

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
**FACULDADE DE EDUCAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS, COMUNICAÇÃO E**  
**EDUCAÇÃO**

**LETÍCIA DANIELA GONÇALVES MEDEIROS**

**TRANSPARÊNCIA E INTERESSE PÚBLICO: O TRABALHO DE ACESSO À**  
**INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA CÂMARA MUNICIPAL DE**  
**UBERLÂNDIA - MG**

**UBERLÂNDIA**

**2021**

**LETÍCIA DANIELA GONÇALVES MEDEIROS**

**TRANSPARÊNCIA E INTERESSE PÚBLICO: O TRABALHO DE ACESSO À  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA CÂMARA MUNICIPAL DE  
UBERLÂNDIA - MG**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), como exigência para obtenção do título de Mestra em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Área de concentração: Tecnologias e Interfaces da Comunicação

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana Cristina Omena dos Santos

**UBERLÂNDIA**

**2021**

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU  
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

M488 2021	<p>Medeiros, Leticia Daniela Gonçalves, 1993-</p> <p>Transparência e interesse público [recurso eletrônico] : o trabalho de acesso à informação e comunicação pública na Câmara Municipal de Uberlândia - MG / Leticia Daniela Gonçalves Medeiros. - 2021.</p> <p>Orientadora: Adriana Cristina Omena dos Santos. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação.</p> <p>Modo de acesso: Internet. Disponível em: <a href="http://doi.org/10.14393/ufu.di.2021.51">http://doi.org/10.14393/ufu.di.2021.51</a> Inclui bibliografia.</p> <p>1. Educação. I. Santos, Adriana Cristina Omena dos, 1970-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação. III. Título.</p>
--------------	---

CDU: 37



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e  
Educação

Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 1G, Sala 156 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902  
Telefone: +55 (34)3291-6395 / (34)3291-6396 - ppge@faced.ufu.br - www.ppge.faced.ufu.br

**ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em:	Tecnologias, Comunicação e Educação				
Defesa de:	Dissertação de Mestrado Profissional/Dissertação, número 05/2021/131, PPGCE				
Data:	Vinte e cinco de fevereiro de dois mil e vinte e um	Hora de início:	14h00	Hora de encerramento:	16h48
Matrícula do Discente:	11912TCE018				
Nome do Discente:	Leticia Daniela Gonçalves Medeiros				
Título do Trabalho:	Transparência e Interesse Público: o trabalho de acesso à informação e comunicação pública na Câmara Municipal de Uberlândia - MG				
Área de concentração:	Tecnologias, Comunicação e Educação				
Linha de pesquisa:	Tecnologias e Interfaces da Comunicação				
Projeto de Pesquisa de vinculação:	O Papel Da Comunicação Pública Na Cultura Científica Dos Países: Estudo Comparado Entre As Instituições Parceiras E Países Membros Do Instituto Nacional De Ciência E Tecnologia Em Comunicação Pública Da Ciência E Tecnologia - Inct-Cpct (Brasil)				

Reuniu-se por web conferência pelo link <https://conferenciaweb.rnp.br/events/banca-de-defesa-de-dissertacao-ppge-leticia-medeiros>, pela Universidade Federal de Uberlândia, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, assim composta: Professores Doutores: Nicoli Glória de Tassis Guedes - UFU; Debora Cristina Tavares - UFMT; Adriana Cristina Omena dos Santos - UFU, orientador(a) do(a) candidato(a).

Iniciando os trabalhos o(a) presidente da mesa, Dr(a). Adriana Cristina Omena dos Santos, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato(a), agradeceu a presença do público (online), e concedeu a Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação da Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que

se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

**Aprovada**

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.



Documento assinado eletronicamente por **Adriana Cristina Omena dos Santos, Professor(a) do Magistério Superior**, em 25/02/2021, às 16:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Nicoli Glória de Tassis Guedes, Professor(a) do Magistério Superior**, em 25/02/2021, às 16:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Débora Cristina Tavares, Usuário Externo**, em 25/02/2021, às 16:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **2544866** e o código CRC **BC74DB08**.

---

**LETÍCIA DANIELA GONÇALVES MEDEIROS**

**TRANSPARÊNCIA E INTERESSE PÚBLICO: O TRABALHO DE ACESSO À  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA CÂMARA MUNICIPAL DE  
UBERLÂNDIA - MG**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), como exigência para obtenção do título de Mestra em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana Cristina Omena dos Santos

Uberlândia, 25 de fevereiro de 2021.

---

Prof.a Dr.a Adriana Cristina Omena dos Santos, UFU/MG

---

Prof.a Dr.a Nicoli Glória de Tassis Guedes, UFU/MG

---

Prof.a Dr. a Débora Cristina Tavares, UFMT/MT

MEDEIROS, L. D. G. **Transparência e interesse público**: o trabalho de acesso à informação e comunicação pública na Câmara Municipal de Uberlândia – MG. 2021, 112 p. Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (Mestrado profissional). Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021.

## RESUMO

Esta pesquisa analisa pilares como o interesse público e a transparência, tendo como objeto de estudo a Câmara Municipal de Uberlândia-MG. O estudo foi feito a partir do monitoramento das mídias sociais e do site institucional para entender como as pautas legislativas são apresentadas à população e como o e-Sic funciona no atendimento às demandas de pedido de informação. Pode-se observar como o Poder Legislativo trabalha a questão da Comunicação Pública (CP) e se os preceitos da Lei de Acesso à Informação (LAI) são respeitados. Para o estudo foi feita uma pesquisa bibliográfica dos temas. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, observado as publicações de Facebook e Instagram à luz da CP, LAI e Assessoria de Imprensa, cujos dados foram coletados entre os meses de abril e junho de 2020. Também foram usadas ferramentas de monitoramento de mídias sociais e respeitadas as especificidades de cada uma, bem como a linguagem adotada. Além disso, foram coletadas no mesmo período as publicações oficiais da Câmara, o Jornal O Legislativo, para entender o contexto das discussões. Os resultados apontam que o interesse público e a transparência não são efetivamente trabalhados nas mídias sociais e que no site o acesso à informação está profundamente comprometido.

**Palavras-chave:** Comunicação pública. Lei de Acesso à Informação. Câmara de Uberlândia.

MEDEIROS, L. D. G. **Transparency and public interest**: the work of access to information and public communication in Uberlândia's Chamber. 2021, 112 p. Postgraduate program of Technology, Communication e Education (Professional Masters Degree). Federal University of Uberlandia, Uberlandia, 2021.

### **ABSTRACT**

This research is based on public interests and transparency having as study object Uberlândia's city council. The study was created after social media and institutional website monitoring seeking to understand how legislative guidelines are presented to the population and also how e-Sic works in meeting the demands for information requests. Given these results one can observe how they works the issue of public communication and if the Access to Information Law norms have been respected. The methodology used was content analysis by watching Facebook and Instagram's posts in the light of Public Communication, Access to Information Law and Press Office and which data was collected between April and June 2020. Social media monitoring tools were used, respecting each of their specificities, to complement the analysis together with the language used in the communications. The official Chamber publications, O Legislativo journal, were analyzed to contextualize the analysis scenario as a way to understand the parliamentarian's discussions. Results show that public interests and transparency aren't effectively worked by the institution on social media and access to information in the website is deeply committed.

**Keywords:** Public Communication, Access to Information Law, Uberlândia's Chamber

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>Gráfico 1</b> – Linguagem utilizada na página do Facebook	65
--	----

## **LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1</b> – Modelos de Administração Pública	54
<b>Quadro 2</b> – Critérios de categorização	57
<b>Quadro 3</b> – Critérios de categorização	58

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AI	Assessoria de Imprensa
APT	Administração Pública Tradicional
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CGU	Controladoria-Geral da União
CMU	Câmara Municipal de Uberlândia
Compós	Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação
CP	Comunicação Pública
CTPCC	Conselho da Transparência Pública e Combate à Corrupção
D	Diálogo
DN	Divulgação de notícia ou trabalho institucional
e-SIC	Serviço Eletrônico de Informações ao Cidadão
Fenaj	Federal Nacional dos Jornalistas
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FP	Facilitar a prestação de informação
Gaeco	Grupo de Atuação Especial de Repressão ao Crime Organizado
GRU	Guia de Recolhimento da União
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IGTV	Instagram TV
Intercom	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
IP	Interesse Público
LAI	Lei de Acesso à Informação
LE	Liberdade de Expressão
MC	Material complementar
MDB	Movimento Democrático Brasileiro (Partido político)
MP	Ministério Público
NGP	Nova Gestão Pública
NSP	Novo Serviço Público
ONU	Organização das Nações Unidas
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PDT	Partido Democrático Trabalhista

PEC	Proposta de Emenda Constitucional
PG	Peça gráfica
PL	Partido Liberal
PL	Projeto de Lei
PMB	Partido da Mulher Brasileira
PP	Partido Progressista
PPGCE	Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação
PSC	Partido Social Cristão
PSD	Partido Social Democrático
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
SD	Solidariedade (Partido político)
SIC	Serviço de Informações ao Cidadão
TC	Tornar conhecidos os trabalhos da instituição
TIC	Tecnologia da Comunicação e Informação
TP	Transparência e Publicidade
UFU	Universidade Federal de Uberlândia

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Memorial</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Descrevendo pesquisa</b>	<b>15</b>
<b>1.3 A cidade de Uberlândia-MG</b>	<b>17</b>
<b>1.4 A Câmara Municipal de Uberlândia (CMU)</b>	<b>19</b>
<b>2 COMUNICAÇÃO E INTERESSE PÚBLICO</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Comunicação pública</b>	<b>21</b>
<b>2.2 O papel da assessoria de imprensa</b>	<b>29</b>
<b>3 TRANSPARÊNCIA E ACESSO À INFORMAÇÃO</b>	<b>38</b>
<b>3.1 Lei de Acesso à Informação (LAI)</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Accountability</b>	<b>47</b>
<b>4 COMUNICAÇÃO PÚBLICA, LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO E ASSESSORIA DE IMPRENSA NA CÂMARA DE UBERLÂNDIA</b>	<b>56</b>
<b>4.1 Procedimentos metodológicos</b>	<b>56</b>
<b>4.2 Estudo de similares</b>	<b>59</b>
<b>4.3 Características das mídias</b>	<b>62</b>
<b>4.4 Contexto de pré-análise</b>	<b>64</b>
<b>4.5 Resultados encontrados</b>	<b>65</b>
<i>4.5.1 Mídias Sociais</i>	<i>65</i>
<i>4.5.2 Site Institucional</i>	<i>70</i>
<i>4.5.3 Jornal O Legislativo</i>	<i>71</i>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>74</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>76</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>102</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Memorial

O contato com o tema da pesquisa proposta deu-se após a conclusão da graduação em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), no início de 2015. Minha primeira experiência profissional como jornalista foi na Câmara Municipal de Tupaciguara, em um departamento de comunicação recém-criado no órgão. Até então, as atividades que foram destinadas à coordenadoria de comunicação eram exercidas por servidores da secretaria legislativa e, muitas delas, ainda não eram desenvolvidas.

O começo das atividades foi de adaptação porque, para além da chegada em um local novo de trabalho, as funções e área de atuação eram distintas das que desenvolvi durante a graduação, que envolviam trabalhos sociais e plataformas como televisão e rádio. Já neste início, deparei-me com um fato que percebo até hoje: muitas pessoas ainda ficam confusas quanto à distinção das atividades (e principalmente os deveres) dos Poderes Legislativo e Executivo. Como servidora, inicialmente, precisei aprender todas as nomenclaturas e diferenciações de procedimentos internos que envolvem o poder público, o que acredito que, cada vez mais, evidenciou a ausência de uma educação cidadã para a política e seus processos. Isso acontece porque, no Brasil, o ensino formal – principalmente as grades curriculares das escolas públicas – não contempla efetivamente a educação política no que tange às atividades destinadas a cada instância do Poder, aos direitos e deveres dos cidadãos na fiscalização e à participação ativa no processo democrático. Tal deficiência é capaz de atrapalhar futuramente a vida dos cidadãos, que podem não cobrar de maneira mais eficiente por não saberem de fato o que, a quem e como questionarem as informações. No ensino médio, quando se dá o início do exercício eleitoral dos cidadãos, disciplinas de Ciências Humanas são cada vez menos valorizadas, principalmente quando se fala de Ciências Sociais e Filosofia (a partir das quais a discussão ocorreria com propriedade). Elas, por vezes, sequer são ofertadas em todos os três anos nas escolas públicas.

Além disso, podemos acrescentar Projetos de Lei (PL) recentes que, embora não aprovados, aparecem de tempos em tempos para desestimular a discussão política, dizendo que tais diálogos são considerados casos de doutrinação no ambiente de ensino, tal qual o PL

“Escola Sem Partido”<sup>1</sup>. No entanto, educar politicamente nas escolas, no entanto, significaria dar um conhecimento mínimo para que o cidadão faça suas próprias escolhas de forma consciente.

Já no início das atividades no Poder Legislativo entendi que noticiar todos os trâmites dos projetos e serviços legislativos era essencial e, mais que isso, era preciso tornar os termos e a linguagem acessíveis para que o maior número possível de pessoas pudesse entender o trabalho realizado dentro de uma Câmara.

No mesmo ano, participei do Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), cuja edição da região sudeste foi realizada em Uberlândia, na UFU. O tema central do evento foi “Comunicação e cidade Espetáculo” e teve como intuito discutir a influência da tecnologia no entendimento das pessoas sobre cultura, lazer e o outro, tratando ainda de como os diálogos são construídos atualmente. Entre as atividades do Congresso procurei alguma que tivesse relação com a área na qual eu atuava profissionalmente, a fim de levar contribuições para meu local de trabalho. Dentre as atividades, participei da palestra “Branding x Crise: transformando ódio em amor nas mídias sociais”, do publicitário Erickson Monteiro. A discussão abordou estratégias para transformar a crise em algo positivo dentro do mercado da comunicação e, para isso, o palestrante apresentou diversos cases, tanto de projetos que deram certo quanto outros que não foram bem sucedidos. Para mim, a palestra teve dois pontos que me fizeram refletir. Um deles foi o de reforçar o interesse que ainda tenho por outras áreas da comunicação, o que foi importante para que eu escolhesse começar uma pós-graduação em marketing anos depois, e a segunda, que me levou a prestar o processo seletivo do mestrado em comunicação.

Em um dos casos citados pelo publicitário, conheci a estratégia comunicacional da Prefeitura de Curitiba, que usava do humor para trabalhar a comunicação institucional no Facebook, enquanto páginas semelhantes tratavam temas políticos com seriedade. As postagens da “Prefs” (que era como a Fanpage era conhecida pelos internautas) misturavam informações institucionais com referências a elementos da cultura pop, como vídeo games,

---

<sup>1</sup> O “Escola Sem Partido” foi criado em 2004 que, segundo o site oficial ([escolasempartido.org](http://escolasempartido.org)), “é uma iniciativa conjunta de estudantes e pais preocupados com o grau de contaminação político-ideológica das escolas brasileiras, em todos os níveis: do ensino básico ao superior”. O movimento deu origem a PLs nas esferas municipais, estaduais e federais para impedir que, nas discussões dentro da sala de aula, os professores não transferissem juízo de valor (morais e políticos) aos alunos. Defensores do movimento consideram as discussões realizadas no ensino formal como “doutrinação” dos estudantes.

memes e séries de TV - Game of Thrones é um exemplo de programa que fazia muito sucesso na época e que era usado nos posts, estabelecendo uma relação com os assuntos políticos da cidade.

Em uma pesquisa rápida pela internet é possível observar que, entre 2013 e 2015, essa fanpage era apontada como um case de sucesso do marketing. Foi uma tentativa de “humanizar a marca” e tornar o serviço público mais próximo dos cidadãos, estabelecendo uma relação dialógica e informal. Inicialmente, achei a abordagem interessante por tratar a política com humor e pelo engajamento<sup>2</sup> da página na mídia social citada, ou seja, como o público comprou a ideia, adotou uma participação ativa e como um seguidor envolve outros neste processo interativo também. A estratégia, inclusive, inspirou outros órgãos a usar do cunho humorístico para transmitir as mensagens institucionais, o que inclusive a Prefeitura de Uberlândia adotava na mesma época.

Lendo sobre o assunto, posteriormente, encontrei artigos que tratavam justamente da efetividade dessa prática no que diz respeito a atender à comunicação pública – termo que só me foi apresentado em profundidade já no mestrado. Um desses artigos apontava, principalmente, que a página fazia mais sucesso com moradores de outras cidades do país, o que acabava beneficiando mais o turismo do que o acesso à informação aos moradores locais. Outro desses trabalhos mostrava o crescimento exponencial no número de curtidas da página, mas questionava se o sucesso se refletia também nos resultados práticos da relação poder público-cidadão. No entanto, a estratégia foi tão bem aceita que, na troca de gestão, no ano de 2016, o público da rede social pedia que a equipe de comunicação desta Prefeitura fosse mantida e que continuassem com este mesmo viés.

Pensando justamente em todas estas questões citadas, passei a observar modelos que seriam úteis para aplicação profissional, principalmente em mídias sociais, e me deparei com a página da Câmara de Uberlândia, que é uma cidade referência na região em que moro, que apesar de ser um órgão com uma equipe grande no setor de comunicação, não investia muito

---

<sup>2</sup> O conceito de engajamento perpassa diversas áreas do conhecimento e ainda está em construção e, mesmo com a diversidade de contribuições dos estudos já realizados, ainda não é consensual. Neste trabalho, partiu-se do conceito de Marra e Damacena (2013) que fazem uma revisão teórica sobre o tema. Neste contexto, considera-se que estar engajado é “estar envolvido, ocupado (...) (ou seja, mantendo atenção), que gera as consequências de uma atração especial ou força de repulsão. Os indivíduos mais engajados vão se aproximar ou repelir um alvo quando mais valor for adicionado ou subtraído dele” (HIGGINS; SCHOLER, 2009 apud MARRA; DAMACENA, 2013, p. 237).

na comunicação digital. Até o momento em que comecei a escrever a proposta de projeto para o ingresso no Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE) da UFU, no final de 2018, o conteúdo do Facebook do Poder Legislativo uberlandense era primordialmente composto por compartilhamentos de links. As notícias eram escritas para o site institucional e os links disponibilizados na página do Facebook, sem a adaptação da linguagem que a mídia exige e uso dos recursos disponíveis. Este fato me causava estranhamento por ver que as mídias sociais já eram usadas efetivamente em vários órgãos, inclusive em cidades com menos recursos financeiros e de pessoal.

Durante as primeiras atividades realizadas no mestrado profissional e em conversa com a orientadora deste trabalho, tive acesso ao conceito da Comunicação Pública, que era o termo que não apenas permeava a questão norteadora da pesquisa como também minha atividade profissional. Já no primeiro semestre me matriculei na disciplina eletiva de Monitoramento e Análises de Mídias Sociais, que foi extremamente relevante no processo de amadurecimento da proposta da pesquisa, uma vez que conheci ferramentas de monitoramento e as especificidades das mídias sociais. Durante o semestre da disciplina escolhi realizar um estudo semelhante ao que fiz nesta pesquisa, embora de forma reduzida e com outro objeto de estudo (sendo também um órgão legislativo). Produzi um relatório de monitoramento da página oficial do Senado Federal no Facebook e como a equipe trabalha a comunicação pública. Posteriormente, esse trabalho tornou-se um resumo expandido e foi apresentado no 1º Seminário Internacional de Tecnologias, Comunicação e Educação, realizado em novembro de 2019, na UFU.

Já no segundo semestre, com a disciplina de Procedimentos Metodológicos de Pesquisa e Desenvolvimento dei início ao esboço do relatório de qualificação, com a delimitação dos objetivos e início da construção do referencial teórico da pesquisa.

Para a apresentação dos resultados da pesquisa, esta dissertação é composta por cinco capítulos. O primeiro, introdutório, é este que apresenta o memorial e a descrição da pesquisa, bem como contextualiza a cidade de Uberlândia e a estrutura da Câmara Municipal. Em seguida, dois capítulos apresentam as ideias teóricas centrais da proposta: a discussão sobre comunicação e interesse público, com a abordagem do trabalho da assessoria de imprensa e sobre comunicação pública; o capítulo três, posteriormente, tem como foco discutir a transparência e o acesso à informação, baseados na Lei de Acesso à Informação (LAI) e na

accountability. O quarto capítulo, por sua vez, apresenta esses conceitos aplicados ao objeto de pesquisa, com os procedimentos metodológicos, estudo de similares, características das mídias e, também, os resultados encontrados por meio da análise. Por fim, o quinto capítulo traz as considerações finais, seguido de referências, anexos e apêndices.

## **1.2 Descrevendo pesquisa**

Esta pesquisa tem como tema a comunicação pública, mais especificamente na área da política, tendo como objeto a Câmara Municipal de Uberlândia-MG. A proposta de pesquisa justifica-se a partir da inquietação a respeito da prática exercida pela assessoria de comunicação no órgão legislativo de uma das maiores cidades de Minas Gerais, bem como entender as formas que são utilizadas para o acesso à informação. O departamento de comunicação em questão, de acordo com o site institucional, é formado por um diretor geral e tem duas subdivisões, sendo elas a seção de jornalismo e a de cerimonial. A TV Legislativa, por sua vez, tem outras duas seções (seção de produção gráfica e fotografia e seção de áudio e vídeo) e corresponde a um setor distinto.

A escolha do tema ocorreu a partir do interesse nos assuntos da proposta, como a política e a comunicação institucional. Devido à experiência prévia na área, percebeu-se o despreparo dos cidadãos no tema “política” como um todo, em como se dão os processos políticos e quais são as responsabilidades de cada Poder. Aliado a isso, a velocidade da informação, a disseminação de notícias falsas e mal interpretadas (talvez até pelo uso de uma linguagem que não é facilitadora) e o descrédito da classe política são obstáculos para estas organizações, visto que a credibilidade delas é sempre colocada em dúvida.

Assim, o estudo acompanhou e analisou as mídias sociais por três meses, entre abril e junho de 2020, e o site da citada instituição, observando como são tratadas e divulgadas as questões de interesse público, sejam as matérias legislativas ou informações exigidas pela Lei de Acesso à Informação. O período acima citado foi escolhido por conta do início da pandemia de Covid-19 no país para entender como a instituição lidaria com o acesso e divulgação de informações justamente quando a população mais precisava delas, especialmente online, já que o isolamento social impossibilitou o acompanhamento presencial de sessões e a internet tornou-se essencial para acompanhar os processos.

Para tanto, foi necessário compreender a definição de interesse público. Neste sentido,

cabem as considerações de Borges (1996) ao apontar que, em uma ordem democrática, há o todo e a parte. Neste caso, a parte corresponde aos interesses individuais e o todo refere-se ao bem comum, interesse geral ou coletivo, mas também conhecido como interesse público. Além disso,

[...] o interesse público é o somatório dos interesses individuais coincidentes em torno de um bem da vida que lhes significa um valor. [...] esse interesse passa a ser coletivo quando dele partilham e compartilham um tal número de pessoas, componentes de uma comunidade determinada. [...] O interesse público, em uma ordem democrática, não se impõe coativamente. Somente prevalece, em relação aos interesses individuais divergentes, com prioridade e predominância, por ser um interesse majoritário. (BORGES, 1996, p. 114).

Para a pesquisa, foi realizado um monitoramento das páginas oficiais do Facebook e Instagram, além de análise do site institucional do objeto da pesquisa. É importante acrescentar que foi possível notar que o conteúdo das duas mídias sociais citadas é replicado: nas postagens coletadas, as fotos e textos do feed são os mesmos, salvo raras exceções nas quais para o conteúdo do Instagram é usado apenas o primeiro parágrafo do texto do Facebook. No entanto, analisar as duas redes trouxe resultados diferentes, porque apesar de cada vez mais unificadas e com funcionalidades semelhantes (mas não idênticas) cada rede tem sua particularidade e foi criada com um intuito. A escolha destas duas mídias sociais deu-se, também, por serem umas das mais utilizadas em todo o mundo. No Brasil, por exemplo, o relatório Digital in 2020<sup>3</sup> (WE ARE SOCIAL, 2020), feito pela We Are Social em parceria com a Hootsuite, mostrou que há 150,4 milhões de usuários de internet no Brasil e, dentre eles, 140 milhões usam mídias sociais – um aumento de 8,2% comparado ao ano anterior. O tempo médio diário destes usuários na internet é de 9h17, das quais 3h31 são usados para navegar em mídias sociais. A pesquisa mostrou ainda que o Youtube (96%), Facebook (90%), WhatsApp (88%) e Instagram (79%) lideram o ranking de preferência dos brasileiros que utilizam as redes.

Levando em consideração que as matérias discutidas no Poder Legislativo são de interesse público e a maioria delas não chega efetivamente ao seu público de interesse, seja pelos meios de divulgação ou pela linguagem não acessível, a questão norteadora da pesquisa baseia em responder como a Câmara Municipal de Uberlândia trabalha a comunicação

---

<sup>3</sup> “Hootsuite” e “We are social” são duas agências de marketing digital especializadas em mídias sociais que atuam no mundo inteiro. Elas realizam anualmente pesquisas acerca do mundo da comunicação digital.

pública nas mídias sociais e em seu site. Para tanto, foram aprofundados os conceitos acerca de comunicação pública e lei de acesso à informação para, posteriormente, estudar se a Câmara atende aos critérios exigidos pelo conceito e pela legislação. Além disso, houve uma observação das páginas oficiais do Facebook e Instagram e do site institucional com a finalidade de averiguar como são tratadas e divulgadas as questões de interesse público nos canais oficiais de comunicação, ponderar os conteúdos das matérias legislativas, mensuração da resposta dos usuários às postagens nas mídias, sempre enfatizando as ações que trabalhem a comunicação de interesse público, observando também a linguagem empregada e a mídia.

