MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

PORTARIA Nº 816, DE 2 DE DEZEMBRO DE 2022

Institui a Política de Comunicação Institucional do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios.

A PROCURADORA-GERAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS, no uso das atribuições conferidas pela Lei Complementar nº 75, de 20 de maio de 1993,

CONSIDERANDO que a informação e a comunicação pública são instrumentos essenciais à democracia, contribuindo para a afirmação de valores éticos e o efetivo exercício da cidadania;

CONSIDERANDO o compromisso do Ministério Público de dar transparência à sua gestão e às suas ações para a sociedade;

CONSIDERANDO os objetivos estratégicos do MPDFT de aprimorar a comunicação institucional e fortalecer e diversificar os fluxos e os canais de atendimento direto ao cidadão;

CONSIDERANDO a necessidade de se estabelecerem princípios e diretrizes para a comunicação institucional do MPDFT;

CONSIDERANDO a necessidade de se estabelecerem diretrizes transparentes de comunicação que atendam às demandas internas e externas do MPDFT;

CONSIDERANDO a necessidade de alinhamento das ações de comunicação, tendo em vista o planejamento estratégico, os objetivos institucionais e a necessidade de fortalecimento da imagem do MPDFT;

CONSIDERANDO que ações de comunicação devem ser articuladas de forma estratégica e institucional com vistas à ampla divulgação das ações deste Ministério Público;

CONSIDERANDO que a unidade nas ações de comunicação é essencial à aproximação com a sociedade e ao fortalecimento da imagem institucional;

CONSIDERANDO as diretrizes gerais e os princípios fixados pela Resolução CSMPDFT nº 198, de 17 de jnho de 2015, a serem observados no relacionamento dos membros do MPDFT, em razão das atribuições do cargo, com os meios de comunicação;

CONSIDERANDO a Recomendação CNMP nº 58, de 5 de julho de 2017, que estabelece a Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público brasileiro;

CONSIDERANDO a Recomendação CNMP n° 1, de 3 de novembro de 2016, que dispõe sobre a liberdade de expressão, a vedação da atividade político-partidária, o uso das redes sociais e do e-mail institucional por parte dos membros do Ministério Público,

RESOLVE:

Art. 1º Instituir a Política de Comunicação Institucional do MPDFT, a fim de regulamentar a comunicação social da Instituição e as ações da Secretaria de Comunicação, nos âmbitos interno e externo, garantindo alinhamento aos princípios da administração pública, ao Regimento Interno do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios e ao Planejamento Estratégico Institucional.

CAPÍTULO I
DO CONCEITO

Art. 2º Para os fins desta Portaria, considera-se comunicação institucional um processo de gerenciamento que integra todas as atividades orientadas para o relacionamento entre a instituição e os seus colaboradores nos ambientes interno e externo.

Parágrafo único. A responsabilidade fundamental é criar e manter fluxos de informação e influência recíproca entre a organização, seus públicos de interesse e a sociedade em geral.

CAPÍTULO II
DOS OBJETIVOS

Art. 3º A comunicação do MPDFT deve perseguir os seguintes objetivos:

I – objetivo geral: criar e manter fluxos de informação e influência recíproca entre o MPDFT e seus diversos públicos de interesse, subsidiando a definição e a implementação das políticas estabelecidas no planejamento estratégico da Instituição, de modo a viabilizar o cumprimento de sua missão;

II – objetivos específicos:

a) no âmbito interno:

1. criar e consolidar fluxos de comunicação que promovam a interação entre Administração Superior, membros, servidores, estagiários, terceirizados e demais colaboradores, estimulando a participação de todos e potencializando a realização pessoal e profissional;

2. conscientizar o público interno, em todos os níveis, para o fato de que a imagem da Instituição se forma, também, a partir das posturas e dos comportamentos individuais, tendo cada integrante a responsabilidade de contribuir para a boa imagem do MPDFT perante a sociedade;

3. internalizar a ideia de que a interação com os públicos de interesse, interno e externo, é vital para o processo de sustentabilidade institucional e que essa interação deve ser balizada pela ética e pelo profissionalismo; e

4. contribuir para a criação de relações íntegras e respeitosas a partir do levantamento da necessidade de todos os envolvidos, com foco no fortalecimento de vínculos, no engajamento e no estímulo a condições propícias à criação e à manutenção de um ambiente organizacional saudável.

b) no âmbito externo:

1. ampliar a interação entre o MPDFT e a rede social do DF, a imprensa, a iniciativa privada e atores dos poderes Judiciário, Executivo e Legislativo, em temas relacionados à comunicação social, por meio de um esforço conjunto de comunicação que fortaleça o exercício da cidadania por parte da população;

2. consolidar a relação do MPDFT com a sociedade, compreendendo as expectativas e as necessidades dela de modo que as prioridades sociais sinalizem as ações de competência da Instituição; e

3. tornar transparente para os distintos públicos de interesse, o papel e a missão constitucional do MPDFT, sua proposta de interação com a sociedade, bem como os benefícios decorrentes do fortalecimento da Instituição para o Distrito Federal e para o país.

c) nos âmbitos interno e externo:

1. contribuir para criar, ampliar ou reforçar, entre os diversos públicos de interesse da instituição, a missão, a visão, os valores e os objetivos do MPDFT; e

2. promover a justiça, atuando com eficiência e transparência, a partir da integração com a sociedade.

