

# OS 12 PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Lançados oficialmente no I Congresso Brasileiro de Comunicação Pública, Cidadania e Informação, realizado entre 18 e 20 de outubro de 2021, os 12 Princípios da Comunicação Pública foram formulados com a participação dos associados da ABCPública e em consulta pública.

# OS 12 PRINCÍPIOS



1. Garantir o acesso amplo à informação



2. Fomentar o diálogo



3. Estimular a participação



4. Promover os direitos e a democracia



5. Combater a desinformação



6. Ouvir a sociedade



7. Focar no cidadão



8. Ser inclusiva e plural



9. Tratar a comunicação como política de Estado



10. Garantir a impessoalidade



11. Pautar-se pela ética



12. Atuar com eficácia



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 pelos diferentes estratos da sociedade.



# 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.



# 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.



# 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.



# 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.



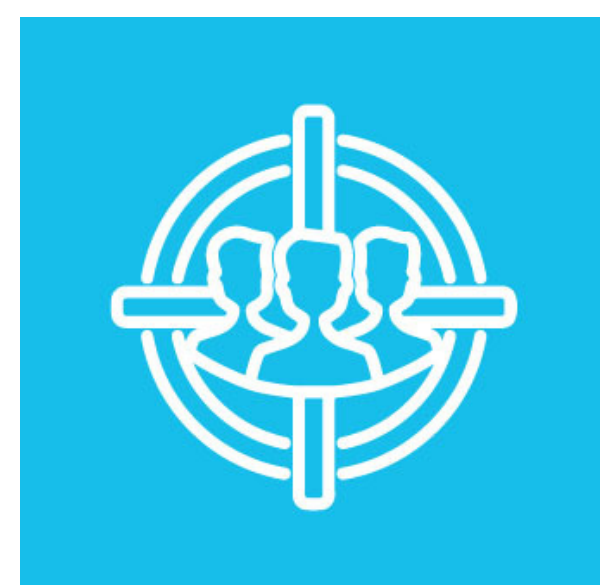


# 6

## **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.



# 7

## **FOCAR NO CIDADÃO**

A Comunicação Pública adota foco e perspectiva do cidadão. Viabiliza o atendimento às demandas, anseios e interesses do cidadão, adaptando as informações ao nível de conhecimento, às condições e às possibilidades de cada pessoa envolvida.



**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.



# 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.



**10**

# **GARANTIR A IMPESSOALIDADE**

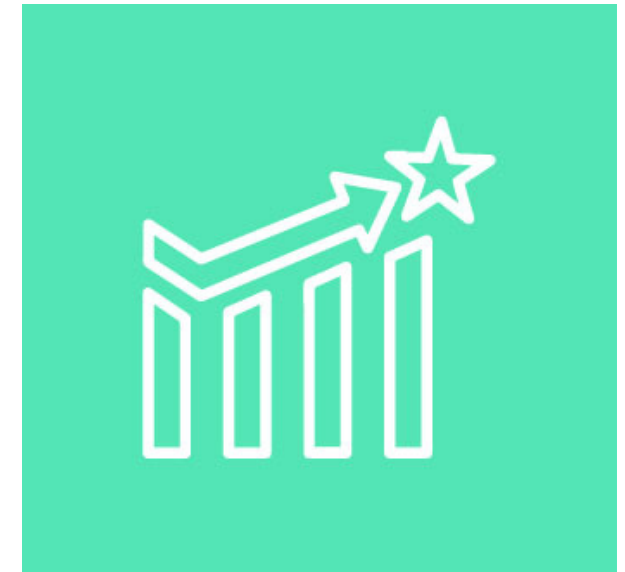
A Comunicação Pública não se submete a interesses particulares, eleitorais e de promoção pessoal.



# 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.



# 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.

# COMPARTILHE OS 12 PRINCÍPIOS!

CONFIRA TAMBÉM O NOSSO  
GUIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA