

## **Acesso à informação e comunicação pública: o elo entre essas duas dimensões<sup>1</sup>**

LANHI, Caroline Surdi<sup>2</sup>

ROSA, Inês Maria de Lima<sup>3</sup>

TAVARES, Débora Cristina<sup>4</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso, Mato Grosso, MT

### **Resumo**

Este trabalho se propõe a discutir os desafios da efetivação da transparência no Brasil a partir da adoção de uma política de comunicação pública por parte das instituições governamentais. Sancionada em 2011, a Lei de Acesso à Informação (LAI) instituiu a internet como porta de acesso às informações públicas no país, o que possibilitaria – em tese – o fortalecimento da transparência e da cidadania, bem como o diálogo entre Estado e cidadãos. Nesse contexto, discute-se como a adoção de uma política de comunicação pública, que tem entre suas diretrizes o compromisso a transparência, poderia contribuir para a aproximação entre Estado e cidadão, proporcionando de fato a apropriação social da informação. Parte-se do pressuposto de que a transparência se efetiva na comunicação e não apenas do acesso à informação.

**Palavras-chave:** comunicação pública; transparência; portais da transparência; acesso à informação.

### **Introdução**

Sancionada em novembro de 2011, a Lei de Acesso à Informação (LAI), Lei nº 12.527, chegou para a sociedade brasileira como sendo a porta de acesso para a transparência no país. A partir dela, seria possível acessar boa parte dos dados governamentais e, dessa forma, controlar mais de perto o poder público, caminhando para o fortalecimento da cidadania. Havia também uma expectativa de que o Estado, a partir

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Políticas e Estratégias de Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Estudos de Cultura Contemporânea, ECCO-UFMT, e-mail: [caroline.lanhi@gmail.com](mailto:caroline.lanhi@gmail.com).

<sup>3</sup> Mestranda em Estudos de Cultura Contemporânea, ECCO-UFMT, e-mail: [ines.rosabsb@hotmail.com](mailto:ines.rosabsb@hotmail.com).

<sup>4</sup> Professora doutora, da Faculdade de Artes e Comunicação, FAC-UFMT, e-mail: [dedetavares@gmail.com](mailto:dedetavares@gmail.com).

dessa lei, se comunicasse mais e melhor (GERALDES; SOUSA, 2013), como parte do processo de democratização da comunicação.

O Brasil foi o 90º país do mundo a adotar uma legislação para regulamentar o acesso a dados públicos. Mas o movimento pela abertura da “caixa preta” da administração pública iniciou ainda na década de 80, enquanto parte do processo de democratização do país. Em 1988, os apelos democráticos tomaram forma na Constituição Federal Brasileira, que traz em seu artigo 5º, inciso XXXIII<sup>5</sup>, o direito do cidadão de receber informações de órgãos públicos.

Mais de 20 anos se passaram para que o texto constitucional recebesse a devida regulamentação: a LAI. E a lei “pegou”? A princípio podemos dizer que sim, pelo menos no que tange o aspecto legal, de cumprimento da legislação. Com a obrigatoriedade do Portal Transparência<sup>6</sup>, definido pela legislação como a principal ferramenta de acesso aos dados públicos, estados, municípios e União, tanto executivo quanto legislativo e judiciário, precisaram adequar suas plataformas à nova legislação.

A Escala Brasil Transparente (EBT) – Avaliação 360º<sup>7</sup> – realizada pelo Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União – busca verificar o grau de cumprimento de dispositivos LAI e de outros normativos sobre transparência nos Estados e no Distrito Federal, além de todos os municípios com mais de 50 mil habitantes. Executada e divulgada em 2018<sup>8</sup>, a Avaliação 360º revelou que 22 estados e o Distrito Federal (85% das UF) tiveram nota acima de 7. Para chegar a esse resultado, a CGU mapeou como governos estaduais e municipais publicam na internet os dados sobre receitas e despesas, licitações e contratos, estrutura administrativa, obras públicas, lista de servidores, entre outros.

Mas pouco se fala da perspectiva comunicacional da Lei de Acesso à Informação, a não ser pela existência do Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão

---

<sup>5</sup> “Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado” (BRASIL, 1988).

<sup>6</sup> Portal eletrônico obrigatório aos organismos sujeitos à LAI, no qual devem constar informações de interesse público e coletivo produzidas ou mantidas por entidades públicas, independentemente de requerimentos ou pedidos de informação.

