



Comunicação Pública e Transparência Governamental

2025



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
*Secretaria de Gestão
e Recursos Humanos*





Sumário

Capítulo 1: Introdução à Comunicação Pública	3
Capítulo 2: Princípios de Ética e Responsabilidade Social na Comunicação Governamental	8
Capítulo 3: Técnicas de Comunicação e Gestão de Crises	14
Capítulo 4: Comunicação Assertiva e Linguagem Não-Verbal	20
Capítulo 5: Lei de Acesso à Informação (LAI) e Práticas de Transparência	27
Epílogo	Erro! Indicador não definido.2
Referências	Erro! Indicador não definido.3

Capítulo 1: Introdução à Comunicação Pública

Objetivos da Aula

1. Compreender o conceito de comunicação pública e sua importância no contexto governamental.
2. Diferenciar a comunicação pública de outras formas de comunicação, como institucional e privada.
3. Entender a relação entre comunicação pública e transparência governamental.
4. Explorar a importância da Lei de Acesso à Informação (LAI) como ferramenta de comunicação pública e de fortalecimento da democracia.

Introdução à Comunicação Pública

A comunicação pública é uma área fundamental dentro do contexto governamental, pois atua como um elo entre o Estado e a sociedade. Diferente de outros tipos de comunicação, como a comunicação institucional ou corporativa, a comunicação pública não visa o lucro ou a promoção de uma imagem de marca. Seu principal objetivo é informar e educar os cidadãos, permitindo o acesso a informações que são de interesse público e garantindo a transparência nas ações do Governo.

A comunicação pública se destaca em seu papel de prestação de contas (ou *accountability*), pois permite que as ações dos gestores públicos sejam investigadas e avaliadas pela sociedade. Esse processo de abertura e disponibilização de informações é essencial para fortalecer a confiança do

público nas instituições e para promover uma democracia mais participativa e inclusiva.

Conceitos Fundamentais

Comunicação Pública: É o processo pelo qual o governo e outras entidades públicas transmitem informações de interesse público de maneira acessível e clara, eventos ao bem comum e à participação cidadã. Segundo Vidal de Souza (2018), a comunicação pública deve propiciar o direito à informação à sociedade, reforçando a cidadania e o fortalecimento do Estado democrático. Este tipo de comunicação, ao contrário de outras formas, foca na transparência e no acesso à informação como bens públicos.

Diferença entre Comunicação Pública e Comunicação Institucional: Enquanto a comunicação institucional busca promover uma imagem positiva de uma organização ou defesa de interesses corporativos, a comunicação pública está voltada para a transmissão de informações de interesse coletivo, que afetam diretamente a vida dos cidadãos.

Transparência e Acesso à Informação: A transparência governamental é a base para a comunicação pública. A Lei de Acesso à Informação (LAI), regulamentada pela Lei nº 12.527/2011, tem um papel central nesse contexto, pois obriga os órgãos públicos a disponibilizarem dados e informações de forma proativa. Isso inclui desde dados sobre gastos e investimentos públicos até detalhes sobre projetos e políticas em andamento.

A Importância da Transparência Governamental

A transparência nas ações governamentais é um dos pilares da comunicação pública, pois garante que a população possa acompanhar, entender e questionar as decisões de seus representantes. Esse conceito de “poder em público”, descrito por Norberto Bobbio, enfatiza que a transparência é fundamental para diferenciar regimes democráticos de regimes autocráticos. Em uma democracia, as decisões e ações dos governantes precisam ser visíveis e acessíveis para que sejam fiscalizadas pela sociedade.

Além de promover a participação cidadã, a transparência governamental contribui para um ambiente mais democrático e justo. Ao permitir que os cidadãos acompanhem as decisões e ações do governo, a transparência possibilita um controle social mais efetivo, reduzindo a corrupção e a má gestão dos recursos públicos. Esse processo, por sua vez, gera maior confiança na democracia e incentiva a participação contínua dos cidadãos na vida pública.

A Lei de Acesso à Informação (LAI) como Ferramenta de Transparência

A Lei de Acesso à Informação (LAI) é uma conquista importante para o fortalecimento da transparência governamental no Brasil. Implementado em 2012, o regulamento da LAI o direito constitucional de acesso à informação pública, exigindo que os órgãos governamentais disponibilizem dados e documentos de maneira proativa e sem burocracia excessiva. A LAI estabelece que o acesso à informação é a regra, enquanto o sigilo é a exceção, limitando a confidencialidade apenas aos casos em que esta seja justificável.

A LAI também criou o **Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão** (e-SIC) , que facilita o processo de solicitação de informações por parte dos cidadãos. Esse sistema tem sido uma ferramenta essencial para jornalistas, pesquisadores e cidadãos em geral, que utilizam a LAI como um canal direto para obter dados de interesse público e garantir que o governo preste contas de suas ações.

