

**XXX CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI FORTALEZA - CE**

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS III

CAIO AUGUSTO SOUZA LARA

EUDES VITOR BEZERRA

VANESSA ROCHA FERREIRA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

D597

Direitos e garantias fundamentais III [Recurso eletrônico on-line] Organização CONPEDI

Coordenadores: Caio Augusto Souza Lara; Eudes Vitor Bezerra; Vanessa Rocha Ferreira. – Florianópolis: CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-883-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: Acesso à justiça, Solução de litígios e Desenvolvimento

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direitos. 3. Garantias fundamentais. XXX Congresso Nacional do CONPEDI Fortaleza - Ceará (3; 2023; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XXX CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI FORTALEZA - CE

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS III

Apresentação

No período de 15 e 17 de novembro de 2023 na cidade de Fortaleza/CE ocorreu o XXX Encontro Nacional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI) e que teve como temática central “Acesso à Justiça, Soluções de Litígios e Desenvolvimento”. O evento reuniu acadêmicos, pesquisadores e profissionais das mais diversas áreas jurídicas, proporcionando, mais uma vez, um valioso espaço para o compartilhamento de conhecimentos, debates e reflexões enriquecedoras.

O Grupo de Trabalho de “DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS III”, contou com artigos que refletem a considerável abrangência de temas passíveis de reflexão em nível de pós-graduação em Direito.

A defesa dos direitos e garantias fundamentais perante a sociedades é cada vez mais complexas e com enormes desafios, soblevam a importância das reflexões feitas, em todas as dimensões e direções, a permitir um melhor entendimento do mundo contemporâneo.

Por mais que o CONPEDI se firme como um dos mais importantes eventos da pós-graduação brasileira em Direito, as problemáticas trabalhadas neste Grupo de Trabalho possuem uma amplitude trans e interdisciplinar, a fazer com que o Direito dialogue com importantes outras áreas do conhecimento humano.

Considerando todas as relevantes temáticas tratadas no presente livro, não pode ser outro senão o sentimento de satisfação que nós coordenadores temos ao apresentar a presente obra. É necessário, igualmente, agradecer aos pesquisadores que estiveram envolvidos tanto na confecção dos artigos quanto nos excelentes debates proporcionados neste Grupo de Trabalho. Por fim, fica o reconhecimento ao CONPEDI pela organização e realização de mais um relevante evento.

A expectativa é de que esta obra possa contribuir com a compreensão dos problemas do cenário contemporâneo, com o a esperança de que as leituras dessas pesquisas ajudem na reflexão do atual caminhar do DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS.

Caio Augusto Souza Lara

Eudes Vitor Bezerra

Vanessa Rocha Ferreira

PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA PUBLICIDADE: NOVO CORONAVÍRUS E O DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO

CONSTITUTIONAL PRINCIPLE OF ADVERTISING: NEW CORONAVIRUS AND THE RIGHT OF ACCESS TO INFORMATION

Edivam Barbosa Dias Junior
Najua Samir Asad Ghani
Heloise Siqueira Garcia

Resumo

A Publicidade no âmbito administrativo é uma ferramenta garantidora da democracia e da plenitude de um Estado Democrático de Direito. O novo coronavírus gerou um cenário mundial de insegurança, temor e instabilidade. A humanidade mudou paradigmas e foi obrigada a realizar um fenômeno até então impensável: o isolamento generalizado. Uma situação de crise deve ser acompanhada de um processo transparente e público que permita ao cidadão e aos demais atores sociais o direito à informação e a clareza das ações da administração pública. Nesse contexto, o presente artigo possui como objetivo geral analisar a importância do Princípio da publicidade dentro do contexto do Estado Democrático de Direito para a garantia e concretude do direito de acesso à informação a partir das vivências da pandemia do novo coronavírus no Brasil. O desenvolvimento da pesquisa foi realizado pelo método indutivo, com a utilização das técnicas do referente, da categoria, dos conceitos operacionais, da pesquisa bibliográfica e do fichamento.

Palavras-chave: Direito administrativo, Princípio da publicidade, Pandemia, Coronavírus, Acesso à informação

Abstract/Resumen/Résumé

Publicity in the administrative context is a tool that ensures democracy and the full realization of a Democratic Rule of Law. The novel coronavirus has created a global scenario of insecurity, fear, and instability. Humanity has shifted paradigms and has been forced to undergo an unprecedented phenomenon: widespread isolation. A crisis situation should be accompanied by a transparent and public process that allows citizens and other social actors the right to information and clarity regarding the actions of public administration. In this context, the general objective of this article is to analyze the importance of the Principle of advertising within the context of the Democratic Rule of Law for the guarantee and concreteness of the right of access to information based on the experiences of the new coronavirus pandemic in Brazil. The development of the research was carried out using the inductive method, using referent, category, operational concepts, bibliographic research and registration techniques.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Administrative law, Principle of publicity, Pandemic, Coronavirus, Access to information

1. INTRODUÇÃO

A nova doença denominada Covid-19 transformou o panorama mundial. As relações jurídicas foram afetadas e a transparência da administração é requisito essencial para superação da crise.

O Princípio Constitucional da Publicidade previsto no artigo 37 da Carta Política de 1988 é uma conquista do Estado Democrático de Direito que garante a transparência no âmbito da administração pública. A publicidade possibilita ao cidadão o acesso à informação e o controle dos atos da administração.

Informação é sinônimo de liberdade, visto que pode possibilitar aos atores sociais um amplo conhecimento da administração, afastando as nebulosas inquietudes de um regime obscuro e totalitário que mascara a verdade e impossibilita a livre escolha o integral gozo dos direitos fundamentais.

O presente artigo visa contribuir para elucidar, sem esgotar o tema, os ruídos causados pela administração pública no princípio da publicidade no atual cenário de pandemia que assola a humanidade.