<sup>7</sup> De acordo com o ministério, diferentemente das avaliações anteriores, a EBT – Avaliação 360º trabalha com outra metodologia, que não se limita à transparência passiva, incluindo também a transparência ativa. Disponível em: <<https://www.cgu.gov.br/noticias/2018/12/cgu-divulga-nova-avaliacao-de-transparencia-em-estados-e-municipios-brasileiros>>

<sup>8</sup> A aplicação da EBT – Avaliação 360º ocorreu entre julho e novembro de 2018, distribuída em três fases distintas: Avaliação, 1ª Revisão e 2ª Revisão. As notas dos entes foram calculadas pela soma de dois critérios: Transparência Passiva (50%) e Transparência Ativa (50%).

(e-SIC), que permite o encaminhamento de pedidos de acesso a informações. Bastam apenas alimentar os portais com as informações consideradas obrigatórias pela LAI e responder aos pedidos de informação dentro do prazo estipulado pela Lei 12.527/2011? Ao promover a abertura do governo, a LAI também teve como propósito estimular e estreitar o diálogo entre estado e sociedade, a comunicação, fortalecendo o controle social, a cidadania e a democracia. Tanto que definiu a rede mundial de computadores como sendo a porta de entrada para isso, considerando o perfil democrático da internet, o crescente acesso da população a essa ferramenta e as inúmeras possibilidades de participação e interação oferecidas por esse meio.

Lançamos então uma reflexão sobre adoção de uma política de transparência que considere a comunicação pública, que tem entre suas diretrizes o compromisso com o cidadão e com a transparência, de modo a contribuir para a aproximação e abertura do Estado junto ao cidadão, proporcionando de fato a apropriação social da informação. Partimos do entendimento de que a transparência vai além da disseminação de informações, estando diretamente ligada à comunicação, que é uma via de mão dupla, em que todos os interlocutores são atores e vivem uma experiência comunicacional.

Desafios existem, entre eles a dificuldade do Estado de conceber a comunicação pública como política perene, independente de gestões, bem como os interesses eleitoreiros que permeiam as estratégias de comunicação adotadas por muitas instituições governamentais no Brasil.

### **Comunicação pública: percurso histórico**

Definir o termo comunicação pública ainda é um grande desafio no campo da Comunicação Social no Brasil. É recorrente a confusão que se estabelece entre as noções de comunicação governamental e comunicação pública, prevalecendo a noção de comunicação governamental e, quando não, a noção de comunicação política. Entre os pioneiros nesta área, Zemor (2009) se refere à comunicação pública como a troca e a partilha de informações de utilidade pública. Conforme o autor, a comunicação pública deve informar o cidadão, levar a ele o conhecimento, prestar contas das ações públicas junto à sociedade, ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e promover o debate público.

Já na visão de Brandão (2009, p.09) o conceito precisa ir além. Assim a comunicação pública poderia ser definida como “um processo comunicativo que se

---

instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”.

Esse conceito vai ao encontro do entendimento de Matos (2009, p. 06), a qual defende que “a comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação, no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo construídos em uma esfera pública inclusiva e participativa”. Nesse sentido, a ideia que nortearia um conceito de comunicação pública é a de inclusão dos atores sociais emergentes na esfera pública. Atores estes (MATOS, 2006; 2009) com capacidade para debater e formular propostas que beneficiem a sociedade:

A comunicação pública exige a participação da sociedade e seus segmentos. Não apenas como receptores da comunicação do governo e de seus poderes, mas também como produtores ativos do processo. Ele inclui, portanto, o Terceiro Setor, a Mídia e o Mercado como agentes e instâncias institucionais, mas igualmente os outros agentes – estejam eles vinculados ou não a instituições ou associações formais (MATOS, 2009, p. 06).

Para Jorge Duarte (2009), independentemente de consenso quanto a uma definição, os diferentes significados de comunicação pública têm um ponto em comum: a defesa do interesse público. Assim, defende que a comunicação pública deve ser compreendida com um sentido mais amplo do que simplesmente informar,

[...] deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo (DUARTE, 2009, p. 64).

