

Democratização da Informação: A Difusão dos Atos Administrativos dos Poderes Legislativo e Executivo do Estado da Paraíba.¹

Sarah Maia de Farias Fernandes ²
Rodolpho Raphael de Oliveira Santos³

Faculdade Internacional da Paraíba - FPB

RESUMO

A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedece ao princípio constitucional da publicidade de forma democrática, submetendo os atos legislativos e leis para que só assim produzam efeitos na esfera jurídica. O sentido de publicidade evoluiu acompanhando a transformação da sociedade. Hodiernamente o meio virtual ganhou espaço, tornando-se acessível em detrimento ao real e físico. As redes sociais difundiram um contato direto com a sociedade igualmente, mas não substituem as publicações no Diário Oficial. O cidadão necessita estar familiarizado com as plataformas para decodificar as informações que busca, transformando o conhecimento em ferramentas de combate a corrupção generalizada.

Palavras-chave: Princípio da Publicidade; Portal da Transparência; Redes Sociais; Informação; Facebook.

INTRODUÇÃO

Há duas décadas o mundo vem passando por processos de transformação, associado à emergência de um novo padrão tecnológico. É um processo multidimensional baseado nas tecnologias de informação e comunicação, que nos anos 60 começaram a tomar forma e invadiram de forma irregular todo o mundo.

É sabido que a tecnologia não determina a coletividade, mas exatamente o contrário. É a sociedade que dá configuração à tecnologia de acordo com suas necessidades, valores e interesses. Além disso, os métodos de comunicação e informação são individualmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia, visto que ela se modifica em consonância com os usuários. Visando constituir a estabilidade nas contas públicas, a Lei de Responsabilidade Fiscal veio emoldurar os gastos públicos e, ainda, a divulgar a ideia de transparência na gestão do administrador, como forma de conferir efetividade ao princípio

¹ Trabalho apresentado ao IJ 03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Graduanda em Direito pela Faculdade Internacional da Paraíba e Bacharel em Turismo com habilitação em Planejamento pela Universidade Federal da Paraíba – sarhmaia.farias@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela UEPB e Especialista em Mídias Digitais, Comunicação e Mercado pela CESREI. Atualmente é Professor da Faculdade Internacional da Paraíba e Professor Convidado da UNICOOP. E-mail: rodolphorjornalista@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6355216392279217>

constitucional da publicidade, norteador da administração pública. Podemos denomina-lo como controle social a conjugação dos princípios da publicidade e a participação popular.

Diante do exposto a presente pesquisa versará acerca da democratização da informação, baseando-se na percepção dos internautas com relação à difusão dos atos administrativos dos Poderes Executivo e Legislativo do Estado da Paraíba.

Como Metodologia, será utilizada a pesquisa qualitativa, onde a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de percepção da realidade, assim como a exploração teórica. O pesquisador é elemento chave e a fonte principal de dados é o ambiente analisado.

Não obstante, isto não significa que as próximas linhas pretendam ser exaustivas, ou mesmo inovadoras. Busca-se, através dos dados levantados, responder a seguinte indagação e problemática: “Os usuários têm acesso às informações acerca dos atos dos Poderes Executivo e Legislativo do Estado da Paraíba? Os usuários recebem a informação, mas não a decodificam? Os usuários não têm acesso?”

A CONSTRUÇÃO DA PUBLICIDADE NOS ATOS ADMINISTRATIVOS

As constituições liberais surgiram através de movimentos sociais, político, jurídico e até mesmo ideológico, a partir do qual emergem as constituições nacionais. Tendo o Constitucionalismo como a limitação de poderes dos órgãos governantes, bem como a imposição das leis escritas. Entre o indivíduo e o Estado não existiam interlocutores, onde a sociedade civil integrava as organizações, as associações e os demais grupos compostos pela mesma sociedade, entretanto eram tidos como obstáculo à liberdade dos indivíduos.

Apesar de formalmente iguais, este cenário elevou as desigualdades materiais de forma gritante. Foi um período de intensa agitação social e política na França (1789-1799), que teve um impacto duradouro na história do país e mais amplamente em todo o continente europeu. A monarquia absolutista entra em colapso, os privilégios feudais, aristocráticos e religiosos evaporam-se sobre a insatisfação da sociedade devido ao distanciamento material mencionado anteriormente. Caracterizado por ser ativo, surge o conceito de Estado Social de Direito (SANTOS, 2000, p.137), não somente regulando, mas tutelando novos direitos, envolvendo saúde, trabalho, educação, liberdade, solidariedade e emancipação, baseando-se pelos princípios de *Liberté, Égalité, Fraternité* (liberdade, igualdade e fraternidade). Porém, só com o passar dos anos as Constituições do Brasil foram agregando direitos que eram formalmente reconhecidos aos indivíduos, mas de forma material formulavam durante

muitos anos, justamente o oposto, como nos casos de tortura de adversários políticos do Governo Militar, geralmente presos de forma ilegal. De acordo com Valadão (2014, p.220), nesse período era notório a corrosão da máquina estatal, que propiciava a obtenção de favores indevidos pelos agentes públicos, em todas as instâncias do poder.