Estudos e Exemplos de Comunicação Pública no Brasil e no Mundo

Vários países adotaram políticas de acesso à informação e transparência na comunicação pública, o que reforça o valor desse conceito no âmbito global. Iniciativas internacionais, como a Lei de Liberdade de Informação (FOIA) nos Estados Unidos, servem de inspiração para o aprimoramento das práticas no Brasil. Em nível nacional, projetos de simplificação da linguagem, como o Programa Municipal de Linguagem Simples em São Paulo, mostram o comprometimento de alguns governos locais com a acessibilidade da informação.

Conclusão

A comunicação pública e a transparência governamental são componentes essenciais para uma governança democrática e eficaz. A comunicação pública proporciona à sociedade o direito de saber e compreender as ações de seus representantes, enquanto a transparência fortalece o vínculo de confiança entre o Estado e os cidadãos. A Lei de Acesso à Informação, com o suporte do

e-SIC, oferece uma estrutura que facilita o acesso a dados públicos, essencial para a criação de uma cultura de responsabilização e engajamento cívico.

Atividade Proposta

Reflexão Crítica:

Identifique e analise uma situação recente em que a comunicação pública falhou em garantir a transparência. Que medidas poderiam ter sido tomadas para melhorar a comunicação com o público?

A execução sobre como a LAI foi utilizada em uma reportagem investigativa recente. Como o acesso à informação impactou o assunto?

Referências Bibliográficas

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia: Uma Defesa das Regras do Jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

VIDAL DE SOUZA, Rose Mara. **Lei de Acesso à Informação: Um canal à fonte de notícias**. Berlim: Novas Edições Acadêmicas, 2018.

STIGLITZ, Joseph. **“Transparência no governo”**. Em Banco Mundial: O Direito de Contar: O papel da Mídia de Massa no Desenvolvimento Econômico. Washington: Banco Mundial, 2002.

Capítulo 2: Princípios de Ética e Responsabilidade Social na Comunicação Governamental

Objetivos da Aula

1. Compreender a importância dos princípios éticos que orientam a comunicação governamental.
2. Reconhecer a responsabilidade social do governo na promoção de uma comunicação clara, justa e acessível para todos.
3. Refletir sobre as implicações éticas das ações comunicativas no contexto público.
4. Aplicar os conceitos de ética e responsabilidade social à prática da comunicação pública e transparente.

Introdução

A ética é a base para uma comunicação pública eficiente, estabelecendo a confiança entre o governo e a sociedade e reforçando a legitimidade do poder público. A comunicação governamental tem, portanto, um papel essencial na manutenção da transparência e da responsabilidade social. O servidor público, como agente do Estado, deve zelar por uma conduta que reflita esses valores, contribuindo para a promoção do bem comum e evitando o uso da comunicação para manipulação ou autopromoção.

A partir das diretrizes de ética pública exploradas pela Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) e dos debates contemporâneos sobre um código de ética na comunicação pública de governo, os princípios

fundamentais da comunicação pública, como veracidade, imparcialidade, transparência e acessibilidade, são planejados para orientar práticas comunicativas que respeitam os direitos dos cidadãos e promovem uma relação de confiança com o Estado.

Conceitos Fundamentais

1. *Ética na Comunicação Governamental*

- A ética na comunicação governamental implica que o governo e seus representantes se comuniquem com veracidade, imparcialidade e respeito, garantindo que as informações sejam acessíveis e claras para toda a população. A comunicação pública ética evita distorções e manipulações e está comprometida com o interesse social e a transparência.
- De acordo com o ENAP, uma conduta ética no serviço público não é definida apenas pelo cumprimento literal das normas, mas pela qualidade da motivação e da intenção por trás das ações do servidor.

2. *Responsabilidade Social na Comunicação Governamental*

- A responsabilidade social exige que as comunicações sejam projetadas de forma a atingir e beneficiar a sociedade como um todo, promovendo a inclusão e o acesso à informação. Esse princípio é regular que a comunicação pública é um serviço essencial e deve ser realizada com transparência e clareza, para que os cidadãos compreendam e possam participar das decisões que afetam suas vidas.
- Kuncinski (2009), defende que a comunicação pública deve servir ao interesse coletivo e jamais à autopromoção do governo ou de seus

agentes. Isso reforça a ideia de que a comunicação governamental precisa atuar como um veículo de prestação de contas, sendo proativa e acessível para toda a população.

3. *Transparência e Responsabilidade*

- A transparência é um dos pilares da comunicação pública, garantindo que a população tenha acesso aos dados e informações do governo de maneira ampla e irrestrita. A prestação de contas, ou prestação de contas, é consequência da transparência, permitindo que a sociedade acompanhe e questione as ações governamentais.
- Segundo o ENAP o servidor público deve, além de obedecer às normas, agir de forma a demonstrar publicamente seu compromisso com o interesse público e o bem comum, tornando sua conduta observável e confiável .