A fim de sistematizar as discussões acerca do conceito de comunicação, Duarte (2010) apresenta algumas categorizações, considerando as esferas governamental, política e pública. Ele chama de comunicação governamental aquela que se refere aos fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo os gestores e a ação do Estado e a sociedade. Nesse caso, o Estado é compreendido como o conjunto das instituições ligadas ao Executivo, Legislativo e Judiciário, que inclui empresas públicas, institutos, agências reguladoras e exército.

Já por comunicação política, continua o autor, entende-se todo discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública em relação a ideias ou atividades que tenham a ver com poder político, relacionado ou não a eleições.

---

Finalmente, sobre comunicação pública, Duarte (2010) a descreve como aquela que diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionados aos temas de interesse coletivo. Afirma que o campo da comunicação pública busca descobrir as possibilidades comunicacionais entre as instituições e a sociedade, de forma que esta troca de informações seja voltada para o interesse público e o alcance da cidadania.

A dificuldade de se estabelecer conceitos e limites remonta ao contexto político brasileiro desde a década de 1940, conforme Matos (1999). Em 1939, é criado pelo então presidente Getúlio Vargas o Departamento de Imprensa e Propaganda, que substituiu o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC-1934), antecedido pelo Departamento Oficial de Propaganda (DOP). Ambos buscavam legitimar a propaganda estatal.

Durante o governo do general Médici (1969-1974), conhecido como “os anos de chumbo da ditadura”, foi criada a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP). A repressão à oposição ao governo, o cerceamento à liberdade de imprensa e a utilização maciça de campanhas de propaganda para promover o regime militar deram origem à campanha "Brasil, ame-o ou deixe-o".

Mais tarde, no início dos anos 1980, foi criada a Secretaria de Comunicação, por João Figueiredo (1979 a 1985). Até então, as atribuições de planejamento, execução e controle, inclusive dos contratos de publicidade e da comunicação social de governo, cabiam à Radiobrás.

Quando o país inicia o processo de redemocratização, no governo de José Sarney, abre-se espaço nas veiculações televisivas gratuitas, para envolvimento dos telespectadores. Na sequência, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso (1995 – 2003), é criado o Plano de Comunicação Institucional, cujos objetivos eram: divulgar sistematicamente a agenda administrativa do Governo; regionalizar a mídia e a mensagem em todas as campanhas de propaganda e ações promocionais e integrar as ações de propaganda, imprensa e relações públicas.

Na análise de Matos (1999, p.03), os governos civis pareciam conceber a tarefa comunicacional como ação exclusiva da comunicação política, como produto da publicidade ou das estratégias de marketing, visando resultados imediatos na promoção dos atos de governo. Até então, a comunicação não era entendida como processo de reconstrução da cidadania.

---

Apenas no mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, observa Brandão (2007), a comunicação pública no país ganha outra envergadura. Nesse momento, a noção de cidadania é introduzida no Poder Executivo e a “preocupação com a preparação dos técnicos do executivo para fazer a comunicação pública levou à realização de vários cursos (...) e à proposição de criação da função de Gestor da Comunicação Pública” (BRANDÃO, 2007, p.11).

Em 2008, é criada a Empresa Brasileira de Comunicação, com o objetivo de fortalecer o sistema público de comunicação em âmbito nacional. Os serviços visavam oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de importância nacional e internacional; desenvolver a consciência crítica do cidadão por meio de programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; e fomentar a efetiva construção da cidadania. A concepção e criação da EBC significou, pelo menos em princípio, um passo para a consolidação de uma política de comunicação pública.

Mas ao que parece, ainda são poucos os avanços obtidos no percurso de tornar a comunicação pública uma prática comum. Claro que devemos considerar que se trata de uma discussão relativamente recente no Brasil, tanto que no campo teórico ainda se busca definir o que é a Comunicação Pública.

Visto isso, Duarte (2011, p.132) propõe a noção de eixos, os quais devem nortear comunicação pública no Brasil. O primeiro deles seria transparência, considerando o compromisso com a atuação responsável no trato com as questões públicas: oferta de informações, estímulo ao acesso, facilitação da fiscalização, prestação de contas, além da incorporação de valores éticos por todos os agentes públicos envolvidos no processo de comunicação pública.

