

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO ADMINISTRATIVO E GESTÃO PÚBLICA I

DEILTON RIBEIRO BRASIL

RAMON ROCHA SANTOS

CARINA DEOLINDA DA SILVA LOPES

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

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

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

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

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

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

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

Comunicação:

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

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

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

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

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

D597

Direito administrativo e gestão pública I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Carina Deolinda Da Silva Lopes, Deilton Ribeiro Brasil, Ramon Rocha Santos – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-293-4

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

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais – Anais de pôsteres. 2. Direito administrativo. 3. Gestão pública. III Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO ADMINISTRATIVO E GESTÃO PÚBLICA I

Apresentação

Os pôsteres contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho - Direito Administrativo e Gestão Pública I durante o III Encontro Virtual do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, realizado nos dias 23 a 28 de junho de 2021, sob o tema geral “Saúde: segurança humana para a democracia”. O evento foi promovido em parceria com o PPGD – Mestrado e Doutorado em Direito do Centro Universitário Curitiba – UNICURITIBA, Federação Nacional dos Pós-Graduandos em Direito – FEPODI, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPQ. Trata-se da terceira experiência de encontro virtual do CONPEDI em quase três décadas de existência.

O Grupo de Trabalho Direito Administrativo e Gestão Pública I teve a coordenação da mesa virtual realizada pelo Prof. Dr. Ramon Rocha Santos, Prof^ª Dr^ª Carina Deolinda da Silva Lopes e Prof. Dr. Deilton Ribeiro Brasil para a apresentação dos pôsteres que foram previamente submetidos a denominada avaliação “double peer blind review”. O Grupo de Trabalho contou ainda com a contribuição de 09 (nove) pôsteres apresentados por alunos ligados a renomadas instituições de ensino superior do país.

Os trabalhos e debates desenvolvidos no Grupo de Trabalho produziram grande entusiasmo entre os alunos participantes, especialmente porque retrataram as os problemas da sociedade brasileira contemporânea momento grave de pandemia. São elas: a) combate à corrupção e à improbidade administrativa; b) compliance, accountability virtual, ética, licitação e políticas públicas; e c) transparência e eficiência administrativa.

Os artigos deste e-book em seu núcleo possuem as seguintes temáticas:

1. A ausência de critérios na utilização do princípio da publicidade pelo executivo e as consequências comportamentais em meio a atual pandemia;
2. A desjudicialização da saúde pelo uso da mediação como elemento democrático da participação popular-administrativa;
3. A ética da economia da comunhão à luz da eficaz destinação dos bens móveis apreendidos em leilão;

4. A gestão da pandemia no Brasil: quais medidas adotadas pelo Presidente Jair Messias Bolsonaro para conter o coronavírus em território nacional?
5. A importância da aplicação da Lei 123/2006 em processos licitatórios no Estado do Paraná: como as compras públicas podem fomentar a economia local.
6. Accountability virtual no controle social do SUS;
7. As políticas públicas como ferramenta de estímulo às doações para o terceiro setor no Brasil – uma análise jurídico-constitucional;
8. Compliance no setor público: desafios na saúde com a Covid-19;
9. Conduas e contextos: a responsabilidade culposa do administrador público na escolha de agentes ímprobos.

Registramos os efusivos cumprimentos ao CONPEDI, pelo destacado empenho e a qualidade da organização desse III Encontro Virtual - um espaço que tem proporcionado relevante momento de divulgação da pesquisa científica na área do Direito. Tal iniciativa mostrou que é possível, tanto no modelo presencial como no não presencial, potencializar o planejamento coletivo interdisciplinar com atividades acadêmicas que possibilitam o desenvolvimento das habilidades e competência dos discentes no contexto desse novo normal remoto direcionada para o pleno desenvolvimento do ser humano incluindo o saber fazer, saber ser, saber conviver que se constituem nas diretrizes de uma educação jurídica voltada para os cenários e contingências hodiernos.

Assim, é com grande satisfação que apresentamos a comunidade jurídica o presente e-book.

De Aracaju (SE), de Santa Maria (RS) e de Itaúna (MG), junho de 2021.

Prof. Dr. Ramon Rocha Santos

Profª Drª Carina Deolinda da Silva Lopes

Prof. Dr. Deilton Ribeiro Brasil

A AUSÊNCIA DE CRITÉRIOS NA UTILIZAÇÃO DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE PELO EXECUTIVO E AS CONSEQUÊNCIAS COMPORTAMENTAIS EM MEIO A ATUAL PANDEMIA

Thiago Alves Feio¹
Enaily de Queiroz Costa
Raquel Pellini Prevelatto Barbosa

Resumo

INTRODUÇÃO: O princípio da publicidade, previsto no artigo 37, parágrafo 1º da Constituição Federal

(CF) é determinado como a divulgação, de atos, serviços, obras e outras ações exercidas pela administração pública, devendo ser de caráter educativo, informativo ou de orientação social, de forma a não caracterizar a promoção pessoal de agentes públicos. Além disso, tal princípio efetiva o direito fundamental à informação, presente no artigo 5º, XXXIII, CF, influenciando na transparência governamental (MARINELA,2020, p. 96-100).