O Estado agia na mais completa obscuridade durante parte da história recente de nosso país. Após a revolução a identidade do Estado funde-se com o público, sendo acessível a um grande número de classes, sendo mais autônomo e com maior credibilidade. Nos anos 80 os partidos políticos sociais perdiam poder em diversos países com a mudança no enfoque político. Assim há uma redefinição do papel do Estado, da Constituição e do conceito de cidadania. Observam-se além do quesito da legitimidade, as mudanças relativas à publicidade dos atos do poder. Para Martins Júnior (2004, p.137) toda a história da administração pública se regulava na exaltação do sigilo, de modo que propenderia à conservação e perpetuação dos privilégios, além de dificultar o controle da população sobre os atos e decisões, dirimindo a pressão sobre a atuação administrativa.

No século XVII, com a Revolução Francesa e o surgimento da imprensa na Inglaterra, decorreu maior acesso às informações, favorecendo a difusão e maior clareza dos atos estatais. O modelo da administração e sua relação com a sociedade foi adaptada, com a evolução desta, onde antes era sigilo, agora a regra é publicidade.

AS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE: O FACEBOOK

A web 2.0 modificou as regras do jogo e permitiu que na internet fosse possível contribuir de maneira colaborativa na construção do conhecimento coletivo, a partir dos atos de comunicação individuais ou grupais que acontecem no ciberespaço e nos espaços reais. A relação comunicativa é de todos e com todos se pode estabelecer uma infinidade de conexões entre os cibernautas que passam a ser também cibercidadãos. SANTOS (2015), afirma que é na era da convergência midiática onde ocorreu a mutação e revolução comunicacional das novas mídias.

É nesta revolução que podemos elencar a participação ativa não apenas dos atores sociais oriundos de suas mais diversas culturas, camadas, etnias e gêneros, como também, de órgãos e entidades, sejam eles governamentais ou não governamentais. Neste sentido, falar de uma comunicação na esfera governamental é também falar de comunicação na esfera pública e política, tendo em vista que ambas andam entrelaçadas e que uma não pode viver sem a outra partindo da constância de continuidade entre elas. (SANTOS, 2015)

Neste sentido, uma das características deste novo momento em que vivemos, é a cultura da participação a partir da interatividade que é um dos elementos comunicativos por excelência no ciberespaço junto à interface da navegação. Como consequência, ou melhor, dizendo como reflexo os cenários virtuais tornam possíveis novas relações sociais entre os indivíduos, criando uma cultura digital emergente, onde há um condicionamento pelo conceito de lugar e tempo. Sendo assim, Para Lévy (1998), o virtual só eclode com a entrada da subjetividade humana no circuito quando no mesmo movimento surgem a indeterminação do sentido e a propensão do texto a significar.

Diante destas novas perspectivas, SANTOS (2015), elucida que a internet se tornou na atualidade a mídia mais democrática e inovadora haja vista suas inúmeras ferramentas de interação que permitem que o cidadão receba como também seja um emissor de conteúdo. Nesse caso, o Facebook se apresenta como um site de rede social tendo como essência a comunicação e o relacionamento como elementos catalisadores. Vale ressaltar que além das plataformas de redes sociais, é possível também encontrar site com um vasto material, que vão desde as Leis codificadas, serviços, links e hiperlinks que levam o leitor a estabelecer uma relação muito mais intensa com um programa de leitura e de navegação que com uma só tela.

UM OLHAR SOBRE OS PODERES PÚBLICOS NA WEB

Tivemos o cuidado de realizar um levantamento para embasar melhor o que é defendido nesta pesquisa, com isso, observamos que no site do Governo do Estado, deparamo-nos com o diário oficial na íntegra, sendo este, disponibilizado todos os dias desde 2005, podendo ser acompanhado, pela numeração ou por data. Vale observar que o portal possui espaço aberto à Lei de Acesso a Informação (LAI) e à Lei da Transparência que abordaremos no próximo capítulo.

Observamos também que no site da Assembleia Legislativa da Paraíba, foi detectado o portal da transparência e o acesso à informação, porém o Diário do Poder Legislativo, não é veiculado na internet. O conteúdo é publicado, impresso e disponibilizado à população que procurar o órgão. O Portal da Prefeitura Municipal de João Pessoa divulga o Semanário Oficial e está em concordância com a Lei da Transparência, e a LAI. Em contrapartida no site da Câmara Municipal não foram localizados os Semanários, nem o hiperlink de acesso à informação apenas o portal da transparência.

No que concerne as plataformas de redes sociais, Com mais de 135 mil curtidas, a *fanpage* do Governo do Estado da Paraíba no Facebook, remete seus posts à campanhas de

turismo, educativas de combate à dengue, programas do governo, ações institucionais, informações ao cidadão comum e conectado além de um infindável marketing Governamental. Com uma média de duas postagens diárias; a página fideliza curtidas e traz comentários, gerando uma maior liberdade de expressão para o cidadão. A *fanpage* da Casa de Epitácio Pessoa, ‘Assembleia Legislativa’, embora abranja o mesmo território que o governo do Estado, na rede social do Facebook, tem uma menor representatividade, com pouco mais de 9 mil curtidas. São postagens diárias com conteúdo semelhante ao supracitado. Beirando os 82 mil “likes” a *fanpage* da Prefeitura Municipal não difere em conteúdo das demais. Entretanto, na página da Assembleia Legislativa os internautas compartilham os conteúdos no qual achem interessantes e no perfil da Prefeitura a interação surge de forma diferenciada, mais próxima. São comentários em publicações no intuito de serem ouvidos, observa-se que é a democratização do espaço virtual, trazendo uma maior participação popular, em épocas que ninguém quer desperdiçar tempo em repartições para fazer uma reclamação, um elogio ou até mesmo dar um palpite.

Passando um pouco de duas mil curtidas temos a Câmara Municipal de João Pessoa. As postagens não possuem um padrão definido, mas o conteúdo não difere das demais. A participação é menor, tem um alcance mais restrito, mas da mesma forma que acontece na prefeitura, às pessoas entendem aquele espaço como uma forma de visibilidade das coisas que acontecem com a população, é um canal aberto. Embora a plataforma de rede social, *Facebook* seja mais um canal de comunicação e aproximação do povo com o poder público, isso não faz dele um veículo normativo da publicidade, pois existem critérios técnicos e legais a serem cumpridos. Não há obrigatoriedade em veicular na internet as informações dos diários e semanários oficiais, visto que para isso devem ser rigorosamente observadas, as condições de segurança e sigilo de informações, com a utilização de recursos de criptografia e certificação digital.

METODOLOGIA

Considerando-se o critério de pesquisa classificado por GIL (2002), quanto aos fins da pesquisa será descritiva, pois visa como objetivo primordial a descrição das características dos entrevistados, alinhado a pesquisa quantitativa, que segundo o Ibope (2012) são mais adequadas para apurar opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos entrevistados, uma vez que utilizam instrumentos estruturados, ou seja, o uso de questionários.

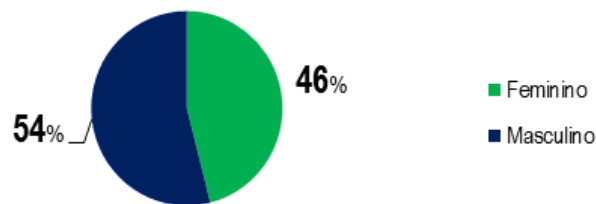
A elaboração do questionário foi composta por perguntas fechadas e com ordem de preferência. A partir dele foi realizado um estudo de caso, ou seja, uma análise intensa acerca da concepção dos entrevistados. Após a coleta dos dados, os questionários foram mais uma vez tabulados e dispostos em gráficos para facilitar a análise dos mesmos, observando-se os pontos mais comuns na percepção dos entrevistados.

Com relação ao universo e amostra, o município de João Pessoa possui 720 mil habitantes segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Numa perspectiva de trabalhamos o consumo nesta cidade, tivemos como amostra, 153 pessoas. No que concerne o instrumento da coleta de dados, foi realizado um questionário direcionado aos entrevistados como base nos objetos gerais e específicos deste trabalho, cujas vertentes são: Perfil sócio econômico e a percepção do pesquisado.

6 ANÁLISE DE DADOS

Conforme os dados colhidos e dispostos na figura 01, verificou-se que 54% dos entrevistados são do gênero masculino, enquanto 46% do sexo feminino.

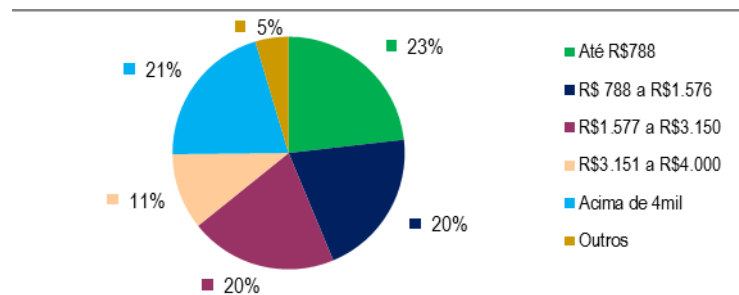
Gráfico 01. Gênero dos Entrevistados.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Com relação à renda mensal, observou-se que 23% pessoas recebem até R\$788,00; 20% possuem renda entre R\$ 788,00 a R\$ 1.576,00; outras 20% se encaixam com renda de R\$ 1.577,00 a R\$ 3.150,00; 11% dizem pertencer à faixa de R\$ 3.151,00 a R\$ 4.000,00; outros 21% dizem ter renda acima de 4mil; e 5% encaixam-se em outros.

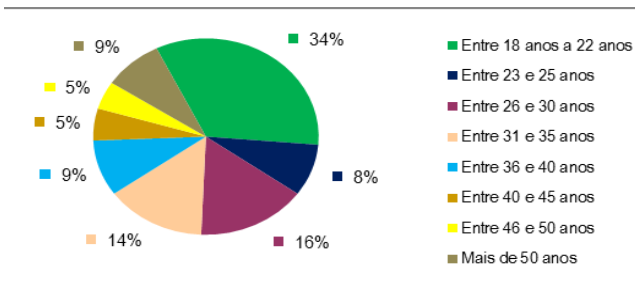
Gráfico 02. Renda Mensal dos Entrevistados.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Entre os entrevistados, verifica-se que 34% possuem entre 18 a 22 anos; 16% entre 26 e 30 anos; 14% estão entre 31 e 35 anos; 9% entre 36 e 40 anos; 9% possuem mais de 50 anos; 8% estão entre 23 e 25 anos; 5% entre 40 e 45 anos e 5% entre 46 e 50 anos.