Ainda sobre o interesse público, de acordo com a Constituição Federal, a administração pública deve seguir os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Tratando em específico da publicidade, neste contexto, os órgãos públicos se propõem a agir com transparência em suas informações, tanto nos atos finalizados quanto nas decisões em andamento e é por meio do plano de comunicação que são estabelecidas as ações e estratégias que melhor trarão resultados para as organizações.

Dessa forma, o trabalho é socialmente relevante não apenas por analisar meios de comunicação que só crescem a nível mundial e como é feito o uso institucional das mídias sociais como meio de participação e conhecimento da política local, mas também por constituir um assunto que ainda é pouco discutido, principalmente no âmbito legislativo municipal, como será visto na análise de similares no capítulo 4.

Assim, faz-se importante a análise crítica dos planos de comunicação, da aplicação dos conceitos de comunicação pública e do exercício da transparência, bem como do trabalho da assessoria de imprensa no que se refere à imagem das organizações e relação com a população. Por meio desta pesquisa e dos resultados da análise foi possível entender tais pontos, apontando possíveis soluções para uma melhor relação entre o governo e o povo e dando abertura a novos estudos sobre os órgãos públicos em todo o país.

### **1.3 A cidade de Uberlândia-MG**

Uberlândia é um município de Minas Gerais, localizado na região do Triângulo Mineiro. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que, em 2020, a cidade tinha uma população estimada de 699.097 habitantes, o que coloca o município

como o segundo maior em população do estado. O número de moradores aumentou cerca de 95 mil do que aponta o último Censo, realizado há 10 anos<sup>4</sup>.

De acordo com o site oficial da Câmara Municipal, Uberlândia tem sua origem ligada à ocupação de bandeirantes no começo do século XIX. Entre 1852 a 1888, a cidade era conhecida como São Pedro do Uberabinha, arraial da cidade vizinha de Uberaba. Em 31 de agosto de 1888, o município foi emancipado politicamente, mas só recebeu o nome de Uberlândia em 1920, cuja nomenclatura carrega consigo o significado “terra fértil”. Ainda segundo a página, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) Municipal, em 2010, foi de 0,789, o que é considerado alto pela Organização das Nações Unidas (ONU), sendo o terceiro mais alto de Minas Gerais e o 71º em um ranking nacional.

Uberlândia é frequentemente citada em pesquisas que consideram a qualidade de vida e desenvolvimento urbano: a primeira cidade de Minas Gerais e terceira do país em saneamento básico, em 2019, de acordo com o Trata Brasil; ocupa a posição 57 entre as cidades mais inteligentes e conectadas do país, em 2019, de acordo com o Connected Smart Cities; é a 46ª melhor cidade do país para se fazer negócios, em 2019, pela Urban Systems; é a 23ª melhor cidade do Brasil, em 2018, de acordo com o Índice dos Desafios da Gestão Municipal; 8ª melhor cidade do país para se viver, em 2015, de acordo com estudo foi divulgado pela revista Isto É e realizado pela consultoria Austin Rating.

Além disso, a UFU, que teve em Uberlândia a sua primeira sede, também contribui para o desenvolvimento do município. A instituição atrai estudantes de todo o país e conta com 2.027 docentes, 2.952 técnicos administrativos e 29.753 discentes, espalhados por sete campi e quatro cidades, conforme levantamento do portal Comunica UFU para as eleições de reitor e vice-reitor, em 2020. São 93 cursos de graduação (67 bacharelado e 26 de licenciatura) e 57 programas de pós-graduação (especialização, MBA, mestrado e doutorado)<sup>5</sup>. Tais números contribuem para que a UFU apareça em destaque quando o assunto é qualidade do ensino, já que ocupa o 55º lugar no THE Latin America University Rankings 2020.

---

<sup>4</sup>As informações completas podem ser acessadas no site <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia/panorama>.

<sup>5</sup> Informações retiradas do site [www.ufu.br](http://www.ufu.br).

#### 1.4 A Câmara Municipal de Uberlândia (CMU)

O Poder Legislativo de Uberlândia, em seu site institucional, apresenta um breve histórico da Câmara e do início da atuação política na cidade. Segundo a página, com exceção dos períodos de 1895-1897 e 1901-1904, até o ano de 1930 não havia eleição para Prefeito e eram os próprios vereadores da cidade que votavam para eleger os representantes tanto do Poder Legislativo quanto do Executivo. Entre os detalhes dessa época estavam a legislatura com duração de três anos, 11 sessões ordinárias por ano e estas eram divididas em duas partes, uma às 11 da manhã e outra entre as 12 e 15 horas.

Até o ano de 2020, quando ainda vigoram os representantes eleitos em 2016, a CMU possuía 27 vereadores: Adriano Zago, Amado Júnior, Antônio Borges (Tunico), Antônio Carrijo, Átila Carvalho, Charlie Manzi (Charlão), Cleyton César, Delfino Rodrigues, Edilson Gracioli, Ednaldo Régio, Eduardo Moraes, Gláucia Galante, Guilherme Fernandes, Heliomar Cândido (Bozó), Jussara Matsuda, Leandro Neves, Liza Prado, Marcelo Cunha, Mineia Nunes, Misac Lacerda, Neivaldo Honório (Magoo), Paulo César (PC), Ronaldo Tannus, Sergimar Melo (Sérgio do Bom Preço), Thiago Fernandes, Walquir Amaral e Wilson Pinheiro, que representam 12 partidos políticos diferentes (MDB, PCdoB, PDT, PL, PMB, PP, PSC, PSD, PSDB, PSL, PT e SD). É a essa legislatura, portanto, que se refere o material coletado e analisado nesta dissertação<sup>6</sup>.

A Mesa Diretora da CMU é a responsável por dirigir os trabalhos legislativos nas reuniões ordinárias e extraordinárias, bem como cuidar dos serviços administrativos da Câmara pelo período de dois anos. Atualmente, a estrutura é composta por Presidente, Primeiro, Segundo e Terceiro Vice-Presidentes e Primeiro e Segundo Secretários. Já as Comissões de Trabalho, que elaboram os pareceres dos projetos juntamente com a assessoria técnica, são 17: Comissão de Administração Pública; Comissão Mista de Participação Popular Legislativa; de Direitos Humanos Sociais e do Consumidor; de Educação, Cultura e Ciência; de Esporte, Lazer e Paradesporto; de Finanças, Orçamento e Tributos; de Indústria, Comércio, Turismo e Trabalho; de Inovação, Tecnologia e Juventude; de Legislação, Justiça e Redação; de Meio Ambiente e Defesa Animal; de Micro e Pequena Empresa; de Política Rural e

---

<sup>6</sup> Vale ressaltar que parte dos nomes citados aqui são de vereadores suplentes que assumiram o mandato em 2020 depois da operação Má Impressão, do Grupo de Atuação Especial de Combate ao Crime Organizado (Gaeco), em dezembro de 2019. Ao todo, foram 20 vereadores presos, conforme relatado no capítulo 4, e que perderam o mandato em ações de cassação posteriormente.

Administração dos Distritos; de Política Urbana, Habitação e Urbanismo e Transporte Público; de Políticas Públicas sobre Drogas; de Promoção da Igualdade Racial; de Saúde e Saneamento Básico; e Comissão de Segurança Pública.

Conforme o organograma disponível no site institucional, o setor de Comunicação da CMU está alocado na Secretaria-Geral e divide-se em na TV Legislativa (Seção de produção gráfica e fotográfica e Seção de Áudio e Vídeo) e no Departamento de Comunicação (Seção de Cerimonial e Seção de Jornalismo). Este último é o setor responsável pela assessoria de imprensa, textos e todo material coletado e analisado neste trabalho. De acordo com o Portal da Transparência, no mês de novembro de 2020, havia 4 servidores no setor de jornalismo, 1 no setor de cerimonial e 1 diretor de comunicação. Três desses servidores são jornalistas, cuja função exige formação superior em Jornalismo e registro profissional na área. Além disso, seguindo o quadro de cargos e funções da Câmara, esses profissionais são responsáveis pelas reportagens, informativos e apoio à produção e edição. Entre as atribuições estão: atuar em rádio e TV na captação de notícias; realizar reportagens e entrevistas internas e externas; apresentar boletins informativos ao vivo ou pré-gravados; orientar o cinegrafista e apoiar a produção e a edição; levantar notícias; executar outras tarefas da mesma natureza ou nível de complexidade associado à sua especialidade ou ambiente organizacional.

No entanto, nas edições analisadas do Jornal O Legislativo, há alterações no plano de cargos da instituição. Uma delas prevê que, havendo vacância, os três cargos de jornalistas (e outros) serão extintos. É provável que com a saída desses profissionais, seja por qualquer motivo, o Setor de Jornalismo não deixe de existir, visto a necessidade das atividades desenvolvidas, mas os cargos poderão ser ocupados por profissionais de livre nomeação da Mesa Diretora ou da Presidência da Casa.

## 2 COMUNICAÇÃO E INTERESSE PÚBLICO

O ato de se comunicar é inerente ao ser humano, desde os tempos da comunicação não-verbal até hoje, com o uso das mídias sociais. É um processo em constante evolução, mas que não perde o cerne de sua concepção inicial: criar canais interativos que ligam as pessoas.

Este capítulo trará uma discussão acerca de Comunicação Pública, uma vertente que divide opiniões e perspectivas – e que segue em construção – mas que, de maneira geral, corresponde à visão de atender ao interesse público. Nesse contexto, é possível observar o objeto da pesquisa e refletir sobre a importância da relação cidadão-governo. O tópico também apresenta o papel da assessoria de comunicação, desde sua criação em 1906 até a atuação dos profissionais nas instituições públicas.

### 2.1 Comunicação pública

A discussão sobre comunicação pública (CP) é recente e vem crescendo em todo o mundo. No caso do Brasil, o conceito surgiu em meados de 1980. Por aqui, Koçouski (2012) aponta que o início das discussões acerca do tema está diretamente ligado a dois fatores: a redemocratização do país e a criação da Constituição Federal de 1988. Nesta última, a autora destaca que os tópicos da legislação que tratam das liberdades de imprensa e de expressão, bem como a exigência da transparência nos atos do governo, fortaleceram a CP no país. Talvez por esse início o termo esteja ligado à comunicação governamental. No entanto, os principais estudiosos do termo apontam ser um erro simplificar a CP apenas a isso.

Como afirmam Ribeiro e Mainieri (2011), a definição de comunicação pública é polissêmica e seu estudo ainda tem muitos caminhos a serem percorridos, principalmente no Brasil. Por aqui, a teoria ainda busca consolidação e segue acompanhando “de modo incipiente as mudanças na institucionalidade democrática e as demandas por participação e democratização no processo decisório das políticas públicas” (SARDINHA, 2012, p. 2).

Outros teóricos concordam ao dizer que “a comunicação pública configura um conceito complexo que permite extrair múltiplas abordagens teóricas e reflexões sobre sua prática nas diferentes perspectivas do campo comunicacional” (KUNSCH, 2012, p. 17). Para Brandão (2006), o termo comunicação pública vem sendo utilizado com diversos significados, dependendo do país e do autor. É por ser um campo novo de estudo e por abordar diferentes

áreas que a autora acredita que o conceito ainda está em construção. Assim, como forma de contribuir para a conceituação teórica, a autora menciona que é possível identificar cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional: CP com comunicação organizacional, com comunicação científica, com comunicação estatal/governamental, com comunicação política e com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada.

Detalhando resumidamente cada um destes pontos, Brandão (2006) aponta que a CP identificada com comunicação organizacional, em alguns países, trabalha a comunicação dentro de uma organização, planejando estratégias, construindo identidade e se relacionando com o público da instituição, seja ela pública ou privada. Já a CP identificada com comunicação científica foca na criação de um canal que ligue a ciência ao cotidiano das pessoas. A CP identificada com comunicação estatal/governamental entende que a comunicação pública é de responsabilidade do governo para estabelecer a comunicação com os cidadãos (no que tange à agenda pública, prestação de contas etc). Quando é identificada com comunicação política corresponde à relação desde a imprensa, até técnicas e pesquisas que influenciam a vida política das nações. Por fim, a CP identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada vê a comunicação do ponto de vista que as responsabilidades públicas são inerentes a toda a sociedade, não apenas aos governos.

Após esta construção das definições por área, a pesquisadora conclui que:

[...] o panorama traçado até aqui demonstra que dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Pública é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania. A exceção é aquela primeira que identifica Comunicação Pública com as atividades de comunicação organizacional. (BRANDÃO, 2006, p.10).

Dessa forma, também é necessário estabelecer uma distinção entre comunicação pública, comunicação política e comunicação governamental:

A comunicação governamental visa à prestação de contas do governo à sociedade, tendo um caráter informativo, objetivando esclarecer as ações e práticas de determinado governo. Quando Brandão aborda a comunicação política, a associa ao marketing político, remetendo ao uso de estratégias de comunicação persuasiva e de convencimento. Porém, para entendermos o conceito de comunicação pública, devemos ir além da questão da persuasão e de estratégias mercadológicas, pensando-a como detentora e divulgadora de informação de interesse coletivo. (BRANDÃO, 2009 apud RIBEIRO; MAINIERI, 2011, p. 52).

Assim, coletadas tais definições e diferenciações, temos que a CP desempenha papel fundamental em todo o processo de controle social que deve ser exercido pela sociedade. Sendo assim, pode-se considerar que a “Comunicação Pública deve ser pensada como um processo político de integração no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo” (MATOS, 2011 apud KUNSCH, 2013, p.6). Especificando os termos usados aqui pela autora, pensar a CP como um processo de integração está diretamente relacionado ao fato de incluir o cidadão nos processos sociais que constituem a esfera pública, colocando-o em uma posição central do processo de comunicação. Uma vez fazendo a comunicação pensada no cidadão, com todos os dados disponíveis e de forma clara e transparente, abre-se a possibilidade de ele próprio fazer a interpretação dos fatos e, conseqüentemente, assumir uma participação ativa no processo de comunicação, na qual há a expressão de ideias e formulação de propostas para a coletividade. O diálogo torna-se, portanto, o ato de a sociedade e essas entidades se posicionarem e, juntas, entenderem as necessidades coletivas e como as melhorias podem acontecer. Em sua essência, a CP deve ser não apenas participativa, mas também inclusiva, garantindo que as vontades coletivas se sobreponham às individuais, em uma comunicação democrática.

Para melhor fundamentar a teoria, a autora recorre a Duarte, um dos nomes relevantes quando o assunto é CP. De acordo com ele, os objetivos da Comunicação Pública são:

[...] privilegiar o interesse público; centralizar o processo no cidadão; tratar a comunicação como um processo dialógico; adaptar instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses públicos; e, assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo. No serviço público, a comunicação assume um papel importante para a democratização da informação, principalmente, nas prefeituras. (DUARTE, 2009 apud TAVARES, 2016, p. 13).

Não diferente disso, é possível citar que a CP e as instituições públicas possuem finalidades semelhantes, principalmente quando dizem respeito às funções de informar; escutar; contribuir para assegurar a relação social e acompanhar as mudanças de comportamento e das organizações sociais (ZÉMOR, 2005 apud BRANDÃO, 2006, p. 13). O autor aponta, ainda, que a CP é aquela comunicação de interesse público.

Pode-se concluir brevemente que a intenção da comunicação pública é transmitir aos cidadãos informações que são de interesse público, estabelecendo a transparência e a possibilidade de diálogo entre o Estado e a sociedade. Tendo como objeto de estudo a Câmara Municipal de Uberlândia, mas considerando qualquer unidade do Poder Legislativo, as

informações que tais órgãos possuem (e que são de interesse público) dizem respeito, primordialmente, às discussões e criações de legislações que podem estabelecer direitos e deveres para os cidadãos. Uma vez sendo o poder responsável pela criação das leis, as câmaras configuram um espaço que deveria permitir a discussão pública e o atendimento às necessidades de uma população já no primeiro passo da criação das leis. Ouvir a população durante o processo é uma forma de garantir o exercício da democracia em sua forma mais básica.

Ademais, considerando que os vereadores também são eleitos para exercer a função de agentes fiscalizadores, eles são os responsáveis pela aplicabilidade das leis e regimentos municipais, bem como controle de obras e gastos públicos e todas as ações da Prefeitura Municipal. Deve-se considerar ainda que, tendo seu próprio orçamento, o Legislativo precisa também prestar contas à sociedade de como a verba destinada ao Poder é gasta. Para responder a todas estas questões, o órgão deve atender aos preceitos da Lei de Acesso a Informação, que será detalhada no capítulo 3, e manter canais que permitam que o cidadão acesse de forma clara e eficiente todas estas informações. Canais para prestação de contas, sejam por meio de Portal da Transparência, site institucional ou mídias sociais, bem como canais de comunicação ativos, como ouvidorias e sistemas de informação ao cidadão, se alimentados e usados conforme o seu propósito, podem ser eficientes na relação cidadão-Estado para atender as demandas de interesse público.

Apesar de já ser um direito assegurado ao cidadão, “quando a comunicação pública cumpre seu primeiro papel, que é informativo, abre espaço para que exista diálogo e participação recíproca” (RIBEIRO; MAINIERI, 2011, p. 53). É importante ressaltar que, mesmo abrindo essa possibilidade de conversa e participação ativa, somente disponibilizar as informações não é garantia de que a CP acontece. Reforçando essa ideia, Wolton (2010) defende a premissa de que informar não é, necessariamente, comunicar, visto que a comunicação vai além de apenas dar as informações.

*Primeiramente*, se não existe comunicação sem informação, a comunicação é sempre mais difícil, pois impõe a questão da relação, ou seja, a questão do outro. O resultado é incerto visto que o emissor raramente está em sintonia com o receptor e vice-versa.

*Em segundo lugar*, há uma contradição entre a legitimidade da informação e o descrédito da comunicação, pois nunca os homens passaram tanto tempo, como neste último meio século, tentando se comunicar. Nunca se investiu tanto dinheiro em tecnologias cada vez mais sofisticadas na tentativa de

atingir esse objetivo. (WOLTON, 2010, p. 11-12, grifos do autor).

Assim, o autor entende que comunicar é cada vez menos transmitir, mas cada vez mais respeitar as diferenças nas relações humanas e promover o diálogo para melhor compreender as particularidades. Trata-se, portanto, de “pensá-las em conjunto, a comunicação exigindo um tratamento um pouco mais complexo por dizer respeito às questões da relação, da alteridade e do receptor” (WOLTON, 2010, p. 13). Ou seja, não é sobre comunicar, mas como se comunicar. As informações existem, portanto é necessário que elas sejam disponibilizadas de forma a envolver o cidadão no processo, respeitando os diversos públicos e pensando, principalmente, que o governo e os interesses são de toda uma comunidade (tanto para quem se faz, quem produz e sobre quem as informações dizem respeito), conceitos diretamente relacionados com a Comunicação Pública.

Para Brandão (2006), a Comunicação Pública é, hoje, uma tentativa de busca do sentido social que a Comunicação já tinha, mas que foi se perdendo na tentativa de atender às necessidades do mercado de trabalho. Já Koçouski (2013) aponta que a CP não vem para substituir outras formas de comunicação que já vigoram. Para a autora, a

[...] comunicação pública é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos. (KOÇOUSKI, 2013, p. 54).

Tomando como base a relação entre Estado e Comunicação, Sardinha (2012) propõe uma reflexão sobre a constituição da Comunicação Pública no Brasil. Para ele, disponibilizar as informações – o acesso à informação, propriamente dito – não é suficiente. O pesquisador aponta que a CP deve atuar na

[...] promoção da participação como processo fechado (não apenas oferecendo meios para participação), mas fazendo da participação uma prática comunicativa nessa disputa por sentidos que envolve a produção dos discursos sociais e assimetrias desconsideradas pelo ideal normativo da deliberação (SARDINHA, 2012, p. 20).

Em um sistema democrático, o autor aponta ainda o que é preciso ser trabalhado para que o conceito seja efetivamente aplicado no país. Sardinha (2012) aborda, portanto, três

pontos de vista: o normativo, o operativo e o político-conceitual. Nesse primeiro caso, é preciso esquecer a comunicação de mão única, avançando assim no fato de que a CP deve ser ofertada pelo Estado, mas de forma a não resumi-la às propagandas institucionais (ZÉMOR, 2005 apud SARDINHA, 2012). Quando o olhar é voltado ao operativo, a melhora consistiria em trabalhar os déficits da CP nas instituições públicas no que se refere a garantir o direito à informação e o funcionamento dos espaços de decisão. Por fim, falar do ponto de vista político-conceitual corresponderia a ter a CP como um tipo de comunicação singular que defenda que os assuntos de interesse público não fossem restritos ao Estado.

No Brasil, Brandão (2006) aponta que o conceito de CP ainda vem se formando como processo comunicativo na relação entre Estado e sociedade, fortalecendo o exercício da cidadania. No entanto, há autores que reforçam as dificuldades da implantação dessa ideia, principalmente nas instituições públicas. Até aqui foi apresentado que os cidadãos, na defesa de seus direitos coletivos, precisam cobrar efetivamente a transparência do poder público. Assim, o sujeito da CP precisa ser coparticipante do processo e, para que isso aconteça, faz-se necessário estabelecer instrumentos eficientes de comunicação. Estes instrumentos são divididos em dois grupos:

1) instrumentos de informação (publicações institucionais, notícias, internet, publicidade etc.), cujo foco recai em subsídios, disponibilização e fornecimento de dados e orientações, ajudando a ampliar o conhecimento sobre um tema; e 2) instrumentos de diálogo, caracterizados por estabelecer instâncias de interação no âmbito da cooperação, compreensão mútua, busca de soluções em consenso, sendo exemplares os grupos de trabalho, conselhos, cooperativas e redes de diferentes tipos. (DUARTE, 2007 apud ALBURQUERQUE; SOUSA; COSTA, 2010, p. 243).

Como a proposta desta pesquisa trata de analisar materiais do Poder Legislativo de Uberlândia, cabe recorrer a Haswani (2013) quando a autora trabalha o discurso obscuro das leis. Sendo a Câmara Municipal a responsável pela aprovação das leis de interesse da comunidade, precisamos considerar que a linguagem jurídica, usada nessas legislações, não é clara e acessível a todas. O que se fala aqui corresponde a

[...] uma comunicação usada sobretudo dentro do modelo tradicional de administração, chamado de regulação. Os exemplos vão das certificações, verbalizações e notificações às publicações legais, as coletâneas oficiais de atos, os afixos nos murais, os depósitos permanentes de documentos com exposição ao público, os registros e similares (Arena, 1999 apud HASWANI, 2013, p. 33).

Sendo assim, outra forma de trabalhar a CP seria buscar formas de ultrapassar estes

obstáculos, disponibilizando as informações de forma que garanta a comunicação efetiva entre a instituição e a sociedade. Neste trabalho, considerou-se que comunicação efetiva era aquela na qual a mensagem chegava para o maior número possível de pessoas sem ruídos comunicacionais que atrapalhassem seu entendimento. Na política, a linguagem técnica, vinda da redação de leis, prejudica o entendimento por parte da população. Cabe ao profissional da assessoria de imprensa traduzir e adequar tais termos para que não haja exclusão quando a mensagem chegar ao cidadão.

Haswani (2013) acrescenta ainda que a comunicação das leis é obrigatória, mas a forma como é realizada recebe críticas de estudiosos. Eles acreditam que a linguagem e os meios utilizados para divulgar não são adequados à finalidade. A pesquisadora acrescenta, também, que o uso de terminologia técnica resulta na incompreensão por parte da maioria do público. Por consequência, esta obscuridade acaba por prejudicar não apenas a aplicabilidade das leis, mas também ambiguidade, incoerência e irracionalidade (AINIS, 1997 apud HASWANI, 2013). Dessa forma, “sem conhecimento das leis não há como cobrar ao cidadão o seu cumprimento e, do outro lado, não há como reivindicar ao Estado a realização dos direitos fundamentais e sociais a que fazem jus” (HASWANI, 2013, p.34).

Para a autora, é possível que o uso dessa linguagem esteja no DNA do sistema burocrático brasileiro e que ainda seja usada para reforçar as desigualdades. Citando um estudo realizado por ela, entrevistando trabalhadores de call centers, concluiu-se que:

[...] a linguagem e o próprio discurso legal constituem barreiras intransponíveis para um povo que, como o brasileiro, ainda exhibe um nível espantoso de analfabetismo funcional. Mesmo trabalhadores com curso médio completo, como a maior parte dos entrevistados em call centers, apresentam dificuldades para interpretar as leis que lhes dizem respeito direta ou indiretamente – isto se conseguirem decifrar suas palavras componentes. (HASWANI, 2013, p.38).