O acesso é outro eixo definido pelo autor, para que a população tenha facilidade de obter informações, seja estimulada e orientada a buscar informações, dar opiniões e fiscalizar. O autor não trata apenas da disponibilidade de dados e atendimento ao público, mas também de uma prática comunicacional que inclui linguagem adaptada, layout diferenciado, diversidade de formatos, mídias, fluxos que permitam a interação – outro eixo proposto pelo autor (DUARTE, 2011, p.132). A interação estaria ligada à criação, manutenção e fortalecimento de instrumentos de comunicação que viabilizem fluxos bi ou multilaterais. “Ambientes e situações que permitam estimular e viabilizar o acesso, a compreensão, cooperação, participação e a crítica”.

---

E nesse processo de construção de uma comunicação pública, Duarte (2011) vai além, propondo como eixo o que ele chama de “ouvidoria social”: um canal para o atendimento das expectativas da sociedade, entendendo que o as motivações, interesses e propostas dos cidadãos confeririam outra dinâmica às instituições públicas, promovendo de maneira mais consistente a cidadania.

Se compararmos ao que vem sendo praticado no Brasil desde Getúlio Vargas, podemos caracterizar a proposta de Duarte como desafiadora, mas não impossível. Dependeria principalmente de uma mudança de postura dos gestores públicos – incluindo os gestores da comunicação - em relação à comunicação das instituições públicas, para que fosse possível fazer uma comunicação desvinculada de qualquer interesse privado.

Matos (2009, p. 11) vai dizer que o estudo da comunicação pública deve se desvincular da personalização, afinal ela não está a serviço de presidentes, de ministros e qualquer outra autoridade política, “mas é um processo de interlocução que preza o interesse coletivo, definido coletivamente na esfera pública de troca argumentativa”. Ou seja, essa busca por um conceito de comunicação pública é também uma crítica ao que vem sendo praticado Brasil: o uso privado da comunicação pública para atender interesses pessoais, partidários entre outros que são avessos ao interesse público (BUCCI, 2015).

### **Transparência sob o viés da comunicação**

A transparência é parte fundamental para a consolidação da democracia, mas foi negligenciada ao longo dos anos pelos governos, em especial o brasileiro, afinal, informação e segredo conferem poder no jogo político. Bobbio (2017, p.27) lembra que um regime democrático se constitui de regras e procedimentos que vão formar decisões coletivas, estando prevista e facilitada a ampla participação dos interessados. Mas essas condições só existiriam dentro de um contexto de governo visível, em que as ações e decisões do poder público acontecem sob o controle dos cidadãos.

Mas se falamos de apropriação de informações, de participação, de decisões coletivas, então falamos de comunicação e não apenas de acesso a dados e informações públicas. Para Wolton (2004) não existe democracia sem comunicação, uma vez que a mídia é a condição da igualdade de democracia para o cidadão, o lugar da discussão dos interesses políticos e, ao mesmo tempo, o que ele chama de pulso da democracia. A partir dessa interpretação, não basta reunir o maior número de informações e organizá-las de

---

forma linear e hierárquica em um sistema informacional, acessível pela rede mundial de computadores.

Uma política de transparência, baseada na abertura de dados da administração pública via internet está para além da disponibilização de dados. Pressupõe relação, diálogo, alteridade, superação do modelo monológico (emissão-recepção) e hierárquico, abrindo espaço para um formato interativo, dialógico e em rede; uma comunicação horizontalizada em que todos os interlocutores são atores. Pressupõe ouvir e ser ouvido, de modo que essa política cumpra de fato seu papel social, que é tornar possível que todo cidadão tenha acesso às informações de maneira fácil e clara e que, a partir disso, consiga compreender esses dados, refletir, questionar, fazer relações e conexões, produzir sentido, transformar entendimentos já consolidados.

Oposta à opacidade e ao segredo – essenciais para a manutenção de regimes absolutistas –, a transparência está ligada àquilo que é tornado público e para o público, entendimento esse que, a priori, vincula a transparência ao princípio constitucional da publicidade<sup>9</sup>. Conforme Jardim (1999, p. 53), a persistência do segredo é contrária à existência de um regime democrático, pelo qual “o cidadão deseja conhecer, compreender e ser compreendido”. Ou seja: uma via de mão dupla que vincula a transparência administrativa à lógica da comunicação, defende o autor.