A partir da conjugação de ditos temas importantes e atuais no contexto não só nacional, mas internacional, estabeleceu-se o seguinte problema de pesquisa: O princípio da publicidade pode ser considerado como elemento essencial na concreção do Direito de acesso à informação a partir da perspectiva da pandemia do novo coronavírus no Brasil?

Alinhado ao problema de pesquisa estipulado, o objetivo geral da pesquisa foi o de analisar a importância do Princípio da publicidade dentro do contexto do Estado Democrático de Direito para a garantia e concretude do direito de acesso à informação a partir das vivências da pandemia do novo coronavírus no Brasil.

O produto deste artigo utilizou o método indutivo de pesquisa, no qual se partiu de ideias particulares: Princípio constitucional da publicidade, o direito de acesso à informação, a pandemia do novo coronavírus e a atuação do Supremo Tribunal Federal nesse período; para se chegar à ideia geral da pesquisa de analisar a importância evidenciada da garantia do princípio constitucional da publicidade no contexto pandêmico dentro de um Estado Democrático de Direito.

A pesquisa foi operacionalizada pelas técnicas do referente, da categoria, dos conceitos operacionais, da pesquisa bibliográfica e do fichamento, conforme apresentado por Pasold (2015), bem como pela análise jurisprudencial de julgados do Supremo Tribunal Federal.

2. O PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA PUBLICIDADE NAS CONSTITUIÇÕES DO BRASIL

A palavra publicidade deriva do latim *publicus*. A língua francesa¹ foi a primeira a apropriar-se do termo latino, dando-lhe conotação jurídica, quando da afixação ou leitura pública dos antigos editos, decretos e julgamentos.²

A publicidade como Princípio estruturante dos Estados Democráticos de Direito desenvolveu-se de maneira mais concreta a partir da criação da imprensa por Johannes Gutenberg.

Outrossim, o marco da revolução francesa e dos ideais liberais, são pontos chaves para um maior controle dos atos estatais, deixando os cidadãos avessos as máximas absolutistas, caindo em desconfiança a clássica expressão inglesa *The King can do no wrong*.

O objetivo dos cidadãos será aperfeiçoar-se moralmente até o ponto de saber efetivamente, e cada um por si, o que é bom e o que é mal. Assim, cada um torna-se um juiz que, em virtude **do esclarecimento alcançado**, considera-se autorizado a processar todas as determinações heterônomas que contradizem sua autonomia moral.³

Importa ressaltar que o Estado Democrático de Direito pressupõe o conhecimento prévio da norma jurídica, uma vez que uma legislação oculta ou sigilosa causa ao meio social insegurança jurídica, pavor e instabilidade.

No Brasil, a Constituição Política do Império de 1824, sem mencionar a palavra publicidade, já previa na fórmula de promulgação das leis, prescrita pelo artigo 69 a necessidade de publicação destas, tornando-as públicas⁴, tanto é que o próprio texto constitucional termina com os seguintes dizeres:

¹ Publicité: Caractère de ce qui est notoire, connu du grand nombre; retentissement: La publicité d'un scandale; Caractère de ce qui se fait en présence du public: La publicité des débats parlementaires. Larousse, Dictionnaires Larousse français. Disponível em: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/publicit%C3%A9/64964?q=publicit%C3%A9#64235>. Acesso em: 10/08/2020.

² RABAÇA, C A e BARBOSA, G. Dicionário de comunicação. São Paulo: Ática, 1987.

³ KOSELLECK, R. Crítica e crise: uma contribuição à patogênese do mundo burguês. Tradução do original alemão de Luciana Villas-Boas Castelo-Branco. Rio de Janeiro: EDUERJ: Contraponto, 1999, p.16.

⁴ Constituição do Império Art. 69. A formula da Promulgação da Lei será concebida nos seguintes termos - Dom (N.) por Graça de Deos, e Unanime Acclamação dos Povos, Imperador Constitucional, e Defensor Perpetuo do Brazil: Fazemos saber a todos os Nossos Subditos, que a Assembléa Geral decretou, e Nós Queremos a Lei

Mandamos portanto, a todas as Autoridades, a quem o conhecimento e execução desta Constituição pertencer, que a jurem, e façam jurar, a cumpram, e façam cumprir, e guardar tão inteiramente, como nella se contem. O Secretario de Estado dos Nogocios do Imperio a faça imprimir, **publicar**, e correr. Dada na Cidade do Rio de Janeiro, aos vinte e cinco de Março de mil oitocentos e vinte e quatro, terceiro da Independencia e do Imperio.

Com o advento da República, a Constituição de 1891, não apresentou novidades com relação à publicidade, contudo é a primeira vez que a palavra integra o texto constitucional brasileiro, no que se refere à necessidade do Presidente da República ter a obrigação de publicar suas razões caso não sancionasse a legislação aprovada pelo congresso nacional no prazo determinado pela carta política.

As Cartas da República de 1934, 1946 e 1967 não mostraram atualizações quanto ao tema da publicidade⁵, limitando-se a mencionar a atribuição do Presidente da República em publicar as leis. Já a Carta de 1937, no artigo 72, inovou em determinar explicitamente que o Presidente da República publicaria o orçamento, contudo o orçamento a partir de 1827, apresentou status de lei.

Somente com o advento da Carta Política de 1988, a publicidade ganhou a importância que lhe é própria, sendo inclusive repaginada como princípio constitucional de observância obrigatória pela administração pública.⁶ Neste sentido destaca Medauar⁷

A Constituição de 1988 alinha-se a essa tendência de publicidade ampla a reger as atividades da Administração, invertendo a regra do segredo e do oculto que predominava. O princípio da publicidade vigora para todos os setores e todos os âmbitos da atividade administrativa.

Consagrado pelo artigo 37 da Constituição Cidadã de 1988, o princípio da publicidade possui papel fundamental na evolução de qualquer Estado dito como democrático de direito.

seguinte (a integra da Lei nas suas disposições sómente): Mandamos por tanto a todas as Autoridades, a quem o conhecimento, e execução do referida Lei pertencer, que a cumpram, e façam cumprir, e guardar tão inteiramente, como nella se contém. O Secretario de Estado dos Nogocios d.... (o da Repartição competente) a faça imprimir, publicar, e correr.