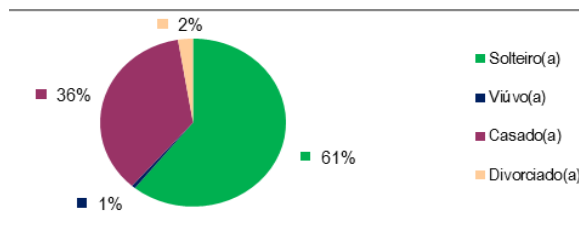
Gráfico 03. Idade dos Entrevistados.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

No que concerne o estado civil da amostra pesquisada, há uma predominância de solteiros(as) com 61%; seguidos dos casados(as) com 36%; divorciados(as) com 2% e viúvo(a) 1%.

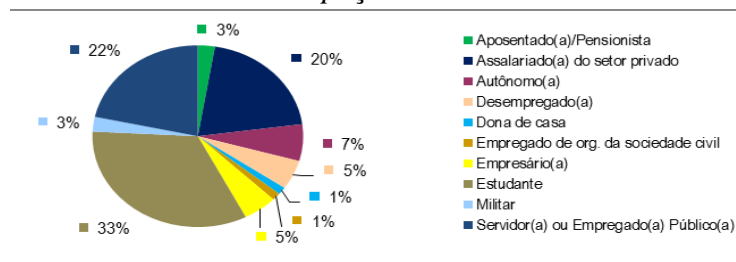
Gráfico 04. Estado Civil.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Com relação à ocupação atual, é possível observar que 33% dos entrevistados são estudantes, seguido do servidor(a) ou empregado(a) público(a) com 22%; assalariado(a) do setor privado com 20%; autônomo(a) com 7%; 5% desempregado(a); 5% empresário(a); 3% militar; 3% aposentado(a)/ pensionista; 1% dona de casa e 1% empregado de organização da sociedade civil.

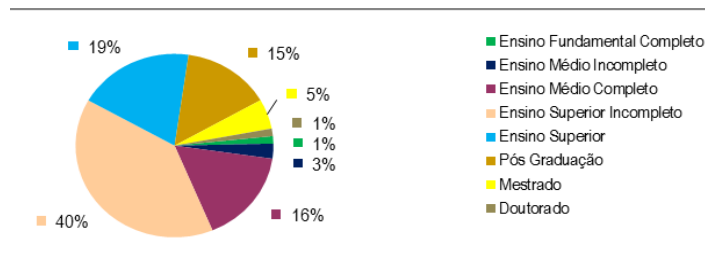
Gráfico 05. Ocupação dos Entrevistados.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

No que concerne à escolaridade, temos um indicativo de 40% dos entrevistados que estão no superior incompleto, seguido de 19% com superior completo, 16% com ensino médio completo; 15% pós-graduados, 5% mestrado, 3% ensino médio incompleto; e 1% nas extremidades da escolaridade, para doutorado, ensino fundamental completo.

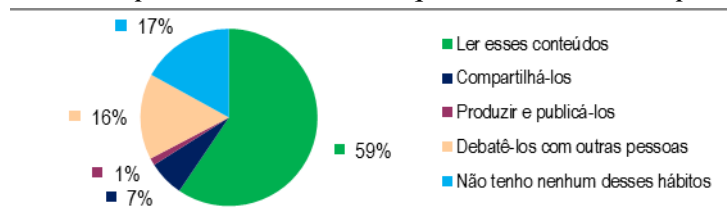
Gráfico 06. *Escolaridade dos Entrevistados.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

A segunda parte da pesquisa aponta a percepção dos entrevistados, perguntados acerca dos hábitos a partir dos conteúdos que tratam apenas de temas políticos na internet ou plataformas de redes sociais, verificou-se que 59% dos entrevistados leem esses conteúdos; 17% não tem nenhum desses hábitos, 16% debatem com outras pessoas e grupos, 7% compartilha-os e 1% os produz e publica.

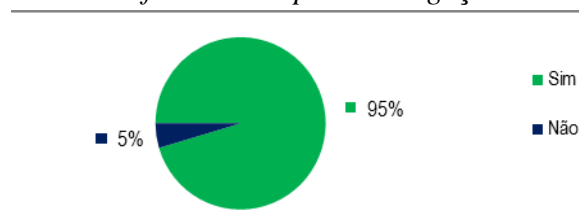
Gráfico 07. *Os hábitos a partir dos conteúdos que tratam de temas políticos na internet.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Perguntados se a plataforma de rede social, Facebook, é uma importante ferramenta para divulgação dos atos da gestão pública, 95% dos entrevistados afirmam que sim, enquanto 5% não.

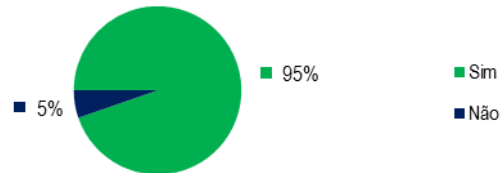
Gráfico 08. *O Facebook como ferramenta para divulgação dos atos da gestão pública.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Com relação à internet como meio democrático para divulgação e acompanhamento dos atos da gestão pública; 95% dos entrevistados acreditam que sim, a web é um canal democrático, enquanto 5% acreditam que não.