Princípios Éticos Aplicáveis à Comunicação Governamental

1. *Veracidade e Clareza*

- A comunicação pública deve sempre ser baseada em informações verídicas e precisas. Manipulações, omissões ou exageros prejudicam a confiança pública e comprometem a integridade da administração.
- De acordo com Vidal de Souza (2018), a comunicação pública deve garantir que as informações transmitidas sejam de forma a serem entendidas e verificadas pelos cidadãos.

2. *Imparcialidade*

- A imparcialidade exige que a comunicação seja neutra e objetiva, sem favorecer grupos, ideologias ou partidos. Os agentes públicos devem

manter um comportamento ético, desassociado de preferências pessoais, e agir com justiça e autorizado ao comunicar-se com o público.

3. *Transparência Proativa*

- A transparência proativa significa que o governo deve tomar a iniciativa de divulgar informações essenciais para o acompanhamento de suas atividades, independentemente de comissões. Essa prática gera confiança e reflete a responsabilidade social do Estado em promover um ambiente informativo.

4. *Acessibilidade e Inclusão*

- A comunicação pública deve ser compreensível para toda a população, evitando jargões e linguagem técnica que dificultam o entendimento. Esse princípio se alinha ao movimento de Linguagem Simples, que busca a democratização do acesso à informação.

5. *Decoro e Civilidade*

- O módulo da ENAP define o decoro como um comportamento que também é honradez com a forma correta de agir e de se comunicar com o público. A civilidade é essencial para manter o respeito e o diálogo nas relações do governo com a sociedade, promovendo um ambiente em que o público se sinta ouvido e valorizado.

A Relevância de um Código de Ética na Comunicação Pública

Um **código de ética específico para a comunicação pública de governo**, conforme planejado por estudiosos da área, seria um instrumento valioso para

orientar e orientar a conduta dos agentes públicos na comunicação. Esse código poderia estabelecer padrões claros de como os servidores devem se comportar ao lidar com a divulgação de informações e ao interagir com o público, promovendo um compromisso formal com a ética e com a responsabilidade social.

Para a comunicação pública, um código de ética teria a função de:

- **Definir padrões claros de conduta** para todos os níveis de comunicação governamental.
- **Evite práticas de autopromoção** ou uso partidário da comunicação oficial.
- **Garantir que os princípios de imparcialidade, transparência e acessibilidade** sejam aplicados de maneira uniforme.
- **Promover um ambiente de prestação de contas e confiança**, demonstrando ao público que as informações compartilhadas são pautadas pelo compromisso com a verdade e o bem-estar coletivo.

Conclusão

A ética e a responsabilidade social na comunicação pública são fundamentais para fortalecer a relação de confiança entre governo e sociedade. Um código de ética para a comunicação pública contribuiria para padronizar essas práticas, oferecendo uma estrutura formal de conduta que orienta os servidores em sua missão de servir ao público com transparência, integridade e respeito. Os princípios de veracidade, imparcialidade e acessibilidade são essenciais para garantir que a comunicação governamental cumpra seu papel de

prestação de contas e engajamento social, promovendo a inclusão e a participação cidadã no processo democrático.

Atividade Proposta

Reflexão Prática:

Refleta sobre uma situação em que a comunicação pública não agride os princípios éticos e de responsabilidade social, e analise os impactos disso na confiança pública.

Tome um exemplo de que a comunicação governamental tenha seguido princípios de transparência proativa e veracidade, resultando em um benefício claro para o engajamento público.

Referências Bibliográficas

Apostila do curso Linguagem Simples no Setor Público, Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia de São Paulo, 2020.

ENAP. **Ética e Serviço Público**. Brasília: Fundação Escola Nacional de Administração Pública, 2014. Disponível em https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/1884/1/%C3%89TICA_SEM_TUTORIA_M%C3%B3dulo_3.pdf

KUNCINSKI, Bernado. **Por um Código de Ética na Comunicação Pública de Governo** *In* Observatório da Imprensa. 2009. Disponível em <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/por-um-codigo-de-etica-na-comunicacao-publica-de-governo/>

VIDAL DE SOUZA, Rose Mara. **Lei de Acesso à Informação: Um canal à fonte de notícias**. Berlim: Novas Edições Acadêmicas, 2018.

Capítulo 3: Técnicas de Comunicação e Gestão de Crises

Objetivos da Aula

- Compreender o conceito e os tipos de crise no contexto governamental.
- Explorar as principais técnicas de comunicação para gestão de crises.
- Estudar o papel do porta-voz e a importância da transparência e agilidade nas respostas.
- Analisar casos e estratégias para gerenciar crises digitais e proteger a proteção governamental.

Introdução à Gestão de Crises

A gestão de crises é um campo essencial na comunicação pública, pois visa preservar a confiança e a revisão de instituições governamentais em situações adversárias. As crises surgem de forma inesperada, mas, com preparação e protocolos de resposta podem bem definidos, os órgãos públicos podem minimizar os danos e controlar o impacto negativo. Segundo João José Forni, especialista em gestão de crises, crises são situações que fogem ao controle normal e exigem respostas rápidas, planejadas e estratégicas.