Analisando em um sentido temporal, Liedtke e Curtinovi (2010) são autores de um trabalho que trata dos aspectos da CP do passado, presente e futuro no Brasil. Os dois primeiros já foram tratados até aqui, neste capítulo. No entanto, falando no que ainda se espera da comunicação pública, os autores acreditam que é preciso debater se as discussões teóricas existentes até os dias de hoje já são suficientes e atingiram maturidade para que os estudos prossigam ou se ainda carecem de aprofundamento. Aparados em outros pesquisadores, teses mais recentes apontam que a CP já possui força teórica para os rumos

contemporâneos dessa discussão. No entanto, “ainda carece de modelos de aferição que identifiquem a qualidade daquilo que é praticado por seus promotores e a satisfação dos públicos envolvidos” (LIEDTKE; CURTINOVI, 2010, p. 9). Dez anos se passaram desde essa afirmação e a discussão sobre o tema não teve grandes avanços. Isso pode ser confirmado não apenas com publicações mais recentes, mas também com o próprio levantamento de similares, citado no capítulo 4, que mostra que os autores que iniciaram os debates ainda são muito usados e que os trabalhos relacionados à comunicação pública e política e, mais ainda, tendo como escopo os poderes legislativos ainda são escassos.

Explicados alguns dos conceitos fundamentais da comunicação pública, o tópico seguinte trata da assessoria de imprensa, desde sua criação até as funções dos profissionais desta área. Tratar da CP e da assessoria de imprensa ao falar sobre interesse público tem como objetivo mostrar como os órgãos públicos, como no caso desta pesquisa, podem trabalhar a comunicação de interesse da população dentro das instituições e levar tais informações aos mais interessados, que são os cidadãos. Para tanto, os profissionais da assessoria de imprensa tornam-se fundamentais, uma vez que são eles os responsáveis pelo setor de comunicação desses órgãos.

Nas instituições públicas, o assessor de imprensa tem como foco priorizar o:

[...] interesse público, o que exige uma prestação de contas, que é uma obrigação legal, do que é realizado pela organização. Neste caso, isso exige da assessoria de imprensa um trabalho que, além de dar visibilidade às organizações, tenha como finalidade a veiculação de informações da gestão pública que tenham impacto direto na sociedade (FLORES, 2016, p.37).

Diferente do que se pensa, trabalhar com assessoria de imprensa no setor público não está ligado a promover os governantes, mas prezar pela prestação de contas, transparência e uma comunicação efetiva que procure atender ao interesse da população. Assim, prestar contas e ser transparente nas ações não está dissociado do interesse público. Pelo contrário: agir de acordo com tais preceitos é não apenas uma obrigação prevista por lei, mas também – e aqui pensando em outra vertente da assessoria de comunicação – uma forma de trabalhar a imagem das instituições. A transparência pode agregar uma imagem positiva ao órgão, trazendo mais confiabilidade perante o público. Assim, se considerada e feita dessa forma, os profissionais da assessoria de imprensa são os responsáveis por trabalhar a comunicação pública nesses órgãos, levando o direito à informação aos cidadãos.

## 2.2 O papel da assessoria de imprensa

Historicamente, as atividades de assessoria de imprensa nasceram vinculadas ao capitalismo moderno, com o monopólio de grandes corporações e manifestações populares contra a exploração do povo e abuso das grandes empresas dos Estados Unidos. Chaparro (2009), ao tratar dos Cem anos de assessoria de imprensa, aponta que esse ramo da comunicação ganhou espaço, junto às relações públicas, nos conflitos posteriores à Guerra da Secessão estadunidense, que ocorreu entre 1861 e 1865. Entre os anos de 1875 e 1900, os Estados Unidos passaram pela “era dourada”, período no qual o poder passou para as mãos dos fazendeiros e capitalistas industriais, do oeste e leste do país. O período foi de exploração e caçada ao dólar. O autor aponta ainda que, nesses anos turbulentos, os audaciosos preocupavam-se com os negócios de tal forma que se estabeleceu um poder político, que “permitia-lhes controlar governos e colocar-se acima das leis” (CHAPARRO, 2009, p. 35).

Nesse contexto, com práticas ilegais e de exploração trabalhista, os empresários focaram na obtenção de lucros a todo custo e, para continuar com tais ações, criaram o lema “the public be damned”. Isso demonstrava que, para eles, não havia importância que a verdade sobre as empresas e como elas lucravam fosse pública e divulgada. Segundo Chaparro (2009), William Henry Valdebilt, conhecido criador de ferrovias, mostrava nitidamente que não se importava com o público quando negou informações a jornalistas que questionaram o fechamento de uma rodovia que beneficiava a população local.

A partir daí, segundo o autor, os jornalistas passaram a integrar

[...] um grupo de escritores de vanguarda que, no fim do século XIX, voltaram-se para a questão social, criticando a injustiça e a pobreza, em uma sociedade hipócrita. (...) No mesmo contexto, ganharam espaço e importância muckrakers, produtores de uma literatura popular que explorava os escândalos sociais, desnudando a opulência imoral do mundo dos negócios. (CHAPARRO, 2009, p. 35-36).

Até este início do século XX, a imprensa alimentava essas críticas. Com toda a polêmica, as empresas viram-se, então, obrigadas a tornarem-se transparentes, explicando para o público suas atividades. Neste contexto, surge o nome do jornalista americano Ivy Ledbetter Lee, conhecido mundialmente por tornar pública a “declaração de princípios da assessoria de imprensa”<sup>7</sup>, documento considerado o marco da assessoria de imprensa

---

<sup>7</sup> “Este não é um serviço de imprensa secreta. Todo o nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos fazer a

moderna. Chaparro (2009) analisa que o documento defendia regras de caráter ético e moral para garantir a confiabilidade e assegurar que empresas e instituições públicas fornecessem informações honestas aos jornalistas, sempre que solicitadas. Antes disso, em 1906, Lee foi contratado quando:

[...] a Pennsylvania Railroad, fábrica do americano John D. Rockefeller, causou um grave acidente na cidade de Gap, na Pennsylvania. Na ocasião, o jornalista Ivy Lee foi contratado para limpar a imagem do industrial e de sua companhia, desgastadas frente à opinião pública. Lee começou um trabalho pautado pela transparência no trato com a imprensa, ao contrário da tendência dominante da época, que tentava esconder os escândalos [...]. Nessa “abertura” Ivy Lee inovou, levando repórteres ao local do acidente, disponibilizando engenheiros para darem entrevistas esclarecedoras das causas da tragédia, facilitando acesso aos diretores e assumindo falhas da própria empresa. Esse trabalho de comunicação é considerado o marco inicial da atividade de Assessoria de Imprensa, que ainda não era denominada como tal. (SOUZA, 2008, p.12).

Foi a partir da resolução deste problema que Ivy Lee viu a oportunidade de abrir uma empresa de relações públicas em Nova Iorque. A chance no mercado veio com o intuito de

[...] prestar assessoria que auxiliasse os empresários a corrigir a imagem que deles fazia a opinião pública, “com a divulgação de informações favoráveis às empresas, pela imprensa informativa”. E criou uma assessoria especializada em fornecer notícias para serem divulgadas jornalisticamente, não como anúncios ou matéria paga. “Eram informações corretas, de interesse e de importância para o público, sobre as empresas, evitando assim denúncias”. (CHAPARRO, 2009, p. 36).

Apesar de a assessoria de imprensa ter chegado ao Brasil no início dos anos de 1960, sua consolidação como prática profissional só ocorreu a partir de 1990. No início das atividades, a comunicação se viu obrigada a pensar mais em como construir uma imagem e uma identidade positiva da organização.

Mais do que comercializar o produto, era preciso vender a imagem. Transparência, profissionalismo e diálogo eram as palavras-chave do momento. A partir de então, as empresas passaram a investir em setores especializados de comunicação integrada, pois era preciso alinhar a imagem aos novos rumos da sociedade: mais flexível, mais moderna e menos

---

divulgação de notícias. Isso não é agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na seção comercial, não o usem.

Nosso assunto é exato. Maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente. E qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato.

Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas, com absoluta franqueza, à imprensa e ao público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público” (LEE, 1906 apud CHAPARRO, 2005, p. 36).

tecnicista. (PIMENTEL, 2018, p.27).

Diferente da União Européia, onde a assessoria de imprensa fica a cargo do profissional de Relações Públicas, o Brasil adotou o modelo consolidado nos Estados Unidos e permite que jornalistas exerçam a função. Isso porque

[...] uma das principais tarefas do assessor de comunicação é mostrar a seus colegas de trabalho na instituição para que serve a imprensa e o que quer o repórter, demonstrando a regra geral de não sonegar informação. O melhor caminho para conseguir isso é conquistar a confiança dos colegas. Logo, é preciso ser do ramo, um profissional da informação. É preciso conhecer a cabeça do repórter, saber como funciona uma redação, saber como se dá a busca da notícia, saber como o jornalista ouve a resposta à pergunta que fez (LARA, 2003, p. 18 apud SOUZA, 2008, p.14).

Por aqui, a assessoria de imprensa pode ser definida como uma atividade profissional relacionada à gestão de relacionamento e informações entre as fontes e a imprensa (DUARTE, 2009). O autor destaca ainda que o trabalho eficaz da assessoria de imprensa aumenta a visibilidade das organizações, por isso elas estão cada vez mais interessadas em divulgar suas atividades e políticas. Em uma tentativa de melhor definir o assessor de imprensa no mercado brasileiro, o autor aponta que este é um profissional que trabalha com:

[...] editar publicações, internet, atuar com planejamento, gestão de equipe, política, comunicação interna, relações públicas, marketing, divulgação e em uma série de outras tarefas. Ele pode trabalhar em uma estrutura interna, por meio de consultoria, ou em uma agência de comunicação, com múltiplos clientes e produtos. (DUARTE, 2009, p. 96).

Ademais, Costa (2012) lembra que as atividades inerentes à assessoria de imprensa estão vinculadas ao cotidiano de uma redação jornalística, tal qual a produção da pauta. A autora aponta ainda que as matérias enviadas pelos assessores aos veículos de comunicação devem respeitar as informações úteis e a seriedade na apuração. Além disso,

[...] a mediação entre jornalistas e fontes da organização deve ser facilitada e o fornecimento de informações solicitadas pelos profissionais da imprensa deve ser atendida com o máximo de prontidão. O envio de qualquer material para as redações também deve respeitar os deadlines dos veículos, horários de fechamento das edições que serão veiculadas periodicamente, fornecendo sempre uma (ou mais) informação útil, relevante e de interesse público. (COSTA, 2012, p.9).

Considerando que as atividades de assessoria de imprensa são comumente realizadas por jornalistas, cabe recorrer ao Manual de Assessoria de Imprensa/Comunicação da Federal Nacional dos Jornalistas (Fenaj), quando esta instituição trata de algumas das atividades que

serão desenvolvidas pelo profissional, a saber: elaboração/sugestão de pauta, elaboração de releases, relacionamento com a imprensa, acompanhar assessorado nas entrevistas, organizar coletivas de imprensa, edição de conteúdo jornalístico em suas diversas plataformas, criar estratégias de comunicação, clipping de notícias e arquivamento destes materiais coletados (Federação Nacional dos Jornalistas, 2007).

Costa (2012) aponta ainda que os instrumentos da assessoria de imprensa não variam, independente de sua finalidade. O que a autora defende que realmente faz a diferença é a prática da cidadania, que é conduzida pela aplicação da comunicação pública pelos assessores dentro de uma instituição. A ligação entre a assessoria e a CP pode ser notada também quando Brandão (2007, p. 12), aponta que “o crescimento das assessorias pode ser apontado como um dos fatores motivacionais para o desenvolvimento do conceito de comunicação pública” (ALBURQUERQUE; SOUSA; COSTA, 2010, p. 241).

Dessa forma, Costa (2012) defende que:

[...] a postura da assessoria de imprensa deve se caracterizar essencialmente por sua abertura e acessibilidade; por sua precisão e profundidade de conhecimento sobre o que será abordado; e pelo profissionalismo e pela ética com que as situações serão levadas. Isso porque, dentro da prática da comunicação pública, os resultados devem convergir para que o cidadão, indivíduo inserido na sociedade, seja capaz de exercer seus direitos dentro do contexto no qual se encontra. (COSTA, 2012, p. 27).

Como Tavares (2016) também afirma, “cabe ao assessor cumprir seu papel para a opinião pública em nome de quem ele afirma que trabalha, apurando e investigando dados e informações colhidas” (TAVARES, 2016, p. 38). Dessa forma, torna-se claro que, como detentor de todas as informações, a postura do assessor de imprensa define como elas chegarão ao público de interesse.

Apesar de as assessorias de imprensa serem ocupadas muitas vezes por jornalistas, a relação destes com os assessores de imprensa, por vezes profissionais de relações públicas, nem sempre se dá de forma harmônica, mesmo que ambos os profissionais sejam da mesma área de conhecimento (e entendam o trabalho um do outro). É comum existir um conflito entre os dois profissionais devido ao fato de que os assessores detêm as informações e nem sempre facilitam o acesso delas aos jornalistas que trabalham nos meios de comunicação. Ao discorrer sobre o assunto Dines (2009) apresenta três relações entre estes profissionais: a) Assessoria E Imprensa; b) Assessoria OU Imprensa; e c) Assessoria VERSUS Imprensa,

sendo tais relações otimista, pessimista e dramática, respectivamente.

No primeiro caso, o autor considera um espaço de colaboração no qual só a assessoria possui determinadas informações e as fornece aos jornalistas, estabelecendo uma relação em que todos saem ganhando: os dois trabalhos são respeitados, o meio de comunicação ganha uma informação e materiais importantes para divulgação e a instituição ganha visibilidade na mídia. Já o segundo caso corresponde ao caso de assessorias que usam a imprensa para evitar que determinados assuntos sejam publicados, explorando infiltrações ou deficiências de recursos dos meios. Para explicar a situação, o autor aponta que, nesses casos, as assessorias

[...] tiram proveito da velocidade e *timing* da operação jornalística para evitar checagens e contra checagens. Esse tipo de informação acontece nas noites de quinta e sexta-feira nos diários brasileiros quando, por força de uma prática empresarial absurda, as redações são obrigadas a fechar (ou adiantar), simultaneamente, páginas e cadernos das edições de sexta, sábado, domingo e segunda. (DINES, 2009, p.26, grifos do autor).

Tal prática, no entanto, é diferente em um cenário no qual os jornais impressos perderam força no país e abriram espaço para versões digitais. Não exigindo a logística de planejamento, impressão e distribuição, os meios têm uma liberdade maior para a produção de notícias a todo o tempo, inclusive investindo na publicação de notícias e atualizando-as de acordo com a ocorrência dos fatos. Neste caso, impedir a divulgação das informações torna-se mais difícil e exige outros artifícios para impedir o acesso às informações. Os telejornais e programas de rádio, no entanto, ainda podem sofrer com tal prática, uma vez que trabalham com fechamento de edições<sup>8</sup>.

A última das situações citadas pelo autor é a relação dramática na qual a assessoria e a mídia estão em lados opostos, caracterizando uma relação bastante conflituosa. O exemplo prático apontado pelo autor diz respeito a algum cliente (público ou privado) usar “de seu poder de dissuasão (econômico ou político), abertamente (ou de forma dissimulada), para intimidar, calar e modificar a informação (ou opinião) de determinado veículo (ou grupo) em

---

<sup>8</sup> Um caso prático foi visto em 2020, em meio à pandemia de Covid-19, quando a assessoria de imprensa do Ministério da Saúde alterou o horário de divulgação dos dados oficiais sobre casos do novo coronavírus no país. No início da pandemia, os números eram divulgados às 17 horas, diariamente, e com entrevistas coletivas. Após sucessivas trocas no comando do Ministério, as entrevistas passaram a não ocorrer diariamente e os dados sofriam atrasos na divulgação, passando inclusive a serem divulgados às 22 horas, depois do horário de fechamento das edições dos jornais e da transmissão dos telejornais mais assistidos pela população. Nesse caso, a solução encontrada pelos meios de comunicação foi formar uma parceira para dar transparência à divulgação dos dados de Covid-19. Os veículos de imprensa G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL passaram a trabalhar de forma colaborativa e buscaram as informações diretamente com as secretarias dos estados.

benefício daquilo que deseja divulgar (ou omitir)”. (DINES, 2009, p.26).

Adotando um viés de jornalista, mas que também já exerceu a função de assessora de imprensa, é possível afirmar que a relação deve ser harmônica como na primeira abordagem apresentada pelo autor, uma vez que é possível estabelecer uma relação em que ambos sejam beneficiados no processo. Entretanto, em uma visão realista, é impossível ignorar que as outras duas situações existem e que são recorrentes no meio. É preciso refletir, portanto, sobre o papel social do assessor de imprensa e como ele pode trabalhar tanto para cuidar da imagem da instituição quanto para respeitar o dever de ser transparente nos atos públicos (que já são obrigações previstas na LAI). Um ponto de vista que não deve ser ignorado é que a instituição (ou agente público) que agir impedindo o trabalho de divulgação da imprensa, ou até mesmo escondendo dados para manter uma “boa imagem” do órgão, torna-se suscetível a uma série de problemas, incluindo a perda de credibilidade perante aos cidadãos interessados pelo assunto, com a imprensa e, também, com os próprios meios de comunicação. Para a assessoria de comunicação/imprensa, manter jornalistas e a mídia como “aliados” pode ser útil principalmente em crises e casos em que a boa imagem da instituição é colocada em cheque, uma vez que os assessores serão procurados e, assim, as questões podem ser resolvidas com mais facilidade.

Outro fator importante a se considerar é que, mesmo em cargos de chefia do setor, os assessores não são os únicos responsáveis pelo que vai e como ser divulgado. No topo deste modelo hierárquico está, no caso do Legislativo, o Presidente da Câmara, que pode intervir ou não no processo. Cabe ao profissional criar um plano de comunicação eficiente e estabelecer um bom relacionamento com esses legisladores, explicando procedimentos e técnicas que proporcionarão o sucesso da equipe de assessoria de imprensa. Essa relação pode evitar que, futuramente, o trabalho realizado pelo setor seja questionado.

Nesse contexto, a transparência e a preocupação com a imagem da instituição conversam diretamente, visto que “no setor público a reputação também é bastante valorizada, uma vez que a imagem do governo se relaciona aos atos realizados em benefício ou não da população” (BEUREN; ALMEIDA-SANTOS, 2013, p.90). Além disso, segundo os autores,

[...] um dos fatores mais austeros para o comprometimento da reputação governamental é a corrupção. Além de comprometer a imagem de um país, ela também impacta profundamente o bem-estar de sua população (Levi, & Ruan, 2006). Um dos principais fatores que levam à elevação do grau de

corrupção e, conseqüentemente, a manchar a imagem de um país, é a falta de transparência (Kolstad&Wiig, 2009). A transparência é um dos principais instrumentos de combate à corrupção. A transparência ser imprescindível para um governo que queira melhorar a sua imagem, ela permite que o governo ganhe cada vez mais a confiança de sua população. Um governo preocupado com os seus cidadãos procura ser mais transparente nos seus atos. Busca conquistar a confiança desses, trabalhando de forma legítima, ética e honesta, como também motiva seus servidores e demais pessoas que têm relação com a administração pública, a agir do mesmo modo. Além disso, dissemina a instrumentalização do controle social, para que a sociedade possa ter conhecimento das suas tomadas de decisão no momento de arrecadar e aplicar os recursos públicos. (BEUREN; ALMEIDA-SANTOS, 2013, p.90-91).

Uma vez tomado como objeto de pesquisa a Câmara Municipal de Uberlândia, torna-se necessário fazer uma análise no que tange o exercício da assessoria de imprensa na administração pública. Citando a visão de Moreira e Ulhôa (1996), Tavares (2016) relata ainda que o assessor de imprensa, por vezes, tem uma visão tecnicista de todo o processo de comunicação desta organização. Entre algumas das percepções do profissional, a autora cita que ele pode “interferir nos planos de governo, nas promoções e até nos orçamentos, além de gerar fatos. Ele estabelece um filtro inicial da divulgação, porque ele tem conhecimento técnico sobre o que pode e o que não pode ser notícia” (TAVARES, 2016, p. 43).

Nesse contexto é possível analisar como a assessoria de imprensa pode trabalhar a comunicação pública e inovar utilizando as funcionalidades tecnológicas disponíveis. A necessidade de mudança vem, principalmente, da evolução constante dos meios de comunicação e da velocidade em que as informações circulam. Colaborando com esta ideia de transformação constante, Brandão (2006) aborda que a mudança política também trouxe alterações no modo de comunicar alternativo até o conhecimento da população sobre os direitos de acesso à informação, transparência e prestação de contas à sociedade.

A autora aborda ainda que a comunicação “honesta” vem ganhando espaço. É preciso estar onde o seu público está, levando informações da forma mais clara possível, acompanhando as novas tendências e comportamentos de consumo. Talvez seja por isso que comunicar-se por meio das mídias sociais seja cada vez mais interessante. A participação política por meios digitais atrai novos comportamentos sociais, aumentando a proximidade ao cidadão, a liberdade de expressão, a publicação, a associação e a partilha de informação. Nesse sentido,

[...] a ciberdemocracia ganha forma e consistência graças ao ativismo e à

participação dos cidadãos. De modo geral, podemos dizer que estamos a viver a era do cidadão ciberativista que demonstra competências e capacidades persuasivas e comunicacionais, em contextos cada vez mais rizomáticos e pluridimensionais. (JOANGUETE, 2017, p.200).

Levando em consideração a participação dos cidadãos por meios digitais e relembando Stoner e Freeman (1999), quatro fatores influenciam a eficácia da comunicação nas organizações: canais formais da comunicação, estrutura de autoridade, especialização do trabalho e a propriedade da informação. Na era digital, esses canais formais passam a englobar, além de planejamento de comunicação off-line, os meios digitais. Agora, os assessores de imprensa precisam se preocupar com canais de distribuição para a propagação de conteúdos, estratégias voltadas para mídias sociais (em seus diversos formatos e plataformas), sites institucionais com adequação à legislação de acesso à informação, incluindo a transparência, ouvidoria e sistemas eletrônicos para a solicitação de informações por parte do cidadão.

Além disso, no caso dos órgãos públicos é imprescindível o exercício da cidadania e da prestação de serviço e as redes sociais podem ser uma ferramenta importante para a comunicação efetiva com o público. É preciso, no entanto, adotar uma linguagem que seja acessível a quem consome o serviço e, mais que isso, traduzir a linguagem do executivo e do legislativo para que todos os cidadãos possam compreender as mensagens e ações divulgadas.

Pesquisas apontam que é cada vez maior a popularização da tecnologia, das mídias sociais e da busca por informações nestes meios digitais. Andrion (2019) apresenta um estudo do Papo Digital, da agência Hello<sup>9</sup>, que mostra que sete em cada dez brasileiros se informam por meio das redes sociais. A pesquisa mostrou, ainda, que 95% dos participantes se informam por meio do WhatsApp, apesar de o este não ser o intuito do aplicativo. Em segundo lugar, com 89%, aparece o Facebook. No entanto, a facilidade de envio de mensagens em massa auxiliava para que uma notícia fosse disseminada facilmente, o que ajudou na propagação de notícias incorretas ou informações falsas, como também aponta esse estudo realizado na primeira quinzena de maio de 2018 e entrevistou 1.410 pessoas. Contudo, a partir de abril de 2020, como forma de combater a desinformação, o dono da plataforma estabeleceu que conteúdos só poderiam ser enviados em uma conversa por vez, tanto para grupos quanto pra mensagens individuais. O resultado da medida desestimula o

---

<sup>9</sup> A HelloResearch é a primeira startup de Pesquisa de Mercado do Brasil, que realiza pesquisas online de mercado e inteligência.

compartilhamento em massa, tornando o processo mais demorado. Ainda há muito que se fazer para combater a desinformação e as informações falsas, mas ações como esta podem ser um bom começo.

Já o Datasenado, instituto de pesquisa vinculado à Secretaria de Transparência do Senado Federal, apresentou uma pesquisa (INSTITUTO, 2019) no final do ano de 2019 que aponta que 83% dos brasileiros acreditam que estas informações divulgadas nas mídias sociais têm muita influência sobre a opinião das pessoas. No entanto, essas redes apresentam grandes índices de disseminação de notícias falsas. No Brasil, a mesma pesquisa apontada anteriormente mostra que 83% dos brasileiros já identificaram notícias falsas nas mídias sociais e estes índices são mais altos conforme a faixa etária. Quanto mais jovens (o estudo começa com entrevistados entre 16 e 29 anos), mais fácil eles reconhecem se uma notícia é falsa ou não. Por sua vez, 96% de todos estes 2.400 entrevistados acreditam ser grave a propagação de fake news, devendo os responsáveis ser punidos por esta ação.

A visão de uma oportunidade de mercado mostra, então, espaço para que as organizações políticas invistam nas mídias digitais para divulgar suas informações. Como se notou, a assessoria de imprensa detém as informações da instituição e cabe a esses profissionais levá-las da melhor forma possível aos cidadãos. Portanto, em um sentido ideal, alinhando teoria e prática, trabalhar a comunicação pública deveria garantir que o interesse público estivesse em primeiro lugar. No entanto, trabalhar com política e divulgar notícias de qualquer um dos poderes vai além de apenas deixar as informações disponíveis, como será possível analisar no capítulo seguinte, tanto quando se fala de lei de acesso à informação quanto de accountability. É necessário considerar que o público de uma Câmara, por exemplo, é todo e qualquer cidadão daquela cidade, em seus diversos níveis de escolaridade. Dessa forma, trabalhar bem os conteúdos de mídias sociais, utilizando todas as ferramentas disponíveis na rede, pode ser uma alternativa que alcança a este público que, como apontam as pesquisas citadas, informam-se por meio delas.