Não obstante, diante do contexto atual de pandemia, objetivada pelo coronavírus, constata-se a inadequação dos atos do Poder Executivo, no que tange a publicação de informações para a população, evidenciada no uso de redes sociais privadas em detrimento de redes oficiais, promoção da imagem pessoal, partidarismo político além de veiculação de informações sem as devidas bases científicas. Pois, como expõe Carvalho Filho (2016, p. 26-27), os atos administrativos merecem ampla divulgação para propiciar aos administrados a possibilidade de controle de legitimidade e conduta daqueles, e apenas com a devida transparência esse controle se efetivará.

Assim, o administrador tem o dever do fornecimento de informações acerca de seus atos e para tanto deve utilizar o meio ou meios de comunicação que abranjam a maior parte da

¹ Orientador(a) do trabalho/resumo científico

população, entretanto, de acordo com Rafael Oliveira (2020, p. 107) é preciso obedecer aos critérios estabelecidos na Constituição Federal (Art. 5º, XXXIII) e nas legislações infraconstitucionais, tal como a Lei 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação – LAI). Bem como, segundo Di Pietro (2020, p.231), o dado princípio exige a ampla divulgação dos atos praticados pela administração pública, salvo os casos expressos na legislação.

PROBLEMA DE PESQUISA: Em que medida o princípio administrativo da publicidade, quando utilizado de forma

inadequada pelo Poder Executivo, pode dificultar o enfrentamento da pandemia do COVID-19?

OBJETIVO: Desenvolver uma análise acerca dos atos de publicidade do Poder Executivo e o não

cumprimento aos critérios estabelecidos na Constituição e em legislações infraconstitucionais, diante da pandemia do COVID-19, e seus impactos na sociedade.

MÉTODO: A presente pesquisa possui caráter teórico, adota-se por metodologia a revisão bibliográfica, a qual compreende a utilização de livros, artigos e pesquisas nacionais. O método

empregado foi o hipotético-dedutivo, empreendendo pesquisa exploratória da doutrina especializada.

RESULTADOS ALCANÇADOS: Da pesquisa realizada, foi possível constatar que a inadequação dos atos do Poder

Executivo diante do princípio da publicidade no contexto da pandemia do Covid-19, apresenta incoerência e ausência de alinhamento informacional entre os agentes públicos, propiciando a

circulação de informações equivocadas, sem comprovação científica, indo em uma via contrária

à do princípio, que seria de informar, educar e orientar a sociedade. Uma vez que, estas publicações devem ser verazes, suficientes e de fácil compreensão (DIAS, 2013, p.1-2).

Para tanto, o caráter impessoal é imprescindível para a publicidade, podendo o poder público utilizar os mais variados meios de comunicação e de linguagem para tal, devendo a linguagem acessível tem o fim de atingir uma maior parcela da população, contudo deve ser verdadeira. Diante disso, a utilização de atos e fatos para promoção pessoal é vedada pela constituição muito embora seja prática comumente observada e tal atitude fere ainda outros princípios, como impessoalidade e moralidade (CARVALHO FILHO, 2016, p.30).

Ademais, o caráter informativo da publicidade apresenta uma outra vertente, influenciadora de opinião e comportamento, o que infere mais uma vez a necessidade da veracidade e impessoalidade do que é divulgado. Porquanto, em conformidade com Wladimir Dias (2013, p.10), as mensagens devem conter apenas informações de caráter educativo sendo antijurídico o induzimento a determinada ação, salvo, em situações de desastres naturais e epidemias.

Nesse sentido, atualmente, é comprovada a ineficácia e soma-se a possibilidade de efeitos colaterais sem a devida indicação dos medicamentos Cloroquina e Hidroxicloroquina e seu uso para tratamento da Covid já foi revogado pela Food and Drug Administration, Organização Mundial da Saúde e a Associação de Infectologia Brasileira (BBC NEWS, 2021).

Todavia, segundo dados do Caderno de Saúde Pública nº 37 de 22 de fevereiro de 2021, o uso, amplamente divulgado e incentivado pelo Poder Executivo e órgãos ministeriais, de tais medicamentos, trouxe consequências diversas. Em uma pesquisa do Conselho Federal de Farmácia (CFF) comparou-se a venda de Hidroxicloroquina, de janeiro a março de 2019, com as de 2020, mostrando um aumento de 67,93% nas vendas no período, em consequência observou-se a escassez do medicamento nas farmácias prejudicando o tratamento de indivíduos com doenças que dependem do medicamento.

