunicação entre a Administração e o administrado, observamos que há ainda muito espaço para estudo e desenvolvimento de estratégias que melhor garantam a boa comunicação. Vemos a sociedade atual, na era da informação, cada vez mais ampliando seus canais de consulta, relacionamento e trabalho para formas mais tecnológicas e que permitam o auto-atendimento e autoconsumo da informação, sem depender de solicitações ou de terceiros para ter acesso aos conteúdos que pretende consumir. Ademais, os códigos de comunicação não se resumem mais à utilização da norma culta da língua

portuguesa. Vemos hoje, tanto jovens quanto adultos, utilizando-se de tecnologias em tela ou virtuais para consumir conteúdos e buscando a independência nesta ação. Neste contexto, a transparência ativa apresenta-se como imperativa juntamente com a tecnologia da informação para a concretude do princípio da publicidade dos atos públicos.

Há um movimento que aflora na atualidade no Brasil, apesar de já antigo no mundo, que é o da linguagem simples em comunicações sociais. O movimento mundial de linguagem clara e simples e sua utilização em ambiente de e-gov tem se popularizado no País e demonstra-se como importante movimento que objetiva tornar as comunicações que o governo estabelece com o cidadão mais simples e eficaz. Este trabalho é encabeçado pela pesquisadora Heloisa Fisher que recentemente publicou o livro “Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania” (Fisher, 2018), que, apesar de focar em linguagem em ambiente web, serve para qualquer formato de comunicação de governo com o cidadão e demonstra como a comunicação simples pode melhorar resultados.

O desafio, então, é transformar o direito de acesso à informação e transparência pública em estratégias de comunicação social. Este campo de estudo e prática não deve ficar apenas no âmbito do direito, mas sim, deve ser objeto de investigação e promoção de novos códigos e canais, temas de trabalho típicos da comunicação social. Faz-se então necessário identificar quais são os códigos e canais que a sociedade mais está buscando quando deseja se comunicar e atualizar a administração pública nesse novo padrão de comportamento interacional que o cidadão espera. O Estado deve se aproximar da sociedade para melhor se comunicar com ela e, então, facilitar ao cidadão a possibilidade do efetivo exercício do controle do Estado, pilar do Estado Democrático de Direito.

REFERÊNCIAS

BRASIL. [Constituição (1998)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**: Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas constitucionais n.s 1/1992 a 96/2017, pelo Decreto Legislativo n. 186/2008 e pelas Emendas constitucionais de revisão n.s 1 a 6/1994. 52 ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara. 2017.

_____. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Pesquisa de Satisfação da Central de Atendimento da Anvisa Relatório Resultados Finais 2018. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/politica-de-atendimento>. Acesso em 30 de jun. 2019a.

_____. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Relatório de Gestão 2018**. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/281258/2941545/Relat%C3%B3rio+de+Gest%C3%A3o+Anvisa+2018/08bada09-d3a3-47b7-80fb-ebe08f7fae3e>. Acesso em: 30 de jun. 2019b.

_____. **Decreto nº 7.724, de 16 de maio de 2012**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7724.htm. Acesso em: 28 jun. 2019.

_____. **Lei Complementar nº 131, de 27 de maio de 2009.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp131.htm. Acesso em: 28 jun. 2019.

_____. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 28 jun. 2019.

_____. **Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9782.htm. Acesso em: 30 de jun. 2019.

_____. **Portaria Interministerial nº 1.254, de 18 de maio de 2015.** Disponível em: file:///D:/Downloads/150519_port_intermin_1254.pdf. Acesso em: 28 jun. 2019.

CANHADAS, Fernando Augusto Martins. **O direito de acesso à informação pública: o princípio da transparência administrativa.** 1. Ed. – Curitiba: Appris, 2018.

CARVALHO, Paulo de Barros. **Direito tributário, linguagem e método.** São Paulo: Noeses, 2008.

FERREIRA, Ana Maria Jensen Ferreira da Costa e VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. **Contribuições da experiência do usuário para a arquitetura da informação.** 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/157487>>.

FISHER, Heloisa. **Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania.** 1ª Edição. Com Clareza, Rio de Janeiro, 2018.

ROCHA, Cármem Lúcia Antunes. **Princípios constitucionais da administração pública.** Belo Horizonte: Del Rey, 1994.

SILVEIRA, Mateus Camilo Ribeiro. **O dever de publicidade administrativa e os elementos da comunicação.** Revista CEJ, Brasília, Ano XX, n. 69, p. 102-111, maio/ago. 2016.

TOSTES, Anjuli. **Código de defesa do usuário do serviço público: anotações sobre a Lei 13.460/2017 e normas regulamentadoras.** F B da Silva Livros Recife. Edição do Kindel. 2018.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Abbas kiarostami 103, 104, 105, 107, 109, 110, 112, 113, 114, 115
Alike 277, 279, 280, 281, 282, 283
Análise de conteúdo híbrida 89, 90
Análise do discurso 76, 79, 82
Assédio 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 258, 259
Assistência social 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62
Ativismo online 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195