⁵ STRIQUER SOARES, Marcos Antônio. O Princípio Constitucional Da Publicidade E Propaganda Do Governo. In: Revista Jurídica Unifil. Londrina: Unifil 2007 Ano IV - nº 4, p. 64.

⁶ Ibidem, p. 65.

⁷ MEDAUAR, Odete. Direito Administrativo moderno, 21ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2018, p.126.

Parece um jargão jurídico ultrapassado e repetido, mas a realidade de uma República deve refleti-lo: O poder emana do povo. Neste sentido leciona o Professor Gilmar Ferreira Mendes⁸:

O princípio da publicidade está ligado ao direito de informação dos cidadãos e ao dever de transparência do Estado, em conexão direta com o princípio democrático, e pode ser considerado, inicialmente, como apreensível em duas vertentes: (1) na perspectiva do direito à informação (e de acesso à informação), como garantia de participação e controle social dos cidadãos (a partir das disposições relacionadas no art. 5º, CF/88), bem como (2) na perspectiva da atuação da Administração Pública em sentido amplo (a partir dos princípios determinados no art. 37, caput, e artigos seguintes da CF/88).

A Constituição Federal de 1988 é exemplar na determinação de participação cidadã e publicidade dos atos estatais. Destacam -se, por exemplo, o direito de petição e de obtenção de certidões, de garantia do habeas data, de realização de audiências públicas e da regra de publicidade de todos os julgamentos do Poder Judiciário (art. 93, IX, CF/88).

Nesse sentido, a Constituição abriu novas perspectivas para o exercício ampliado do controle social da atuação do Estado, com destacada contribuição da imprensa livre, de organizações não governamentais e da atuação individualizada de cada cidadão.

A publicidade como princípio denota a necessidade do Estado garantir a transparência das informações e a disponibilidade de dados para que de posse de informações verdadeiras e claras possa a democracia cumprir seu papel de participação efetiva do cidadão e da sociedade, seja de maneira direta, ou ainda exercida pela via indireta de representação.

3. A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS NO BRASIL E A IMPORTÂNCIA DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE NA CONCREÇÃO DO DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Na atualidade, é possível acompanhar diariamente discussões em todos as estratificações sociais sobre os efeitos da nova pandemia que assola o planeta. A nova doença denominada Covid-19, que significa *COrona VIRUS Disease* (Doença do Coronavírus) e

⁸ MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet; COELHO. Curso de direito constitucional. 12ª ed. São Paulo: Saraiva. 2017, p.1005 -1006.

numeral 19 se dá ao ano de 2019, quando os primeiros casos foram encontrados em Wuhan, na China⁹.

A doença é causada pelo Coronavírus SARS-CoV-2 que causa em seus portadores desde leves infecções a crises respiratórias graves. No Brasil 116.666¹⁰ (cento e dezesseis mil e seiscentos e sessenta e seis) vidas já foram perdidas na guerra contra o novo Coronavírus. Ademais, a pandemia fechou fronteiras, parou a economia de diversos países, alterou a forma das pessoas interagirem e vem causado inúmeras discussões acadêmicas em todas as áreas do conhecimento científico.

Um vírus novo e desconhecido que deve ser enfrentado pelas autoridades públicas de saúde com transparência e seriedade.

Os operadores do direito ao se debruçarem nos princípios constitucionais atinentes à administração pública, por diversas ocasiões, passam de maneira muito célere no estudo do princípio da publicidade, contudo olvidam-se de que sem publicidade a administração pública pode sonegar a concreção dos demais princípios constitucionais.

Vale rememorar que muitas vezes os conceitos de publicidade e transparência se misturam e são tratados até como sinônimos. O fato é que a administração pública moderna não concebe a máxima ultrapassada da administração pública do segredo, mas sim da administração translúcida, capaz de propiciar o efetivo exercício da democracia.¹¹

Para o efetivo combate à pandemia e correta atuação dos entes públicos nas atividades de prevenção e na elaboração de medidas de restrições de direitos fundamentais é necessária a colheita, análise, armazenamento e divulgação de dados epidemiológicos, como por exemplo: número de contaminados, de testes realizados, de insumos médicos em estoque, equipamentos imprescindíveis, óbitos e muitos outros dados importantes.

Somente com informações corretas e claras a própria administração e os administrados terão condições de escolherem as melhores ações para prevenir a transmissão do Novo Coronavírus, corrigir erros e fiscalizar a atuação dos entes federados.

O Brasil, desde o início da pandemia provocada pelo Coronavírus, além de enfrentar a crise sanitária, também enfrenta uma burlesca crise política que decidiu dividir o país entre

⁹ GRUBER, Arthur. Covid-19: o que se sabe sobre a origem da doença. *Jornal da USP*, 14 Abr. 2020. Disponível em: < <https://jornal.usp.br/artigos/covid2-o-que-se-sabe-sobre-a-origem-da-doenca/>>. Acesso em: 29 Mai. 2020.

¹⁰ Consórcio de veículos de imprensa a partir de dados das secretarias estaduais de saúde (G1, O Globo, Extra, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e UOL) Disponível em:< <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/08/25/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-25-de-agosto-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>. Acesso em: 26 Ago. 2020.

¹¹ MEDAUAR, op. cit., p. 125.

resguardar vidas ou salvar a economia. A pandemia é maior e mais séria que qualquer tentativa de divisão política ou polarização entre alas de direita ou esquerda. A administração pública não pode se perder na dicotomia vida/economia, visto que o administrador deve preservar a vida e rearranjar-se economicamente, como se faz isso? Não comporta tal resposta no presente artigo, contudo esta é justamente a função do administrador, se reinventar em tempos de crise. José Eduardo Martins Cardozo relembra:¹²

[...] Estamos vivendo as turbulências, os medos e as inseguranças propiciadas pela pandemia da COVID-19. Além disso, interesses econômicos e ideológicos poluem as nossas mentes, por meio de uma ridícula disputa de posições políticas, em que digladiam, de um lado, a idiotia dogmática ressurgida das trevas medievais e, de outro, a racionalidade científica. Com a visão turvada pela complexidade do horizonte que se avizinha, não sabemos quando e como superaremos esta crise epidêmica e nem mesmo, hoje, o que fazer. Estamos ainda muito distantes de podermos projetar análises seguras sobre as consequências desta crise nas décadas que nos separam do final do século XXI.

O Princípio da Publicidade se materializa no ordenamento jurídico brasileiro por meio da Lei nº 12.527/11, que regula o acesso à informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; e dá outras providências. A lei de acesso à informação (LAI) determina que a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, seus Poderes, órgãos, as pessoas jurídicas integrantes da administração indireta e entidades privadas que recebem recursos públicos devem promover a divulgação de informações de interesses gerais e coletivos¹³ e o artigo 7º da LAI define o que é o direito ao acesso à informação:

Art. 7º O acesso à informação de que trata esta Lei compreende, entre outros, os direitos de obter:

I - orientação sobre os procedimentos para a consecução de acesso, bem como sobre o local onde poderá ser encontrada ou obtida a informação almejada;

¹² CARDOSO, José Eduardo Martins. A pandemia da COVID-19, o estado de direito e o regime jurídico do direito administrativo. In: POZZO, Augusto Neves Dal Pozzo & CAMMAROSANO, Márcio. As implicações da COVID-19 no Direito Administrativo. São Paulo: RT, 2020, p. RB-6.1.

¹³ MEIRELLES, Hely Lopes. Direito administrativo brasileiro, 42ª ed. São Paulo: Malheiros, 2016, p. 102.

II - informação contida em registros ou documentos, produzidos ou acumulados por seus órgãos ou entidades, recolhidos ou não a arquivos públicos;

III - informação produzida ou custodiada por pessoa física ou entidade privada decorrente de qualquer vínculo com seus órgãos ou entidades, mesmo que esse vínculo já tenha cessado;

IV - informação primária, íntegra, autêntica e atualizada;

V - informação sobre atividades exercidas pelos órgãos e entidades, inclusive as relativas à sua política, organização e serviços;

VI - informação pertinente à administração do patrimônio público, utilização de recursos públicos, licitação, contratos administrativos; e

VII - informação relativa:

a) à implementação, acompanhamento e resultados dos programas, projetos e ações dos órgãos e entidades públicas, bem como metas e indicadores propostos;

b) ao resultado de inspeções, auditorias, prestações e tomadas de contas realizadas pelos órgãos de controle interno e externo, incluindo prestações de contas relativas a exercícios anteriores.

O procedimento de solicitação de acesso à informação deve ser simples e qualquer interessado pode realizá-lo, a LAI determina que o órgão ou entidade públicos forneçam as informações imediatamente ou indique onde o interessado pode encontrá-la. Nesta perspectiva, caso a informação não esteja disponível no momento do requerimento, a Administração possui o prazo não superior a 20 (vinte) dias para fornecer a informação, prorrogáveis por mais 10 (dez) dias se devidamente justificado.

Apesar do direito ao acesso à informação ser regra, tal prescrição não é absoluta, pois a própria Lei nº 12.527/11, prevê a possibilidade de sigilo das informações públicas, bem como apresenta gradação no nível de sigilo.

As informações relacionadas ao âmbito público: à segurança do Estado, e da sociedade, e ao âmbito privado: a honra, intimidade ou vida privada, são elementos limitadores da publicidade.¹⁴

Quanto à gradação de níveis de sigilo podem ser classificados como ultrassecreto, secreto e reservado. Os dados ultrassecretos estão relacionados à soberania nacional, a planos

¹⁴ RODRIGUES, João Gaspar. Publicidade, transparência e abertura na administração pública. In: revista de Direito Administrativo, Rio de Janeiro, v. 266, p. 110, maio/ago. 2014.

econômicos, estratégia militares, dentre outras. Possuem competência para classificar uma informação como ultrassecreta: a) Presidente da República, b) Vice-Presidente da República; c) Ministros de Estado e autoridades com as mesmas prerrogativas; d) Comandantes da Marinha, do Exército, da Aeronáutica; e e) Chefes de Missões Diplomáticas e Consulares permanentes no exterior, podendo permanecer sigilosas pelo prazo de 25 anos. Já as informações secretas estão associadas à defesa nacional, planos de operações, assuntos diplomáticos dentre outras. Podem classificar dados como secretos: a) as mesmas autoridades que possuem competência para declarar os dados ultrassecretos; e b) os titulares de autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista, e o limite para manutenção do sigilo é de 15 anos. Por fim os dados reservados são informações que podem comprometer planos, objetivos ou estratégias da administração. Podem classificar as informações como reservadas: a) as mesmas autoridades que classificam os dados como ultrassecretos e reservados; e b) autoridades que exerçam funções de direção, comando ou chefia do Grupo-Direção e Assessoramento Superiores - DAS, nível DAS 101.5 ou superior, e seus equivalentes, e permanecem assim classificadas por 5 anos.¹⁵

Os dados que envolvem a intimidade e a privacidade dos particulares também estão salvaguardados pelo período de 100 (cem) anos.

4. O SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL E O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE DURANTE A PANDEMIA PROVOCADA PELO COVID-19

Em virtude da emergência de saúde pública internacional relacionada ao SARS-CoV-2, o Estado Brasileiro se movimentou rapidamente editando decretos, portarias, medidas provisórias, leis e até emenda à Constituição.