### **3 TRANSPARÊNCIA E ACESSO À INFORMAÇÃO**

O acesso à informação e o debate sobre transparência na administração pública são temas recorrentes e que remetem diretamente aos tópicos anteriores, sobre a Comunicação Pública e o trabalho dos profissionais da assessoria de imprensa. Este tópico detalhará a criação da Lei de Acesso à Informação e seus desdobramentos e também o conceito de accountability, que é um tópico importante sobre a prestação das contas, transparência e sucesso na governança.

#### **3.1 Lei de Acesso à Informação (LAI)**

No Brasil, o acesso à informação pública está inscrito no capítulo I da Constituição Federal, espaço em que se trata dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, no inciso XXXIII do artigo 5. Sobre o assunto, diz-se que “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, art. 5º).

De acordo com Paes (2011), a construção da lei de acesso à informação no Brasil teve início no ano de 2004. A ação tem base no Projeto de Lei nº 219, de 2013, de autoria do deputado mineiro Reginaldo Lopes, cujo intuito era revisar a legislação vigente e trabalhar na criação de um projeto de lei do Poder Executivo federal que, posteriormente, tornou-se a Lei de Acesso à Informação (LAI). De início, “essa discussão ficou restrita à Controladoria-Geral da União (CGU), primeiro no Gabinete do ministro e, depois, no Conselho da Transparência Pública e Combate à Corrupção (CTPCC)” (PAES, 2011, p. 412). Posteriormente, o anteprojeto foi discutido, modificado e apresentado à Casa Civil.

A autora apresenta, ainda, uma sequência cronológica das mudanças que a lei recebeu até sua validação: em 2006 houve compilação referente aos arquivos e documentos sigilosos e até 2007 grupos técnicos foram criados para debater a LAI. A redação final foi apresentada pela Casa Civil em 2009 e, a partir daí, foi encaminhada ao Congresso para apreciação dos deputados, onde permaneceu até o ano de 2010, quando a redação final foi enviada ao Senado. Apesar de análise minuciosa e diversas sugestões de alteração,

[...] grande parte do texto publicado da Lei de Acesso permaneceu fiel ao texto escrito inicialmente no âmbito interno da burocracia de Estado. Os

desafios da burocracia para a implementação desta Lei, em grande parte, foram postos por seus próprios representantes. Mas houve modificações importantes no texto quando da tramitação do Projeto da Lei de Acesso na Câmara dos Deputados e, ainda, discussões extensas sobre a questão das informações sigilosas no Senado Federal. (PAES, 2011, p. 414).

Nesse contexto, no ano de 2011, o Brasil iniciou o processo específico que garantiria ao cidadão o acesso facilitado a informações da administração pública direta e indireta. A Lei de Acesso à Informação (LAI) surge, portanto, como forma de adequação social para que a transparência e o interesse público fossem efetivamente exercidos e garantidos. No entanto, de acordo com a Cartilha de Acesso à Informação Pública, da CGU, a discussão sobre a transparência não é nova no país e antecede a LAI. A questão já foi tratada anteriormente, de formas variadas, desde a implementação da CF, em 1988, com a Lei de Responsabilidade Fiscal, a Lei do Processo Administrativo, a Lei do Habeas Data e a Lei de Arquivos (Controladoria Geral da União, 2011). Posteriormente, em 2004, o Governo Federal introduziu o portal da transparência, por meio do qual é possível ter acesso a relatórios financeiros e a transferência de recursos, bem como sua aplicação direta.

O acesso à informação é previsto legalmente desde o ano de 2012, por meio do Decreto nº 7.724, de 16 de maio, regulamentando a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 – resultado de debates no CTPCC, órgão vinculado à CGU. Em seu texto, a legislação regula os processos que assegurem o acesso e a classificação de informações sob restrição de acesso, observados grau e prazo de sigilo. Assim, os órgãos e entidades garantem “às pessoas naturais e jurídicas, o direito de acesso à informação, que será proporcionado mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão, observados os princípios da administração pública e as diretrizes previstas na Lei nº 12.527, de 2011” (BRASIL, 2012). Uma vez criada para facilitar o acesso às informações e incentivar a participação ativa, a legislação estabelece que as solicitações podem ser feitas mediante preenchimento de formulário, sendo o requerente desobrigado a especificar os motivos do pedido de acesso à informação.

Em seu capítulo 3º, a lei prevê que é dever dos órgãos divulgar em seus sites as informações de interesse da coletividade, mesmo sem uma solicitação formal, como estabelecimento de uma transparência ativa, sem a necessidade de esperar que o cidadão solicite para que a informação esteja disponível. Já referente à transparência passiva, as entidades devem implementar, também nos sites, o Sistema do Serviço de Informações ao

Cidadão (SIC), cujo objetivo é, segundo o art. 9º da mesma lei, “I - atender e orientar o público quanto ao acesso à informação; II - informar sobre a tramitação de documentos nas unidades; e III - receber e registrar pedidos de acesso à informação.” (BRASIL, 2012). Além disso, a LAI estabelece as competências inerentes ao SIC, apontadas em três pontos principais: receber o pedido de acesso; registrar este pedido, bem como entregar o número de protocolo, com data; e, por fim, encaminhar o pedido do cidadão ao setor competente que fornecerá a informação solicitada.

Independente de ser feito por meio físico ou eletrônico (e-SIC), os prazos são os mesmos e contam a partir da data de apresentação do pedido. A partir do recebimento, a legislação estabelece que o acesso deve ser imediato se a informação estiver disponível. Não estando, é colocado o prazo de até vinte dias para que uma resposta seja enviada ao solicitante. Esta réplica, no entanto, pode não ser prontamente a solução do questionamento, mas sim uma previsão da data, local ou modo de acesso da solicitação, a resposta de que a informação pedida não é de responsabilidade da instituição, a indicação de onde e como a resposta pode ser encontrada (caso tenham conhecimento e a entidade não seja responsável ou detenha a informação) ou indicar o motivo da negação do pedido de acesso. Contudo, seja qual for o tipo de resposta, é preciso estar dentro do prazo citado. Caso não seja possível organizar todas as informações, de acordo com o 16º art. da lei, “o prazo para resposta do pedido poderá ser prorrogado por dez dias, mediante justificativa encaminhada ao requerente antes do término do prazo inicial de vinte dias” (BRASIL, 2012). A lei traz ainda, em seu artigo 22, soluções para os casos de omissão de resposta, sendo o requerente instruído a:

[...] apresentar reclamação no prazo de dez dias à autoridade de monitoramento de que trata o art. 40 da Lei nº 12.527, de 2011, que deverá se manifestar no prazo de cinco dias, contado do recebimento da reclamação.  
[...] O prazo para apresentar reclamação começará trinta dias após a apresentação do pedido”. (BRASIL, 2012).

As respostas dadas aos cidadãos que puderem ser feitas por meio eletrônico são gratuitas, mas nos casos em que o fornecimento ocasione reprodução física de documentos, o órgão, de acordo com o artigo 18 da mesma lei, “disponibilizará ao requerente Guia de Recolhimento da União (GRU) ou documento equivalente, para pagamento dos custos dos serviços e dos materiais utilizados” (BRASIL, 2012). Esta reprodução, por sua vez, respeitará o prazo de dez dias a partir do momento em que o solicitante comprovar o pagamento da guia. Em casos de grande volume de material, o prazo pode ser superior, desde que justificado. A

LAI estabelece, também, que se o solicitante não tiver condições financeiras de efetuar o pagamento da GRU, é necessário elaborar uma “declaração de pobreza”, conforme termos Lei nº 7.115, de 1983.

A lei dá, ainda, a possibilidade – mas não obrigatoriedade – de os órgãos e entidades receberem e aceitarem pedidos de acesso à informação em outros meios, como contato telefônico e correspondência. O formulário padrão de pedido de informação deve conter nome de quem realiza o pedido, número do documento de identificação, o pedido em si e um meio de comunicação para recebimento do número de protocolo e/ou informações sobre o resultado da solicitação.

Conforme a LAI, há três solicitações que não serão atendidas, segundo o art. 13º do mesmo dispositivo legal. A saber, pedidos:

I - genéricos; II - desproporcionais ou desarrazoados; ou III - que exijam trabalhos adicionais de análise, interpretação ou consolidação de dados e informações, ou serviço de produção ou tratamento de dados que não seja de competência do órgão ou entidade. [...] Na hipótese do inciso III do caput, o órgão ou entidade deverá, caso tenha conhecimento, indicar o local onde se encontram as informações a partir das quais o requerente poderá realizar a interpretação, consolidação ou tratamento de dados. (BRASIL, 2012).

O artigo 19 desta legislação aborda os casos em que os pedidos de acesso à informação são negados. Assim, o órgão é responsável por explicar as razões da negativa do pedido e apresentar os prazos e possibilidades de recurso, desde que respaldado legalmente. De acordo com a LAI, o cidadão tem dez dias para a apresentação do recurso, contando da ciência da decisão. O responsável por analisar este recurso tem, por sua vez, cinco dias para a apreciação.

Outro tópico importante abordado pela Lei de Acesso à Informação é referente ao grau de sigilo e classificação das informações. De acordo com o 25º artigo da LAI, são submetidas a classificação informações necessárias à segurança da sociedade ou do Estado, cuja divulgação ou acesso sem controle possam:

I - pôr em risco a defesa e a soberania nacionais ou a integridade do território nacional; II - prejudicar ou pôr em risco a condução de negociações ou as relações internacionais do País; III - prejudicar ou pôr em risco informações fornecidas em caráter sigiloso por outros Estados e organismos internacionais; IV - pôr em risco a vida, a segurança ou a saúde da população; V - oferecer elevado risco à estabilidade financeira, econômica ou monetária do País; VI - prejudicar ou causar risco a planos ou operações

estratégicos das Forças Armadas; VII - prejudicar ou causar risco a projetos de pesquisa e desenvolvimento científico ou tecnológico, assim como a sistemas, bens, instalações ou áreas de interesse estratégico nacional, observado o disposto no inciso II do caput do art. 6º; VIII - pôr em risco a segurança de instituições ou de altas autoridades nacionais ou estrangeiras e seus familiares; ou IX - comprometer atividades de inteligência, de investigação ou de fiscalização em andamento, relacionadas com prevenção ou repressão de infrações. (BRASIL, 2012).

Desde o ano de sua criação, a primeira vez que esta seção sobre sigilo e classificação de informações passou por alterações foi no ano de 2019. Após as mudanças, artigo 30 tem oito pontos revogados pelos Decretos nº 9.690 e 9.716 e quatro ripristinados, ou seja, inicialmente revogados como os demais, mas que posteriormente a própria norma revogadora é revogada por uma terceira lei, o que restabelece o texto original. As alterações dizem respeito, primordialmente, à delegação da competência de classificação das informações.

A LAI propõe, também, regras para o grau de classificação de documentos, sendo eles: Ultrassegredos, cujo prazo de segredo é de 25 anos (renovável uma única vez); Secretos, com prazo de segredo de 15 anos; e Reservados, que possuem prazo de segredo de 5 anos. Pela lei, as informações consideradas como ultrassegredas são de competência do Presidente da República, Vice-Presidente da República, Ministros de Estado e autoridades com funções equivalentes, Comandantes da Marinha, do Exército, da Aeronáutica e Chefes de Missões Diplomáticas e Consulares permanentes no exterior (BRASIL, 2012). Além disso, como aponto o artigo 29 da lei, informações que comprometem a segurança do “Presidente da República, Vice-Presidente e seus cônjuges e filhos serão classificadas no grau reservado e ficarão sob sigilo até o término do mandato em exercício ou do último mandato, em caso de reeleição”. (BRASIL, 2012).

Legalmente, como consta no capítulo IX da legislação citada, é apontada como conduta ilícita a recusa de fornecimento das informações solicitadas, bem como o não cumprimento dos prazos ou fornecimento destas informações de forma incorreta, incompleta ou imprecisa. Além disso, de acordo com o artigo 65, é proibido utilizar as informações “indevidamente, subtrair, destruir, inutilizar, desfigurar, alterar ou ocultar, total ou parcialmente, informação que se encontre sob sua guarda” (BRASIL, 2012), agir em interesse próprio, permitir ou acessar informações sigilosas. Quem praticar tais condutas, de acordo com a LAI e sob responsabilidade do órgão onde trabalha, sofrerá medidas de punição, sejam elas medidas disciplinares (no caso das Forças Armadas). No Poder Público, a lei especifica

que as penalidades são:

I - advertência; II - multa; III - rescisão do vínculo com o Poder Público; IV - suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a administração pública por prazo não superior a dois anos; e V - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a administração pública, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade. (BRASIL, 2012).

As multas previstas no inciso II, citado acima, variam de mil a 200 mil reais, no caso de pessoa natural e cinco mil reais a 600 mil reais, no caso de entidade privada.

Além de todos estes aspectos apresentados até o momento, a LAI trata de um ponto importante, que diz respeito ao monitoramento da aplicação da lei. A autoridade máxima de cada órgão irá designar um responsável que deverá garantir que o acesso à informação seja garantido. Esta pessoa poderá, ainda, por fazer recomendações com vistas a melhorar os procedimentos do Decreto que coloca a Lei de Acesso à Informação em vigor.

O site do Governo Federal<sup>10</sup> tem esta e outras leis disponíveis para consulta. A LAI, em específico, tem um portal que, para além das solicitações, apresenta infográficos que facilitam ao cidadão compreender a legislação em diversos aspectos: a abrangência e os objetivos da lei, como fazer os pedidos, os prazos e, também, relatórios estatísticos da Lei de Acesso. Neste endereço é enfatizado que a solicitação das informações pode ser feita no âmbito dos três Poderes (Judiciário, Legislativo e Executivo) e em todas as esferas de governo (municipais, estaduais, distrital e federal). Os cidadãos são informados, ainda, que os pedidos não exigem motivação e o fornecimento destas informações é gratuito, salvo casos em que haja reprodução de materiais.

Sobre estes pedidos de informação, o Governo Federal explicita que não se encaixam como solicitações dispostos na LAI: desabafos, sugestões ou elogios (estes devem ser direcionados à Ouvidoria do órgão), consultas sobre a aplicação da legislação (que também devem ser encaminhados ao canal adequado – embora não seja citado qual é este canal) e denúncias (estas, quando se referirem ao Poder Executivo Federal, devem ser encaminhadas ao site da CGU; descumprimentos da lei em outras esferas deverão ser encaminhadas para os respectivos órgãos responsáveis).

O passo a passo, por sua vez, explicita que as informações podem ser pedidas tanto

---

<sup>10</sup> Os infográficos podem ser vistos no sítio <<https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br>>.

pela internet como presencialmente. Em um resumo de quatro passos, o site apresenta o endereço que deve ser acessado, cita o preenchimento do formulário, o prazo de resposta, como acompanhar o pedido e o prazo de recurso. Estes recursos têm, ainda, um espaço específico com infográficos explicativos que apresentam, além das datas regimentais que devem ser respeitadas, o que fazer quando o pedido for negado. Já a aba de relatórios e dados, disponível no site federal, apresenta os números sobre os pedidos e os recursos, com estatísticas extraídas diariamente do e-SIC, desde que a Lei entrou em vigor. Estes dados podem ser apenas consultados ou o cidadão pode fazer o download dos relatórios.

Considerando que esta é uma lei federal de grande relevância, o site do Poder Executivo Federal foi citado e observado nesse primeiro momento, porque quando se trata da LAI existem obstáculos e dificuldades, além das especificidades de cada município. No entanto, além de as informações da Presidência serem de interesse de um país inteiro, esse é o Poder que deve ser exemplo da aplicação da lei, uma vez que tem recursos e aparatos técnicos necessários para o cumprimento da mesma.

No serviço público, Amorim e Silva (2014) apontam que é necessário haver entendimento completo de toda a lei para que seu cumprimento seja efetivo, caso contrário o acesso à informação é prejudicado. Além disso, é preciso

[...] atender de forma mais contundente às necessidades da sociedade ao tomar conhecimento se as expectativas da população são contempladas pelas medidas implantadas, ou seja, se essas ações são percebidas e aprovadas pelos indivíduos interessados. Assim, o foco pode ser direcionado aos atos que possibilitam a prestação de um serviço público de maior qualidade e à disposição da sociedade. (AMORIM; SILVA, 2014, p. 2).

No entanto, os autores apresentam um panorama sobre as dificuldades de aplicação da lei, principalmente quando se refere às organizações públicas. Alguns desses obstáculos podem ser vistos no apego às rotinas administrativas, excessiva hierarquia, além da burocracia nos processos internos, apesar de ser uma lei que já vigora há quase oito anos. Esse processo de adequação passa, então, a ser cultural e deve ser trabalhado em todos os níveis dos poderes.

A Cartilha sobre Acesso à Informação Pública aponta que “em uma cultura de segredo, a gestão pública é pautada pelo princípio de que a circulação de informações representa riscos. Isto favorece a criação de obstáculos para que as informações sejam disponibilizadas” (Controladoria Geral da União, 2011, p. 12). O resultado disso, segundo a

CGU (2011), são as percepções de que o cidadão deve justificar o pedido de informação pelo fato de que ele só pode ter acesso a dados que lhe digam respeito; o receio de que os dados podem ser entregues a grupos de interesse que desejam prejudicar a administração atual; a sobrecarga dos servidores que cuidam destas demandas; a dependência de um chefe que é responsável por deferir ou não o acesso às informações; e até os próprios cidadãos que não estão preparados para exercer o direito de acesso à informação. Todos estes obstáculos juntos podem ocasionar informações que não chegam aos cidadãos ou, então, a perda delas. Assim, a lei acaba não sendo cumprida, o cidadão não exerce o seu direito e nem as organizações cumprem o seu dever.

Somado a isso, Batista (2017) apresentou um estudo sobre os fatores externos e internos referentes à difusão da LAI. No texto, ela aponta que:

[...] se trata de uma política formulada e incentivada pelo plano nacional, mas que depende de uma ação local autônoma para a sua efetiva implementação. Dessa forma, há uma pressão externa para a sua adoção, mas elementos internos oferecem incentivos ou constrangimentos para sua efetivação. (BATISTA, 2017, p. 25-26).

No âmbito municipal, a autora defende que, para aplicação da lei, é necessário haver formulação de uma nova política. Mesmo que essa inovação aconteça existem limitações e dificuldades que impedem as ações e um dos fatores impeditivos mais enfatizados na pesquisas é a disponibilidade dos recursos financeiros.

No ano de 2019, Valdiones et al. (2019) publicaram relatórios que analisam os avanços e desafios quando o assunto é transparência e os SICs depois de sete anos que a LAI vigora no país. O estudo que deu origem a um artigo cujo objetivo era analisar como funciona os e-SICs dos 26 estados e do Distrito Federal. Para tanto, a análise dos dados coletados contou com 15 critérios. As quatro questões referentes à transparência ativa eram: “Sistema eletrônico tem link para a Lei de Acesso à Informação em até 3 cliques?”, “Sistema eletrônico tem link para regulamentação da Lei de Acesso à Informação disponível em até 3 cliques?”, “Sistema eletrônico disponibiliza orientações sobre como utilizar o sistema?” e “Sistema eletrônico tem link para os relatórios estatísticos em até 3 cliques?”.

Já as questões sobre transparência passiva eram 11: “Sistema eletrônico gera número de protocolo ao pedido de informação?”, “Sistema eletrônico permite criar um cadastro de cada pessoa para acesso posterior?”, “Sistema eletrônico armazena o histórico de pedido e de

resposta realizado?”, “Sistema eletrônico permite escolher o órgão específico ao qual o pedido se direciona?”, “Sistema eletrônico e/ou avisos por e-mail informam os prazos legais de respostas?”, “Sistema eletrônico envia avisos da tramitação por e-mail (por exemplo, número de protocolo e inserção de respostas)?”, “Sistema eletrônico permite interpor recursos para todas as respostas oferecidas pelo poder público, inclusive quando não há resposta no prazo legal?”, “Sistema eletrônico e/ou avisos por e-mail informam os responsáveis por responder o recurso?”, “Sistema eletrônico e/ou avisos possuem mecanismos de avaliação da qualidade da resposta?”, “Sistema eletrônico permite que o pedido seja encaminhado de forma anônima?” e “Sistema eletrônico possui mecanismo de avaliação da qualidade do sistema eletrônico?”.

Assim,

[...] dentre os critérios analisados, os mais atendidos foram a disponibilização de link para a Lei de Acesso à Informação na íntegra e a geração de protocolo, pontos que foram cumpridos por 30 dos 32 órgãos. O envio de avisos sobre a tramitação também foi cumprido por 28 dos 32 órgãos analisados. (VALDIONES et al. 2019, p. 13).

Por outro lado, os critérios menos atendidos foram relativos ao encaminhamento de pedidos anônimos e quem era o responsável por responder à solicitação. Apenas cinco dos 27 órgãos atendem a esse critério. A pesquisa mostrou ainda obstáculos com os e-SICs.

É possível observar que muitos portais apresentam barreiras na hora de realização, acompanhamento e consulta dos pedidos de informação, dificultando ou até impedindo que o usuário possa solicitar as informações a partir dos sistemas de acesso à informação. (VALDIONES et al. 2019, p. 13).

Ao final do artigo, os autores apontam que, mesmo vigente há sete anos (até a época da publicação do artigo), os estados apresentam uma série de melhorias que precisam realizar. O melhor resultado foi a nível Federal, que é feito pela CGU, mas que mesmo assim não atende à totalidade dos critérios, alcançando 93% de pontuação. No ranking, Alagoas e Maranhão seguem empatados em segundo lugar, com 80%. Roraima, por sua vez, configura um exemplo de alguns dos portais que estiveram “fora do ar” por meses, durante o estudo, fato que não permitia que cidadãos cobrassem qualquer informação. O estado de Minas Gerais, ao qual a cidade de Uberlândia pertence, cumpre 67% dos critérios, resultado que representa um número mediano na região sudeste do país, na qual São Paulo tem o pior desempenho (47%) e o Espírito Santo tem o melhor (73%), segundo pesquisa apresentada por Valdiones et al. (2019).

No caso específico desses sistemas eletrônicos, os autores apontam que há empecilhos e burocracias para realizar as solicitações. Dessa forma,

[...] ao se deparar com a necessidade de um cadastro muito extenso e que demande muitos dados, por exemplo, o processo fica moroso, o que pode desencorajar o requerente. A demanda por muitos dados pessoais também pode alimentar no requerente de uma informação pública a desconfiança de que ele possa, de alguma forma, sofrer represálias e perseguições por sua solicitação. (VALDIONES et al. 2019, p. 25).

Pode-se notar, portanto, que a LAI segue como um processo ainda em construção no país, com pontos a serem melhorados em todo o território nacional, inclusive na esfera federal.

### 3.2 Accountability

No processo de análise de similares apresentado, no capítulo 4, foi possível notar que tratar de comunicação e gestão pública leva, frequentemente, à discussão acerca de *accountability*, um termo inglês vindo da administração que, ainda hoje, não possui uma tradução no Brasil. Ao fazer o levantamento bibliográfico sobre o assunto, é possível encontrar um artigo da Revista de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em que Campos (1990) propõe maneiras de traduzir o termo para a língua portuguesa. A nomenclatura, inclusive, causou estranhamento nesta autora quando, no início de seu primeiro curso de pós-graduação, deparou-se com o termo e, mesmo com experiência em língua inglesa e estudando nos Estados Unidos, não conseguia traduzir a *accountability* para nosso idioma. Em seu trabalho, ela aponta que a primeira leitura sobre o termo foi de Mosher (1968), que aponta a *accountability* como:

[...] sinônimo de responsabilidade objetiva ou obrigação de responder por algo. Enquanto a responsabilidade subjetiva vem de dentro da pessoa, a *accountability*, sendo uma responsabilidade objetiva, "acarreta a responsabilidade de uma pessoa ou organização perante uma outra pessoa, fora de si mesma, por alguma coisa ou por algum tipo de desempenho". E esse autor continua: "Quem falha no cumprimento de diretrizes legítimas é considerado irresponsável e está sujeito a penalidades. (MOSHER, 1968 apud CAMPOS, 1990, p. 33).

Visando buscar o significado do termo e aplicá-lo ao cotidiano brasileiro, Campos (1990) encontrou, ainda, que o termo estava ligado à democracia e, quanto mais esta fosse defendida, maior o interesse pela *accountability*. A *accountability* governamental, por sua vez, tinha a tendência de “acompanhar o avanço de valores democráticos, tais como igualdade,

dignidade humana, participação, representatividade” (CAMPOS, 1990, p.33).

O texto de Campos já tem 30 anos de publicação e um trecho chama a atenção, principalmente se associado ao tópico anterior sobre a LAI, que ainda não havia sido criada. Amparada por autores que defendiam o pleno exercício da democracia, a autora já demonstrava preocupação a respeito de quem detinha as informações no serviço público e que o abuso de poder não afetasse o cidadão. Assim, Campos (1990) aponta que a falta de controle e de punições no serviço público poderia afetar o ideal democrático – e a accountability entraria justamente para ajudar nesse controle. Dessa forma,

[...] os melhores mecanismos de controle burocrático - incluindo sistemas de recompensas e punições; as práticas de avaliação do desempenho; a estrita definição de autoridade e de responsabilidades - estarão sempre limitados aos valores burocráticos tradicionais: eficiência, honestidade, observância das regras. (CAMPOS, 1990, p.34).