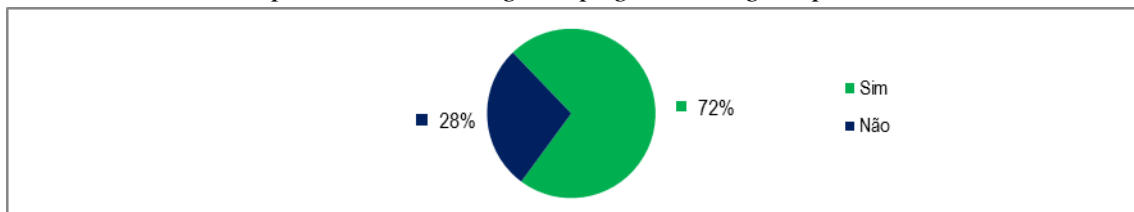
Gráfico 09. *A Internet como meio democrático.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Indagados ao acompanhamento de alguma página de órgãos públicos na plataforma de rede social, Facebook, 72% dos entrevistados responderam que acompanham as publicações na web, enquanto 28% não.

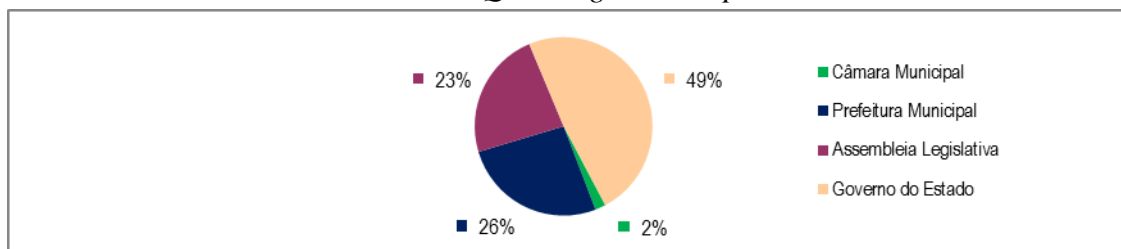
Gráfico 10. *Acompanhamento de alguma página de órgãos públicos no Facebook.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Dos respondentes positivamente à pergunta anterior, e dispostos no gráfico a seguir, 49% acompanham a página do Governo do Estado, 26% da Assembleia Legislativa, 23% da Prefeitura Municipal e 2% da Câmara Municipal.

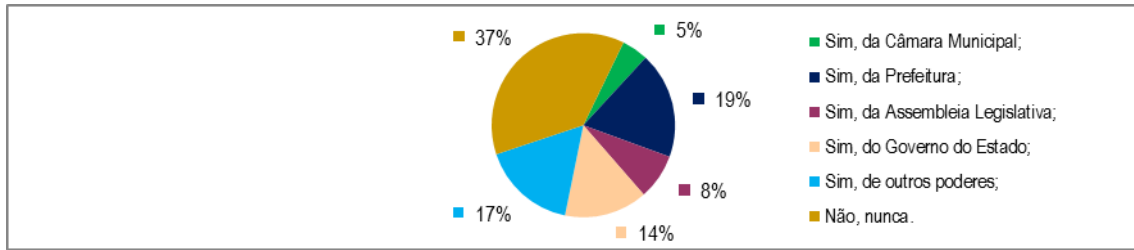
Gráfico 11. *Qual Página acompanha.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Saindo das plataformas de redes sociais, mas continuando no assunto ‘ambiência’, foi perguntado aos entrevistados sobre o acesso ao Portal da Transparência, 37% deles nunca acessaram o sítio, 19% deles acessaram o da Prefeitura Municipal de João Pessoa, 17% de outros poderes, 14% do Governo do Estado, 8% da Assembleia Legislativa e 5% da Câmara Municipal de João Pessoa.

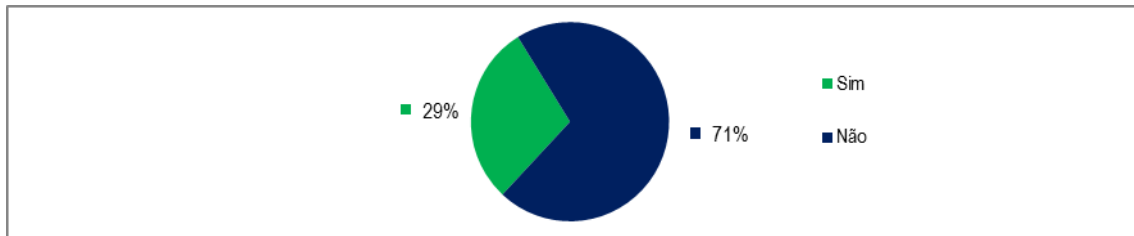
Gráfico 12. Acesso ao Portal da Transparência.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Perguntados sobre o direcionamento ou menção das páginas ao Portal da Transparência, 71% dos entrevistados afirmam que não visualizaram, perceberam ou foram induzidos ao acesso do sítio. Em contrapartida, 29% responderam que sim.

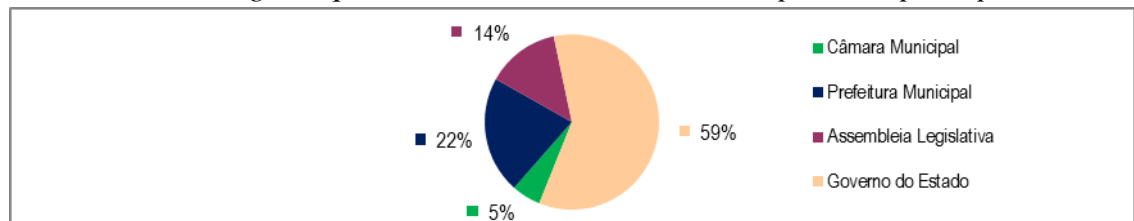
Gráfico 13. Direcionamento ao Portal da Transparência por hiperlinks.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Dos que responderam ‘Sim’ à questão anterior, 59% deles afirmam que a página na Web do Governo do Estado, já os direcionou para o sítio do Portal da transparência, seguido de 22% da Prefeitura Municipal de João Pessoa, 14% Assembleia Legislativa e 5% Câmara Municipal de João Pessoa.