A gestão de crises envolve a capacidade de identificar sinais de alerta, gerenciar informações e comunicar-se de maneira clara e honesta com o público. Além disso, o uso de protocolos específicos, como a formação de

comitês de crise e a realização de treinamentos, ajuda as organizações a lidar de maneira mais eficaz com eventos críticos.

Conceitos Fundamentais

1. *O que é Crise?*

- As crises são definidas como eventos que representam uma ameaça de confiança, operação ou segurança de uma organização. Forni (2022) destaca que as crises temporárias de emergência são mais complexas e envolvem uma necessidade urgente de preservação da imagem pública.
- As crises no setor público podem incluir desastres naturais, falhas de segurança de dados, escândalos políticos ou má gestão de recursos. A gestão adequada de crises envolve preparo, monitoramento e capacidade de resposta em tempo real.

2. *Tipos de Crises*

- As crises podem ser definidas em várias categorias, incluindo crises financeiras, crises de confiança e crises digitais. A crise digital, por exemplo, tem características particulares, pois envolve rapidamente o ambiente online, como redes sociais, e exige uma resposta ainda mais ágil.
- A gestão de riscos e a fiscalização, conforme apontado pela ENAP, também fazem parte do processo de antecipação de crises. Uma governança eficaz, aliada ao gerenciamento de riscos, pode ajudar a identificar vulnerabilidades que poderiam desencadear uma crise.

3. *Fases de uma Crise*

- De acordo com Forni (2022), uma crise costuma evoluir em três fases principais: a **fase inicial** (sinais e potencial de crescimento), a **fase de resposta** (controle e contenção) e a **fase de recuperação** (reparação e aprendizado). identificar rapidamente a fase em que uma crise se encontra ajuda a alinhar as estratégias de comunicação e as ações permitidas para cada momento.

Estratégias de Comunicação na Gestão de Crises

1. *Planejamento Prévio e Comitê de Crise*

- O planejamento é crucial para lidar com crises de maneira organizada. A criação de um comitê de crise permite que as responsabilidades sejam claramente distribuídas e que todos saibam como agir e comunicar-se. Esse comitê deve incluir representantes de diversas áreas, como comunicação, jurídica e TI, garantindo uma resposta coordenada e ágil.
- No ambiente digital, é fundamental monitorar as redes e ter uma equipe capacitada para responder rapidamente, conforme explorado na análise da Hawkz (2023) sobre crises digitais.

2. *Papel do Porta-Voz*

- A porta-voz é a figura responsável por representar a instituição em momentos críticos. A escolha do porta-voz deve considerar sua capacidade de transmissão com segurança, clareza e confiança ao público. Conforme Forni (2022) enfatiza, o porta-voz deve ser preparado por meio de treinamento de mídia e simulações, capacitando-o para lidar com perguntas difíceis e evitar erros de comunicação que possam intensificar uma crise.

3. *Transparência e Proatividade*

- A transparência é um dos princípios éticos centrais na comunicação pública em tempos de crise. Manter o público informado de maneira clara, precisa e rápida reduz rumores e desconfianças. Forni (2022) sugere que a instituição mantenha o público atualizado sobre os esforços de contenção e as medidas tomadas para resolver a situação.
- A responsabilidade social na comunicação exige que as informações sejam fornecidas sem omissões, especialmente em crises digitais, onde a velocidade das redes sociais amplifica a disseminação de informações e barcos.

4. *Construção de Mensagens-Chave*

- Uma estratégia importante é a formulação de **mensagens-chave**, que são breves e homologadas com os valores da instituição. Essas mensagens devem comunicar os pontos principais de forma concisa e reiterativa, transmitindo responsabilidade e empatia. Para crises digitais, as mensagens devem ser adaptadas para canais de mídia online, utilizando uma linguagem mais acessível.

Gestão de Crises Digitais

Crises digitais apresentam um desafio adicional, pois se desenvolvem rapidamente nas redes sociais e em plataformas online. Em tempos de crise, uma resposta ágil e monitoramento contínuo são essenciais para conter a propagação de rumores e desinformação. Segundo a análise de Hawkz sobre gestão de crises digitais, as estratégias incluem a verificação rápida de fatos e o monitoramento das menções à instituição em redes e mídias.

Importância do Timing: No ambiente digital, o tempo de resposta é essencial. Forni destaca que atrasos na resposta pública podem ampliar o impacto da crise, pois o público espera informações em tempo real. O uso de tecnologia para monitorar e responder rapidamente às menções pode ajudar a reduzir os efeitos negativos.

Prevenção de Fake News: Notícias falsas e informações distorcidas podem escalar rapidamente em crises digitais. É importante que o governo declare rumores de forma assertiva e forneça atualizações constantes, presentes de forma preventiva e combativa.

