



Associação Brasileira de  
Comunicação Pública

# **DIRETRIZES PARA A COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL**

Fevereiro de 2025

A gestão da comunicação digital possui o potencial de impactar significativamente a qualidade do debate público e o equilíbrio de um Estado democrático. A regulamentação das redes sociais é indispensável para assegurar maior segurança e transparência no fluxo das informações, além da devida responsabilização por conteúdos fraudulentos e lesivos aos interesses coletivos.

A informação ao cidadão deve ser tratada como um pilar essencial, garantindo transparência, acessibilidade e um diálogo construtivo na sociedade. Ao mesmo tempo, o direito à liberdade de expressão deve ser protegido, mas sem se tornar um pretexto para a disseminação de desinformação ou a degradação do espaço público.

Ao garantir uma comunicação pública de qualidade, responsável e ética, as instituições governamentais fortalecem a democracia, assegurando que a informação seja acessível, confiável e guiada por princípios que equilibram os direitos dos cidadãos e o interesse coletivo.

Nesse contexto, a Associação Brasileira de Comunicação Pública apresenta 10 diretrizes que visam orientar o uso responsável da comunicação digital por instituições públicas. O objetivo é fortalecer um ambiente comunicacional ético, inclusivo e comprometido com a verdade factual e os valores democráticos. Isso inclui a luta contra a desinformação e a promoção da qualidade da informação, bem como do debate público, visando aumentar a confiança da sociedade nas informações públicas.




## 1 - Construir presença digital

A atuação digital das instituições públicas deve ser planejada e ativa nos canais mais relevantes para seus públicos e missão, considerando a relação custo-benefício, os recursos disponíveis e a efetividade de cada plataforma. A presença digital deve ampliar e qualificar o acesso à informação confiável, fortalecendo o combate à desinformação e promovendo o engajamento social.



## 2 - Planejar



Toda ação de comunicação digital deve partir de um diagnóstico e seguir uma estratégia definida. O conteúdo veiculado nos canais oficiais deve estar alinhado à missão, às diretrizes e às prioridades institucionais, prevendo mecanismos para qualificar a informação de interesse público, identificar, prevenir e responder à disseminação de fake news.



## 3 - Promover a confiança e a transparência

A credibilidade da comunicação pública no âmbito digital depende da disponibilização e disseminação de informações verdadeiras, acessíveis, verificáveis e de interesse público. As publicações devem se basear em fontes oficiais e científicas, adotar Linguagem Simples, garantir acessibilidade e respeitar os princípios da Administração Pública, assegurando impessoalidade, legalidade e eficácia. O emprego de recursos de humanização, de conexão e de interação não deve se confundir com o uso de conteúdos personalistas, promocionais ou imprecisos, que comprometem a confiança da sociedade.

## 4 - Educar

As entidades públicas devem desenvolver e divulgar conteúdos educativos sobre desinformação, ensinando os cidadãos a reconhecer, evitar e reportar informações falsas. Campanhas de conscientização devem reforçar a importância da checagem de fatos e do consumo crítico de informação.



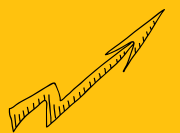
## 5 - Compreender o funcionamento das plataformas e ouvir os públicos

Cada rede social e canal digital possui características próprias e atinge diferentes segmentos da população. Compreender suas dinâmicas, funcionalidades e ferramentas, assim como os perfis e as necessidades dos respectivos públicos, é essencial para garantir uma comunicação eficaz, acessível e adaptada às realidades locais, aumentando a disseminação de informações confiáveis e relevantes.



## 6 - Considerar o patrocínio de conteúdos

A destinação de orçamento para o impulsionamento de conteúdos deve ser avaliada com base fundamentada no interesse público. O patrocínio nas plataformas digitais aumenta a capilaridade das mensagens institucionais, alcançando públicos que não seguem organicamente os canais oficiais.




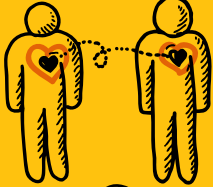



## 7 - Atuar com colaboração institucional

Órgãos públicos com missões e públicos semelhantes devem integrar esforços e compartilhar conteúdos para potencializar o combate à desinformação. Parcerias entre instituições fortalecem a comunicação pública e ampliam a difusão de informações corretas e confiáveis.



## 8 - Responder com agilidade



Comentários e dúvidas dos cidadãos devem ser considerados e respondidos. Acusações infundadas e desinformação devem ser contrapostas com embasamento técnico e de forma respeitosa, considerando que a disponibilização de links para conteúdos oficiais como cartilhas, vídeos e documentos, contribui para um esclarecimento mais eficaz e acessível das informações.

## 9 - Estimular o engajamento

Formatos e linguagens devem priorizar a interação e o engajamento do público, ampliando a disseminação de informações verdadeiras, incentivando a participação popular e utilizando ferramentas que fortaleçam o relacionamento entre governo e sociedade. O uso de criatividade e de recursos multimídia, como vídeos, infográficos e transmissões ao vivo, favorece a retenção e compartilhamento da informação. A comunicação digital deve ser acessível, interativa e colaborativa. Deve considerar a utilização de memes e bordões típicos da internet, quando auxiliarem na transmissão da mensagem e na compreensão dos assuntos. Deve, ainda, valorizar recursos de acessibilidade, como descrições para pessoas cegas.



## 10 - Integrar canais digitais e não digitais

Embora grande parte da população esteja conectada à internet, é essencial combinar estratégias de comunicação digital com ações offline para ampliar o acesso das pessoas em suas próprias condições. A integração de diferentes meios fortalece o esclarecimento público, amplia o alcance de informações confiáveis e assegura uma comunicação mais inclusiva e eficaz.



## DIRETORIA NACIONAL

PRESIDENTE

**Jorge Duarte**

(Embrapa)

VICE-PRESIDENTE DE GESTÃO E PARCERIAS

**Kárita Sena**

(Correios e UFMS)

VICE-PRESIDENTE DE COORDENAÇÃO REGIONAL

**Armando Medeiros de Faria**

(LCM Comunicação)

VICE-PRESIDENTE DE RELAÇÕES LEGISLATIVAS E GOVERNAMENTAIS

**Lincoln Macário**

(Câmara dos Deputados)

VICE-PRESIDENTE DE RELAÇÕES ACADÊMICAS

**Ana Paula Lucena**

(Universidade Federal Rural de Pernambuco)

VICE-PRESIDENTE DE COMUNICAÇÃO

**Lília Gomes Ferreira de Menezes**

(Ministério Público do Trabalho em Minas Gerais)

VICE-PRESIDENTE DE RELAÇÕES COM O ASSOCIADO

**Aline Castro**

(Conselho Nacional de Justiça)

## PRODUÇÃO

**Erica Abe (Presidente do Comitê Digital) e**

**Associados da ABCPública (por meio de consulta pública)**

 [youtube.com/ABCPublica](https://youtube.com/ABCPublica)

 [linkedin.com/company/abcpublica/](https://linkedin.com/company/abcpublica/)

 [instagram.com/abcpublica](https://instagram.com/abcpublica)

 [abcpublica.org.br](https://abcpublica.org.br)