Inicialmente a primeira medida adotada pelo então Ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta foi a edição da Portaria nº 188, de 3 de fevereiro de 2020, que declarou emergência em Saúde Pública de Importância Nacional, nos termos do Decreto nº 7.616, de 17 de novembro de 2011.¹⁶

Em 06 de fevereiro de 2020, foi publicada a Lei 13.979/2020, que dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional

¹⁵ Ibidem, p. 116-118.

¹⁶ Governo declara emergência em saúde pública por surto de coronavírus, Poder 360, 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/governo-declara-emergencia-em-saude-publica-por-surto-de-coronavirus/>. Acesso em 20 de jun. de 2020.

decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. A nova legislação tramitou por aproximadamente 2 (dois) dias e trata de temas de suma importância como quarentena, isolamento social e medidas de realização compulsória.¹⁷

Em 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde mudou a classificação do novo coronavírus para uma pandemia.

Desde a declaração de emergência nacional o poder executivo federal já editou 45 medidas provisórias, no mesmo período do ano passado foram editadas 19 medidas, ocorrendo um aumento de aproximadamente 136%.¹⁸

Neste cenário, o Supremo Tribunal Federal fatalmente seria e ainda será demandado para resguardar os mínimos indícios de afronta à Carta Política, um exemplo claro é a ADI nº 6341, que conferiu aos Governadores e Prefeitos a competência concorrente para adotar medidas para o combate da pandemia dentro de suas atribuições constitucionais.

Assim, o Supremo Tribunal Federal possui um papel de destaque no controle de constitucionalidade das medidas administrativas para o enfrentamento da pandemia, conferindo ao direito administrativo um papel de relevo no combate às crises de saúde e institucional que passa o País.

4.1 A MEDIDA PROVISÓRIA 928 E A AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE 6.351.

Em relação ao princípio da publicidade e a Lei nº 12.527/11, em 23 de março de 2020, já durante ao estado de guerra contra o coronavírus, o Presidente da República adotou a Medida Provisória nº 928, com o seguinte teor¹⁹:

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

¹⁷ BOSELLI André e Santos Rafa. Lei nacional prevê adoção de isolamento e quarentena, mas medidas são polêmicas. Consultor Jurídico- Conjur. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2020-mar-11/lei-nacional-preve-adocao-isolamento-quarentena>. Acesso em 20 de jun. de 2020

¹⁸ Disponível em <http://www4.planalto.gov.br/legislacao/portal-legis/legislacao-1/medidas-provisorias/2019-a-2022>. Acesso em 29 de Ago. de 2020.

¹⁹ BRASIL. Medida provisória nº 928, de 23 de março de 2020. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2019-2022/2020/Mpv/mpv926.htm. Acesso em 29 de Jun. de 2020.

Art. 1º A Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 6º-B Serão atendidos prioritariamente os pedidos de acesso à informação, de que trata a Lei nº 12.527, de 2011, relacionados com medidas de enfrentamento da emergência de saúde pública de que trata esta Lei.

§ 1º Ficarão suspensos os prazos de resposta a pedidos de acesso à informação nos órgãos ou nas entidades da administração pública cujos servidores estejam sujeitos a regime de quarentena, teletrabalho ou equivalentes e que, necessariamente, dependam de:

I - acesso presencial de agentes públicos encarregados da resposta; ou

II - agente público ou setor prioritariamente envolvido com as medidas de enfrentamento da situação de emergência de que trata esta Lei.

§ 2º Os pedidos de acesso à informação pendentes de resposta com fundamento no disposto no § 1º deverão ser reiterados no prazo de dez dias, contado da data em que for encerrado o prazo de reconhecimento de calamidade pública a que se refere o Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020.

§ 3º Não serão conhecidos os recursos interpostos contra negativa de resposta a pedido de informação negados com fundamento no disposto no § 1º.

§ 4º Durante a vigência desta Lei, o meio legítimo de apresentação de pedido de acesso a informações de que trata o art. 10 da Lei nº 12.527, de 2011, será exclusivamente o sistema disponível na internet.

§ 5º Fica suspenso o atendimento presencial a requerentes relativos aos pedidos de acesso à informação de que trata a Lei nº 12.527, de 2011.”
(NR)

[...]

Da leitura do trecho é possível verificar que a medida provisória em análise atingiu diretamente a necessidade de transparência e publicidade da administração pública, trazendo embaraços para o direito de acesso à informação, determinados pela Constituição Federal e pela Lei de acesso à informação, suspendendo os prazos para resposta aos pedidos de informação.

No dia 25 de março de 2020, o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil protocolou a ação direta de constitucionalidade 6.351 com pedido cautelar para suspender os efeitos do artigo 1º da Medida Provisória n. 928, na parte em que acrescentou o art. 6º-B à Lei

13.979/2020²⁰. Argumentou o CFOAB vícios formais de inconstitucionalidades, como por exemplo a ausência de requisitos do caso para edição de medida provisória e vícios materiais como a afronta ao princípio da publicidade e transparência da administração pública e o cerceamento do direito à informação do cidadão.

A ação foi distribuída ao Ministro Alexandre de Moraes que deferiu a cautelar, fazendo diversas ponderações quanto ao princípio da publicidade²¹:

Na hipótese em análise, ao menos em sede de cognição sumária, fundada em juízo de probabilidade, entendo presentes os requisitos para a concessão da medida cautelar pleiteada, pois o artigo impugnado pretende TRANSFORMAR A EXCEÇÃO – sigilo de informações – EM REGRA, afastando a plena incidência dos princípios da publicidade e da transparência

[...]

A Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988, consagrou expressamente o princípio da publicidade como um dos vetores imprescindíveis à Administração Pública, conferindo-lhe absoluta prioridade na gestão administrativa e garantindo pleno acesso às informações a toda a Sociedade. À consagração constitucional de publicidade e transparência corresponde a obrigatoriedade do Estado em fornecer as informações solicitadas, sob pena de responsabilização política, civil e criminal, salvo nas hipóteses constitucionais de sigilo.

[...]

O art. 6º-B da Lei 13.979/2020, incluído pelo art. 1º da Medida Provisória 928/2020, não estabelece situações excepcionais e concretas impeditivas de acesso a informação, pelo contrário, transforma a regra constitucional de publicidade e transparência em exceção, invertendo a finalidade da proteção constitucional ao livre acesso de informações a toda Sociedade.

Diante do exposto, CONCEDO A MEDIDA CAUTELAR na presente ação direta, ad referendum do Plenário desta SUPREMA CORTE, com base no art. 21, V, do RISTF, para determinar a SUSPENSÃO DA EFICÁCIA do art. 6º-B da Lei 13.979/2020, incluído pelo art. 1º da Medida Provisória 928/2020.

²⁰ OAB atua e STF suspende MP que restringia a Lei de Acesso à Informação, OAB Nacional, 2020. Disponível em: <https://www.oab.org.br/noticia/58009/oab-atua-e-stf-suspende-mp-que-restringia-a-lei-de-acesso-a-informacao?argumentoPesquisa/>. Acesso em 29 de jun. de 2020.

²¹ STF. ADI 6351. Relator: Min. Alexandre De Moraes. Decisão Monocrática DJ: 27/03/2020. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5881853>. Acesso em: 10. jul. 2020.

Foram apensadas a referida ação as ações 6.347 e 6.353. A medida cautelar foi pautada para julgamento do Tribunal Pleno em 30/04/2020, que referendou por unanimidade o entendimento do Ministro Alexandre de Moraes, determinado a suspensão do artigo 6º-b da lei 13.979/11, incluído pela MP 928/2020, pois violou o princípio da publicidade e transparência na administração pública.

Insta mencionar que o mérito da ação ainda não foi apreciado pelo Supremo Tribunal Federal e a MP 928/2020 perdeu sua eficácia em 21 de julho de 2020, visto que não foi convertida em lei, nos termos do art. 62, § 3º, da Constituição Federal.

4.2 A PROPAGANDA INSTITUCIONAL NO CONTEXTO DE PANDEMIA E A AÇÃO DE DESCUMPRIMENTO DE PRECEITO FUNDAMENTAL 669.

A Carta da República autoriza expressamente a propaganda institucional que segundo o professor Striquer Soares é a denominada publicidade autorizada, que não deve ser confundida com a publicidade como princípio. O texto constitucional, nas palavras de Striquer “*autoriza a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos.*”²²

A Lei Maior no parágrafo 1º do artigo 37, ainda esclarece que as campanhas deverão possuir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo os administradores utilizarem-se da campanha para promoção pessoal.

Ademais, importante mencionar que não se trata divulgação de dados, mas sim de uma divulgação de cunho convincente-informativo, neste sentido Striquer esclarece os objetivos da propaganda autorizada²³:

Os objetivos dessa publicidade indicam a necessidade de interação dos órgãos públicos com a sociedade, em vista de um ponto específico, uma obra, por exemplo. O objetivo pode ser educar, informar ou orientar a sociedade. A interação, nesse caso, não é mera transmissão de dados, mas pressupõe a necessidade da comunicação de um interesse do governo, isto é, para o bom andamento dos serviços públicos surge a necessidade da sociedade receber tais informações, caso contrário não será preciso levá-las a público. Essa necessidade de interação indica que a publicidade em questão não é mera divulgação de dados, mas tem por

²² STRIQUER SOARES. 2007. p. 73.

²³ Ibidem, p. 73.

fim inculcar na mente das pessoas tais dados seja para educar, seja para informar ou ainda para orientar a sociedade.

Nessa condição, pode-se denominá-la de propaganda dos órgãos públicos, posto que ela tem sempre, no fundo, ao menos uma intenção persuasiva.

Em março de 2020, no ápice do desconhecimento e das incertezas quanto ao novo coronavírus, o Governo Federal preocupou-se em elaborar uma campanha publicitária com o intuito de evitar uma política nacional de isolamento horizontal e infundar certa normalidade na realidade pandêmica no Brasil.

A propaganda foi denominada de 'O Brasil Não Pode Parar' e apresenta um vídeo preliminar em que um narrador relata que para os profissionais autônomos, liberais, assalariados, comerciantes e empresários, os acometidos por doenças diversas do coronavírus e os profissionais de saúde o Brasil não pode parar em face da pandemia, dando ao cidadão uma ideia de situação de normalidade.²⁴

Foram distribuídas duas arguições de descumprimento de preceito fundamental, as ADPFs 668 e 669, propostas pela Confederação Nacional dos Trabalhadores Metalúrgicos e pela Rede Sustentabilidade, contra ato do Governo Federal em razão da contratação de empresa de publicidade para produzir a campanha 'O Brasil Não Pode Parar', sustentavam os requerentes afronta ao direito à saúde, moralidade, informação, transparência e publicidade, consubstanciado nos arts. 5º, XIV e XXXIII; 37, caput e §1º; 196; 220, caput e §1º, todos da Constituição.

O presente estudo se limitará à afronta constitucional ao artigo 37, caput e §1º, que tratam sobre a publicidade como princípio e da publicidade autorizada.

A Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República já possuía um slogan montado, um vídeo preliminar para divulgação, contudo o Supremo Tribunal Federal ao decidir o pedido cautelar da ADPF 669, de relatoria do Ministro Luís Roberto Barroso, determinou a suspensão da campanha publicitária, baseando-se em recomendações da OMS, do Conselho Federal de Medicina, do Ministério da Saúde, em estudos do *Imperial College*.

O Ministro Luís Roberto Barroso argumenta em seu voto²⁵:

²⁴ Governo prepara campanha com slogan 'O Brasil Não Pode Parar', O Globo, 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/governo-prepara-campanha-com-slogan-brasil-nao-pode-parar-1-24332284>. Acesso em 07 de jul. de 2020.

²⁵ STF. ADPF 669. Relator: Min. Luís Roberto Barroso. Decisão Monocrática DJ: 02/04/2020. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5884084>. Acesso em: 01. Ago. 2020.

Nessa linha, uma campanha publicitária, promovida pelo Governo, que afirma que “O Brasil não pode parar” constitui, em primeiro lugar, uma campanha não voltada ao fim de “informar, educar ou orientar socialmente” no interesse da população (art. 37, §1º, CF). Em momento em que a Organização Mundial de Saúde, o Ministério da Saúde, as mais diversas entidades medicas se manifestam pela necessidade de distanciamento social, uma propaganda do Governo incita a população ao inverso. Trata-se, ademais, de uma campanha “desinformativa”: se o Poder Público chama os cidadãos da “Pátria Amada” a voltar ao trabalho, a medida sinaliza que não há uma grave ameaça para a saúde da população e leva cada cidadão a tomar decisões firmadas em bases inverídicas acerca das suas reais condições de segurança e de saúde. O uso de recursos públicos para tais fins, claramente desassociados do interesse público consistente em salvar vidas, proteger a saúde e preservar a ordem e o funcionamento do sistema de saúde, traduz uma aplicação de recursos públicos que não observa os princípios da legalidade, da moralidade e da eficiência, além de deixar de alocar valores escassos para a medida que é a mais emergencial: salvar vidas (art. 37, caput e §1º, CF).

Vale repetir que o conteúdo da propaganda institucional governamental deve ser educativo, informativo ou de orientação social. Não é crível que durante um estágio de pandemia a administração resolva iniciar um processo contrário ao recomendado pela Organização Mundial da Saúde e incentivar o não cumprimento do distanciamento social e das medidas de controle da proliferação do novo coronavírus. Como bem relatado pelo Ministro Luís Roberto Barroso, a campanha desinformava.

Por mim, a Advocacia Geral da União e o Presidente da República informaram que a campanha sequer foi divulgada, era apenas um esboço de ideias que não seria veiculado e a arguição foi extinta pela perda do objeto. Já o slogan ‘O Brasil não pode parar’ foi substituído pela campanha publicitária ‘Ninguém fica para trás’.

4.3 A REPENTINA MUDANÇA NA FORMA DE DIVULGAÇÃO DIÁRIA DAS MORTES PROVOCADAS PELO CORONAVÍRUS.

Em 03 de junho de 2020, o Ministério da Saúde modificou a rotina de divulgação dos números relacionados aos óbitos provocados pelo Coronavírus. Inicialmente sofreu-se um atraso no horário da divulgação e posteriormente no dia 05 de junho de 2020, não divulgava

mais os números totais de óbitos, de infectados, colacionando tão somente o número de óbitos nas últimas 24 horas.²⁶

A ação do Ministério da Saúde levou os partidos Rede Sustentabilidade, Partido Comunista do Brasil – PCdoB e Partido Socialismo e Liberdade- PSOL a ajuizarem arguição de descumprimento de preceito fundamental em face dos atos daquele órgão em atrasar e restringir a publicidade e transparência das informações da pandemia.

Segundo diversos jornais e sites de notícias, o Brasil tornou-se destaque internacional negativo em relação a publicidade e transparência de dados e números relacionados a pandemia do coronavírus²⁷.

O Supremo Tribunal Federal, cumprindo seu papel de guardião da Constituição nos autos da ADFP 690 de relatoria do Ministro Alexandre de Moraes, deferiu parcialmente a medida cautelar *ad referendum*, para determinar a divulgação dos dados como eram realizadas antes da mudança despropositada, ou até propositada do Ministério da Saúde. O Ministro Alexandre de Moraes ponderou em decisão monocrática²⁸:

Exatamente por esses motivos, a Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988, consagrou expressamente o princípio da publicidade como um dos vetores imprescindíveis à Administração Pública, conferindo-lhe absoluta prioridade na gestão administrativa e garantindo pleno acesso às informações a toda a Sociedade. À consagração constitucional de publicidade e transparência corresponde a obrigatoriedade do Estado em fornecer as informações necessárias à Sociedade. O acesso as informações consubstancia-se em verdadeira garantia instrumental ao pleno exercício do princípio democrático, que abrange “debater assuntos públicos de forma irrestrita, robusta e aberta” (Cantwell v. Connecticut, 310 U.S. 296, 310 (1940), quoted 376 U.S at 271-72), de maneira a garantir a necessária fiscalização dos órgãos governamentais, que somente se torna efetivamente possível com a garantia de publicidade e transparência.

Assim, salvo situações excepcionais, a Administração Pública tem o dever de absoluta transparência na condução dos negócios públicos, sob

²⁶ Ministério da Saúde confirma que vai mudar critério de contagem de mortes por Covid. Jornal Nacional, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/06/08/ministerio-da-saude-confirma-que-vai-mudar-criterio-de-contagem-de-mortes-por-covid.ghtml>. Acesso em 12 de ago. 2020.

²⁷ **BBC Brasil** (<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52967730>), **Época negócios** (<https://epocanegocios.globo.com/Mundo/noticia/2020/06/brasil-e-destaque-no-mundo-por-nao-divulgar-dados-de-mortes-por-covid-19.html>), **Uol** (<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2020/06/08/brasil-e-destaque-no-mundo-por-esconder-dados-de-mortes-por-covid-19.htm>), **Folha de São Paulo** (<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/apos-deixar-de-divulgar-dados-de-covid-19-governo-brasileiro-vira-alvo-de-criticas-em-todo-o-mundo.shtml>)

²⁸ STF. ADFP 669. Relator: Min. Alexandre de Moraes. Decisão Monocrática DJ: 10/06/2020. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5931727>. Acesso em: 15. Ago. 2020.

pena de desrespeito aos artigos 37, caput e 5º, incisos XXXIII e LXXII, pois como destacado pelo Ministro CELSO DE MELLO, “o modelo político jurídico, plasmado na nova ordem constitucional, rejeita o poder que oculta e o poder que se oculta” (Pleno, RHD 22/DF, DJ, 1-9-95).