Estudos de Caso: Lições da Gestão de Crises

1. *Crise no Setor Público:* Um exemplo clássico é o de respostas a desastres naturais, onde a comunicação pública precisa ser extremamente ágil para garantir que a população receba instruções de segurança e informações sobre apoio governamental. Estudos de Forni mostram que, quando os governos adotam transparência e comunicação clara, as operações de resposta são vistas com mais acréscimos e confiança pela população.
2. *Crises Digitais e Fake News:* A rápida disseminação de notícias falsas em plataformas digitais pode prejudicar a confiança pública. Instituições que adotam uma postura ativa de verificação de fatos e monitoramento digital minimizam os impactos das fake news e esclarecem os fatos para o público.

Conclusão

A gestão de crises na comunicação pública exige um planejamento sólido, agilidade e transparência. A coordenação de comitês de crise, o treinamento do porta-voz e a formulação de mensagens-chave são elementos centrais para responder com eficiência a situações críticas. No cenário digital, o tempo de resposta e a capacidade de conter rumores tornam-se ainda mais relevantes, pois o ambiente online amplifica o impacto das crises. A aplicação desses princípios e práticas reforça a integridade da instituição, promovendo uma recuperação mais eficaz e a manutenção da confiança pública.

Atividade Proposta

Estudo de Caso: Escolha uma crise recente enfrentada por uma instituição pública. Analise a resposta comunicacional e identifique pontos fortes e fracos da abordagem.

Simulação: Realizar um exercício de simulação em grupo para desenvolver um plano de ação de comunicação em resposta a uma crise fictícia.

Referências Bibliográficas

FORNI, João José. **Gestão de crise e comunicação:** o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas- 3 ed. São Paulo: Atlas, 2022

VIEIRA, Tiago Batista; BARRETO, Rodrigo Tavares de Souza. Governança, Gestão de Riscos e Integridade . ENAP, 2019.

HAWKZ : **Gestão de Crise Digital** – Como agir quando uma crise está online. Disponível em

<https://www.hawkz.com.br/gestao-de-crise-digital-como-agir-quando-a-crise-e-online/>

Capítulo 4: Comunicação Assertiva e Linguagem Não-Verbal

Objetivos da Aula

- Compreender a importância da comunicação assertiva no contexto governamental.
- Diferenciar os estilos de comunicação assertiva, passiva e agressiva.
- Analisar a relevância da linguagem não-verbal e seu impacto na interpretação das mensagens.
- Aprender técnicas para fortalecer a assertividade e a comunicação não-verbal positiva.

Introdução à Comunicação Assertiva

A **comunicação assertiva** é um estilo comunicativo em que uma pessoa expressa seus pensamentos, sentimentos e necessidades de forma clara e direta. Esse estilo é essencial na comunicação pública, pois promove uma relação de respeito e cooperação com o público e entre os profissionais do governo. A assertividade permite que o comunicador se posicione com firmeza, mas sem importância ou desconsiderar a opinião alheia, criando um ambiente mais aberto e colaborativo.



A **assertividade** se diferencia da comunicação passiva, que evita conflitos e compromissos, e da comunicação agressiva, que impõe a própria visão sem consideração pelos outros. No contexto do setor público, esses estilos impactam diretamente na imagem e na eficácia da comunicação governamental.

Estilos de Comunicação

Estilo Assertivo

O estilo assertivo busca o equilíbrio entre expressar opiniões de maneira direta e respeito ao ponto de vista alheio. A assertividade é a base de uma comunicação transparente e eficiente, promovendo relações de confiança.

Técnicas para fortalecer a assertividade incluem o uso de mensagens “eu” (por exemplo, “Eu acredito que...”), que reforçam a responsabilidade pessoal e evitam acusações. Além disso, a prática da escuta ativa é essencial para demonstrar respeito pelas opiniões dos outros.

Estilo Passivo

A comunicação passiva caracteriza-se pela omissão, pela prevenção de conflitos e pela tendência a ceder sempre às vontades dos outros. Esse estilo pode levar à insatisfação e à falta de clareza nas relações de trabalho, além de comprometer a transparência.

No setor público, a comunicação passiva pode dar impressão de insegurança e falta de preparo, afetando a imagem da instituição. É importante que os agentes governamentais pratiquem a assertividade para manter uma postura firme e confiante.

Estilo Agressivo

O estilo agressivo impõe ideias de forma autoritária, o que pode gerar resistência e prejudicar o ambiente de trabalho. Na comunicação pública, a agressividade é especialmente prejudicial, pois pode gerar um clima de hostilidade e afastar o público.

O uso de uma postura assertiva, ao contrário da agressividade, contribui para criar um ambiente mais positivo e respeitoso, melhorando o relacionamento com o público e a renovação da instituição.