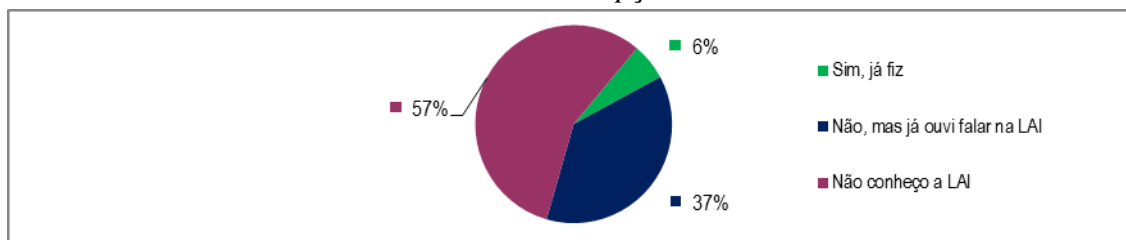
Gráfico 14. Páginas que direcionam ao Portal da Transparência por hiperlinks.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Partindo para outra etapa desta pesquisa, debatemos com os entrevistados acerca da LAI – Lei de Acesso à Informação. Os resultados tornam-se preocupantes e ao mesmo tempo, abre um alerta à sociedade para o conhecimento desta Lei, que tem por objetivo regulamentar o direito constitucional de acesso dos brasileiros às informações públicas. Apenas 6% dos entrevistados conhecem a lei e por meio desta já fizeram algum pedido de informação, 37% já ouviram falar da lei, mas não realizaram solicitação e 57% dos respondentes não conhecem a LAI.

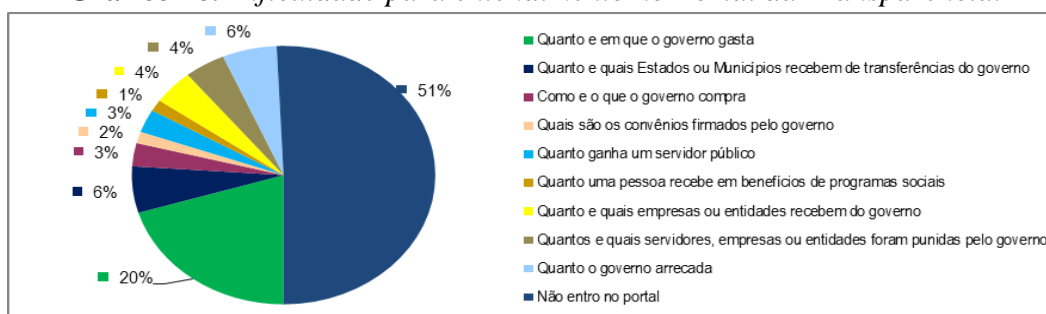
Gráfico 15. Percepção à LAI.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Acerca da dificuldade pedagógica e didática para o entendimento do Portal da Transparência na visão dos respondentes à questão anterior, elenca-se o quanto o governo gasta com 20% das respostas, 6% quanto e quais Estados ou Municípios recebem de transferências do governo; 6% quanto o governo arrecada, 4% quanto e quais empresas ou entidades recebem do governo; 4% quantos e quais servidores, empresas ou entidades foram punidos pelo governo, 3% como e o que o governo compra; 3% quanto ganha um servidor público; 2% quais são os convênios firmados pelo governo e 1% quanto uma pessoa recebe em benefícios de programas sociais. 51% dos entrevistados alegaram não entrar no Portal da Lei da Transparência.

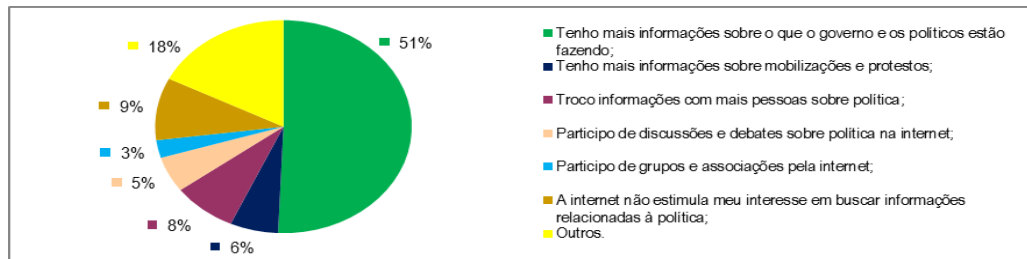
Gráfico 16. Dificuldade para entendimento no Portal da Transparência.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Os dados tabulados e dispostos no gráfico 22 apontam os motivos pelo qual a internet estimula os interesses na busca de informações relacionadas à gestão pública. 51% dos entrevistados responderam que a internet proporciona mais informações sobre o que o governo e os políticos estão fazendo; 9% considera que internet não estimula seu interesse em buscar informações relacionadas à política; 8% pela troca informações com mais pessoas sobre política; 6% têm mais informações sobre mobilizações e protestos; 5% participam de discussões e debates sobre política na internet; 3% participam de grupos e associações pela internet e 18% tem outros motivos.

