



**RELATORIA:** DSL

**TERMO:** VOTO À DIRETORIA COLEGIADA

**NÚMERO:** VOTO 046/2017

**OBJETO:** MANUAL DE BOAS PRÁTICAS NAS REDES SOCIAIS.

**ORIGEM:** ASCOM

**PROCESSO(S):** 50500.319873/2016-04

**PROPOSIÇÃO PF/ANTT:** PARECER Nº 00676/2017/PF-ANTT/PGF/AGU

**PROPOSIÇÃO DSL:** PELA APROVAÇÃO DO PLEITO.

**ENCAMINHAMENTO:** À VOTAÇÃO – DIRETORIA COLEGIADA

## I - DAS PRELIMINARES

Trata-se de proposta de Deliberação, oriunda da Assessoria de Comunicação Social – ASCOM, para a aprovação e publicação do Manual de Boas Práticas nas Redes Sociais, no âmbito desta Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT.



## II – DOS FATOS E DA ANÁLISE PROCESSUAL

O presente Processo Administrativo originou-se na NOTA TÉCNICA de fls. 2/6, datada em 12 de agosto de 2016, oriunda da ASCOM, que justificou sua proposta nos seguintes termos:

“(…)

*As principais características das redes sociais são a colaboração, a construção coletiva e o rápido intercâmbio de mensagens pela internet. Elas permitem o estabelecimento de conexões entre pessoas, instituições, canais, veículos ou grupos.*

(…)

*Essas novas ferramentas têm como natureza a colaboração. As pessoas inserem conteúdo, não apenas consomem. Mais do que isso, as pessoas comentam o conteúdo das demais, criticam, elogiam e ajudam a espalhar. É o que se chama de Web 3.0.*

*Nesse novo contexto de interação, surgem também novas formas de consumo e relacionamento entre clientes e fornecedores. Não se trata apenas da possibilidade de comprar produtos pela internet, mas sim de fazer avaliações, criticar as organizações, denunciar defeitos e exigir explicações. Alguns sites de mídia social reúnem reclamações ou elogios dos usuários e montam rankings das organizações presentes no país. As pessoas tendem a confiar mais na avaliação de um amigo do que em uma propaganda paga.*

*Algumas organizações observaram que isso pode ser uma via de mão dupla. Ao mesmo tempo em que criticam, os usuários, se satisfeitos, podem se tornar embaixadores da marca e fazer propaganda espontânea, disseminando-a de maneira positiva. Além disso, o retorno do público, seja ele positivo ou negativo, pode apontar a direção que a instituição deve tomar para melhorar seus serviços.*

*Isso exige das corporações uma nova visão de comunicação. Não é mais suficiente fazer uma boa divulgação. É preciso aceitar que a relação agora é horizontal e sem hierarquias. Ao mesmo tempo em que se fala, também é preciso ouvir. Isso gera uma expectativa no cliente, ou seja, ele sempre espera uma resposta. A nova forma de comunicação é o diálogo.*

*A atuação corporativa nessas mídias sociais exigiu da equipe de comunicação da Agência uma avaliação cuidadosa. A estratégia levou em conta os públicos de interesse da ANTT e o objetivo de comunicação.*

*Ainda que, após a avaliação, a equipe de comunicação chegasse à conclusão de que não deveria atuar corporativamente nas redes, a instituição já está presente no ambiente online. As pessoas citam a marca da Agência, criticam, inserem fotos ou vídeos relacionados à instituição. Os próprios servidores e colaboradores estão nessas mídias e, não raramente, levam o seu dia a dia, que inclui o trabalho, para o mundo virtual. Tudo isso pode trazer benefícios e prejuízos.*



(...)

*Visando as oportunidades, a Agência deve incentivar a participação do seu corpo funcional nessas redes a fim de difundir a marca da Agência e propagar sua atuação ao maior número de pessoas possível, ajudando a conscientizar o usuário dos serviços de transporte sob responsabilidade da Agência. No entanto, é essencial que a ANTT preste atenção aos riscos, que podem trazer prejuízos profundos à marca e à reputação da Agência.*

*Para isso, faz-se mister estabelecer um planejamento e um guia de comunicação nessas redes capaz de nortear todas as ações de firma coerente e harmônica. Afinal, a comunicação não é mais um conjunto de atividades fragmentadas, mas um processo integrado que orienta o relacionamento da instituição com todos os seus públicos de interesse.*

*A publicação de manuais e a divisão sistemática das regras são fundamentais para garantir unidade e identidade à comunicação da ANTT em qualquer que seja o canal utilizada. O objetivo é garantir, à comunicação da Agência, eficiência, eficácia, uniformidade, simplicidade, assertividade e, principalmente, preservar a imagem da ANTT perante a sociedade.*

*Foi pensando nisso que a Assessoria de Comunicação Social criou o Manual de Boas Práticas nas Redes Sociais, um guia de como os administradores dos perfis sociais da ANTT e o corpo funcional da agência devem agir quando a marca, a atuação e o trabalho realizado pela ANTT estiverem em discussão nessas redes.*  
(...)." (sic)

Ato contínuo, a Comissão de Ética da ANTT – CEANTT se manifestou nos termos do Despacho nº 001/2016, de 29 de agosto de 2016 (fls. 17), informando que “(...)  
avaliamos que o Manual de Boas Práticas nas Redes Sociais aparece em momento oportuno, e de forma clara e precisa, abarca os princípios éticos presentes no Código de Ética da ANTT, expondo os direitos e obrigações dos servidores e colaboradores em relação a divulgação de informações, além de alertar para as possíveis consequências quanto ao descumprimento das diretrizes apresentadas.”. Por fim, sugeriu que “(...) caso o referido Manual seja aprovado pela Diretoria Colegiada, orientamos que seja realizada a divulgação e fornecida cópia do Manual para todos os servidores da casa, especialmente para os colaboradores terceirizados e estagiários, de modo que este público tenha ciência plena das regras de comunicação institucional.”.

Posteriormente, foi solicitada manifestação do Coordenador do CGSIC que, por meio do Despacho nº 01/2016 CGSIC (fls. 19/21), sugeriu algumas correções e alterações no texto da proposta original.

Uma vez colhidas as sugestões supradestacadas, os autos retornaram à ASCOM para aprimoramento do texto, conforme constou no Despacho de fls. 27, de 17 de fevereiro de 2017, a saber:



“(…)

1. *Quanto à sugestão da Ceantt de distribuir o material impresso a todos os servidores e colaboradores, verificaremos a possibilidade executar a produção por meio do contrato de serviços gráficos. No entanto, caso não seja possível, o material será distribuído a todos por meio digital, além de ficar disponível na intranet da Agência em local de destaque.*

2. *No que diz respeito às sugestões do CGESIC, foram acatadas todas as que propunham algum tipo de correção. Quanto as sugestões de estilo de texto, títulos, etc., foram mantidas as da proposta inicial, uma vez que, apesar de se tratar de um material normativo e orientador, a intenção foi a de se buscar uma linguagem mais leve e simples a fim de garantir que os servidores e colaboradores leiam a totalidade do material.*

3. *Foi incluída no processo a nova versão do material com as devidas correções (fls. 23 a 26).*

(...)” (sic)

Aos 22 de fevereiro de 2017, o presente processo foi distribuído a esta Diretoria DSL, conforme Despacho de fls. 29.

Compulsando os autos, verifiquei que não havia manifestação da Procuradoria Federal junto à ANTT – PF/ANTT e, por isso, encaminhei o pleito àquele órgão de assessoramento jurídico para análise e manifestação, nos termos do Despacho nº 010/2017/DSL/ANTT, de 8 de março de 2017 (fls. 30).

A PF/ANTT, por sua vez, analisou detalhadamente a proposta ora em tela, conforme PARECER N. 00676/2017/PF-ANTT/PGF/AGU (fls. 31/36), do qual destaco o que segue, *in verbis*:

“(…)

9. *A competência da ANTT para regulamentar a matéria encontra-se lastreada no art. 60 da Lei nº 10.233, de 05/06/2001 (Lei de criação da ANTT), e no art. 13 do Decreto nº. 4.130, de 13/02/02 (Regulamento da ANTT), senão vejamos:*

(…)

12. *Ou seja, à ANTT são conferidas competências explícitas e implícitas para editar regras de funcionamento e organização interna, como se verifica dos trechos supracitados, o que inclui, portanto, a matéria ora enfrentada. Por sua vez, a ASCOM, órgão vinculado ao Gabinete do Diretor-Geral (art. 2º, inc. II, “b”) possui atribuições que a legitimam à proposição do presente Manual de boas práticas nas redes sociais. Vale ainda lembrar que a ASCOM da ANTT integra o SISCOM (Sistema de comunicação do poder executivo federal), por força do art. 4º Decreto nº 6.555, de 08/09/08.*

13. *Quanto à forma do ato proposta, qual sejam, um Manual de Boas Práticas, observo que, nos termos do caput do art. 22 da Lei nº 9.784, de 29/01/99, não há*



*forma específica para os atos administrativos senão quando a lei assim o exigir. Ainda, a opção pela espécie “Manual” se revela adequada à veiculação da proposta, pois detalha rotinas e procedimentos internos (não tendo, portanto, o condão de inovar na esfera jurídica), conforme praxe adotada nesta Agência para hipóteses semelhantes.*

14. *O motivo do ato administrativo (aqui entendido como razões de fato ou de direito que embasam a prática do ato), por sua vez, encontra-se igualmente demonstrado nos autos, tendo a Nota Técnica S/N de 12/08/16, da ASCOM, detalhado as justificativas relativas à edição do Manual. A análise das justificativas apresentadas, ressalte-se, integra o juízo exclusivo da Diretoria da Agência, a quem compete, sopesando os aspectos técnicos, de conveniência e oportunidade apresentados, deliberar acerca das normas de organização e de procedimentos da Agência, avaliando se o ato proposto se mostra apto a configurar o mais adequado exercício de suas competências e à consecução do interesse público.*

15. *O objeto do ato administrativo que ora se analisa é a própria mudança que se deseja produzir arcabouço normativo da Agência, sendo lícito e possível. No tocante à finalidade, tem-se que, uma vez demonstrados, por meio da motivação, o interesse público e a aderência dos motivos fáticos e jurídicos à legislação, evidencia-se que o ato está dirigido à consecução de uma finalidade pública. Assim, restam observados os requisitos da competência, forma, objeto, motivo e finalidade para edição do ato.*

(...)

21. *Destarte, cabe à área técnica verificar o alinhamento do Manual com todos os diplomas acima citados, como o Decreto nº 6.555/08, IN SECOM-PR nº 08/2014, NC nº 15/IN01/DSIC/GSIPR, “Manual de orientação para atuação em mídias sociais” da ASCOM/PR, “Cartilha e Redação Web” da SLTI/MPOG, e outros porventura incidentes sobre o tema (cite-se, a título informativo e exemplificativo, a existência do sítio [www.governoeletronico.gov.br](http://www.governoeletronico.gov.br)).*

22. *Com relação ao texto da minuta final apresentada às fls. 23/26, algumas considerações merecem destaque:*

- *Primeiramente, entendo pertinente que seja explicitado a qual público o manual se dirige; relembra-se aqui, como exemplo, a definição do Código de Ética do servidor público civil federal, o qual estabelece que ‘para fins de apuração do comprometimento ético, entende-se por servidor público todo aquele que, por força de lei, contrato ou de qualquer ato jurídico, preste serviços de natureza permanente, temporária ou excepcional, ainda que sem retribuição financeira, desde que ligado direta ou indiretamente a qualquer órgão do poder estatal, como as autarquias, as fundações públicas, as entidades paraestatais, as empresas públicas e as sociedades de economia mista, ou em qualquer setor onde prevaleça o interesse do Estado’ (item XXIV)*
- *Também, questiono se há na Agência a definição de redes sociais; caso exista, seria o caso de fazer-lhe referência; caso não exista, sugere-se a definição da expressão;*



*liberdade de expressão, ou que inove no mundo jurídico para estabelecer deveres e punições.*

27. Ademais, e como também já dito, já existe um extenso “Manual de orientação para atuação em mídias sociais”, da SECOM/PR, que contém nada menos que 113 páginas, e conta inclusive com “Manual interno de conduta em mídias sociais para servidores e colaboradores” (p. 107 e ss). No mesmo sentido do que foi dito no parágrafo anterior, deve-se evitar a repetição desnecessária de preceitos, ou conflitos, ou superposição de informações, em prol dos princípios da razoabilidade, economicidade e eficiência que incidem sobre a administração pública.

(...)

29. Ante o exposto, opino pela possibilidade de edição do Manual de Boas Práticas nas Redes Sociais pretendido, cf. fls. 23/26, com as ressalvas e observações acima, notadamente nos itens 7, 21, 22, 23, 26, 27 e 28.

(...).” (sic)

Por fim, após retorno do processo à ASCOM para ciência dos termos do parecer jurídico de fls. 31/36, bem como para realizar as devidas alterações na proposta de Manual, foi exarado o DESPACHO Nº 008/Ascom/GAB, de 26 de abril de 2017 (fls. 42/42v.), a saber:

“(...)

1. O Manual de Boas Práticas nas Mídias Sociais e todas as ações de comunicação digital da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) são baseados e orientados pelos normativos vigentes citados no item 21 (fl. 33) do parecer acima. Os normativos, principalmente o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais, foram feitos com base em conceitos de comunicação amplamente conhecidos e aplicados pela equipe técnica de comunicação da ANTT.

(...)

3. Apesar de o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais, amplamente citado no parecer da PF-ANTT, ser bastante extenso, grande parte do seu conteúdo trata de questões teóricas de comunicação. Além disso, o Manual Interno de Conduta em Mídias Sociais para Servidores e Colaboradores, parte integrante do Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais, por ser uma orientação para todo o Poder Executivo, não leva em consideração as especificidades da ANTT. Por isso, a Ascom entende que ele não é suficiente para a orientação interna e não substitui o manual objeto deste processo. Inclusive, o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais, em sua página 109, já informa que as instituições têm seus próprios guias e códigos de conduta que devem ser observados ao utilizar as mídias sociais.

4. Por fim, informamos que foram feitos os ajustes sugeridos no Parecer nº 00676/2017/PF-ANTT/PGF/AGU (fls. 31 a 35). No entanto, cabe ressaltar que foram mantidas algumas orientações contidas nos itens 6.1 e 7 (fl. 24), uma vez que era necessário reforçar questões que dizem respeito ao uso da marca e do nome da ANTT.



5. Informamos que foi incluída no processo nova versão do manual com as devidas alterações (fls. 38 a 41)." (sic)

Compulsando os autos, verifico que, de fato, a nova minuta de Manual, juntada pela ASCOM às fls. 38/41v., atendeu as ressalvas destacadas pela Procuradoria Federal junto à ANTT nos autos do PARECER N. 00676/2017/PF-ANTT/PGF/AGU (fls. 31/36) e, por isso, entendo que o pleito está apto à aprovação pela Diretoria Colegiada desta ANTT.

Nesse sentido, fundamentado nas manifestações técnicas e jurídicas que compõe os autos, proponho a aprovação do Manual da ANTT de Boas Práticas nas Redes Sociais, conforme proposto pela ASCOM às fls. 38/41v.

#### IV – DA PROPOSIÇÃO FINAL

Isso posto, acompanhando as manifestações técnicas e jurídicas, VOTO por aprovar o Manual da ANTT de Boas Práticas nas Redes Sociais, conforme proposto pela ASCOM às fls. 38/41v.

Brasília, 05 de maio de 2017.



SÉRGIO DE ASSIS LOBO  
Diretor

À Secretaria Geral, para prosseguimento.

Em, 05 de maio de 2017.

Ass:



FELIPE R. DA CUNHA ANDRADE  
Matrícula 1841376  
CGE IV  
Diretoria Sergio Lobo - DSL