Estilo Passivo-agressivo

A comunicação passivo-agressiva é caracterizada por uma expressão indireta de sentimentos negativos, onde uma pessoa evita confrontos diretos, mas manifesta sua insatisfação de forma velada. Ao invés de comunicar suas necessidades ou opiniões de maneira clara e aberta, ela utiliza estratégias como sarcasmo, ironia ou procrastinação para expressar frustração ou descontentamento, criando confusão e tensão nas interações. Esse estilo comunicativo dificulta a resolução de conflitos e compromete a confiança nas relações, pois esconde os verdadeiros sentimentos e, ao mesmo tempo, transmite sinais negativos, o que pode ser prejudicial especialmente em contextos institucionais e governamentais que impedem a transparência e a clareza.

A Importância da Linguagem Não-Verbal

A linguagem não-verbal desempenha um papel central na comunicação, transmitindo mensagens além das palavras. Gestos, postura, expressões verbais e o tom de voz são componentes importantes que podem fortalecer ou contradizer o que é dito verbalmente.

1. Elementos da Linguagem Corporal

- A linguagem do corpo inclui expressões como contato visual, gestos e postura, que podem indicar segurança ou hesitação. Um contato visual

firme, por exemplo, demonstra interesse e confiança, enquanto uma postura relaxada sugere abertura.

- Pierre Weil, em *O Corpo Fala*, afirma que o corpo reflete nossos interesses e emoções, e aprender a interpretar esses sinais é essencial para melhorar a compreensão e a interação com o outro.

2. *Coerência entre Linguagem Verbal e Não-Verbal*

- A coerência entre o que se diz e o que o corpo comunica é fundamental para a assertividade. Quando uma mensagem verbal é contradita pela linguagem corporal (por exemplo, dizer "estou confiante" com uma postura retraída), a comunicação se torna ambígua.
- Praticar a consistência entre a linguagem verbal e a não-verbal fortalece a mensagem e aumenta a confiança e a clareza na comunicação pública.

3. *Impacto da Linguagem Não-Verbal na Percepção do Público*

- A linguagem não-verbal pode fortalecer a transparência e a empatia no contexto governamental. Expressões abertas e uma postura acessível mostram disposição para o diálogo, o que pode ser especialmente útil em interações com o público ou durante entrevistas e coletivas de imprensa.

Desenvolvendo a Comunicação Assertiva e Não-Verbal Positiva

1. *Prática da Escuta Ativa*

- A escuta ativa é uma habilidade essencial para a comunicação assertiva, pois permite compreender a perspectiva do interlocutor antes de responder. Durante a escuta, é importante manter o contato visual e evitar interrupções, demonstrando respeito pela fala do outro.

2. *Controle do Tom de Voz*

- O tom de voz deve ser ajustado de acordo com o contexto da mensagem que você deseja transmitir. Um tom firme transmite autoridade e segurança, enquanto um tom mais leve e moderado pode demonstrar empatia e proximidade. Segundo Dale Carnegie, a modulação vocal adequada é um aspecto fundamental para influenciar e conquistar a confiança do público.

3. *Treinamento em Comunicação Corporal*

- A prática constante de técnicas de postura e gestos pode ajudar a desenvolver uma linguagem corporal que reforce uma mensagem assertiva. Exercícios de simulação, como treinamentos de treinamento de mídia, são eficazes para desenvolver a confiança e a fluidez na comunicação não-verbal.

Exemplos Práticos de Comunicação Assertiva e Não-Verbal no Setor Público

Atendimentos e Reuniões: Um agente público com transparência que se posiciona de forma assertiva e usa linguagem corporal aberta transmite e acessibilidade, criando uma interação positiva com o público.

Coletivas de Imprensa: Em situações de exposição, como entrevistas e coletivas, o uso de uma comunicação não-verbal confiante reforça a mensagem e garante ao público que a instituição está bem preparada.

Gerenciamento de Crises: Em momentos de crise, a linguagem corporal e a assertividade são essenciais para comunicar uma postura resolutiva e manter a confiança pública.

Relacionamento interpessoal

Conclusão

A comunicação assertiva e a linguagem não-verbal são habilidades essenciais para uma comunicação pública eficaz. Ao integrar esses elementos, os agentes governamentais conseguem transmitir suas mensagens de forma clara, respeitosa e confiante, fortalecendo a imagem institucional e promovendo a confiança do público. A prática dessas habilidades, aliada à coerência entre o discurso verbal e não-verbal, permite uma comunicação mais transparente e empática, essencial para o setor público.

Atividade Proposta

Estudo de Caso: Analisar uma situação em que a comunicação assertiva foi essencial para o sucesso de uma interação no setor público. Identifique os elementos de linguagem não-verbal que se desenvolvem para o resultado positivo.

Exercício Prático: Em grupo, realize uma simulação de atendimento ao público com foco na prática da comunicação assertiva e na coerência entre linguagem verbal e não-verbal.



