



Transparência: a ausência de lucidez na sociedade do espetáculo

Ethel Shiraishi Pereira¹

Resumo: Para ser transparente no mundo corporativo, uma organização deve disponibilizar informações de interesse público de forma clara, completa e confiável. Programas de governança corporativa utilizam o princípio da transparência como uma de suas diretrizes básicas. Já no campo governamental, uma série de mecanismos de controles institucionais e portais foram estruturados para atender as exigências da Lei de Acesso à Informação (Lei Nº 12.527/11). Em tempos de crise de imagem e de credibilidade das classes política e empresarial, compreender o conceito de transparência e sua utilização em Relações Públicas torna-se o objetivo deste artigo, uma vez que o termo tem sido amplamente utilizado como atributo positivo dos políticos e das organizações.

Palavras-chave: Relações Públicas. Transparência. Sociedade do Espetáculo.

¹ Relações Públicas, Pós-Graduada em Administração e Organização de Eventos pelo SENAC, Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero. Iniciou sua carreira no setor automobilístico e, desde então, presta serviços para importantes empresas e entidades de classe. Atualmente é professora de Relações Públicas e membro do Grupo de Pesquisa no CNPQ Comunicação na Sociedade do Espetáculo da Cásper Líbero. Também atua como docente do MBA e Aperfeiçoamento em Eventos e Gastronomia e do Curso de Pós-graduação em Comunicação Corporativa da Universidade Anhembi Morumbi e do Curso de Marketing Político e Propaganda Eleitoral da ECA-USP.