B

Binge watching 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228

C

Chantal akerman 230, 231, 233, 234, 236, 237, 238, 239, 240
Cibercultura 4, 87, 101, 139, 141, 142, 143, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 157, 182, 183, 267, 276, 285
Cinema intelectual 230, 231, 232, 235, 239
Cinema iraniano 103, 104, 109, 111, 114
Close reading 277, 280, 284
Clube da alice 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124
Compras online 116, 121
Comunicação 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 23, 27, 30, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 65, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 113, 116, 119, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 141, 143, 144, 147, 148, 149, 150, 151, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 165, 166, 167, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 179, 181, 182, 184, 185, 187, 188, 194, 195, 196, 197, 202, 213, 215, 216, 222, 223, 229, 241, 248, 249, 253, 261, 262, 264, 266, 274, 278, 279, 283, 285
Comunicação mercadológica 92, 126, 127, 135, 137
Comunicação organizacional 89, 90, 91, 101, 103, 136, 137, 167, 184, 195
Comunicação política 61, 103
Conar 152, 153, 154
Conhecimento 18, 19, 23, 25, 31, 38, 41, 45, 55, 72, 76, 79, 80, 89, 90, 91, 93, 97, 100, 127, 142, 143, 144, 147, 150, 171, 172, 173, 174, 176, 182, 188, 198, 208, 210, 222, 255, 261, 275, 277, 285
Consumidor 2, 7, 30, 127, 128, 141, 143, 144, 146, 149, 150, 151, 154, 195, 221, 265, 266, 267, 275, 285
Consumo 5, 7, 48, 58, 70, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 126, 127, 130, 135, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 149, 150, 151, 152, 153, 201, 212, 215, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 245, 251, 257, 261, 264, 267, 268, 271, 275, 285
Convergência 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 40, 42, 47, 48, 49, 50, 195, 264, 265, 266, 267, 272, 275, 276

Cortes na educação 76, 79, 82, 83, 84, 85
Cultura popular 126, 127, 128, 129, 130, 134, 135, 138, 241, 245, 275
Curitiba 75, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 151, 195, 207

D

Democracia 52, 53, 57, 60, 61, 65, 69, 77, 78, 144, 158, 161, 186, 205
Dogmatismo 14
Dogmatização na linguagem 14, 15, 25

E

Engenharia genética 169, 170, 179
Ética 33, 55, 65, 152, 153, 159, 169, 178, 179, 181, 182, 203

F

Facebook 6, 56, 72, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 93, 94, 98, 101, 116, 117, 119, 120, 121, 124, 149, 150, 164, 251, 252, 254, 262, 263
Ficção seriada 217, 218, 264, 265, 266, 267, 268, 271
Folkcomunicação 126, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 137, 139
Folkmarketing 126, 128, 130, 131, 135, 136, 137, 139
Forma e conteúdo 30, 230, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 242
Fotografia 30, 198, 204, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 278
Fotografia de família 207, 208, 209, 210, 213, 215

G

Gaby amarantos 241, 242, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250
Gaúchazh 1, 5, 6, 8, 9, 12

H

Habitus 135, 207, 209, 210, 213, 214, 215
Hashtag 184
He jiankui 169, 170, 177, 178
Humans of New York 251, 252, 253, 254, 256, 257, 261, 262

I

Identidades 44, 86, 144, 180, 187, 207, 213, 248, 249, 250
Imaginário 3, 30, 32, 38, 91, 196, 199, 201, 212, 216, 242, 278
Interatividade 3, 46, 141, 142, 143, 146, 147, 148, 149, 150, 165, 172, 177, 178, 183, 277, 279, 280, 281, 282, 283

J

Jornalismo 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 50, 51, 133, 134, 196, 206, 251, 252, 253, 255, 256, 262, 285
Jurunas 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250

L

Lei de acesso à informação 63, 64, 65, 68, 69, 70

M

Manifestação artística cultural 103

Maratona 217, 221, 224, 228

Mídia 4, 5, 12, 14, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 44, 45, 46, 47, 50, 57, 60, 77, 82, 86, 88, 101, 118, 132, 135, 141, 143, 147, 150, 155, 159, 162, 163, 168, 189, 195, 205, 218, 221, 222, 239, 241, 246, 248, 250, 264, 266, 267, 277, 278, 279, 283, 285

Mitologia 196, 203

N

Narrativa 16, 18, 35, 109, 148, 212, 217, 226, 234, 246, 251, 254, 255, 256, 258, 260, 261, 262, 264, 265, 269, 270, 271, 272, 274, 275, 276, 277, 279, 281, 283

P

Parintins 126, 127, 128, 129, 131, 132, 137, 138

Pesquisa exploratória 217, 228

Popularização da ciência 169, 170, 173, 174, 175, 176, 181, 182

Pós-verdade 196, 197, 198, 206

Produção de conteúdo 3, 7, 8, 40, 41, 45, 47, 48, 49, 50, 89, 101, 267

Publicidade infantil 152

R

Rádio 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 72, 96, 171, 266

Redações convergentes 40, 41, 51

Regionalização 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51

Residência hill 264, 265, 268, 269, 270, 271, 275, 276

S

Serguei eisenstein 230, 239

Sites de redes sociais 76, 79, 87

Streaming 217, 220, 222, 223, 229, 264, 265, 266, 267, 268, 271, 275

T

Tecnologia 6, 45, 65, 67, 70, 74, 88, 98, 124, 126, 127, 142, 143, 151, 158, 171, 172, 174, 176, 178, 180, 182, 183, 210, 212, 239, 241, 242, 244, 248, 266, 268, 278, 279

Transparência 57, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 159, 170

Twitter 72, 76, 78, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 116, 150, 184, 185, 186, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 204, 254

U

Universidades federais mineiras 89

Uso e gratificações 217, 218

V

Violência 27, 28, 29, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 44, 95, 181, 187, 192, 200, 254, 258

Visibilidade 31, 38, 60, 89, 90, 91, 93, 97, 100, 101, 109, 184, 185, 188, 195

 **Atena**
Editora

2 0 2 0