Referências Bibliográficas

CARNEGIE, Dale. **Como Falar em Público e Influenciar Pessoas no Mundo dos Negócios**. Registro, 2010.

WEIL, Pedro; TOMPAKOW, Roland. **O Corpo Fala: A Linguagem Silenciosa da Comunicação Não Verbal**. Vozes, 2015.

GOMES, Ana Carolina Andrade. **Assertiva, Passiva ou Agressiva: Comportamentos Comunicativos**. Universidade Federal do Maranhão, 2018.

Capítulo 5: Lei de Acesso à Informação (LAI) e Práticas de Transparência/ Prestação de Atenção

Objetivos da Aula

- Compreender o contexto e os princípios da Lei de Acesso à Informação (LAI) no Brasil.
- Explorar a importância da LAI para a promoção da transparência governamental e da participação cidadã.
- Aplicar a LAI na prática por meio de exercícios de redação de comunicados públicos transparentes e acessíveis.
- identificar os desafios e boas práticas na implementação da LAI no setor público.

Introdução

A Lei de Acesso à Informação (LAI), regulamentada no Brasil pela Lei nº 12.527/2011, representa um marco na promoção da transparência pública. Ela garante a qualquer cidadão o direito de solicitar e receber informações sobre atividades, gastos, decisões e demais dados do governo, exceto aqueles protegidos por sigilo legal. A LAI reflete o princípio constitucional de que a publicidade é a regra e o sigilo, a exceção, e sua conformidade é fundamental para fortalecer a confiança pública, a responsabilização e a democracia participativa.

Conceitos Fundamentais

1. Princípios da Lei de Acesso à Informação

- A LAI é fundamentada em princípios como a transparência, a legalidade e o direito à informação. Segundo VIDAL DE SUZA (2018), a LAI reforça a ideia de que o acesso à informação pública é um direito do cidadão e uma obrigação do Estado, essencial para garantir o controle social e a participação ativa na gestão pública.
- O princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal de 1988, é um dos pilares da LAI, que estabelece que informações de interesse público devem ser disponibilizadas de maneira proativa, e não apenas mediante solicitação.

2. Acesso Proativo e Acesso Mediante Solicitação

- A LAI diferencia o acesso proativo (quando o governo disponibiliza informações sem que sejam solicitadas) do acesso mediante solicitação (quando o cidadão pede formalmente um dado específico).
- O acesso proativo contribui para uma cultura de transparência e facilita a fiscalização pública, enquanto o acesso mediante solicitação permite que os cidadãos obtenham informações específicas de seu interesse. Ambas as formas de acesso são fundamentais para uma gestão pública transparente.

3. Restrições e Exceções

- Embora a transparência seja a regra, a LAI prevê situações em que o sigilo é necessário, como nos casos que envolvem segurança nacional, informações pessoais ou sigilo fiscal. Essas abordagens, porém, são limitadas e devem ser justificadas em conformidade com as diretrizes legais, garantindo o equilíbrio entre o direito à informação e a proteção de dados sensíveis.

4. Responsabilidade do Servidor Público na LAI

- Os servidores públicos desempenham um papel crucial na implementação da LAI, sendo responsáveis por garantir que as informações sejam disponibilizadas de forma precisa e acessível. O descumprimento da LAI pode gerar avaliações administrativas e comprometer a confiança na instituição pública.

Aplicação Prática da LAI

1. Redação de Comunicados Transparentes

- A transparência não se limita ao fornecimento de informações, mas inclui a clareza e acessibilidade dos dados divulgados. Um comunicado transparente deve ser redigido em linguagem simples, clara e direta, evitando o uso de jargões e termos técnicos que dificultam a compreensão
- **Exercício:** Cada participante redigirá um comunicado sobre um tema público hipotético (por exemplo, um novo programa social ou a prestação de contas de um projeto), aplicando os princípios da LAI e focando em uma linguagem acessível.

2. Atividade de Simulação: Pedido de Informação

- **Objetivo:** Simular um processo de pedido de informação, desde a solicitação inicial até a resposta, para que os servidores experimentem as etapas e os cuidados necessários na resposta aos cidadãos.
- **Descrição:** Os participantes atuam como cidadãos e como responsáveis pelo atendimento de um pedido de informação. Em pequenos grupos, deverão responder a pedidos simulados, garantindo que as respostas sejam completas, claras e dentro do prazo regulamentar.

Desafios e Boas Práticas na Implementação da LAI

1. Principais Desafios

- **Burocracia e Lentidão:** Um dos desafios enfrentados na implementação da LAI é a burocracia nos processos internos, que pode atrasar o atendimento aos pedidos. Para mitigar esse problema, é necessário que as instituições possuam processos simplificados e equipes bem treinadas.
- **Cultura de Sigilo:** Em alguns contextos, a cultura organizacional ainda está voltada para o sigilo, o que dificulta a adoção de uma prática proativa de transparência. Para transformar essa cultura, é fundamental que os gestores e servidores sejam capacitados e incentivados a ver a transparência como um valor positivo.