Vale destacar que, aqui, esta autora vai na contramão do que o tópico anterior deste relatório apresenta quanto ao termo burocracia. Enquanto os autores atuais (e que tratavam de assuntos relativos à comunicação) apontam que a burocracia é algo negativo, que pode desestimular o cidadão a prosseguir com o preenchimento dos formulários do e-SICs, Campos (da administração e em uma obra de três décadas atrás) mostra o lado positivo do sistema burocrático. Cabe, portanto, uma abordagem sobre o termo.

A expressão “burocracia” na administração é uma definição baseada nas estruturas e funcionamento das organizações, com a divisão do trabalho e a sistematização das atividades. O termo é explicado, principalmente, por Max Weber. Para ele,

[...] a burocracia, conforme visualizada e descrita por Weber é um tipo ideal de organização que, provavelmente não encontra réplica na realidade, mas funciona como importante modelo de análise sociológica e política nas pesquisas e no desenvolvimento da teoria das organizações e, por consequência, no estudo e na formulação da teoria administrativa. (sic) (OLIVEIRA, 1970, p. 47).

Em resumo, “a palavra 'burocracia' refere-se em uma primeira aproximação a três fenômenos distintos: estrutura de poder, sistema de gestão e grupo social, cada um dos quais podendo ser analisado por enfoques ou disciplinas diferentes” (TENÓRIO, 2017, p. 80). O autor apresenta, ainda, o que seria o tipo ideal de burocracia definido pelo teórico Max Weber, no século XIX: as atividades seriam regidas por normas, há divisão de trabalho de forma hierárquica, funcionários que respeitam normas institucionais, meritocracia para

ocupação dos cargos, recursos livres de controles externos para garantir a liberdade da organização (TENÓRIO, 2017).

No decorrer do texto, o autor apresenta pensamentos tanto favoráveis quanto contrários ao sistema apresentado por Weber, principalmente quando apresenta a ideia de que a burocracia em si, como modo de administrar, não é ruim, mas são as pessoas que a “deformam”. Como crítica, Tenório mostra as três contradições inerentes do sistema burocrático:

[...] a burocracia é um modo de gestão mais eficiente do que os anteriormente conhecidos (tradicional e carismático), não evitando por si mesma a ineficiência. A segunda é a de que a burocracia tem tido sempre um significado político: alguns indivíduos se servem dela para se afirmar no poder. [...] A terceira é a de [...] os cargos burocráticos são ao mesmo tempo o meio de vida do burocrata e o meio também para desviar as energias organizacionais em proveito próprio. (TENÓRIO, 2017, p. 87).

É a partir desta crítica que figura a ideia negativa do sistema burocrático como moroso, com acesso dificultado. Ele não é baseado no modelo inicial, mas sim em como o processo e as pessoas mudaram desde então e nas vantagens que alguns podem tomar em decorrência do poder. A exemplo disso, Reis (1990) aponta o termo “opressão burocrática” como forma de definir o sistema brasileiro: as dificuldades impostas ao cidadão dentro do sistema administrativo que cria uma barreira entre Estado e a sociedade.

Portanto, o que Campos (1990) observa, no contexto da accountability, são os preceitos tradicionais do sistema burocrático, tais como a eficiência, honestidade e observância das regras. Contudo, ela questiona se apenas esses mecanismos conseguirão garantir que não haja abuso de poder, mas que exista a promoção da justiça social e que o governo trabalhe para o povo. A conclusão é que todos esses pontos só serão assegurados se o cidadão estiver ciente de seus direitos e deveres e praticar a fiscalização. Assim,

[...] somente a partir da organização de cidadãos vigilantes e conscientes de seus direitos haverá condição para a accountability. Não haverá tal condição enquanto o povo se definir como tutelado e o Estado como tutor. À medida que os diferentes interesses se organizam, aumenta a possibilidade de os cidadãos exercerem o controle e cobrarem do governo aquilo a que têm direito. Um desses mecanismos de controle seria a participação da sociedade civil na avaliação das políticas públicas, fazendo recomendações a partir dessa avaliação. (CAMPOS, 1990, p. 35).

Dessa forma, “o desenvolvimento da consciência popular é a primeira pré-condição

para uma democracia verdadeiramente participativa e, portanto, para a accountability do serviço público” (CAMPOS, 1990, p. 35). A autora cita ainda que foi a partir do momento em que a democracia começou a amadurecer que os cidadãos deixaram de ser passivos para se tornarem ativos nos processos, principalmente nos serviços públicos. Mas, para tanto, o cidadão não apenas precisa se reconhecer como detentor de direitos perante o poder público como também precisa aprimorar o senso de sociedade, gerando maior representatividade no ato de cobrança.

O Brasil, no entanto, não segue os padrões de outras democracias mundiais no que diz respeito à representação coletiva e cobrança destes direitos.

A falta de base popular faz da democracia brasileira uma democracia formal, cujo traço distintivo é a aceitação passiva do domínio do Estado. Aceita-se como natural que alguns "direitos" constitucionais sejam negados aos cidadãos (por exemplo, educação básica gratuita para todos, salário mínimo para os trabalhadores). (CAMPOS, 1990, p. 36).

A autora ainda complementa que os brasileiros não lutam pelos próprios direitos e esperam que o Estado garanta estes benefícios de interesse individual. Campos (1990), na época de publicação de seu trabalho, aponta que há participação mínima da sociedade e que os atos democráticos acontecem apenas nos períodos eleitorais, justamente porque os cidadãos são obrigados a participar, visto que o voto no Brasil é obrigatório.

Trinta anos se passaram desde a publicação da autora e o cenário está diferente do que foi apresentado no texto dela. Quando aponta que o Brasil não segue outras democracias mundiais e, em alguns pontos do texto, defende países como os Estados Unidos, colocando-os em um patamar superior, percebe-se um equívoco da autora ao comparar países com situações diferentes e especificidades em que não se permitem comparações. Cada um deles tem particularidades que devem ser consideradas, como sistema de governo, fatores econômicos e sociais e diversas outras questões. Considerar a teoria dos mundos e comparar um país desenvolvido<sup>11</sup> com outro em desenvolvimento ou subdesenvolvido é desconsiderar as desigualdades e estabelecer parâmetros que podem, inclusive, ser inatingíveis.

---

<sup>11</sup> A Teoria dos Mundos ganhou destaque no período da Guerra Fria para fazer a separação entre países aliados e seu poder econômico. Entre os medidores para classificar um país como de primeiro, segundo e terceiro mundo estão a economia, avanço tecnológico, índices sociais, qualidade de vida, entre outros. Com a extinção da União Soviética, a divisão passou a ter uma nova nomenclatura: países Desenvolvidos, Emergentes ou Em Desenvolvimento e Subdesenvolvidos. O Brasil, hoje, é um país em desenvolvimento por conta de seu desenvolvimento industrial e tecnológico, mas que apresenta desigualdade social e econômica (SPINOLA; SPINOLA, 2013).

Além disso, quando cita o desinteresse da população pelo sistema democrático e por “ganhar” benefícios do Estado, vai contra a realidade atual do Brasil. Isso porque é possível afirmar que, nos últimos sete anos, existem exemplos de que a população tem interesse pelos processos políticos e em cobrar dos governantes quando estes agem contra o que é de interesse coletivo. Um exemplo foi o movimento de 2013, no qual a população foi às ruas cobrar sobre redução das tarifas do transporte público, fim da corrupção e necessidade de mudança política e, principalmente, contra a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 37<sup>12</sup>. Até os dias de hoje diversos foram os movimentos populares a favor e contra os governos (alguns até inconstitucionais e antidemocráticos), mas essas manifestações legítimas evidenciam o envolvimento dos cidadãos nos processos, a liberdade de expressão e a defesa dos direitos da coletividade. Além disso, vemos também o crescimento de inúmeros movimentos sociais na era pós-redes e mídias sociais.

Nesse contexto, o ato de defesa coletiva dos direitos e de cobranças de transparência do poder público é o que a autora caracteriza como controle. Em uma discussão sobre accountability na administração pública, Campos (1990) explica que estes controles podem ser internos ou externos. Este último é o que deve ser feito pelo cidadão. Já o primeiro é feito por órgãos de fiscalização de contas públicas.

Com uma abordagem mais recente, Rocha (2011) também aponta as responsabilidades que do sistema democrático tanto para os cidadãos, que tem que saber escolher seus governantes, como estes últimos que precisam prestar contas àqueles que os escolheram para governar. Nesse caso, como o autor já considera a sociedade já formada para defender seus direitos, ele apresenta novos problemas no regime democrático moderno ligado a “desenvolver formas e instrumentos de accountability, isto é, processos de avaliação e responsabilização permanente dos agentes públicos que permitam ao cidadão controlar o exercício do poder concedido aos seus representantes” (ROCHA, 2011, p.84). Ou seja, o governo precisa usar do princípio da publicidade<sup>13</sup> para mostrar o que ele faz, como faz e disponibilizar canais para que o cidadão entre em contato para solicitar outras informações

---

<sup>12</sup> A PEC 37, de 2013, incluía um novo artigo na Constituição Federal para dar poder de investigação criminal seria exclusivo às polícias federal e civil, retirando esta atribuição do Ministério Público (MP). Após as manifestações populares, ela foi rejeitada pela Câmara dos Deputados.

<sup>13</sup> De acordo com a Constituição Federal (BRASIL, 1988), os cinco princípios fundamentais da Administração Pública são: Legalidade (respeitar leis ou normas administrativas da CF), Impessoalidade (garantir em defesa dos direitos coletivos), Moralidade (obedecer a lei ética da instituição), Publicidade (publicação de atos públicos para conhecimento da sociedade) e Eficiência (diz respeito ao funcionamento efetivo da administração pública).

que não estão disponíveis. Estes canais, por sua vez, podem ser considerados uma forma de suprir as deficiências da administração pública, que não tornam públicos todos os atos do governo, fazendo com que o cidadão pratique a transparência passiva.

Assim,

[...] as concepções de accountability podem ser agrupadas em três planos: o hierárquico, que se consolida no controle da conformidade às leis e às normas procedimentais, conforme a tradição da APT; o das regras de mercado, que se consolida no controle dos resultados, representado pela obtenção da máxima produtividade dos recursos públicos com base nos conceitos de eficiência e eficácia/efetividade, como enfatizam os defensores da NGP; e o dos valores democráticos, como proposto no modelo do NSP, que enfatiza a complexidade da atuação do servidor público e sugere uma reconceituação do seu papel, na qual sobressaem as questões relativas à responsividade, ao desempenho responsável, à postura ética, à defesa do interesse público e à ação comprometida com os princípios democráticos. (ROCHA, 2011, p. 93).

Na accountability na Administração Pública Tradicional (APT), caracteriza-se pela hierarquia e formalidade da gestão pública. Nele, os administradores

[...] devem agir de forma absolutamente impessoal (ou seja, de forma completamente profissional e totalmente desvinculada de qualquer viés político ou ideológico) na implementação das leis, das regras e das normas estabelecidas pelo Legislativo e seus agentes eleitos, pelos seus órgãos e agências e pelos tribunais, buscando as melhores práticas administrativas. (ROCHA, 2011, p. 89).

A APT sofreu críticas justamente por não sanar as o “aumento constante da demanda por mais serviços públicos e de lidar com os custos crescentes desses mesmos serviços” (ROCHA, 2011, p. 89). Segundo o autor, esse modelo torna-se problemático na accountability institucional pela diferença entre o que é proposto e o resultado obtido em relação às políticas públicas.

Por consequência, em 1980 surgiu uma resposta: a accountability na Nova Gestão Pública (NGP). O autor apresenta que a principal diferença entre os dois modelos é que o primeiro não é eficaz pelo controle ser focado nos recursos e não nos resultados e com uma visão no âmbito privado, tipicamente de mercado. Além disso, na NGP:

[...] a ênfase na ação de governo, afirmam os defensores do modelo, deve ser a de atender as preferências de seus clientes, expressas nas demandas dos consumidores pelos serviços oferecidos. Por fim, em terceiro lugar, e de certa forma decorrente das anteriores, está a ênfase em privatizar, sempre que possível, a oferta dos serviços públicos (ROCHA, 2011, p. 89).

Rocha (2011) aponta que, nesse modelo, há déficit de accountability social, “principalmente sobre poder discricionário atribuído aos agentes públicos não eleitos, além de um déficit de accountability institucional em relação à conformidade da ação desses mesmos agentes” (ROCHA, 2011, p. 93).

Já a accountability no Novo Serviço Público (NSP) também surgiu nos anos 1980. O modelo, diferente do anterior, parte do pressuposto de que o governo deve ser gerido como uma democracia, não como um negócio da esfera privada. Rocha (2011) aponta que, aqui, os principais enfoques são buscar o interesse público, fortalecer a democracia, além de valorizar a cidadania e as pessoas. Ademais, nesse caso, a accountability é representada pelo agente público que deve focar em compreender os cidadãos e suas necessidades. Cabe levar em consideração que, de acordo com a Lei de Improbidade Administrativa, o agente público é aquele que “exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função” (BRASIL, 1992, art. 2º) em cargos da administração direta ou indireta. Assim, quando o autor acima citado trata de esse agente compreende as necessidades do cidadão, trata-se de um cidadão entendendo o que outro precisa, visto que a ocupação do cargo pode ser temporária e até mesmo voluntária. No caso de agentes políticos, a quem lhes é incumbido o papel de olhar para a comunidade como um todo, como papel representativo, compreender tais necessidades deveria tanto ser obrigação em respeito às funções que ocupam quanto pelo caráter transitório do cargo, uma vez que findado o mandato serão eles os que cobrarão de seus novos representantes. O mesmo raciocínio vale para o viés da transparência na administração, seja ela direta ou indireta, embora esta já seja prevista em legislação.

Amparado em outros autores, Rocha (2011) ainda apresenta que os problemas encontrados no NSP constituem déficit de accountability social e institucional. Isso porque falha quanto ao poder dos agentes públicos e no que diz respeito à “responsividade e às manifestações do ‘dever’ do servidor.”

Assim, os Modelos Teóricos da Administração Pública explicados sucintamente por Rocha (2011) podem ser colocados em resumo no seguinte quadro:

**Quadro 1** – Modelos de Administração Pública

<b>Modelo</b>	<b>Concepção</b>	<b>Abordagem</b>	<b>Responsabilidade dos Administradores</b>	<b>Caracterização do Processo de Accountability</b>
<b>APT</b>	Hierárquica	Conformidade	Pela implementação das políticas públicas perante os líderes políticos eleitos	<i>Accountability</i> de processos
<b>NGP</b>	Regras de Mercado	Resultados	Pelos resultados das políticas públicas perante os líderes políticos eleitos	<i>Accountability</i> de resultados
<b>NSP</b>	Valores Democráticos	Multifacetada	Por cumprir a lei; manter uma postura ética; defender o interesse público e os princípios democráticos; e atender ao interesse dos cidadãos.	<i>Accountability</i> democrática

Fonte: Rocha (2011, p. 92)

Ao final de seu texto, como conclusão e para resumir o porquê de apresentar todas essas ideias, o autor aponta que

[...] os sistemas tradicionais de accountability foram desenhados para estabelecer e reforçar a confiança na probidade do governo, e que os novos sistemas devam ser desenhados de forma a estabelecer e reforçar a confiança no desempenho do governo, cabe enfatizar que só isso não basta. É preciso ir além. Os novos desafios propostos pelo tamanho e pela crescente complexidade das sociedades modernas, aliadas às novas visões da administração pública produzidas no bojo desses novos modelos, exigem novas formas de agir e pensar a accountability, que estabeleçam e reforcem a confiança pública não só no desempenho governamental, mas, e principalmente, que restabeleçam e reforcem a confiança pública no serviço público e nos seus servidores. (ROCHA, 2011, p. 96).

Quando se trata da accountability na transparência governamental eletrônica, Cunha et al. (2016) apontam que, com o passar dos anos, as Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs) foram potencializadoras do processo, tanto a nível nacional como internacional. Como forma de aproximar o Estado e o cidadão, o uso destas tecnologias “visa melhorar a prestação de contas públicas, permite que terceiros acessem e fiscalizem as ações do governo. A melhor informação, por sua vez, capacita os cidadãos e, portanto, leva a governos mais democráticos e mais confiáveis” (CUNHA et al., 2016, p. 128).

Abordando visões positivas e negativas, Cunha et al. (2016) ainda propõem que boas práticas e utilização das TIC podem tanto aumentar a confiança dos cidadãos (no sentido de um governo mais transparente) quanto pode prejudicar a eficiência da administração, uma vez que nem todos os governos dispõem de recursos operacionais e financeiros para colocar em prática a ideia.

Assim, como visa esta proposta de pesquisa, associar transparência à accountability

está diretamente ligada à

[...] existência de informações de fácil acesso e compreensão por parte dos cidadãos, e que estes, de posse delas, podem avaliar determinada situação ou processo decisório. Presume-se, também, que depois de ter analisado tais informações, esses cidadãos possam cobrar justificativas para os atos das autoridades públicas (responsabilidade) e, caso não se satisfaçam, prestarem queixa às instituições formais de controle em relação a algo que tenham identificado como desvio do padrão de comportamento esperado por parte do agente público. (CUNHA et al., 2016, p. 132).

Seguindo este raciocínio, os autores concluem que dar transparência aos atos públicos é

[...] disponibilizar para a sociedade acesso às instituições de controle (accountability) para que o ciclo entre ambos se complete e, de fato, promova avanços substantivos da democracia ao possibilitar aos governados cobrar responsabilidade de seus governantes. (CUNHA et al., 2016, p. 132).

Posto isso, o tópico seguinte se baseia em toda a teoria até então apresentada para mostrar como foi o processo de análise e os resultados encontrados nesta pesquisa.

## **4 COMUNICAÇÃO PÚBLICA, LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO E ASSESSORIA DE IMPRENSA NA CÂMARA DE UBERLÂNDIA**

### **4.1 Procedimentos metodológicos**

Levando em consideração a questão sobre como a assessoria de imprensa da Câmara Municipal de Uberlândia trabalha a comunicação pública e para a realização da proposta em questão, bem como atingir os objetivos estipulados, foi realizada uma pesquisa com finalidade aplicada, já que os resultados adquiridos são de aplicação prática e voltados para resolver problemas da atualidade. O trabalho teve objetivo descritivo, uma vez que os fatos foram observados, registrados, analisados e interpretados. Além disso, sua natureza é qualitativa, por atribuir interpretação e significado ao que foi analisado, e documental, haja vista a seleção de documentos e por tratar de forma analítica o material escolhido.

Primeiramente, houve um aprofundamento bibliográfico acerca dos principais pontos explorados na pesquisa, tais como os principais autores e conceitos de comunicação pública, accountability, a lei de acesso à informação, além de estudos de temas que contemplem política, cidadania e comunicação no âmbito legislativo. Dessa forma foi possível ter um aparato teórico para sustentar teoricamente o tema trabalhado. Os resultados encontrados nessa etapa serão apresentados no tópico seguinte, como um estudo de similares.

A coleta dos dados ocorreu por meio de monitoramento entre os meses de abril e junho de 2020 da página oficial do Facebook da Câmara Municipal de Uberlândia com o auxílio da Fanpage Karma, que é uma ferramenta para monitoramento e análise de mídias sociais. Por meio dela é possível ter informações sobre o engajamento, seguidores, análise individual de postagens, melhores dias e horários para publicação, entre outros dados. Também foi feita uma análise manual, uma vez que não é possível realizar análise de reação e sentimentos de outra forma. Assim, foram coletadas postagens com o intuito de elencar quais os tipos de informações divulgadas na mídia social escolhida. Na página do Instagram foi usada a ferramenta Hype Auditor, que verifica informações sobre o público, engajamento e perfil e interesse dos seguidores. Houve, ainda, uma análise manual, para a análise de sentimentos e da interatividade. Além disso, como se trata dos mesmos conteúdos, uma vez que a maioria deles é só replicada, foi feita uma comparação dos resultados apresentados nas duas mídias. Em uma grande escala, os objetivos da pesquisa foram os mesmos tanto no Facebook quanto no Instagram, mas a análise dos dados respeitou as especificidades de cada uma das redes

sociais, além de observar a linguagem empregada e ter como base a LAI.

Nas mídias sociais, com a análise de conteúdo, para além do título da postagem e da data de publicação, foram estabelecidas as seguintes categorias de análise:

**Quadro 2:** Critérios de categorização - finalidade

<b>Categorias</b>	<b>Finalidade</b>
Tema	Observar quais os temas mais recorrentes nas postagens
Interação	Entender como o público reage aos conteúdos publicados
Linguagem	Analisar se a comunicação é feita de forma acessível e de fácil entendimento do público
Material complementar (MC)	Observar se o conteúdo publicado oferece algum material extra que ajude no aprofundamento do assunto, já que as mídias sociais são de conteúdos e leituras rápidas
Peça gráfica (PG)	Saber qual material gráfico é usado para complementar a comunicação

Fonte: Elaborado pela autora.

As categorias citadas acima foram vistas de forma geral nas postagens. A partir delas foi possível saber quais os temas discutidos durante o período de coleta, a interação entre a instituição e o público e, ainda, se a comunicação foi efetiva. Isso porque estar presente nas mídias sociais e postar notícias não é suficiente para garantir a qualidade da comunicação. A linguagem acessível é um fator essencial para o bom entendimento dos temas, bem como a utilização de materiais extras, como links que redirecionem o leitor para uma leitura mais aprofundada, já que um post em mídias sociais é limitado e não pode ser extenso demais para não fazer com que o usuário desista da leitura.

Aqui, por linguagem acessível, pretende-se dizer que os termos precisam ser traduzidos do campo especializado para torná-la compreensível para o maior número possível de pessoas, de forma a não excluir cidadãos que não compreendem termos técnicos, respeitando os mais diversos graus de escolaridade.

Outro ponto analisado foi a utilização de peças gráficas para captar mais a atenção de quem está passando pelo feed. Com o grande número de publicações, é importante que a parte gráfica seja usada com sabedoria, explorando os recursos de fotos, criação de artes, animações e carrossel de imagem, como no caso do Instagram.

Tendo como objeto de pesquisa a Câmara Municipal de Uberlândia, os materiais

analisados foram as páginas oficiais do Facebook, Instagram e site institucional. A metodologia utilizada, para além do uso das ferramentas acima citadas, foi a análise de conteúdo sob ótica de conceitos como a comunicação pública, lei de acesso à informação e o trabalho da assessoria de imprensa. Para observar a CP foram consideradas principalmente as visões de Duarte e Brandão. O primeiro, por exemplo, estabelece os quatro eixos centrais que indicam pré-requisitos para a ação dos agentes e instituições que lidam com a comunicação de interesse público: transparência (quanto ao compromisso com questões públicas e fornecimento e facilitação do acesso à informação), acesso (quanto à disposição das informações, mas também sobre adequação das informações, diversidade de mídias e artifícios que despertem a atenção do cidadão), interação (quanto à criação de canais que propiciem o direito de falar e serem ouvidos) e a ouvidoria social (quanto ao interesse em conhecer a opinião pública, em seus diversos segmentos, e atender à sociedade). No geral, também foram observados o interesse público, a divulgação de atos institucionais e matérias legislativas (como aprovação de projetos), o diálogo, participação e possibilidade de interatividade/contato e a transparência.

Posto isso, a análise de conteúdo baseou-se na Assessoria de Imprensa, Lei de Acesso à Informação e Comunicação Pública com as seguintes subcategorias:

**Quadro 3:** Critérios de categorização e subcategorias

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>		
Assessoria de Imprensa (AI)	Divulgação de notícia ou trabalho institucional (DN)	Facilitar a prestação de informação (FP)	
Lei de Acesso à Informação (LAI)	Transparência e Publicidade (TP)	Liberdade de Expressão (LE)	
Comunicação Pública (CP)	Interesse Público (IP)	Diálogo (D)	Tornar conhecidos os trabalhos da instituição (TC)

Fonte: Elaborado pela autora com base na pesquisa bibliográfica.

Já para o site institucional foi proposta uma análise partindo da LAI, conforme critérios com os quais foi possível saber se a CMU segue a legislação e trabalha a transparência ativa e passiva, em especial ao que se refere ao e-Sic. Foram observados os

canais de comunicação disponíveis, a facilidade de acesso às informações de interesse público e o respeito à Lei de Acesso à Informação, com base nos critérios descritos por Valdiones et al (2019).

Além disso, para entender quais pautas legislativas estavam em tramitação no período de análise foram consultadas as edições do Jornal O Legislativo, publicação oficial da Câmara. Por meio delas foi possível ter acesso a documentos sobre processos de cassação, extratos e avisos de processos licitatórios, portarias de nomeação e exoneração, demonstrativo de movimento financeiro, resumo de atas das sessões ordinárias. Estas últimas são resumos que apontam quais projetos foram votados em determinada reunião. Neste período, por exemplo, foram aprovados 37 projetos de lei, sejam eles de autoria do Legislativo ou do Poder Executivo. A intenção da observação foi saber quantos e quais projetos foram aprovados e divulgados amplamente nas mídias sociais. Assim, quando se trata de analisar sob a ótica da assessoria de imprensa é preciso considerar se o trabalho é feito com intuito de facilitar a prestação das informações ou de divulgação, visando apresentar o trabalho ou cuidar da imagem da instituição.

## **4.2 Estudo de similares**

A análise de similares, desenvolvida na disciplina de Procedimentos Metodológicos de Pesquisa e Desenvolvimento, englobou pesquisas realizadas nos bancos de teses da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), dos anais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e, por fim, uma pesquisa final no Google Acadêmico. Em todos eles foram utilizados os mesmos buscadores, a saber: “Comunicação pública”, “Comunicação pública da política”, “Mídias sociais na política”, “Comunicação pública Câmara”, “Comunicação Câmara”, “Mídias sociais na Câmara” e “Câmara de Uberlândia”.