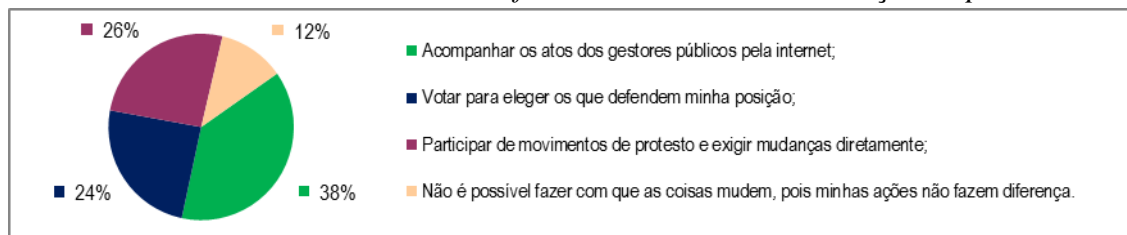
Gráfico 17. *O estímulo da internet na busca de informações*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Com relação à opinião dos entrevistados sobre a melhor forma de influenciar ou realizar mudanças na política. 38% dos entrevistados acreditam que é o acompanhamento dos atos dos gestores públicos pela internet, seja ela através de sites ou plataformas de redes sociais, seguido da participação de movimentos em protestos e exigência de mudanças com 26%; 24% dos respondentes acreditam que a melhor forma de influenciar mudanças na política é votar para eleger os que defendem suas próprias posições, seguido de 12% que não acreditam em mudanças haja vista que suas ações não fazem diferença em relação ao macroambiente.

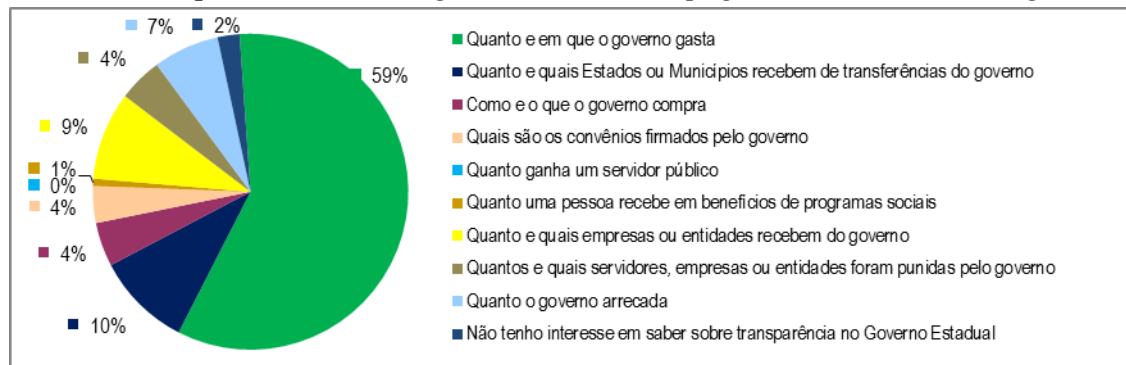
Gráfico 18. *A melhor Forma de influenciar ou realizar mudanças na política.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Perguntados sobre o que os entrevistados gostariam de ver nas páginas do Executivo Estadual e Legislativo Paraibano, o Gráfico 24 aponta que 59% afirmam que gostariam de visualizar o quanto e em que os poderes, nesse caso o Governo gasta; enquanto que 10% quanto e quais Estados ou Municípios recebem de transferências do governo; 4% como e o que o governo compra; 4% quais são os convênios firmados pelo governo, 0% quanto ganha um servidor público; 1% quanto uma pessoa recebe em benefícios de programas sociais; 9% quanto e quais empresas ou entidades recebem do governo; 4% quantos e quais servidores, empresas ou entidades foram punidas pelo governo; 7% quanto o governo arrecada; 2% não tem interesse em saber sobre transparência no Governo Federal.

Gráfico 19. *O que o entrevistado gostaria de ver nas páginas do Executivo e Legislativo.*



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se que sem a efetiva ciência do conteúdo das decisões administrativas, a participação do indivíduo na vida da sociedade torna-se comprometida. Por todo o exposto, observa-se que publicidade dos atos administrativos constitui uma importante garantia do sistema democrático. Destarte é necessária a publicidade como forma de controle evitando, decisões confidenciais, editais ocultos, contratações secretas, pois não acatam aos princípios constitucionais e, especialmente à transparência da Administração. Temos assim, a Lei de Acessibilidade e o Portal da Transparência como ferramentas de divulgação e democratização da manifestação do poderio administrativo, além do Diário Oficial.

Faz-se necessário, para isso, que o cidadão esteja familiarizado com estes instrumentos, dissolvendo as divergências entre os saberes e informações que Estado e cidadãos monopolizam e, só assim, os indivíduos poderão dar sua contribuição para as decisões que precisam ser tomadas. Para tanto este estudo focou na democratização da informação, baseando-se na percepção dos internautas com relação à difusão dos atos administrativos dos Poderes Executivo e Legislativo do Estado da Paraíba. Através de uma pesquisa qualitativa identificamos o perfil do entrevistado como sendo do gênero masculino, solteiro, de 18 a 22 anos, estudante do ensino superior incompleto com renda de até R\$788,00 que utilizam a internet diariamente.