CAPÍTULO III
DOS PÚBLICOS DE INTERESSE

Art. 4º Os públicos de interesse do MPDFT podem ser identificados em distintos níveis, compreendendo:

I – sociedade em geral;

II – membros, servidores, estagiários, terceirizados e demais colaboradores do MPDFT;

III – dirigentes e integrantes do Ministério Público, nos âmbitos federal, estadual e distrital;

IV – dirigentes e integrantes do Poder Judiciário, nos âmbitos federal e distrital;

V – representantes e integrantes do Poder Legislativo, nos âmbitos federal e distrital;

VI – dirigentes e integrantes do Poder Executivo, nos âmbitos federal e distrital;

VII – representantes e profissionais da comunidade acadêmico-científica, incluídos os estudantes universitários;

VIII – organizações não governamentais e todo o conjunto de organizações e entidades que integram o chamado Terceiro Setor;

IX – formadores de opinião em geral;

X – profissionais de comunicação;

XI – dirigentes e empresários representantes da iniciativa privada.

CAPÍTULO IV
DOS PRINCÍPIOS E VALORES

Art. 5º A comunicação do MPDFT baseia-se em princípios e valores que, em conjunto, configuram um modelo institucional para o trabalho em comunicação. São eles:

I – impessoalidade;

II – imparcialidade;

III – transparência;

IV – respeito aos direitos fundamentais;

V – visão estratégica;

VI – acessibilidade;

VII – publicidade; e

VIII– criatividade e inovação.

CAPÍTULO V
DAS DIRETRIZES

Art. 6º As ações de comunicação institucional deverão obedecer às seguintes diretrizes:

I – promover o respeito à Constituição Federal, à Lei Orgânica do DF e às demais leis;

II – contribuir para o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade e os demais públicos de interesse;

III – divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição da população de forma sistemática, em linguagem acessível e didática, de maneira a promover e fortalecer a cidadania;

IV – oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação do MPDFT nas esferas judicial e extrajudicial, zelando pela transparência das informações de interesse público, salvo a confidencialidade prevista em texto legal;

V – utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade e os demais públicos de interesse, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;

VI – observar as orientações dos manuais de regulamentação das atividades de comunicação institucional do MPDFT;

VII – divulgar exclusivamente ações vinculadas ao exercício das funções institucionais do MPDFT;

VIII – capacitar membros e servidores para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação institucional;

IX – assegurar meios que permitam o estabelecimento de um clima organizacional saudável por meio de estratégias que preservem as relações e os vínculos e que assegurem a consideração das necessidades de todos os envolvidos no processo;

X – avaliar continuamente seus resultados, com definição de indicadores e realização de pesquisas.

CAPÍTULO VI
DAS ATIVIDADES

Art. 7º A comunicação institucional engloba as seguintes atividades:

I – Assessoria de Imprensa, com as funções de:

a) apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre atividades do MPDFT e divulgá-lo ao público externo;

b) apoiar eventos do MPDFT com divulgação e cobertura jornalística;

b) acompanhar e analisar as notícias da mídia de interesse do MPDFT;

c) orientar membros e servidores quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa;

d) atender demandas de imprensa;

e) agendar e organizar entrevistas individuais e coletivas;

f) assessorar, em temas institucionais, a Instituição e seus membros na prevenção e no gerenciamento de crises de imagem.

II – Registro Fotográfico, com as funções de:

a) realizar registro fotográfico para divulgação institucional;

b) alimentar e manter banco de imagem institucional;

c) coordenar a indexação do banco de imagens com a área de documentação;

d) fornecer imagens da Instituição sempre que necessário.

III – Comunicação Digital, com as funções de:

a) produzir material audiovisual para divulgação institucional;

b) propor, criar, gerir e atualizar portais, páginas e sites, intranets, comunidades internas e mídias sociais;

c) analisar e monitorar a presença do MPDFT nas mídias sociais;

d) produzir conteúdo digital para divulgação;

e) mediar a interação com os internautas nos perfis oficiais do MPDFT nas mídias sociais;

f) produzir vídeos institucionais;

g) transmitir eventos institucionais nas redes sociais.

IV – Comunicação Interna, com as funções de:

a) apurar, produzir, editar e publicar material jornalístico sobre atividades administrativas direcionadas ao público interno;

b) desenvolver materiais de apoio à divulgação interna, como a produção de boletins, newsletters, jornais murais, cartazes e conteúdo para a intranet;

c) promover a divulgação de campanhas para o público interno;

d) realizar a cobertura jornalística de ações e eventos internos;

e) contribuir com a integração e com a promoção da valorização do público interno.

