

Nota Recomendatória Atricon nº 03/2023

Recomendação aos Tribunais de Contas brasileiros para que, desenvolvendo ações voltadas ao fortalecimento da legitimidade das instituições de controle externo perante a sociedade, adotem Diretrizes de Comunicação, a fim de ampliar o acesso da sociedade a serviços públicos e a informações capazes de estimular o exercício da cidadania.

A ASSOCIAÇÃO DOS MEMBROS DOS TRIBUNAIS DE CONTAS DO BRASIL – ATRICON,

CONSIDERANDO um dos objetivos da entidade, definido no artigo 2º, inciso III, de seu Estatuto, referente ao desenvolvimento de atividades de caráter técnico, pedagógico, científico e cultural voltadas ao aprimoramento do Sistema Tribunais de Contas do Brasil e de seus Membros;

CONSIDERANDO os resultados apresentados pelo Grupo de Trabalho de Comunicação da Atricon, bem como os debates gerados durante o I Congresso Nacional de Comunicação dos Tribunais de Contas, realizado nos dias 14 e 15 de fevereiro, em Florianópolis-SC;

CONSIDERANDO que a comunicação pública, essencial para se garantir o exercício da cidadania e o consequente fortalecimento do regime democrático, passa por constantes transformações, e que é por meio dela que as instituições se relacionam com a sociedade, seja informando sobre diferentes ações e serviços ou criando canais de escuta e de diálogo constante com a população;

CONSIDERANDO que a oferta de informações qualificadas incentiva e subsidia o debate e a participação cidadã na formulação e na implementação das políticas públicas, bem como que a comunicação está intimamente ligada à promoção e à defesa dos direitos individuais e coletivos;

CONSIDERANDO que a Organização das Nações Unidas reconhece a comunicação como direito humano desde a 19ª Conferência Geral de Nairóbi (Quênia, 1976);

CONSIDERANDO o inciso XXXIII do artigo 5º da Constituição da República, que prevê que todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

CONSIDERANDO os princípios constitucionais aplicáveis à Administração Pública, em especial a publicidade, traduzida na efetiva transparência, com desdobramentos notadamente previstos em normas como as Leis de Acesso à Informação (Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011); de Responsabilidade Fiscal (Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000) e de Defesa dos Usuários dos Serviços Públicos (Lei nº 13.460, de 26 de junho de 2017);

CONSIDERANDO que os Tribunais de Contas cumprem um papel substantivo na concretização dos direitos fundamentais contemplados na Constituição;

CONSIDERANDO os Princípios da Comunicação Pública definidos pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública);

CONSIDERANDO que as assessorias de comunicação têm importante função de planejar e executar estratégias e ações voltadas tanto ao fortalecimento da legitimidade das instituições de controle externo perante a sociedade, quanto à ampliação do acesso da sociedade a informações capazes de facilitar o exercício da cidadania e o acesso aos serviços públicos;

CONSIDERANDO que os processos dialógicos estabelecidos pelos Tribunais de Contas com os seus públicos precisam estar, cada vez mais, alinhados com os princípios e valores democráticos, e que o enfrentamento aos discursos de ódio e às *fake news* também deve estar presente nas rotinas das instituições, nos seus posicionamentos e também na esfera da fiscalização;

CONSIDERANDO a crescente exigência da sociedade por informações abrangentes, didáticas, capazes de facilitar o conhecimento e o acesso dos cidadãos aos serviços públicos;

RECOMENDA aos Tribunais de Contas brasileiros que:

1. Adotem, no que couber, os 12 princípios definidos pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública). São eles:

1.1. Garantir o acesso amplo à informação - A Comunicação Pública pressupõe uso de meios plurais e linguagem simples, que garantam pleno acesso e compreensão da informação aos diferentes estratos da sociedade;

1.2. Fomentar o diálogo - A Comunicação Pública trata informação e diálogo como direitos individuais e patrimônio social, bases para o exercício da cidadania. Cria espaços para interlocução multidirecional e estimula uma cidadania ativa, informada e participativa;

1.3. Estimular a participação - A Comunicação Pública incentiva o debate e a participação ativa do cidadão na formulação e na implantação das políticas públicas. Ao tratar as pessoas como cidadãos, e não como massa, ou apenas públicos, usuários, eleitores ou clientes, qualifica os processos de comunicação relacionados aos serviços públicos e estimula o envolvimento na prestação de contas e demonstração de resultados por entes públicos;

1.4. Promover os direitos e a democracia - A Comunicação Pública promove os direitos humanos, constitucionais e sociais, a democracia, o diálogo, a justiça, a equidade, a solidariedade, a diversidade, a busca do consenso e o exercício da cidadania;

1.5. Combater a desinformação - A Comunicação Pública deve combater a desinformação, garantindo a transparência, a oferta de dados precisos, a rapidez na checagem de fatos e a disseminação de correções e informações verificadas;

1.6. Ouvir a sociedade - Comunicadores públicos atuam como ouvidores da sociedade, ajudando as instituições a compreender e atender os interesses e anseios

de diferentes públicos. Os profissionais de comunicação devem ser permanentemente capacitados para contribuir, de maneira qualificada, ao aprimoramento do atendimento da população;