A segunda parte da pesquisa versa sobre a percepção dos entrevistados, acerca dos hábitos a partir dos conteúdos que tratam apenas de temas políticos na internet ou plataformas de redes sociais. Onde majoritariamente apenas leem estes conteúdos, acompanhando a página do Governo do Estado no Facebook considerando esta plataforma de redes sociais como uma importante ferramenta para divulgação dos atos da gestão pública e, percebem a internet como meio democrático para divulgação e acompanhamento

destes atos. A página do Governo do Estado teve uma classificação positiva no quesito de difusão dos seus atos administrativos, enquanto à Assembleia Legislativa teve uma reprovação maciça, mas o mais preocupante é sobre o acesso ao Portal da Transparência e a Lei de Acessibilidade. Onde, respectivamente, a maioria nunca acessou e nem ao menos conhece, também foi identificado que as redes sociais não fazem direcionamento ou menção ao Portal da Transparência, nem ao site de Acesso à Informação e aos que confirmaram o direcionamento, apontaram o site do Governo do Estado.

Os entrevistados apontaram a página do Governo do Estado, no entanto a maioria respondeu que as respectivas páginas não faziam alusão ao Diário Oficial (DO). Na visão dos respondentes elenca-se o quanto o governo gasta como a maior dificuldade pedagógica e didática para o entendimento do Portal da Transparência, ainda que, estimulados pela internet em obter mais informações sobre o que o governo e os políticos estão fazendo. Entendendo que a melhor forma de influenciar ou realizar mudanças na política é o acompanhamento dos atos dos gestores públicos pela internet, prevalecendo como opção a ser acompanhada nas páginas do Executivo Estadual e Legislativo Paraibano, o quanto e em que os poderes, nesse caso o Governo gasta. Embora seja um caminho democrático percebe-se a falta de confiança do entrevistado acerca do conteúdo contido no Portal da Transparência em detrimento ao publicado nos Diários do Poder Executivo e Legislativo, considerando que as informações são parcialmente diferentes, mas aponta o Portal da Transparência como a ferramenta de maior importância para o controle dos gastos públicos.

É forçoso concluir que os usuários tem acesso parcial às informações, já que em alguns órgãos não possuem a publicação de diários na internet, apenas em meio físico e este disponibilizados apenas na capital, mesmo o órgão tenha abrangência estadual. Também de forma parcial na questão do Portal da Transparência e acessibilidade que é inexistente em alguns órgãos. Além do quesito de maior interesse ser considerado o de maior dificuldade didática e pedagógica para o entendimento, então, o usuário tem acesso, mas não decodifica. A Lei de Acesso a Informação sem dúvidas preencheu uma enorme lacuna existente, no qual através de convenções internacionais em que o Brasil se obrigou. Resgatando a efetiva legitimidade da participação popular no combate às arbitrariedades e atos lesivos à administração na medida em que as janelas do estado ficam abertas para o cidadão.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Imprensa Nacional. **Diário Oficial da União completa 152 anos**. Publicado em 01 de outubro de 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/dMD0X4>> Acesso em: 11 jan. 2016.

_____. Constituição (1824) **Constituição Política do Império do Brasil**. Rio de Janeiro, 1824. Disponível em <<http://goo.gl/tcvD3a>>. Acesso em 11 jan. 2016.

_____. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: < <http://goo.gl/6jlgLU>> Acesso em: 12 jan. 2016.

_____. Lei Nº 12.376. **Lei de Introdução ao Direito Brasileiro**, de 30 de dezembro de 2010. Disponível em:< <http://goo.gl/OPV7AP> > Acesso em 11 jan. 2016.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo**. 28 ed. rev., ampl. e atual. Até 31-12-2014. – São Paulo: Atlas, 2015.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

MARTINS JÚNIOR, Wallace Paiva. **Transparência Administrativa: publicidade, motivação e participação popular**. São Paulo: Saraiva, 2004, p. 137.

MEDAUAR, Odete. **O Direito Administrativo em Evolução**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992.

MEIRA, José de Castro. Administração Pública na Constituição Federal. **Boletim de Direito Administrativo**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 7, jul. 1993, p. 393-394.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Administrativo Brasileiro**. 36. Ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2010.

PAZZAGLINI FILHO, Marino. **Princípios Constitucionais Regulares da Administração Pública**: agentes público, discricionariedade administrativa, extensão da atuação do Ministério Público e do controle do Poder Público. São Paulo: Atlas, 2003, p. 30.

RAICHELIS, Raquel. **Legitimidade Popular e Poder Político**. São Paulo: Cortez, 1988.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A crítica da razão indolente** – contra o desperdício da experiência. São Paulo: Cortez, 2000.

SANTOS, Rodolpho Raphael de Oliveira. **A utilização das plataformas de redes sociais nas prefeituras do Estado da Paraíba**. *Revista Leviathan* – Caderno de Pesquisa Política USP, v.1 n.10. p.157-178, Jun. 2015. Disponível em <<http://www.fffch.usp.br/dcp/leviathan/index.php/leviathan/article/view/280>> acesso em 29 jan.2016.

VALADÃO, Rodrigo Borges. **Dimensões do Princípio da Publicidade**. Procuradoria Geral do Estado do Rio de Janeiro - Revista de Direito - Volume 58, 2004, p.220. Disponível em: <<http://goo.gl/9dxG6N> > Acesso em 11 jan. 2016 às 11:18.