Apesar de apresentar um número grande de resultados nas buscas feitas, a maioria do conteúdo destoava dos buscadores e, muitas vezes, sequer tinham qualquer relação com o conteúdo pesquisado. Isto foi observado nos dois bancos de teses pesquisados, o BDTD e o da CAPES. Este último, no entanto, apresentou poucos resultados satisfatórios, apesar de a

quantidade de títulos encontrados ser maior. Já as pesquisas do Intercom foram feitas por meio do Google Acadêmico para uma melhor efetividade dos resultados.

No Banco de teses BDTD, com o buscador “Comunicação pública” foram encontradas 373 publicações entre os anos de 2014 a 2019, dentre os quais 19 títulos estavam relacionados à pesquisa que será desenvolvida, seja por tratar de órgãos legislativos, transparência no poder público, cidadania ou gestão pública. A partir da leitura dos resumos foram selecionados seis trabalhos que podem trazer contribuições para a dissertação. Já a partir do buscador “Comunicação pública Câmara” foram encontrados 3 resultados; com “Comunicação Câmara” foram encontrados 20; e com “Mídias sociais na política”, 76 resultados. No entanto, nenhum destes resultados se aproximava do trabalho proposto. Já os buscadores “Mídias sociais na Câmara”, “Câmara de Uberlândia” e “Comunicação pública da política” não apresentaram nenhum resultado neste banco de teses.

Na CAPES, em seu banco de teses, a partir do buscador “Comunicação pública”, foi feita uma busca inicial entre os anos de 2014 e 2018, visto que o ano de 2019 ainda não está disponível até aquele momento. Como foram encontrados 74882 resultados, a busca foi reduzida para os anos de 2016 a 2018, utilizando o filtro que seleciona trabalhos realizados nos programas de comunicação, o que totalizou 1234 títulos. Dentre estes, apenas 9 teses/dissertações se aproximavam do assunto de interesse. O buscador “Comunicação pública da política”, por sua vez, resultou em 9783 títulos na área de comunicação. O ano mais recente de publicações sobre o assunto foi 2012, tendo 755 resultados. Dentre eles, foram encontrados apenas 3 resultados realmente ligados ao assunto pesquisado, mas nenhum que trouxesse contribuições. Neste ano, a CAPES ainda não usava a plataforma Sucupira, portanto apenas os títulos estão disponíveis. Os resumos foram pesquisados pelo Google Acadêmico. A partir do buscador “Mídias sociais na política” foram encontrados 322 resultados na área de comunicação entre os anos de 2016 e 2018, no entanto nenhum similar foi encontrado. Os demais buscadores não apresentaram resultados satisfatórios.

Em seguida, foi realizada a pesquisa junto ao site da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom. A partir do buscador “Comunicação pública” foram pesquisadas cinco páginas do Google Acadêmico com anais do Intercom e quatro trabalhos foram selecionados como relevantes para a pesquisa. O buscador “Comunicação pública da política” também foi pesquisado nas cinco primeiras páginas e, nas três primeiras,

a maior parte do conteúdo de interesse encontrado era o mesmo do que foi selecionado por meio do buscador anterior. Já com “Mídias sociais na política” agregou um novo artigo que tem relação com o tema a ser pesquisado. Para os demais buscadores foram vistas as cinco primeiras páginas, como nos demais. Não encontrados resultados satisfatórios estendeu-se para 10 páginas e, novamente, nenhum conteúdo de interesse foi encontrado.

No site da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós, por sua vez, “Comunicação pública” foi buscado nos anais de 2015 a 2019, tendo resultado em apenas dois artigos, mas que não foram considerados satisfatórios, por não se aprofundarem acerca do conceito. Para os demais buscadores a pesquisa no mesmo período não resultou em nenhum trabalho.

Por fim, no Google Acadêmico, com o buscador “Comunicação pública” foram buscadas cinco páginas e seis resultados relacionados à pesquisa foram encontrados, sendo dois deles já vistos em buscas anteriores. Dentre os restantes, apenas um deles foi considerado relevante. Com “Comunicação pública da política” o resultado das cinco páginas pesquisadas apresentava conteúdos repetidos das buscas anteriores. Já os buscadores “Mídias sociais na política” e “Comunicação pública Câmara”, nas mesmas cinco páginas, apresentaram um novo artigo cada. Os demais buscadores não apresentaram resultados.

Coletados todos os trabalhos similares, os títulos encontrados foram apresentados à orientadora, que auxiliou a selecionar os trabalhos que mais contribuiriam inicialmente para o que era proposto na pesquisa. Observados os trabalhos com a temática voltada à comunicação pública, tanto em Câmara como Prefeituras, foi possível encontrar autores recorrentes que tratam dos temas pesquisados e que, por consequência, são relevantes e foram estudados para a construção da pesquisa. Outro tema também surgiu a partir da análise de similares, que foi a accountability, e que dialoga perfeitamente com a comunicação pública e com a LAI.

Para a pesquisa, três trabalhos foram mais utilizados como referência: “Comunicação pública e acesso à informação: o interesse público presente nas produções da assessoria de imprensa da Prefeitura de Santarém (PA)”, de Tavares (2016), pela proximidade do tema e “Comunicação, internet e transparência: o Facebook das prefeituras de Rio de Janeiro e São Paulo”, de Pecoraro (2019), e “Panorama dos sistemas eletrônicos de informação ao cidadão”, de Valdiones e outros autores (2019), para a análise e categorização das informações coletadas tanto em mídias sociais quanto no site institucional.

### 4.3 Características das mídias

O Facebook foi criado nos Estados Unidos, em 2003, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, mas só recebeu suporte em língua portuguesa e passou a ser usado no Brasil em 2007. A ideia inicial era construir uma rede social para o campus universitário onde os três estudavam. Em 17 anos, várias alterações foram feitas (principalmente se observada a ideia inicial) para chegar ao site que, hoje, tem 2,7 bilhões de contas ativas no mundo<sup>14</sup>. A ideia da mídia social é propiciar uma rede de amigos que interagem entre si por meio de publicações em texto, fotos, vídeos, transmissão ao vivo, compartilhamento de links de sites externos, como notícias de portais. Além disso, é possível socializar com reações às postagens que, hoje, têm as seguintes classificações: curtir, amei, força (solidariedade), risada, espanto, tristeza e raiva. É possível, ainda, comentar e responder a cada comentário individualmente, o que proporciona facilidade na identificação sobre qual comentário é respondido, além da possibilidade de mencionar um usuário ou empresa nos comentários. Ademais, o site permite enviar mensagens em modalidade de bate-papo, publicação de stories que ficam disponíveis por 24 horas e participação de grupos de interesse (que podem ser públicos ou privados). O Facebook permite tanto a criação de perfis pessoais como também de páginas, o que é de interesse para pessoas públicas, organizações e empresas.

Já o Instagram foi lançado em 2010, desenvolvido por Kevin Systrom e Mike Krieger. Dois anos após seu lançamento, a mídia foi comprada por Zuckerberg, mesmo dono do Facebook. Atualmente, a rede social conta com mais de 95 milhões de usuários em todo o Brasil, sendo a 4ª rede mais usada pelos brasileiros<sup>15</sup>. O site/aplicativo tem foco na publicação de fotos e vídeos no feed e, mais recentemente, os stories. Além disso, a mídia permite o envio de mensagens diretas e lives. No feed, os vídeos têm duração de 60 segundos. Ultrapassando este limite, eles são direcionados para o Instagram TV (IGTV), uma funcionalidade que veio para sanar a limitação de tempo dos vídeos. Nessa rede, a interação se dá por meio de comentários (também com a possibilidade de menção a alguém) e de curtidas, cujos números não são apresentados no aplicativo, mas ainda podem ser vistos por

---

<sup>14</sup> Dados da pesquisa realizada pela We Are Social em parceria com o Hootsuite, de outubro de 2020. Disponível em: <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-october-global-statshot-report-october-2020-v01?ref=https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/>> . Acesso em: 13 dez. 2020.

<sup>15</sup> Dados da pesquisa realizada pela We Are Social em parceria com o Hootsuite, de outubro de 2020. Disponível em: <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-october-global-statshot-report-october-2020-v01?ref=https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/>> . Acesso em: 13 dez. 2020.

meio do site se o usuário mover o cursor sobre a imagem. Os stories, por outro lado, apresentam funcionalidades adicionais como adicionar localização, músicas, além de formas de interação entre os usuários como enquetes, caixa de perguntas e testes.

Hoje, por as duas mídias sociais são do mesmo dono, Zuckerberg agregou funcionalidades que estão presentes nas duas: publicações, stories, transmissões ao vivo e o bate papo. Apesar disso, é possível observar que as mesmas funcionalidades não funcionam ou tornam o Facebook e Instagram iguais. É preciso considerar as especificidades e objetivos para os quais os usuários utilizam as redes.

Assim, postas as características de cada uma, observou-se que o Facebook tem foco no compartilhamento de links e postagens, ou seja, apesar de as imagens serem importantes e chamarem a atenção, o texto e o conteúdo são mais relevantes. Da mesma forma, as discussões e comentários são mais explorados, permitindo que as ideias sejam apresentadas em textos um pouco mais extensos. Considerando o aplicativo para celular, os comentários ficam em caixas sombreadas que possibilitam visualmente a separação entre cada um e, ainda, a opção de responder a um comentário específico facilita o foco na discussão e como podem ficar recolhidos nessas caixas e são mostrados apenas se clicado na opção “ver respostas”.

O Instagram, por sua vez, tem foco nas imagens (fotos e vídeos curtos). Os textos, mais sucintos e objetivos, são apresentados em duas linhas e, excedendo isso, faz-se necessário clicar em “mais” para ler o texto completo. Os comentários também são vistos clicando em “ver todos” e não há uma separação visual entre eles como no Facebook. Tais características tornam essa mídia mais visual, fazendo com que a imagem seja mais chamativa do que o texto em si. Os stories, nesse caso, são mais explorados do que na mídia anteriormente citada e com mais funcionalidades de interação. Já o compartilhamento de links e publicações de terceiros (feitos com facilidade no Facebook) são feitos por meio de um terceiro botão, que vem ao lado do “curtir” e do “fazer comentário”. Dessa forma, é possível enviar o post para um amigo em uma conversa particular ou (se o perfil for público) adicionar a publicação ao seu story. Esta última ação permite que, ao visualizar seu story, os seguidores cliquem sobre a imagem e sejam encaminhadas para aquela postagem. Há, ainda, a opção de salvar a publicação para ver posteriormente e esta ação é feita com apenas um clique, ficando disponível no menu “Salvos”.

#### 4.4 Contexto de pré-análise

Durante o monitoramento foi necessário considerar dois fatores que permeiam o contexto de análise do objeto em questão. A primeira, de viés político, diz respeito à prisão de 20 dos 27 vereadores em dezembro de 2019. Os parlamentares foram alvo de uma operação coordenada pelo MP para investigar desvio de dinheiro público, ações nas quais as verbas de gabinete foram usadas para contratar irregularmente empresas de segurança, limpeza e gráfica. Embora não tenha acontecido durante o período de monitoramento, as mídias sociais e site, até o mês de maio, discutiram muito sobre o assunto. Isso porque, com a prisão, houve remanejamento das vagas do legislativo. Convocação de suplentes, posses, processos de cassação, renúncias e até mesmo retomada ao exercício por um deles, que recorreu em instâncias superiores. Grande parte das publicações coletadas, inclusive, dizem respeito a esses processos.

Além disso, em março de 2020, a pandemia de Covid-19 chegou ao Brasil. Uberlândia teve seu primeiro caso em 17 de março e o primeiro óbito confirmado em 2 de abril. Dias depois do caso número 1, a Prefeitura decidiu pelo fechamento do comércio local como uma das medidas de contenção do contágio da doença. Ademais, a ideia era de que o período do monitoramento terminasse quando teria início o período eleitoral e quando, geralmente, os perfis em mídias sociais são desativados até que as eleições terminem. No entanto, no final do mês de junho de 2020 decidiu-se que as eleições seriam adiadas para novembro por razões de segurança sanitária em decorrência da pandemia.

Nesse contexto, em meados de 2020, a Câmara não apenas estava com a credibilidade abalada pelo caso de desvio de dinheiro como também porque a cidade toda enfrentava os problemas decorrentes da pandemia de coronavírus. É, portanto, um período no qual os vereadores precisariam não apenas estar cada vez mais preocupados com a transparência para melhorar a imagem do Legislativo, mas também focados em propor ações que auxiliassem Uberlândia a passar por este período. A solução deveria vir com medidas de fiscalização mais severas para evitar o uso indevido do dinheiro público e ao fim ao qual é destinado, projetos que diminuíssem os impactos econômicos e sociais na cidade e, ainda, atenção ao acesso à informação em um período em que as pessoas ficaram mais conectadas e os serviços e atendimento na Câmara passaram a não serem presenciais, com reuniões realizadas de forma remota e escalonamento das atividades.

Posto isso, a coleta dos dados ocorreu no início da pandemia de coronavírus e antecedeu o período eleitoral municipal, que em anos típicos ocorreria a partir de julho e por conta da situação sanitária foi prorrogada.

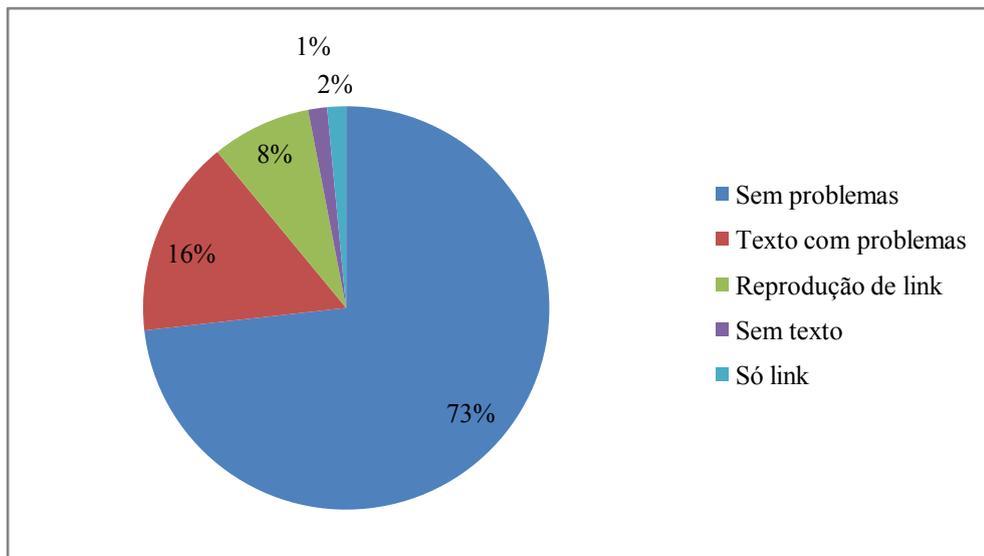
## **4.5 Resultados encontrados**

### *4.5.1 Mídias Sociais*

A partir da análise de conteúdo foi possível observar que houve 63 postagens no Facebook e 51 no Instagram, sendo as duas redes vinculadas e compartilhando os mesmos conteúdos, sem adaptação. Uma vez que os conteúdos são os mesmos, consideramos o Facebook para chegar à conclusão de que o tema “Cassação” foi o mais recorrente, aparecendo em 24 postagens. A lista segue da seguinte forma: “Leis” dez vezes; “Reuniões” e “CPI” seis vezes cada uma; “Funcionamento da Câmara” quatro vezes; e “Pandemia” e “Eleições” três vezes cada uma. Há ainda outros oito assuntos citados menos de três a uma vez. Se somados, os números são maiores que o total de postagens, uma vez que algumas postagens abrangem mais de um tema.

Em nenhuma das duas mídias houve alguma postagem sem interação. Por interação entende-se curtidas, reações, comentários e compartilhamentos.

No quesito linguagem, 73% das publicações obedeceram a critérios como linguagem simples e clara. Para o Facebook foi desconsiderada a ideia de que um texto longo seria um problema, visto que, como descrito acima, é uma mídia que comporta textos maiores e que há a possibilidade de lê-los na versão desktop, ao contrário do Instagram (mídia focada em imagens, instantaneidade e que é mais acessada por meio de aplicativo de celular).

**Gráfico 1:** Linguagem utilizada na página do Facebook.

Fonte: Elaborado pela autora.

No entanto, 16% é um número significativo quando se pensa na quantidade de pessoas que podem ter tido problemas para interpretar ou entender tais textos. Isso porque o profissional de assessoria de imprensa deve atuar como facilitador, no qual seu papel fundamental é colaborar, fornecendo informações necessárias, das mais básicas às mais elaboradas (TAVARES, 2016).

Nesse ponto, a reprodução do conteúdo no Instagram diverge um pouco. A maioria dos textos lá publicados é curta e, talvez por isso, percamos os problemas presentes na outra mídia social analisada. Alguns deles são publicados apenas o primeiro parágrafo original e um link para acessar a matéria completa no site.

Este, por consequência, é outro problema. A ideia de compartilhar um link externo e que leve para um material mais elaborado para quem tem interesse em uma leitura mais densa é ótima, mas só funciona para o Facebook, que permite o redirecionamento (Anexo 1). No Instagram, o que era para ser um link fica como um texto normal e, mesmo usando um encurtador de URL, ainda é pouco provável que a pessoa vá decorá-lo ou copiá-lo e editá-lo no navegador do celular para ter acesso à matéria na íntegra.

Para além disso, as peças dos posts se resumem a fotos, correspondendo a 53 das 63 postagens do Facebook (Anexo 2), principalmente da mesa diretora nas sessões durante os trabalhos legislativos. Embora o ambiente seja sempre o mesmo, é possível trazer outras

versões e elementos, de acordo com o tema abordado, como artes, mais vídeos e, no caso do Instagram, uma arte desdobrada em um carrossel de imagens. Todos os recursos das mídias não só podem como devem ser explorados para reter a atenção do usuário da rede que vive rolando o feed.

Partindo para a análise sobre o trabalho da assessoria de imprensa, foram propostas duas subcategorias: Divulgação de notícia ou trabalho institucional (DN) e Facilitar a prestação de informação (FP). Para considerar que a CMU faz assessoria de imprensa, os dois critérios deveriam ser atendidos. Dessa forma, a partir da análise de conteúdo no Facebook, 85,7% das publicações atendem aos dois principais critérios propostos (Apêndice A).

A categoria seguinte diz respeito ao atendimento à LAI. Para tanto, duas categorias foram propostas: Transparência e Publicidade (TP) e Liberdade de Expressão (LE). Nesse caso, a transparência e publicidade dizem respeito à prestação de contas por meio dos canais digitais e à promoção da CMU e a Liberdade de Expressão considera a possibilidade de interagir com as postagens e outros usuários, bem como expressar livremente. Para esta última, os comentários que foram considerados como forma de liberdade de expressão e não as interações prontas, como curtidas e reações. Os dois primeiros conceitos não foram separados porque, apesar de diferentes, foi considerado que na maioria das publicações, principalmente sobre a cassação dos vereadores afastados, a instituição se promove por meio dessa transparência e da possibilidade de a população saber de todos os passos dados pelas comissões processantes. Dessa forma, 55,5% atendem aos critérios propostos da LAI no Facebook (Apêndice A).

Por fim, a análise observou a Comunicação Pública considerando três subcategorias: Interesse Público (IP), Diálogo (D) e Tornar conhecidos os trabalhos da instituição (TC). A primeira segue toda a conceituação proposta até aqui. A segunda, por sua vez, leva em consideração se nas postagens existe interação entre os usuários, sejam entre eles mesmos ou com a instituição. Por fim, a última subcategoria considera todo e qualquer trabalho feito pela CMU e seus vereadores. Dessa forma, o órgão atende a 19,04% de todos os pontos exigidos no Facebook (Apêndice A). Este ponto dialoga com Duarte (2009), quando ele aponta que a Comunicação Pública está baseada principalmente no interesse público e no diálogo com a população, o que não foi efetivamente atingido aqui.

Quanto à LAI e à CP, o Instagram diverge do Facebook a partir do momento em que a

interação é menor e, em nenhuma publicação, o perfil se manifestou para tirar alguma dúvida dos usuários da rede, como faz em algumas postagens do Facebook. Dessa forma, considerando a mesma forma de avaliação e, tendo em vista que a quantidade de postagens foi menor, os resultados foram: AI 96,07%, LAI 37,25% e CP 0% (Apêndice B). Os resultados aqui apresentados, principalmente em relação à CP e aos critérios estabelecidos para realizá-la, também são diferentes do pensamento de outro autor citados neste trabalho. Matos (2013) reforça a ideia de Duarte (2009) quando aponta que a Comunicação Pública deve ser pensada como um processo político que pretende integrar a expressão, a interpretação e o diálogo entre o cidadão e o Estado.

Quem trabalha com mídias sociais tem à disposição uma série de ferramentas para acompanhar os dados das páginas que gerencia. São a partir desses dados e métricas que é possível melhorar o desempenho das redes. Para analisar dados da página no Facebook foi utilizada a Fanpage Karma. A partir dela foi notou-se que, nesse período, a publicação com maior interação (1,7%) nem foi relacionada a assuntos da Câmara, mas sim uma nota de pesar pelo falecimento de um ex-prefeito da cidade. Em seguida, vem a aprovação da lei que torna obrigatório o uso de máscara como forma de proteção à Covid-19 (1,1% de interação e 5ª com maior número de likes), em 17 de abril de 2020 (Anexo 3).

Outro dado observado foi o uso de palavras e hashtags. Nota-se que não há quase nenhuma frequência e baixo engajamento dos termos usados (Anexo 4). O uso das hashtags nas mídias sociais pode expandir o alcance da marca, promovendo um envolvimento maior entre os usuários da rede. Mesmo assim, o número de curtidas na página aumentou de 3.711 para 3.846 no citado período (Anexo 5).

Analisando como um todo, nesses três meses a fanpage teve uma interação média de 0,4% e um engajamento de 0,28% (Anexo 6).

Passando para os dados do Instagram, analisados conforme a ferramenta Hype Auditor, o percentual de pessoas engajadas com o conteúdo chega a apenas 0,92%, sendo que dos 1.900 seguidores da época 703 eram considerados uma “audiência de qualidade” e apenas 6 pessoas eram realmente engajadas. No entanto, é preciso abrir um parênteses que, nas postagens analisadas, pode-se notar que 2 deles são um vereador e um servidor (Anexo 7). Ainda sobre a audiência foi mostrado que a interação é baixa, levando em consideração tanto as curtidas quanto os comentários (Anexo 8), como foi observado na análise de conteúdo.

Os seguidores, por sua vez, correspondem a 73% da cidade de Uberlândia e são definidos pela ferramenta da seguinte forma: 37,5% de pessoas reais, 0,4% de influenciadores (conta com mais de 5 mil seguidores), 40,6% de massfollowers (contas com mais 1500 seguidores e que usam ferramentas automáticas de ganhar seguidores) e 21,5% de contas suspeitas (robôs ou pessoas que usam serviços específicos para likes, comentários e seguidores), conforme definições da própria plataforma de análise (Anexo 9).

A ferramenta consegue analisar também o perfil dos seguidores, com idade, gênero e interesses, mas tais informações não foram consideradas relevantes aqui.

Pode-se concluir que a equipe responsável precisa se aprofundar nos conhecimentos teóricos discutidos ao longo desta pesquisa para focar em um plano de comunicação efetivo e que contemple o interesse público, a transparência, a publicidade e, ainda, trabalhar como mediadores da informação. Não foi observada nenhuma publicação no período analisado, entre os meses de abril e junho de 2020, em que a interação e o diálogo com a comunidade foi priorizada ou incentivada.

Dessa forma, esse resultado, juntamente com os demais coletados até aqui sobre as fanpages, vai contra o que aponta Duarte (2009) quando menciona que a Comunicação Pública exige: privilegiar o interesse público; centralizar o processo no cidadão; tratar a comunicação como um processo dialógico; adaptar instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses públicos.

Nas mídias sociais conclui-se que a questão da transparência e, principalmente, da comunicação pública precisa ser repensada e melhor trabalhada, assim como os estudos das mídias sociais, para definir as especificidades de cada uma e o potencial que elas permitem trabalhar um tema tão relevante quanto política.

Vale lembrar também quando Brandão (2006) aponta que os objetivos da CP e das instituições públicas são semelhantes quando o assunto é levar informação, visto que é preciso ouvir, ajudar a garantir a relação social e, ainda, acompanhar as mudanças de comportamento e das organizações sociais. Neste último ponto cabe perfeitamente que a assessoria de imprensa não apenas esteja em todas as mídias sociais, como forma de seguir tais mudanças sociais, mas também saber quais os papéis que elas exercem na sociedade e como usar isso para informar com efetividade.

#### 4.5.2 *Site Institucional*

A análise do site institucional foi feita à luz da LAI e levando em conta o e-Sic. No decorrer da análise foram encontrados problemas no sistema que impossibilitaram a análise completa, como pode ser visto no Apêndice C.