1.7. Focar no cidadão - A Comunicação Pública adota foco e perspectiva do cidadão. Viabiliza o atendimento às demandas, aos anseios e aos interesses do cidadão, adaptando as informações ao nível de conhecimento, às condições e às possibilidades de cada pessoa envolvida;

1.8. Ser inclusiva e plural - A Comunicação do serviço público deve produzir conteúdo adaptado e acessível. Deve abrir espaço à diversidade de pensamento, garantir a representatividade e o uso de linguagem inclusiva;

1.9. Tratar a comunicação como política de Estado - Comunicação Pública é dever e responsabilidade do Estado e colabora ativamente para o cumprimento dos princípios constitucionais da publicidade e da transparência. O Estado tem obrigação de explicar, traduzir, orientar, prestar contas sobre o valor de cada ação pública e garantir a qualidade da interlocução e do acesso do cidadão às informações de seu interesse;

1.10. Garantir a impessoalidade - A Comunicação Pública não se submete a interesses particulares, eleitorais e de promoção pessoal;

1.11. Pautar-se pela ética - A Comunicação Pública tem como pressuposto que verdade e ética são responsabilidades de todos os governos, comunicadores, dirigentes e atores públicos;

1.12. Atuar com eficácia - A Comunicação Pública busca eficácia comunicativa. Deve zelar pela utilidade e relevância dos conteúdos veiculados e pela otimização dos recursos empregados. Gastos relativos à publicidade da Administração Pública devem ser transparentes, baseados em princípios técnicos e canalizados para a diversidade de mídias e públicos, sem favorecimentos ou distorções. Devem ainda contar com indicadores de eficácia que possibilitem seu aperfeiçoamento e o acompanhamento pela sociedade.

2. Implementem as seguintes Diretrizes gerais no âmbito da sua alta administração:

2.1. Adotar uma política de comunicação social específica voltada a contemplar o planejamento estratégico institucional.

2.2. Viabilizar a aprovação e regulamentação dos planos de comunicação de modo a garantir a continuidade das ações planejadas.

2.3. Viabilizar a aprovação e regulamentação de Manual de Conduta Ética nas redes sociais e demais canais de comunicação institucionais.

2.4 Criar instâncias de participação da área de comunicação social na tomada de decisões estratégicas.

2.5. Criar instâncias de participação de profissionais de comunicação para auxiliar na construção de manuais de auditoria visando à fiscalização das ações dos órgãos públicos na área.

2.6. Avaliar, sempre que possível, as ações de comunicação promovidas com recursos públicos (publicidade, jornalismo público e publicações nas redes sociais) pela perspectiva da legalidade, publicidade, impessoalidade e eficiência.

2.7. Dedicar especial atenção à fiscalização do uso de recursos públicos que acabam por financiar, via publicidade, portais, plataformas e veículos de comunicação onde se promova a difusão recorrente de desinformação.

2.8. Incentivar os jurisdicionados para que promovam detalhada transparência na internet, em sítio único e de fácil acesso aos cidadãos, de todos os gastos com publicidade e propaganda, contando com informações relativas a todos órgãos públicos contratantes, incluindo empresas estatais, com a segregação da informação em nível de fornecedores e valores pagos mensalmente, mencionados nominalmente todos os sites, blogs, portais e congêneres que recebam monetização com recursos públicos, seja diretamente ou por meio de empresa interposta, conforme trata acórdão do Tribunal de Contas da União.

2.9. Disponibilizar estruturas físicas e de pessoal suficientes e adequadas para o pleno funcionamento das atividades da unidade de comunicação social e a garantia de suas atribuições.

2.10. Estruturar a unidade de comunicação social de modo a atender o conceito de comunicação integrada, contemplando também a gestão de redes sociais.

2.11. Dotar a unidade de instrumentos, equipamentos, hardwares e programas computacionais necessários e apropriados para pleno exercício das atividades.

2.12. Criar fluxos para viabilizar o acesso da área de comunicação social às mais diferentes ações da instituição.

2.13. Oportunizar qualificações e treinamentos aos profissionais da área de comunicação social.

3. Adotem as seguintes Diretrizes gerais no âmbito das suas assessorias de comunicação social:

3.1. Alinhar as ações à política de comunicação institucional adotada pelo órgão de controle.

3.2. Elaborar planos de comunicação e estimular a regulamentação interna desses documentos de modo a garantir a continuidade das ações de comunicação.

3.3. Elaborar e adotar Manual de Conduta Ética nas redes sociais e demais canais de comunicação institucionais.

3.4. Adotar padrões de discurso textual que possam apresentar as informações de maneira didática e objetiva, livres de opiniões e embasadas legalmente.

3.5. Divulgar as decisões dos órgãos de controle de forma clara e detalhada, com o maior número de elementos comprobatórios possíveis, zelando sempre pela proteção da informação sigilosa, em consonância com a Lei de Acesso à Informação e a Lei Geral de Proteção de Dados.

3.6. Adotar discursos e linguagens de acordo com o público a ser atingido e o canal de comunicação definido para divulgar as informações.



3.7. Incentivar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos, procurando dar unidade e coesão de acordo com o canal de comunicação adotado.

3.8. Desenvolver políticas de relacionamento para os diferentes canais de comunicação.

Brasília, 22 de maio de 2023.

Conselheiro Cezar Miola,
Presidente.