Portanto, o Supremo Tribunal Federal em mais uma oportunidade determinou o cumprimento integral da Constituição Federal, preservando as ameaças relacionadas ao Princípio da Publicidade e da transparência, resguardando o direito do cidadão ao acesso à informação.

5. CONCLUSÃO

Há claros limites as restrições à publicidade e transparência no âmbito da administração pública. É unânime tanto na doutrina, quanto na jurisprudência do Supremo Tribunal Federal que a publicidade é regra e o sigilo exceção, não podendo o administrador alterar essa ordem constitucional.

A publicidade como princípio muitas vezes é pouco explorada pelos operadores do direito, entretanto, sem publicidade não existe liberdade de fato, estariam comprometidos os direitos fundamentais inerentes a própria dignidade humana e a sociedade seria compelida a se submeter as tiranias já vividas outrora, inclusive pelo Estado brasileiro.

É perceptível que regimes ditatoriais são os que se utilizam das sombras e da falta de informação para deixar o cidadão e a sociedade civil fora de combate, impedindo o exercício pleno da democracia.

No cenário pandêmico as informações devem ser mais transparentes, permitindo a todos os atores sociais em todas as suas esferas o conhecimento da realidade da situação, para adoção de medidas que resguardem a vida e a saúde da população.

Todo Estado Democrático de Direito deve garantir a efetividade do princípio constitucional da publicidade, pois qualquer exceção que foge a regra deve ser analisada com extrema cautela e um cuidadoso olhar para que direitos fundamentais e a supremacia do interesse público não sejam conspurcados.

6. REFERÊNCIAS

BRASIL. Medida provisória nº 928, de 23 de março de 2020. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv926.htm. Acesso em 29 de Jun. de 2020.

CARDOSO, José Eduardo Martins. A pandemia da COVID-19, o estado de direito e o regime jurídico do direito administrativo. In: POZZO, Augusto Neves Dal Pozzo & CAMMAROSANO, Márcio. As implicações da COVID-19 no Direito Administrativo. São Paulo: RT, 2020.

GRUBER, Arthur. Covid-19: o que se sabe sobre a origem da doença. Jornal da USP, 14 Abr. 2020. Disponível em: < <https://jornal.usp.br/artigos/covid2-o-que-se-sabe-sobre-a-origem-da-doenca/>>. Acesso em: 29 Mai. 2020

KOSELLECK, R. Crítica e crise: uma contribuição à patogênese do mundo burguês. Tradução do original alemão de Luciana Villas-Boas Castelo-Branco. Rio de Janeiro: EDUERJ: Contraponto, 1999.

MEDAUAR, Odete. Direito Administrativo moderno, 21ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2018.

MEIRELLES, Hely Lopes. Direito administrativo brasileiro, 42ª ed. São Paulo: Malheiros, 2016.

MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet; COELHO. Curso de direito constitucional. 12ª ed. São Paulo: Saraiva. 2017.

RABAÇA, C A e BARBOSA, G. Dicionário de comunicação. São Paulo: Ática, 1987

RODRIGUES, João Gaspar. Publicidade, transparência e abertura na administração pública. In: revista de Direito Administrativo, Rio de Janeiro, v. 266, maio/ago. 2014.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. ADI 6351. Relator: Min. Alexandre De Moraes. Decisão Monocrática DJ: 27/03/2020. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5881853>. Acesso em: 10. jul. 2020

_____ ADPF 669. Relator: Min. Luís Roberto Barroso. Decisão Monocrática DJ: 02/04/2020. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5884084>. Acesso em: 01. Ago. 2020.

_____ ADPF 669. Relator: Min. Alexandre de Moraes. Decisão Monocrática DJ: 10/06/2020. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5931727>. Acesso em: 15. Ago. 2020.

STRIQUER SOARES, Marcos Antônio. O Princípio Constitucional Da Publicidade E Propaganda Do Governo. In: Revista Jurídica Unifil. Londrina: Unifil 2007 Ano IV - nº 4.

Larrouse, Dictionnaires Larousse français. Disponível em: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/publicit%C3%A9/64964?q=publicit%C3%A9#64235>.

Consórcio de veículos de imprensa a partir de dados das secretarias estaduais de saúde (G1, O Globo, Extra, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e UOL) Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/08/25/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-25-de-agosto-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>. Acesso em: 26 Ago. 2020.

Governo declara emergência em saúde pública por surto de coronavírus, Poder 360, 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/governo-declara-emergencia-em-saude-publica-por-surto-de-coronavirus/>. Acesso em 20 de jun. de 2020.

BOSELLI André e Santos Rafa. Lei nacional prevê adoção de isolamento e quarentena, mas medidas são polêmicas. Consultor Jurídico- Conjur. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2020-mar-11/lei-nacional-preve-adocao-isolamento-quarentena>. Acesso em 20 de jun. de 2020. Disponível em <http://www4.planalto.gov.br/legislacao/portal-legis/legislacao-1/medidas-provisorias/2019-a-2022>. Acesso em 29 de Ago. de 2020.

OAB atua e STF suspende MP que restringia a Lei de Acesso à Informação, OAB Nacional, 2020. Disponível em: <https://www.oab.org.br/noticia/58009/oab-atua-e-stf-suspende-mp-que-restringia-a-lei-de-acesso-a-informacao?argumentoPesquisa/>. Acesso em 29 de jun. de 2020

Governo prepara campanha com slogan 'O Brasil Não Pode Parar', O Globo, 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/governo-prepara-campanha-com-slogan-brasil-nao-pode-parar-1-24332284>. Acesso em 07 de jul. de 2020.

Ministério da Saúde confirma que vai mudar critério de contagem de mortes por Covid. Jornal Nacional, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/06/08/ministerio-da-saude-confirma-que-vai-mudar-criterio-de-contagem-de-mortes-por-covid.ghtml>. Acesso em 12 de ago. 2020.