Enquanto a informação está ligada à mensagem, dentro de um modelo de emissão-recepção, a comunicação é dinâmica, está associada à relação, à negociação e ao campo do sensível, da experiência. Ou, como afirma Wolton (2011, p. 25): “a comunicação é um problema de convivência e de laço social, característica de uma sociedade de movimento, de interatividade, de velocidade, de liberdade e de igualdade”.

França (2008, p.90), a partir de Mead, analisa o fenômeno comunicacional enquanto algo da ordem do movimento, pois se dá no “momento de costura, de construção, de transição”, em que os indivíduos envolvidos produzem sentido sobre a conversação e se veem afetados, mutuamente transformados.

A partir dessas teorias, entende-se que a informação, unicamente, não é o suficiente para gerar conhecimento; tampouco a tecnologia conseguiria, sozinha, resolver os problemas políticos e sociais. Para consolidar tanto a transparência quanto a

---

<sup>9</sup> Conforme o artigo 37 da Constituição de 1988, o princípio constitucional que rege o direito à informação é o da publicidade, possibilitando o conhecimento e o controle dos atos administrativos por parte dos interessados e dos cidadãos em geral.



---

comunicação, ambas deveriam ser tomadas como etapas de um processo maior, que compõe o campo da comunicação.

O volume de informações disponíveis na rede mundial de computadores pode resultar em uma falsa ideia de transparência, já que muito se tem, mas pouco se consegue de fato processar, compreender, ressignificar. Estamos mergulhados em dados e informações, nunca foi tão fácil ter acesso a dados como se tem hoje. Processo este potencializado pela tecnologia, que permite aos indivíduos estarem em diferentes lugares ao mesmo tempo, desterritorializados; interagirem com o mundo sem sair do lugar; acessarem produtos e serviços sem sair de casa; trabalharem remotamente. Ou seja, o contexto social é completamente diferente, e não é preciso voltar muito no tempo para constatar essas diferenças no modo de relacionar com o mundo. Mas estaríamos comunicando mais?

Inicialmente, podemos imaginar que sim, afinal conseguimos criar uma rede de pessoas, serviços e instituições inimaginável há alguns anos. Mas como quantidade não é qualidade, Wolton (2011) vai dizer que, apesar de termos uma abundância de informação, a comunicação é cada vez mais rara. O autor vê um descolamento entre a informação e a comunicação, o que resultou em um aumento significativo das diferenças e da dificuldade de, de fato, ouvir outro – apesar de toda a tecnologia à disposição.

Nesse contexto, mergulhados em informação, o que teríamos é a incomunicação como horizonte, aponta Wolton. E a consolidação da transparência enquanto um ideal democrático, de efetivação da participação cidadã, depende de superarmos esse obstáculo. Temos a tecnologia, temos os dados abertos<sup>10</sup>, mas ainda temos a limitação da comunicação, do reconhecimento do outro enquanto ator desse processo. Daí a necessidade de conceber as políticas de transparência sob a ótica da comunicação.

Transportando essa interpretação para as políticas públicas de transparência no Brasil, Geraldes e Sousa (2013) fazem um alerta para o risco de a Lei de Acesso à Informação brasileira se burocratizar, tornando-se um ônus para a administração pública. Acrescenta-se a isso o risco de o Poder Público permanecer em um nível primário de transparência, restrito à abertura de dados, disponibilizados via internet. Neste patamar,

---

<sup>10</sup> Conforme definição da Open Knowledge Internacional – uma Organização da Sociedade Civil (OSC): “open data and content can be freely used, modified, and shared by anyone for any purpose”. Tradução livre: dados e conteúdos abertos podem ser acessados, utilizados, modificados e compartilhados livremente por qualquer pessoa e para qualquer finalidade. Disponível em: <https://opendefinition.org/>

---

apesar de o Estado se colocar em uma posição de abertura, o que se alcança é no máximo uma comunicação unidirecional – ainda se consideramos o Serviço de Informação ao Cidadão (e-Sic), que segue um formato rígido<sup>11</sup>, vertical e hierarquizado de conversação.

Assim como a comunicação pública, a LAI também se caracteriza por sua perspectiva cidadã, pelo objetivo principal de atender aos interesses do cidadão, e não de um governo, de uma gestão ou gestor. Ambas possuem como tronco comum o cidadão, mas ainda caminham de forma separada. É possível constatar isso pelas pesquisas da Controladoria Geral da União quanto à qualidade dos Portais Transparência, em que é analisado apenas o cumprimento daquilo que é exigido por lei. Não é possível fazer comunicação pública sem transparência, assim como é muito difícil ser transparente sem adotar uma comunicação pública.

### **Considerações**

Chegamos novamente à questão da efetividade da LAI. Para superar o modelo primário de transparência, é preciso inicialmente resgatar as principais dimensões comunicativas da Lei de Acesso à Informação, propostas por Geraldes e Sousa (2013, p. 02): 1) a constituição da LAI enquanto um aspecto da comunicação pública; 2) entender a lei como política de comunicação e não apenas como ação ou estratégia; 3) a internet como um importante meio “disseminador e facilitador”, além do potencial enquanto fontes jornalísticas e de pautas.

O que propomos aqui é ir além da utilização dos portais da transparência enquanto fonte para o jornalismo de dados, seja para a comunicação institucional ou para a imprensa em geral, e pensar a transparência de forma integrada à política de comunicação, superando o modelo transmissionista e se aproximando de fato de um modelo de fluxo multilateral, ancorado na transformação mútua dos interlocutores.

Mas existem desafios neste percurso, principalmente porque a comunicação pública, aquela livre de interesses particulares e eleitoreiros e centralizada no cidadão, ainda está longe de ser uma realidade dominante no Brasil - ainda que o termo "comunicação pública" seja utilizado largamente pelos poderes constituídos.

---

<sup>11</sup> O Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão (e-SIC) é obrigatório a todos os poderes e permite que qualquer pessoa (física ou jurídica), encaminhe pedidos de acesso à informação, acompanhe o andamento do pedido e receba a resposta da solicitação. É comum que o sistema esteja vinculado às estruturas de ouvidorias, respeitando um padrão de formulário fixo. Os prazos de resposta são estipulados por lei e, em caso de negativa, o usuário pode solicitar reavaliação do pedido por instâncias administrativas superiores, seguindo também um padrão pré-definido de solicitação

As políticas de comunicação dos poderes, em especial do executivo e do legislativo, ainda perpetuam um modelo de comunicação oriundo da primeira metade do século XX, durante o Estado Novo, quase que panfletário, com forte apelo partidário, de interesse eleitoreiro, sem ter o cidadão como fio condutor da política de comunicação. Isso devido à forte influência privada sobre a máquina pública, o que faz com que os interesses particulares se sobreponham àquilo que é de interesse público.

Talvez um dos caminhos seria, por força de lei, limitar ainda mais essa influência e instituir a obrigatoriedade de uma política de comunicação pública em todos os poderes instituídos, assim como a LAI instituiu a obrigatoriedade de uma maior abertura do Estado. Visto que a Constituição Federal de 1988 é clara ao definir o princípio da impessoalidade, o que também deve reger a comunicação do Estado:

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 (BRASIL, 1988, art. 37, §1º).

## Referências bibliográficas

BRASIL. **Decreto Lei nº 12.527 de novembro de 2011**. 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. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm)

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)

BUCCI, Eugênio. **O estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia: Uma defesa das regras do jogo**. 14ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017

DUARTE, Jorge. **Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública**. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. Série Pensamento e Prática, v.4. p.121-134.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009, p.1-33.

FRANÇA, Vera. **Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD**. In: *Comunicação e Interações*. Porto Alegre: Sulina, 2008

GERALDES, Elen; SOUSA, Janara. **As Dimensões Comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública**. Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1502-1.pdf>

---

JARDIM, José Maria. **Transparência e opacidade do Estado no Brasil: usos e desusos da informação governamental.** Niterói: EdUFF, 1999. Disponível em: <http://www.uff.br/ppgci/editais/transparencia.pdf>

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do Legislativo.** Líbero, São Paulo: Fundação Cásper Líbero, Ano II, 1999.

MATOS, Heloiza. **A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais.** Intercom, 2019. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3060-1.pdf>

PERNIOLA, Mario. **Desgostos: novas tendências estéticas.** Florianópolis: Editora da UFSC, 2010.

ZÉMOR, Pierre. **Como anda a comunicação pública?** Revista do Serviço Público Brasília 60 (2): 189-195 Abr/Jun 2009. Disponível em: <https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/21>

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.