Além disso, diante de Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental, com pedido de medida cautelar, ajuizada em face de sequência de atos do Poder Executivo Federal do Distrito Federal que alteraram a metodologia utilizada para registrar a publicidade dos dados da Covid-19, de forma a evidenciar apenas os casos e óbitos diários e não, também, sua totalidade, aduzindo que tal conduta veria a ofender o princípio da publicidade como também influenciar no comportamento social no que tange a isolamento social. Houve deferimento de tal, reconhecendo a ofensa constitucional e determinando que o governo se abstenha desta nova metodologia de contabilidade dos casos e óbitos e retoma-se, de caráter imediato, a anterior. (STF - ADPF: 690 DF 0095004-77.2020.1.00.0000, Relator: ALEXANDRE DE MORAES, Data de Julgamento: 04/09/2020, Data de Publicação: 08/09/2020).

Portanto, diante da inadequação de parâmetros executórios, como aduz Eneida Salgado (2017, p. 9) há uma desordem no entendimento da publicidade, tendo invés de um dever de

transparência, um mecanismo de persuasão para promoção pessoal ou de seu grupo político, ferindo também o princípio da impessoalidade e a finalidade dos atos do Poder Público. Bem como a divulgação em massa de informações incoerentes e infundadas atingindo diretamente o

comportamento social observamos o uso equivocado do princípio da publicidade visto que sua

repercussão no comportamento social pode vir a ser prejudicial à sociedade. Consoante com

Lucia Lopes (2008, p. 44 – 51) o direito à informação e a verdade são inerentes ao princípio da

publicidade e, ao dissimular e ocultar, o poder público retira do povo sua capacidade de

estabelecer insatisfações, mudanças em sua postura passiva e formação de opinião pública.

Palavras-chave: Princípio da publicidade, Covid-19, Comportamento social

Referências

BIERNATH, André. Tratamento precoce / 'Kit covid é kit ilusão': os dados que apontam riscos e falta de eficácia do suposto tratamento. BBC News: São Paulo, 27 de jan. de 2021.

Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55775106>. Acesso em: 02 de mar. de 2021.

BRASIL, Supremo Tribunal Federal. Atos de agentes públicos durante a pandemia devem observar critérios técnicos e científicos. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=443888&ori=>. Acesso em: 27 de mar. de 2021.

BRASIL, Supremo Tribunal Federal. Medida cautelar da arguição de descumprimento de preceito fundamental; ADPF 0095004-77.2020.2.00.0000 DF. Relator: Ministro Alexandre

de Moraes. DJ: 04/09/2020. JusBrasil, 2020. Disponível em:

<https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/923721106/medida-cautelar-na-arguicao-de-descumprimento-de-preceito-fundamental-adpf-690-df-0095004-7720201000000>. Acesso em:

27 de mar. de 2021.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo / José dos Santos Carvalho Filho. - 30. ed. rev., atual. e ampl. - São Paulo: Atlas, 2016.

Conselho Federal de Farmácia. Levantamento mostra como o medo da Covid-19 impactou venda de medicamentos. Disponível em: <https://www.cff.org.br/noticia.php?id=5747>.

Acesso em: 02 de mar. 2021.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella Di Pietro. Direito Administrativo / Maria Sylvia Zanella Di Pietro. – 33. Ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020.

DIAS, Wladimir Rodrigues. Princípio da publicidade e a comunicação estatal. Researchgate, 2013. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/311921683_Principio_da_publicidade_e_comunicacao_estatal. Acesso em: 21 de fev. de 2021.

LOPES, Lúcia Ferreira. O Princípio da Publicidade. In: LOPES, Lúcia Ferreira. Democracia, princípio da publicidade e sistema de poder. 2008. Dissertação (Mestrado em Direito) -

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008, p. 44-51. Disponível em:

<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/8360/1/Lucia%20Ferreira%20Lopes.pdf>. Acesso em

26 de mar. de 2021.

MARINELA, Fernanda. Direito administrativo / Fernanda Marinela. – 12. ed. – São

Paulo: Saraiva Educação, 2020. 1. Direito administrativo 2. Direito administrativo –

Concursos – Brasil I. Título.

OLIVEIRA, Rafael Carvalho Rezende. Curso de direito administrativo / Rafael Carvalho

Rezende Oliveira. – 8. ed. – Rio de Janeiro: Método, 2020.

SALGADO, Eneida Desiree. Princípio da Publicidade. Enciclopédia jurídica da PUC-SP.

Tomo II: Direito Administrativo e Constitucional - São Paulo: Pontifícia Universidade

Católica de São Paulo, abr. de 2017, p. 9. ISBN 978-85-60453-37-5 online. Disponível em:

https://enciclopediajuridica.pucsp.br/pdfs/principio-da-publicidade_58edc831867a7.pdf. Acesso em: 27 de mar. de 2021.