2. Boas Práticas

- **Capacitação Contínua:** A formação de servidores em boas práticas de transparência e no atendimento aos pedidos de informação é essencial para o sucesso da LAI. As capacitações devem abordar tanto os aspectos legais quanto as técnicas de redação e comunicação para garantir respostas claras e eficazes.
- **Uso de Tecnologia:** Plataformas on-line e sistemas de gerenciamento de pedidos (como o e-SIC) facilitam o atendimento e o acompanhamento das transações, facilitando o tempo de resposta e organizando o fluxo de trabalho.

Estudos de Caso e Reflexão

1 Estudo de Caso: Aplicação da LAI na Prática

- Análise de um caso real de aplicação da LAI em um órgão público, destacando as dificuldades enfrentadas e as soluções adotadas para garantir a transparência e o atendimento eficaz ao cidadão.

2 Discussão em Grupo

- Os participantes debateram como aplicariam a LAI em diferentes cenários e refletiram sobre possíveis soluções para os desafios levantados no estudo de caso. Esta discussão permite aos servidores conhecerem outras perspectivas e aprenderem práticas que podem ser adotadas em suas áreas.

Conclusão

A Lei de Acesso à Informação é uma ferramenta fundamental para promover a transparência e fortalecer a democracia, pois permite que o cidadão participe e fiscalize uma gestão pública de maneira ativa. Sua implementação bem-sucedida depende do comprometimento dos servidores com a ética, da responsabilidade e da prestação de contas, garantindo que o direito à informação seja efetivamente garantido. O conhecimento e a aplicação da LAI são recomendados para uma gestão pública mais acessível e próxima da população, promovendo a confiança nas instituições.

Epílogo

Ao concluir o curso de Comunicação Pública e Transparência Governamental, os servidores públicos fortaleceram competências essenciais para melhorar a comunicação com a sociedade, promovendo a transparência, a ética e a responsabilidade. Durante as aulas, exploramos o impacto de uma comunicação assertiva e proativa, que respeita o direito à informação dos cidadãos e fortalece os pilares da democracia.

Através do estudo aprofundado da Lei de Acesso à Informação (LAI), ficou evidente como a transparência pode ser um caminho poderoso para o engajamento social e o fortalecimento da confiança pública. Com práticas de redação claras e acessíveis, estratégias de comunicação para gestão de crises e técnicas de linguagem não-verbal, os participantes foram capacitados a lidar com os desafios do dia a dia no setor público de forma eficaz e respeitosa.

Esse curso não só ofereceu ferramentas práticas, mas também inspirou uma reflexão sobre o papel do servidor público como agente transformador, capaz de construir um governo mais próximo, acessível e responsável. Que essa jornada de aprendizado inspire cada servidor a aplicar os princípios de transparência e ética, contribuindo para uma administração pública que realmente dialogue com a sociedade e que valorize a comunicação como instrumento de cidadania e progresso.

Vocês saem deste curso não apenas com mais conhecimento, mas com a missão de serem agentes de transparência e diálogo, de usarem a comunicação para abrir portas, esclarecedoras, incluir e promover um serviço público acessível a todos.

Que essa jornada seja apenas o começo de muitas transformações positivas!

Referências:

ANGÉLICO, Fabiano. **Lei de Acesso à Informação Pública e seus possíveis desdobramentos à Accountability Democrática no Brasil**. Dissertação (CMAPG) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 2012.

BARROS, Antonio Teixeira; BERNARDES, Cristiane Brum. **Contribuições francesas ao debate brasileiro sobre comunicação pública**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação. Curitiba/2009. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2890-1.pdf>>. Acesso em 05 de nov de 2024.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia: Uma Defesa das Regras do Jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

_____. **Teoria Geral da Política: a filosofia política e a lição dos clássicos**. Rio de Janeiro: Campus Editora, 2000.

CABRAL, Rodrigo F. L. **O princípio da Publicidade e o Dever Jurídico-Constitucional de Veiculação de Informações sobre a Administração Pública na Internet**. Curitiba: Ministério Público do Paraná, 2009.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>.

FORNI, João José. **Gestão de crise e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**- 3 ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MATSCHNIG, Monika. **O corpo fala ilustrado: Gestos reveladores e sinais eficazes**. 3ª Edição. Editora Vozes, 2014.



SOUZA, Rose Mara Vidal de Souza. **Lei de Acesso à Informação: Um canal à fonte de notícias**. Berlim: Novas Edições Acadêmicas, 2018. Disponível em <https://www.amazon.com.br/Lei-Acesso-Inforna%C3%A7%C3%A3o-Jornalismo-not%C3%ADcias/dp/6202193190>

STIGLTZ, Joseph. **“Transparency in government”**. In World Bank: The Right to Tell: The role of Mass Media in Economic Development. Washington: World Bank, 2002.