A LAI prevê que, para a transparência ativa, a legislação precisa de fácil acesso e, ainda, que devem ser disponibilizados tutoriais de como usar o sistema eletrônico e que os relatórios de todos os pedidos de informação devem ser públicos. Dessa forma, a Câmara atende apenas a 50% dos critérios estipulados. Aqui, cabe lembrar o que foi apresentado no capítulo 3, que devem estar disponíveis os números sobre os pedidos e os recursos, com estatísticas extraídas diariamente do e-SIC. Tais dados podem ser apenas consultados ou o cidadão pode fazer o download dos relatórios.

No entanto, o problema maior encontra-se na transparência passiva. É previsto que o pedido de informação possa ser feito tanto com cadastro como de forma anônima. Contudo, a plataforma não permitiu que a solicitação fosse feita de nenhuma das duas formas. Para informações anônimas, a seguinte mensagem era exibida, depois de preencher todos os campos: “Não é possível criar o processo. Usuário padrão não identificado!” (Anexo 10).

Em uma segunda tentativa, fazendo o cadastro e preenchendo as informações básicas, é informado que a validação será enviada por e-mail, mas esta confirmação nunca chegou. Posteriormente, tentei cadastrar outro endereço, mas só é possível fazer um cadastro com os dados, especialmente porque pedem CPF. A mensagem foi a seguinte: “Erro ao salvar o usuário. Já existe um usuário para uma pessoa com os dados informados. Entre em contato com o setor de cadastro” (Anexo 11). Solicitei que outras pessoas fizessem o procedimento e o resultado foi o mesmo.

Outra inconsistência é que o site informa que, havendo erro, o setor de cadastro deve ser procurado. No entanto, não existem informações sobre como entrar em contato com o setor nem de forma online quanto presencial. Mesmo se desconsiderássemos a pandemia, é previsto na legislação que os pedidos sejam feitos por meios eletrônicos para dar mais transparência aos atos. Além disso, serve para facilitar o processo de pedido de informação

àqueles que não têm tempo de comparecer pessoalmente à Câmara, visto que a instituição funciona em horário comercial, quando o cidadão está trabalhando.

Posto isso, a Câmara de Uberlândia atende a apenas 9,09% dos critérios analisados em relação à transparência passiva. O resultado dialoga com os estudos de Valdiones et. al (2019), realizado em todo o país, que mostra as dificuldades para realizar, acompanhar e consultar os pedidos de informação, muitas vezes até impedindo que o usuário faça alguma solicitação a partir do sistema.

Concluiu-se que, no site, o acesso à informação é precário, visto que até a conclusão desta pesquisa não era possível realizar cadastro e solicitações por meio do e-Sic, o que é cabível de penalidades. A CMU foge, portanto, do que é estabelecido na legislação, uma vez que o sistema para pedido de informações não atinge seus pontos principais: receber o pedido de acesso; registrar este pedido, bem como entregar o número de protocolo, com data; e, por fim, encaminhar o pedido do cidadão ao setor competente que fornecerá a informação solicitada. (BRASIL, 2012). Se o cidadão não chega sequer à primeira parte, torna-se até irrelevante citar aqui o cumprimento dos prazos.

Para além disso, um ponto extra observado no site, fora do e-Sic, é a dificuldade de encontrar os projetos aprovados e em tramitação, com seus textos na íntegra para consulta.

Vale reforçar que, no cenário atual de pandemia e distanciamento social, os processos deveriam estar cada vez mais focados no online, não apenas para garantir o direito do cidadão ao acesso à informação, mas também a segurança sanitária para evitar que os solicitantes precisem se deslocar para fazer o pedido. A Câmara de Uberlândia passou por uma situação delicada de prisão e cassação da maioria dos vereadores, afetando negativamente a imagem da instituição. Investir na transparência e facilitar o que já é previsto na LAI não apenas é obrigatório, mas ajudaria na retomada da credibilidade do órgão e seus agentes.

#### 4.5.3 *Jornal O Legislativo*

Sendo uma publicação oficial, não é muito comum que a população no geral cheque, todos os dias, as edições do Jornal. Isso porque elas são basicamente atas e atendem a questões meramente burocráticas, como descrição das sessões, publicações de nomeações e

exonerações etc.

Para entender melhor todo o contexto, foram consultadas todas as edições do período de monitoramento e percebi muitas pautas e projetos aprovados que não foram nem citados nas mídias sociais. Um exemplo disso são as autorizações de aberturas de créditos especiais e transferências de recursos entre secretarias, que movimentaram mais de 2,8 milhões de reais nos meses do monitoramento. É comum acontecer tais movimentações e alterações nos planos e metas do governo municipal, sendo que todos devem passar pela aprovação e estudo da Câmara. Contudo, seria interessante que essas informações fossem divulgadas para que a população saiba como o dinheiro público vem sendo gasto.

Ao fim da análise, considerando todos os projetos aprovados e, posteriormente, destacando aqueles que são de interesse público, foi possível observar os seguintes números: 82,6% dos projetos de interesse público não foram divulgados e 17,3% foram (Apêndice D).

Circularam dezenas de projetos de lei por mês, conforme se observa nas edições do Jornal O Legislativo e mais uma vez reforça-se a ideia que não basta que as informações estejam disponíveis: elas precisam ser acessíveis, ir até o cidadão de uma forma que seja de fácil compreensão a todos. Isso porque, hoje, a população não tem à disposição, de forma fácil e rápida, as pautas e projeto em tramitação, que é quando se configura o momento ideal para que a sociedade seja ouvida e opine sobre os temas de interesse coletivo.

Essas questões divergem do que foi apresentado aqui, quanto à transparência, mas também quando Brandão (2006) aponta que a comunicação governamental deve ter como foco a prestação de contas do governo à sociedade, tendo um caráter informativo, objetivando esclarecer as ações e práticas de determinado governo.

Ademais, sabendo que quem divulga essas informações é a assessoria de imprensa, embora por vezes haja algum controle da instituição sobre o que pode ou não ser mostrado, aqui deveria ser seguido o que aponta Tavares (2016) quando diz era o profissional de comunicação quem deveria estabelecer um filtro inicial da divulgação, porque ele tem conhecimento técnico sobre o que deve ou não ser notícia.

Tal ideia também é reforçada por Costa (2012), que aponta que a assessoria de imprensa não varia de acordo com onde o profissional está e que ele se destaca é na prática da cidadania, que é conduzida pela aplicação da comunicação pública pelos assessores dentro de

uma instituição.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa em questão acompanhou e analisou as mídias sociais Facebook e Instagram e o site institucional da Câmara Municipal de Uberlândia por três meses, entre abril e junho de 2020, com o objetivo de averiguar como são tratadas e divulgadas as questões de interesse público nos canais oficiais de comunicação, ponderando os conteúdos das matérias legislativas, mensuração da resposta dos usuários às postagens nas mídias e demais questões. A pesquisa teve como guia os conceitos de Comunicação Pública, Lei de Acesso à Informação e o trabalho da Assessoria de Imprensa, cujas teorias propuseram uma importante discussão acerca da transparência e do interesse público.

Diante disso, com base na pesquisa bibliográfica e nos dados apresentados, podemos concluir que ainda há um processo de melhoria pelo qual a assessoria da Câmara de Uberlândia precisa passar. Conhecer o conceito de comunicação pública e accountability são alguns dos passos iniciais. É preciso entender que, hoje, a quantidade de pessoas que se informam por meio das mídias sociais, principalmente o Facebook, é significativa. Os canais digitais são potenciais que devem ser trabalhados, não só para que a informação chegue ao maior número possível de pessoas, mas fazendo isso de uma forma em que os assessores de imprensa trabalhem como facilitadores do conhecimento, tornando a linguagem clara e não deixando que os termos técnicos sejam um fator excludente para o exercício da cidadania. Para além disso, é preciso entender as especificidades das mídias e usá-las a favor da população, principalmente estreitando laços e promovendo o diálogo, que é sim possível mesmo no online.

Nas mídias sociais, convém ressaltar a diferença significativa entre o número de habitantes da cidade de Uberlândia e o número de seguidores nas redes. É incompreensível que uma cidade com quase 700 mil habitantes tenha um engajamento tão baixo nessas mídias, principalmente considerando que a Câmara tem um papel fundamental quanto à divulgação de informações oficiais para os cidadãos.

Considerando todo o material disponível e que foi aprovado durante os meses de análise, é visto um potencial desperdiçado por tantas leis aprovadas passarem sem o conhecimento de maior parte da população. Isso porque a linguagem do Jornal O Legislativo é técnica e, apesar de as reuniões serem transmitidas ao vivo, ocorrem em horário comercial, o que dificulta ainda mais que tudo o que é ali discutido chegue à população.

Por fim, o site institucional apresenta grandes problemas quanto ao acesso e impossibilita o pedido de informação, seja ele por meio de cadastro ou de forma anônima, como previsto por lei. Relatórios também não são apresentados, o que descaracteriza o princípio da transparência.

Respondendo à inquietação inicial sobre transparência e o interesse público, pode-se concluir que, a partir do material e período analisados, a Câmara Municipal de Uberlândia não realiza comunicação pública nas mídias sociais, uma vez que a maioria dos assuntos inerentes à coletividade não são sequer divulgados amplamente. Outro ponto é que não há respeito à Lei de Acesso à Informação no que tange os pedidos realizados de forma online pelo e-Sic, conforme legislação aprovada e que pode acarretar penalidades caso alguém registre denúncia.

No site, não foram analisados todos os canais, como a ouvidoria, por exemplo, e nem se a estrutura dele facilita o acesso às informações de interesse público, visto que não era o foco da pesquisa. Mas, como já posto, a organização dificulta a busca por projetos e fica realmente difícil acompanhar algo que não é divulgado e que, sequer, algumas pessoas venham a saber que existe.

Para novos estudos, fica a possibilidade, principalmente em mestrados profissionais, de elaboração de cursos, palestras, consultorias ou manuais que enfatizem os conceitos e a importância de se trabalhar a comunicação pública nas assessorias de imprensa de órgãos públicos. Este é um caminho que não apenas pode fortalecer a relação entre o governo e a comunidade, como também de garantir que o interesse público e a transparência sejam efetivamente cumpridos.

## REFERÊNCIAS

ALBURQUERQUE, A. D.; SOUSA, C. M.; COSTA, A. R. F. Políticas e dilemas da comunicação pública no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 6, p. 239-254, 2010. Disponível em:

<<https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/301/218>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

AMORIM, M. R. L.; SILVA, F. S. Impactos da Implantação da Lei de Acesso à Informação no Serviço Público: uma Análise das Dificuldades e Benefícios à Cidadania. SEGeT 2014 - **XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Não publicado. Disponível

em:<<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/8820506.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

ANDRION, R. **Pesquisa aponta**: sete em cada dez brasileiros se informam pelas redes sociais. Olhar Digital, 01 de fevereiro de 2019. Publicação eletrônica. Disponível em:

<<https://olhardigital.com.br/noticia/pesquisa-aponta-sete-em-cada-dez-brasileiros-se-informam-pelas-redes-sociais/82274>>. Acesso em: 19 abr. 2020.

BATISTA, M. **A difusão da Lei de Acesso à Informação nos municípios brasileiros**: fatores internos e externos. Brasília: Enap, 2017. 84 p. Disponível em:

<[https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3125/1/Cadernos\\_53.pdf](https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3125/1/Cadernos_53.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2020.

BEUREN, I. M.; ALMEIDA-SANTOS, P. S. **Relação entre transparência e reputação governamental**. GCG Georgetown University - Universia, septiembrediciembre, vol. 7, n. 3, p.89-102, 2013. Disponível em: < <https://gcg.universia.net/article/view/3843/determinantes-la-transparencia-municipal-analisis-empiricos-municipios-brasilenos>>. Acesso em: 08 set. 2020.

BORGES, A.G. Interesse público: um conceito a determinar. **Revista de Direito**

**Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 205, p. 109-116, jul. 1996. ISSN 2238-5177. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/46803/46180>>. Acesso em: 20 abr. 2020

BRANDÃO, E. P. **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge (Org.).

Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007. p. 1-33.

BRANDÃO, E. P. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006, Brasília. Anais.... São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Decreto lei nº 7.724**, de 16 de maio de 2012. Regulamenta a Lei no 12.527, de 18 de novembro de 2011, que dispõe sobre o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do caput do art. 5o, no inciso II do § 3o do art. 37 e no § 2o do art. 216 da Constituição. Diário

Oficial União, Brasília, DF, 16 mai. 2012. Seção 1,p. 1. Retificação. Diário Oficial da União - Seção 1 - 18/5/2012, Página 3. Disponível em<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/decreto/d7724.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7724.htm)>. Acesso em: 16 out. 2019.

BRASIL. **Lei nº 8.429**, de 02 de junho de 1992. Dispõe sobre as sanções aplicáveis aos agentes públicos nos casos de enriquecimento ilícito no exercício de mandato, cargo, emprego ou função na administração pública direta, indireta ou fundacional e dá outras providências. Diário Oficial União, Brasília, DF, 02 jun. 1992. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br/>>. Acesso em: 25 ago. 2020.

CAMPOS, A. M.. Accountability: quando poderemos traduzi-la para o português?. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 30 a 50, jun. 1990. ISSN 1982-3134. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/9049>>. Acesso em: 09 Jun. 2020.

CHAPARRO, M. C. **Cem anos de assessoria de imprensa**. In: DUARTE, J (org.). Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.

Controladoria Geral da União. **Cartilha Acesso à Informação Pública**: uma introdução à Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Brasília: Imprensa Nacional, 2011. Disponível em: <<http://www.transparencia.go.gov.br/admin/uploaded/cartilhaacessoainformacao.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2019.

COSTA, J. S. F. **Comunicação Pública, Assessoria de Imprensa e Compromisso com a Cidadania**: o Caso IFPE. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, v. 1, p. 1-46, 2012.

CUNHA, M.A. et al. **Transparência governamental eletrônica para Accountability**. In: PINHO, J.A.G., ed. Artefatos digitais para mobilização da sociedade civil: perspectivas para avanço da democracia [online]. Salvador: EDUFBA, 2016, pp. 119-139. ISBN: 978-85-232-1877-5. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/hk62f/pdf/pinho-9788523218775-07.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2020. <https://doi.org/10.7476/9788523218775.0007>

DINES, A. Introdução: Assessorias (e/ou/versus) Imprensa. In: DUARTE, J (org.). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, J. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: DUARTE, J (org.). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Manual de assessoria de comunicação/imprensa**. Brasília, 2007, 4ª ed. Disponível em: <[https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf)>. Acesso em 27 abr. 2020.

FLORES, C. M. **Comunicação pública e assessoria de imprensa**: apontamentos acerca da Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser do estado do Rio Grande do Sul. 2016. 83 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2016.

HASWANI, M. O discurso obscuro das leis. In: MATOS, H. (Org.) **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2013, p. 71-96. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/quarto.pdf>>. Acesso em: 21 abr.

2020.

INSTITUTO DE PESQUISA DATA SENADO. **Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet**. Brasília, DF, 2019. 110 p. Pesquisa de opinião, em parceria com as Ouvidorias da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, para ouvir a opinião dos brasileiros sobre redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet.

JOANGUETE, C. Comunicação política e cibercidadania: um desafio para as democracias emergentes. In: MOREIRA, Ana; ARAÚJO, Emília; SOUSA, Helena. **Comunicação e Política: tempos, contextos e desafios**. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2017, p. 195-208.

KOÇOUSKI, M. Comunicação Pública: construindo um conceito. In: MATOS, H. (Org.) **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013, p. 71-96. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/quarto..pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, H. (Org.) **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013, p. 13-30. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/quarto..pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

LIEDTKE, P.; CURTINOVI, J. **Comunicação pública no Brasil: passado, presente e futuro**. Revista Comunicação Pública, Lisboa, Portugal, v.11, n. 20, jun. 2016. Disponível em: <<http://cp.revues.org/1171>>. Acessado em: 21 abr. 2020. <https://doi.org/10.4000/cp.1171>

MARRA, G. D. S.; DAMACENA, C. **Engajamento do consumidor: revisão teórica do conceito e seus antecedentes**. Revista de Gestão, v. 20, n. 2, p. 233-249, jun. 2013. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809227616302399>>. Acesso em: 26 jun. 2020. <https://doi.org/10.5700/rege497>

OLIVEIRA, G. A. **A Burocracia Weberiana e a Administração Federal Brasileira**. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, p. 47-74, jul./dez. 1970. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/viewFile/4847/3585>>. Acesso em 14 abr. 2020.

PAES, E. B. **A construção da Lei de Acesso à Informação Pública no Brasil: desafios na implementação de seus princípios**. Revista do Serviço Público, v. 62, n. 4, p. 407-423, 2011. Disponível em <<http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/1597>>. Acesso em: 12 abr. 2020. <https://doi.org/10.21874/rsp.v62i4.80>

PECORARO, C. B. F. **Comunicação, internet e transparência: o Facebook das prefeituras do Rio de Janeiro e de São Paulo**. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, 8, 2019, Brasília. Anais... Brasília: UnB, 2019. Disponível em: <[http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT3/gt3\\_Pecoraro.pdf](http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT3/gt3_Pecoraro.pdf)>. Acesso em: 14 out 2020.

PIMENTEL, M. O. **Em pauta: manual prático da comunicação organizacional**. 2 ed. rev., atual. e ampl. Curitiba: Intersaberes, 2018.

REIS, E. P. **Opressão Burocrática**: o ponto de vista do cidadão. Revista Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v.3, n. 6., p. 161-179, 1990. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2306/1445>>. Acesso em 14 abr. 2020.

RIBEIRO, E. M. A. O.; MAINIERI, T. **A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania**: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. *Organicom*, v. 8, n. 14, p. 49-61, jun. 2011. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2011.139084>

ROCHA, A. C. **A accountability na administração pública**: modelos teóricos e abordagens. *Contabilidade, Gestão e Governança*, v. 14, n. 2, p. 82-97, set. 2011.

SARDINHA, A. C. **Questões teóricas sobre a Comunicação Pública e deliberação na democracia participativa brasileira** - um estudo de caso. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, v. 1, p. 01-60, 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sardinha-antonio-questoes-teoricas-sobre-a-comunicacao-politica.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

SOUZA, A. P. V. **Da assessoria de imprensa à comunicação integrada**: estudos de caso sobre a evolução e os novos contornos da comunicação organizacional. 2008. 127 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008. Disponível em: <<http://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/4296>>. Acesso em: 02 set. 2020.

SPINOLA, N. D.; SPINOLA, C. A. **26 mitos e controvérsias na teoria do desenvolvimento econômico...** *Anais do XV ENANPUR*, 2013, v. 15, n. 1. Disponível em: <>. Acesso em: 15 jan. 2021. <https://doi.org/10.21452/rde.v15i27.2744>

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TAVARES, A. F. **Comunicação pública e acesso à informação**: o interesse público presente nas produções da assessoria de imprensa da Prefeitura de Santarém (PA). 2016. Dissertação (Mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, 2016.

TENÓRIO, F. G. **Weber e a burocracia**. *Revista do Serviço Público*, v. 38, n. 4, p. 79-90, 19 jul. 2017. Disponível em: <<https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/2328/1225>>. Acesso em: 14 abr. 2020. <https://doi.org/10.21874/rsp.v38i4.2328>

VALDIONES, A. P. et al. **Panorama dos sistemas eletrônicos de informação ao cidadão**: uma análise das ferramentas de diferentes órgãos públicos. São Paulo: Artigo 19, 2019. Disponível em: <[https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2019/05/A19\\_ESICS\\_web\\_2019.pdf](https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2019/05/A19_ESICS_web_2019.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2020.

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2020**. 2020. Relatório acerca da comunicação digital relativo ao ano de 2020. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>>. Acesso em: 25ago. 2020.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Tradução: Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2010. 96 p. ISBN 978-85-205-0558-8.









depoimento...				simples									
---------------	--	--	--	---------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

maio/2020

AI									LAI		CP		
Título	Data	Tema	Interação	Linguagem	MC	PG	DN	FP	TP	LE	IP	D	TC
“Escola Judiciária do TER-MG...”	04/05	Eleições	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto longo e linguagem simples	Não	Arte	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não
“Plenário da Câmara não recebe atividades...”	04/05	Sessões	Curtidas e comentários	Reprodução de link, sem texto	Link externo	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
“Vereador afastado Marcio Nobre...”	07/05	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	;Sim	Não	Sim
“Baiano e Isac Cruz têm mandatos...”	12/05	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	;Sim	Não	Sim
“Código de Ética é assunto de reunião...”	13/05	Lei	Curtidas e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	;Sim	Não	Sim
“Ronaldo e Vilmar Resende são cassados...”	14/05	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
“Proprietários de quadras de futebol...”	15/05	Reuniões	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim
“Irregularidades em contratos do transporte...”	15/05	CPI	Curtidas e compartilhamentos	Título e reprodução de link	Link externo	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim



Pâmela...													
“Agenda Câmara”	24/05	Agenda	Curtidas e comentários	Texto curto e linguagem simples	Não	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Em audiência de instrução...”	25/05	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“CPI do transporte coletivo realiza...”	26/05	CPI; Reunião	Curtidas, comentários e compartilhamentos	Texto longo, semelhante a uma ata e com citação legal	Não	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“CPI do transporte coletivo realiza reunião..”	26/05	CPI; Reunião	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Higienização no prédio da Câmara...”	26/05	Funcionamento Câmara	Curtidas, comentários e compartilhamentos	Texto longo e linguagem simples	Não	Vídeo	Sim	Não	Não	Sim	Não	Sim	Não
“Câmara Municipal recebe projeto da LDO...”	28/05	Lei	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto longo e linguagem simples	Não	Foto	Sim						

junho/2020

Título	Data	Tema	Interação	Linguagem	MC	AI			LAI			CP	
						PG	DN	FP	TP	LE	IP	D	TC
“Por precaução expediente na Câmara...”	01/06	Funcionamento Câmara	Curtidas, reações e compartilhamentos	Texto curto com construção longa	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim



“Veto do prefeito é mantido...”	24/06	Lei	Curtidas, reações e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Projetos são aprovados...”	25/06	Lei	Curtidas e comentário	Texto curto e com citações de legislação	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Comunicado julgamento cassação	26/06	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Não	Arte com texto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Ministro Luiz Fux do STF...”	28/06	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Não	Fotos	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Legislativo cassa mandato...”	29/05	Cassação	Curtidas, reações, comentários e compartilhamentos	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

---

**ASSESSORIA DE IMPRENSA**

**85,7%**

**LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO**

**55,5%**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

**19,04%**

---

**Apêndice B:** Análise página Instagram

abril/2020

Título	Data	Tema	Interação	Linguagem	MC	PG	AI		LAI			CP	
							DN	FP	TP	LE	IP	D	TC
“Câmara devolve R\$ 1 milhão...”	02/04	Orçamento	Curtidas	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“A nova Câmara de Uberlândia”	06/04	Eleições	Curtidas	Texto curto e linguagem clara	Link site	Arte	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não
“Câmara de Uberlândia realiza mais duas audiências...”	06/04	Cassação	Curtidas	Texto curto com citação de legislação	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
Dia do Jornalista	06/04	Data comemorativa	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem clara	Não	Arte	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Não
“Vereador afastado Vico...”	07/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Vereador afastado Ceará”	08/04	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Comissão processante realiza audiência...”	13/04	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Vereador afastado Doca Mastroiano...”	14/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim

“Comissão finaliza processo e decide...”	15/04	Cassação	Curtidas	Texto curto, mas construção de frase longa	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Câmara cassa mandato...”	17/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Vereadores de Uberlândia aprovam lei...”	17/04	Lei; Pandemia	Curtidas	Texto curto, com construção de frase longa e confusa	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Em sessão remota câmara vota...”	23/04	Lei	Curtidas e comentário’	Texto curto e linguagem clara	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Comissões processantes realizam reuniões...”	24/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Vereadores afastados Ceará e Baiano...”	27/04	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
‘Vereador afastado Vilmar...’	27/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Vereadores afastados Márcio Nobre e Isac Cruz...”	28/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim

“Vereador afastado Ronaldo Alves...”	28/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Vereador Ceará é afastado	29/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Presidente da Câmara de Uberlândia e vereadores...”	30/04	Pandemia	Curtidas e comentários	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Pamela Volp (PP) presta depoimento...”	30/04	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim

maio/2020

Título	Data	Tema	Interação	Linguagem	MC	AI				LAI			CP	
						PG	DN	FP	TP	LE	IP	D	TC	
“Mais dois vereadores afastados...”	05/04	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Vereador afastado Marcio Nobre...”	07/05	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	
“Baiano e Isac Cruz têm mandatos...”	12/05	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	
“Código de Ética é assunto de reunião...”	13/05	Lei	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	
“Ronaldo e	14/05	Cassação	Curtidas	Texto curto	Link	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	

Vilmar Resende são cassados...”				e linguagem simples	site			m	m	o	m	o	m
“Proprietários de quadras de futebol...”	15/05	Reuniões	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Si m	Si m	Nã o	Nã o	Nã o	Si m
“Agenda desta semana...”	18/05	Agenda	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Não	Foto	Sim	Si m	Si m	Nã o	Si m	Nã o	Si m
“Você sabe quantos vereadores...”	18/05	Conhecimento legislativo	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Não	Vídeo	Sim	Si m	Si m	Si m	Si m	Nã o	Si m
“Vereador afastado Marcio Nobre...”	19/05	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Si m	Si m	Si m	Si m	Nã o	Si m
“Câmara tem novos blocos parlamentares...”	20/05	Funcionamento Câmara	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Si m	Nã o	Si m	Si m	Nã o	Si m
“CPI do transporte coletivo...”	20/05	CPI; Reuniões	Curtidas	Texto curto, linguagem simples, mas com problemas de construção	Não	Foto	Sim	Si m	Nã o	Nã o	Si m	Nã o	Si m
“Vereador afastado Silésio Miranda...”	21/05	Cassação	Curtidas e comentários	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Si m	Si m	Si m	Si m	Nã o	Si m
“Parceria entre Câmara e ACIUB...”	22/05	Reuniões	Curtidas e comentários	Texto longo e linguagem simples	Não	Foto	Sim	Si m	Si m	Si m	Si m	Nã o	Si m
“Mandato da vereadora afastada Pâmela...”	22/05	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Si m	Si m	Si m	Si m	Nã o	Si m

“Em audiência de instrução...”	25/05	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Não	Sim
“CPI do transporte coletivo realiza reunião...”	26/05	CPI; Reunião	Curtidas	Texto curto e linguagem clara	Não	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Câmara Municipal recebe projeto da LDO...”	28/05	Lei	Curtidas e comentários	Texto longo e linguagem simples	Não	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

junho/2020

Título	Data	Tema	Interação	Linguagem	MC	AI			LAI		CP		
						PG	DN	FP	TP	LE	IP	D	TC
“Por precaução expediente na Câmara...”	01/06	Funcionamento Câmara	Curtidas	Texto longo e construção confusa	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Como são eleitos os vereadores?”	02/06	Conhecimento legislativo	Curtidas	Apenas título	Não	Vídeo	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“CPI do transporte público...”	03/06	CPI	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
“Projeto de lei é aprovado...”	04/06	Lei	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
“Vereadores iniciam	04/06	Lei	Curtidas e comentários	Texto curto e	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

discussão para..."				linguagem simples									
"Dois projetos são aprovados..."	16/06	Lei	Curtidas e comentários	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
"Adote um lavabo' é aprovado..."	17/06	Lei	Curtidas e comentários	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Nota oficial falecimento ex-prefeito	17/06	Luto	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Não	Foto	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não	Não
"Comissão dá parecer pela cassação..."	18/06	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
"Veto do prefeito é mantido..."	24/06	Lei	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
"Projetos são aprovados..."	25/06	Lei	Curtidas e comentário	Texto curto e com citações de legislação	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Comunicado julgamento cassação	26/06	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Não	Arte com texto	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
"Ministro Luiz Fux do STF..."	28/06	Cassação	Curtidas	Texto curto e linguagem simples	Não	Carrossel	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim

“Legislativo cassa mandato...”	29/05	Cassação	Curtidas e comentário	Texto curto e linguagem simples	Link site	Foto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
--------------------------------------	-------	----------	--------------------------	--	--------------	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

---

**ASSESSORIA DE IMPRENSA**

**96,07%**

**LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO**

**37,25%**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

**0%**

## Apêndice C

### Análise da LAI no site da Câmara de Uberlândia

<b>TRANSPARÊNCIA ATIVA</b>		
<b>Qual o critério de análise?</b>	<b>O que busca verificar?</b>	<b>Registro</b>
Sistema eletrônico tem link para a Lei de Acesso à Informação em até 3 cliques?	A divulgação da Lei de Acesso à Informação de modo acessível ao cidadão.	Sim
Sistema eletrônico tem link para regulamentação da Lei de Acesso à Informação disponível em até 3 cliques?	A divulgação de normativa que diz como funciona a Lei de Acesso à Informação no poder ou ente federado de modo acessível.	Sim
Sistema eletrônico disponibiliza orientações sobre como utilizar o sistema?	A orientação dada ao cidadão sobre o sistema, de modo acessível, que pode existir em diferentes formatos: vídeos, manuais, tutoriais etc.	Não
Sistema eletrônico tem link para os relatórios estatísticos em até 3 cliques?	A divulgação dos dados quantitativos e qualitativos dos pedidos, respostas e informações genéricas dos solicitantes (art. 30, inciso III da LAI) de modo acessível.	Não

<b>TRANSPARÊNCIA PASSIVA</b>		
<b>Qual o critério de análise?</b>	<b>O que busca verificar?</b>	<b>Registro</b>
Sistema eletrônico gera número de protocolo ao pedido de informação?	A geração de número de protocolos para os pedidos, possibilitando acompanhamento pelo cidadão (art. 9º, inciso I, alínea c da LAI)	Não se aplica
Sistema eletrônico permite criar um cadastro de cada pessoa para acesso posterior?	A funcionalidade do sistema de criar um cadastro único (login) para que o cidadão possa acessar seus pedidos posteriormente.	Sim
Sistema eletrônico armazena o histórico de pedido e de resposta realizado?	A funcionalidade de armazenamento do histórico dos pedidos realizados, isto é, se depois de efetivado um pedido de informação, o cidadão pode verificá-lo, bem como verificar as tramitações e respostas.	Não se aplica
Sistema eletrônico permite escolher o órgão específico ao qual o pedido se direciona?	A possibilidade do cidadão direcionar o pedido ao órgão de seu interesse	Não se aplica
Sistema eletrônico e/ou avisos por e-mail informam os prazos legais de respostas?	A disponibilização de informações relativas aos procedimentos de acesso à informação, como trata a LAI (Art. 9 inciso I8 )	Não se aplica
Sistema eletrônico envia avisos da tramitação por e-mail (por	A comunicação realizada com o cidadão por meio do envio de informações relevantes para o	Não se aplica

exemplo, número de protocolo e inserção de respostas)?	acompanhamento da tramitação dos pedidos.	
Sistema eletrônico permite interpor recursos para todas as respostas oferecidas pelo poder público, inclusive quando não há resposta no prazo legal?	A funcionalidade da ferramenta de interpor recursos às respostas dadas, conforme estabelece a LAI (Art. 15)	Não se aplica
Sistema eletrônico e/ou avisos por e-mail informam os responsáveis por responder o recurso?	A disponibilização de informações fundamentais para o exercício do acesso à informação, previstas na LAI (Art. 7 inciso I, Art. 9 inciso I e Art. 11, parágrafo 4º9 )	Não se aplica
Sistema eletrônico e/ou avisos possuem mecanismos de avaliação da qualidade da resposta?	A existência de ferramentas de retornos — feedbacks — da qualidade das respostas enviadas.	Não se aplica
Sistema eletrônico permite que o pedido seja encaminhado de forma anônima?	A funcionalidade de envio de pedidos anônimos pelos cidadãos, a fim de preservar suas identidades.	Não
Sistema eletrônico possui mecanismo de avaliação da qualidade do sistema eletrônico?	A existência de ferramenta que permita dar retorno sobre a navegação no sistema.	Não se aplica

---

<b>Transparência ativa</b>	<b>Transparência passiva</b>
<b>50%</b>	<b>9,09%</b>

## Apêndice D

### Análise do Jornal O Legislativo

Data de publicação	Projetos aprovados	Divulgação nas mídias analisadas
17/04	Projeto de Lei nº 739/18 que altera o inc. VII do art. 164, da Lei 10.715 de 21 de março de 2011 que institui o Código Municipal de Saúde	Não
17/04	Projeto de Lei nº 783/18 que autoriza o Poder Executivo a instalação de áreas exclusivas para motocicletas no município	Não
23/04	Projeto de Lei nº 1283/20 que acrescenta dispositivos a Lei nº 10.447, de 08 de abril de 2010 que “Obriga a instalação de recipientes com álcool gel antisséptico ou produtos similares, nos estabelecimentos que menciona.	Não
23/04	Projeto de Lei nº 1287/20 que dispõe sobre a obrigatoriedade do uso de máscaras pelas pessoas que menciona, como medida de enfrentamento à disseminação do novo coronavírus.	Sim
23/04	Projeto de Lei Complementar nº 129/20 que dispõe sobre a adoção de medidas excepcionais, no âmbito do município de Uberlândia, em face da situação de emergência e do estado de calamidade pública decorrentes da pandemia do novo coronavírus.	Não
23/04	Projeto de Lei Complementar nº 130/20 que regulariza dispositivos e anexos da Lei Complementar nº 346, de 13 de fevereiro de 2004, que estabelece o quadro de cargos e funções e respectiva remuneração da Câmara Municipal de Uberlândia, dispõe sobre o plano de cargos e carreiras, revoga a Resolução nº 060, de 18 de outubro de 1994 e demais alterações posteriores.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1299/20 que denomina de Ponte Calcir José Pereira o próprio público que especifica.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1303/20 que denomina de Elevado Aldorando Dias de Sousa o próprio público que especifica.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1290/20 que Altera o anexo V – Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual - PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Agropecuária, Abastecimento e Distritos no valor de R\$ 169.150,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1291/20 que Altera o anexo V - Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual - PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Agropecuária, Abastecimento e Distritos no valor de R\$ 227.541,67.	Não

29/04	Projeto de Lei nº 1292/20 que Altera o anexo V - Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual – PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações – Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Agropecuária, Abastecimento e Distritos no valor de R\$ 222.400,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1293/20 que Altera o anexo V - Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual - PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Obras no valor de R\$ 573.000,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1294/20 que Altera o anexo V – Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual - PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Cultura no valor de R\$ 18.240,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1295/20 que Autoriza a abertura de crédito suplementar no orçamento da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Trabalho e Habitação no valor de R\$ 36.000,00 e a transferência de recursos às entidades que menciona no valor de R\$ 276.000,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1296/20 que Autoriza a transferência de recursos do orçamento da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Trabalho e Habitação no valor de R\$ 260.000,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1297/20 que Autoriza a transferência de recursos do orçamento da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Trabalho e Habitação no valor de R\$ 255.000,00 às entidades que menciona.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1298/20 que Autoriza a transferência de recursos do orçamento da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Trabalho e Habitação no valor de R\$ 206.000,00 às entidades que menciona.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1300/20 que Altera o anexo V - Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual – PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Saúde no valor de R\$ 159.980,00.	Não
29/04	Projeto de Lei nº 1301/20 que Altera o anexo V - Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual - PPA 2018-2021, e o	Não

	anexo III – Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Saúde no valor de R\$ 99.997,80.	
29/04	Projeto de Lei nº 1302/20 que Altera o anexo V - Programas de Governo da Lei nº 12.853, de 14 de dezembro de 2017 e suas alterações - Plano Plurianual - PPA 2018-2021, e o anexo III - Metas e Prioridades para 2020 da Lei nº 13.150, de 26 de julho de 2019 e suas alterações - Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO 2020, autoriza a abertura de crédito especial no orçamento da Secretaria Municipal de Saúde no valor de R\$ 281.704,11.	Não
05/05	Projeto de Decreto Legislativo nº 365/20 que Concede Título de Cidadão Honorário a Robson da Silva Marques.	Não
05/05	Projeto de Lei nº 1286/20 que Altera dispositivos da Lei nº 7.363, de 09 de setembro de 1999, que “Dispõe sobre a autorização, a título precário, para transporte de passageiros em veículos de carga e transporte de passageiros por fretamento, nas vias urbanas e rurais sob a jurisdição do município”	Não
05/05	Projeto de Lei Complementar nº 131/20 que Altera a Lei Complementar nº 703, de 22 de abril de 2020, que “Dispõe sobre a adoção de medidas excepcionais, no âmbito do município de Uberlândia, em face da situação de emergência e do estado de calamidade pública decorrentes da pandemia do novo Coronavírus.	Não
11/05	Projeto de Decreto Legislativo nº 364/20 que Concede Título de Cidadã Honorária a Carina Pereira de Miranda	Não
12/05	Projeto de Lei nº 1313/20 que denomina de Delegado Júlio César Domingues Bortolato o logradouro público que especifica.	Não
12/05	Projeto de Decreto Legislativo nº 366/20 que concede Título de Cidadão Honorário a Lucas Mendes Ferreira de Freitas.	Não
09/06	Projeto de Lei nº 1335/20 que Autoriza o Poder Executivo a antecipar feriado municipal, por decreto, durante a atual emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do Coronavírus.	Não
16/06	Projeto de Lei nº 1156/19 que Denomina de Praça Victor Hugo Silva Santana Assunção o próprio público que especifica	Não
16/06	Projeto de Decreto Legislativo nº 367/20 que Concede Título de Cidadão Honorário a Ronan Cândido Cardoso e dá outras providências.	Não
16/06	Projeto de Decreto Legislativo nº 371/20 que Concede Título de Cidadão Honorário a Aparecida Divina Guedes Silva	Não
17/06	Projeto de Lei nº 912/19 que dispõe sobre a instituição de cadastro e carteira de identificação da pessoa com TEA - Transtorno do Espectro Autista.	Sim
17/06	Projeto de Lei nº 1347/20 que Institui a obrigatoriedade de o Poder Executivo propiciar tratamento especializado, educação e assistência específicas a todos os autistas, independentemente de idade, no âmbito do	Sim

município de Uberlândia		
24/06	Projeto de Decreto Legislativo nº 369/20 que Concede Título de Cidadã Honorária à Senhora Vilma Aparecida Rosa	Não
24/06	Projeto de Lei nº 1334/20 que Torna oficial o projeto “Adote Um Ponto de Higienização das Mãos – Lavabos - Em Área Pública”	Sim
25/06	Projeto de Lei nº 875/19 que Denomina de Rua João dos Santos “Cap. João Luzia” o logradouro público que especifica.	Não
25/06	Projeto de Lei nº 1289/20 que Denomina de Rua Adilson Rodrigues Gomes o logradouro público que especifica	Não
29/06	Projeto de Lei nº 1348/20 que denomina de Rua Waldemar Bittar o logradouro público que especifica	Não

\* / 1

Projeto de interesse público não divulgados	Projetos de interesse público divulgados
82,6%	17,3%

# ANEXOS

## Anexo 1



## Anexo 2



Câmara Municipal de Uberlândia

24 de abril · 🌐

...

#DENÚNCIAS | Comissões Processantes realizam reuniões para aceitação de denúncias e votação de parecer final sobre cassação

As Comissões Processantes que apuram denúncias contra os vereadores afastados Silésio Miranda (PT) e Wender Marques (PSB) se reuniram no dia 24 de abril de 2020 no plenário do Legislativo, às 8:30h e 10:00h respectivamente, para apresentarem decisões relativas às denúncias contra o primeiro e leitura do parecer final em relação ao segundo.

Confira matéria completa em <https://bit.ly/358ZXJp>

#CâmaradeUberlândia



👍 5

## Anexo 3

## f Top Posts: Number of Likes

	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">6/17/20 12:07 PM</a>	 NOTA OFICIAL Em nome da Câmara Municipal de Uberlândia, manifesto com profunda tristeza, o falecimento do ex-prefeito do município, Paulo Ferolla da Silva, vítima de um AVC em ...	Number of Likes: 33 Number of Comments (total): 9 Post Interaction: 1.7%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">5/28/20 7:58 PM</a>	 Câmara Municipal recebe projeto da LDO 2021 Texto estabelece metas e diretrizes para a elaboração do Orçamento do próximo ano A Câmara Municipal de Uberlândia recebeu, nesta ...	Number of Likes: 21 Number of Comments (total): 11 Post Interaction: 1.0%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">5/22/20 1:37 PM</a>	 #COMISSÕES   Mandato da vereadora afastada Pâmela Volp é cassado durante a sétima reunião ordinária de maio Durante a sétima reunião ordinária de maio, a Câmara Municipal de ...	Number of Likes: 20 Number of Comments (total): 7 Post Interaction: 1.0%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">5/24/20 11:12 AM</a>	 AGENDA CÂMARA Dia 25/05 – Segunda-feira 09h – Continuação da Audiência de Instrução da comissão processante que julga pedido de cassação do vereador afastado Silésio Miranda ...	Number of Likes: 20 Number of Comments (total): 2 Post Interaction: 0.9%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">4/17/20 2:50 PM</a>	 #COVID19   Vereadores de Uberlândia aprovam Lei que obriga o fornecimento e uso de máscaras de proteção A Câmara Municipal de Uberlândia aprovou durante a segunda sessão ...	Number of Likes: 18 Number of Comments (total): 15 Post Interaction: 1.1%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">5/14/20 1:36 PM</a>	 #VOTAÇÃO   Ronaldo Alves e Vilmar Resende são cassados durante a quinta reunião de maio Ronaldo Alves Pereira acabou afastado definitivamente por 24 votos favoráveis. Uma	Number of Likes: 18 Number of Comments (total): 6 Post Interaction: 0.90%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">6/29/20 3:15 PM</a>	 Legislativo cassa mandato do vereador afastado Silésio Miranda #COMISSÕES   A Câmara Municipal cassou no dia 29 de junho de 2020, durante a 7ª reunião do 5º período da 4ª ...	Number of Likes: 18 Number of Comments (total): 4 Post Interaction: 0.92%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">6/1/20 1:00 PM</a>	 #PANDEMIA   Por precaução expediente na Câmara Municipal está suspenso O Presidente da Câmara Municipal de Uberlândia, vereador Ronaldo Tannús (PL), considerando que foram ...	Number of Likes: 17 Number of Comments (total): 0 Post Interaction: 0.93%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">4/2/20 4:14 PM</a>	 #SAÚDE   Câmara devolve de R\$ 1 milhão para prefeitura e sugere usar no combate ao coronavírus O vereador e presidente da Câmara Municipal de Uberlândia-MG, vereador Ronaldo ...	Number of Likes: 16 Number of Comments (total): 3 Post Interaction: 0.92%
	<b>Câmara Munic...</b> <a href="#">5/15/20 7:38 PM</a>	 Vereadores solicitam e presidente Ronaldo Tannús determina abertura de CPI para fiscalização dos Transportes Públicos em Uberlândia.	Number of Likes: 16 Number of Comments (total): 0 Post Interaction: 0.96%

Posted during

## Anexo 4

### MOST FREQUENTLY USED WORDS

Plenário Marcio Dra Zago Vico Instrução **Processante**  
 Gabriel Ednaldo Guilherme **Tannús Ronaldo**  
**Comissão** Moraes César Eduardo Jussara CPI  
 Antônio Tunico Thiago Mesa Fernandes Saúde  
 Átila **Presidente** Diretora Município Covid-19 Ceará  
 Transporte **Municipal** Pâmela Federal Wilson  
**Silésio Confira** Pinheiro Vereador Pastor  
 Adriano Paulo Santos **Câmara** Magoo  
 Comunicação Carrijo Portaria **Miranda**  
 Legislativo Parlamentar **Uberlândia**

size = frequency  
 green = high engagement

### MOST FREQUENTLY USED HASHTAGS

#TRANSPORTES **#DENÚNCIAS** #CASSAÇÃO  
 #CâmaradeUberlândia #SESSÃO **#VOTAÇÃO** #COMISSÃO  
 #ÉTICA #PODERLEGISLATIVO #SAÚDE #MELHORIAS  
 #ECONOMIA #DIADAJORNALISTA #PANDEMIA #COVID19  
 #PROJETOS **#COMISSÕES**  
**#CâmaradeUberlândia**

size = frequency  
 green = high engagement  
 red = low engagement

Anexo 5



Anexo 6

TICS ENGAGE PUBLISH DISCOVERY PRICING MORE ▾ Your trial ends in 14 days ⚡ NEW FEATURES 🌙 🔔 ⓘ ⚙️

METRICS POSTS CHARTS & REPORTS ANALYSIS HISTORY MATRIX LIVE TAGGING 📅 4/1/20

SELECT PERFORMANCE INDICATORS ⬇️ EXPO

	PAGE PERFORMANCE INDEX	POST INTERACTION	TOTAL REACH	NUMBER OF COMMENTS (TOTAL)	POSTS PER DAY	SUM OF TOTAL IMPRESSIONS OF SINGLE POSTS	FANS	DAILY GROWTH (IN %)	NUMBER OF POSTS	TOTAL REACTIONS, COMMENTS, SHARES
 Câmara Municipal de Uberlândia @camarauberlandiaoficial	⊖	0.40%	☆	154	0.7	☆	3.8k	⊖	63	954
SUM	0%	0.40%	0	154	0.7	0	3.8k	0%	63	954

CS ENGAGE PUBLISH DISCOVERY PRICING MORE ▾ Your trial ends in 14 days ⚡ NEW FEATURES 🌙 🔔 ⓘ ⚙️

METRICS POSTS CHARTS & REPORTS ANALYSIS HISTORY MATRIX LIVE TAGGING 📅 4/1/20

SELECT PERFORMANCE INDICATORS ⬇️ EXPO

	SUM OF TOTAL IMPRESSIONS OF SINGLE POSTS	FANS	DAILY GROWTH (IN %)	NUMBER OF POSTS	TOTAL REACTIONS, COMMENTS, SHARES	NUMBER OF LIKES	SUM OF REACH OF SINGLE POSTS	ENGAGEMENT	AVERAGE WEEKLY GROWTH	GROWTH (ABSOLUTE)
 Câmara Municipal de Uberlândia @camarauberlandiaoficial	☆	3.8k	⊖	63	954	583	☆	0.28%	⊖	⊖
SUM	0	3.8k	0%	63	954	583	0	0.28%	0%	0

Anexo 7



[@camarauberlandia](#) Uberlândia, Brazil

**Câmara Municipal de Uberlândia**

Followers

**1.9K**

ER

**0.92%**

Percent of the audience who like or comment the posts (engage with the content).

Track growth
Compare
PDF
Add to List

Report generated on 28 Jul 2020

<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 5px;"> <p>Global Rank</p> <p style="font-size: 0.8em; color: red;">Worldwide</p> </div> </div>	N/A	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Quality Audience</p> <p><b>703</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Authentic Engagement</p> <p><b>6</b></p> <p style="font-size: 0.8em;">per post</p> </div> </div>	N/A
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 5px;"> <p>Country Rank</p> </div> </div>	N/A		
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 5px;"> <p>Category Rank</p> </div> </div>	N/A		

## Anexo 8

### Audience Quality Score [?](#)

AQS is a 1 to 100 metric which combines audience quality (not number), engagement rate and it's authenticity into one metric



- Low quality of active audience
- Poor likes activity
- Poor comments activity

## Anexo 9

### Audience

 Note: Demographic stats might be inaccurate because audience engagement seems inauthentic. We do not advise to rely on demographic data for influencers with inauthentic audience.

Country	City
Uberlandia	73% 1.4K
Santos	4% 69
Belo Horizonte	2% 35
Pereira	2% 35
Sao Paulo	1% 26

#### Audience Type

-  Real People **37.5%** 696
-  Influencers  **0.4%** 7
-  Mass followers  **40.6%** 753
-  Suspicious Accounts  **21.5%** 400



## Anexo 10

sistema.camarauberlandia.mg.gov.br/portalcidadao/#971adfa449daa07f8f7ce159f7fa9053dd1121dd8cbd8d8353890d4ada6b1ca844be3a8f058617108191d8d...

Pergunta / Solicitação

Natureza: PERGUNTAS SIC - SERVIÇO DE  
 Assunto: OUTROS ASSUNTOS

Interessado: Anônimo  
 Abrir o processo anonimamente  
 Processos abertos anonimamente poderão ser acompanhados pelo código.

Resumo: Lei de Acesso à Informação

Descrição:
   
 Gostaria de saber onde, no Portal do Cidadão, posso encontrar os relatórios referentes a pedidos de informação aqui no site. A divulgação dos dados quantitativos e qualitativos dos pedidos, respostas e informações genéricas dos solicitantes são dispostas no art. 30, inciso III da LAI.

Especificação de forma clara e precisa, da informação requerida

Anexos	
Descrição	Arquivos
Anexos do processo	<a href="#">Adicionar</a>

[Gravar processo](#)

## Anexo 11

The image is a screenshot of a web browser displaying a registration form on the 'Portal do Cidadão' website. The browser's address bar shows the URL: `sistema.camarauberlandia.mg.gov.br/portalcidadao/#971adfa449daa07f8f7ce159f7fa9053dd1121dd8cbd8d8353890d4ada6b1ca844be3a8f05861710819...`. The page title is 'Portal do Cidadão' and the location is 'UBERLÂNDIA - MG'. The registration form is titled 'Cadastro de Usuário' and includes fields for 'Dados pessoais', 'Confirmação da senha', and 'Acessos'. A red error message is displayed in a white dialog box: 'sistema.camarauberlandia.mg.gov.br diz Erro ao salvar o usuário. Já existe um usuário para uma pessoa com os dados informados. Entre em contato com o setor de cadastro.' Below the form, there is a red warning: 'O Email e a Confirmação do email não confrem entre si.' and buttons for 'Anterior', 'Salvar', and 'Cancelar'. The background shows a sidebar with 'Pergunta / Solicitação' and a main content area with a 'Resumo' section titled 'Lei de Acesso à Informação' and a 'Descrição' section.

Portal do Cidadão  
UBERLÂNDIA - MG

ACESSIBILIDADE

Pergunta / Solicitação

Natureza PERC  
Assunto QUT  
Interessado Anônimo

Processos abertos anonimamente poderão ser acompanhados pelo código.

Resumo Lei de Acesso à Informação

Descrição Gostaria de saber onde, no Portal do Cidadão, posso encontrar os relatórios referentes a pedidos de informação aqui no site. A divulgação dos dados quantitativos e qualitativos dos pedidos, respostas e informações genéricas dos solicitantes são dispostas no art. 30, inciso III da LAI.

sistema.camarauberlandia.mg.gov.br diz  
Erro ao salvar o usuário.  
Já existe um usuário para uma pessoa com os dados informados. Entre em contato com o setor de cadastro.

OK

Confirmação da senha .....  
Acessos Usuário do Portal

O Email e a Confirmação do email não confrem entre si.

Anterior Salvar Cancelar