V – Publicidade, com as funções de:

a) coordenar, orientar, propor e elaborar ações e produtos oriundos do planejamento de comunicação, como campanhas de divulgação institucional, conteúdo para divulgação online e offline, design de material gráfico e digital;

b) gerenciar a marca do MPDFT;

c) outras funções relacionadas à área de atuação da comunicação institucional.

CAPÍTULO VII
DOS PROCEDIMENTOS, NORMAS E PROCEDIMENTOS

Art. 8º Submete-se à Política de Comunicação Institucional qualquer iniciativa ou produto de comunicação que objetive divulgar ações e medidas implementadas no exercício das atribuições institucionais do MPDFT, em qualquer suporte de mídia ou veículo, incluindo as mídias sociais e os veículos internos desenvolvidos por integrantes da Instituição ou diretamente pela Secretaria de Comunicação.

Art. 9º A comunicação institucional do MPDFT dar-se-á, sempre que possível, por meio da Área de Comunicação do MPDFT.

§1º Em caso de impossibilidade do disposto do caput, a Administração Superior do MPDFT e/ou a Secom deverão ser cientificadas.

§2º A Área de Comunicação deve ser acionada para o contato com a imprensa visando garantir que as informações institucionais sejam repassadas aos veículos de comunicação com respeito a isonomia, imparcialidade, impessoalidade e unidade do discurso institucional.

Art. 10. Todo veículo ou produto de comunicação e toda campanha institucional deverão ser criados, produzidos, editados e/ou divulgados pela Área de Comunicação do MPDFT.

I – a Administração Superior e a Secom poderão, excepcionalmente, autorizar previamente o desenvolvimento das atividades constantes do art. 10, caput, por unidades não relacionadas à área da comunicação, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a Política de Comunicação Institucional do MPDFT e suas normas complementares;

II – a criação de novos veículos/produtos de comunicação institucional será sempre precedida de estudo/planejamento e análise técnica.

Art. 11. As publicações produzidas e veiculadas pela Secom devem estar relacionadas com as atribuições do MPDFT, de seus membros ou servidores e atender aos interesses da sociedade.

Art. 12. A Secom deve se ater a desenvolver produtos comunicativos e de divulgação (vídeos, cartilhas, notícias, campanhas e produção gráfica) que tenham o MPDFT como responsável pela ação e protagonista da iniciativa.

Art. 13. O MPDFT adotará como identidade visual uma logomarca única, a ser aplicada em todos os produtos de comunicação de divulgação institucional, cujas versões e normas de utilização constam na Portaria PGJ nº 216,de 29 de maio de 2012.

Parágrafo único. A Secom é a gestora da marca do MPDFT.

Art. 14. Publicações institucionais, como livros, cartilhas e relatórios, sobretudo as impressas com recursos do orçamento da Instituição, devem conter expediente completo, que seguirá ordem de precedência definida pelo Cerimonial do MPDFT.

§ 1º A solicitação para materiais impressos deverá ser formalizada pelo demandante, com indicação de número de exemplares e justificativa para impressão do material, e observar os prazos previstos na Portaria PGJ nº 211, de 15 maio de 2012.

§ 2º O uso e a distribuição do material impresso são responsabilidade da unidade demandante.

Art. 15. A produção de materiais de divulgação institucional, a definição de seus leiautes e a escolha da solução de comunicação adequada são de responsabilidade da Área de Comunicação do MPDFT.

Art. 16. A produção de conteúdo jornalístico, a definição dos critérios de noticiabilidade e a escolha do veículo/produto de comunicação adequado à divulgação da mensagem são de responsabilidade da Área de Comunicação.

§ 1º As notícias serão publicadas nos sites da internet e da intranet com prioridade para aquelas que atendam aos critérios de ineditismo, atualidade, oportunidade (quando o assunto está na agenda da mídia) e interesse institucional.

§ 2º A divulgação de assuntos, posicionamentos, fatos e temáticas que sejam sensíveis à Instituição ou que impactem a unidade e o discurso organizacional, a respeitabilidade e a credibilidade do MPDFT deverá ser previamente submetida à avaliação da Administração Superior do MPDFT.

§ 3º Serão remetidas à avaliação da Administração Superior divulgações que suscitem posicionamentos internos conflitantes e divergentes passíveis de divisão e incongruência na percepção do público.

§ 4º Notas oficiais a serem publicadas no site do MPDFT, quando implicam posicionamento ou explicam determinada situação à sociedade, devem passar pela avaliação da Administração Superior do MPDFT.

§ 5º Em caso de nota oficial cuja situação represente o ponto de vista de apenas um membro ou grupo na Instituição, deverá ela ser assinada pelo(s) membro(os) responsável(is) pela emissão.

Art. 17. Cabe à Secom a criação e a gestão dos perfis institucionais nas redes sociais, seguindo as normas estabelecidas na Portaria Normativa PGJ nº 253, de 18 de fevereiro de 2013.

Art 18. Orienta-se que membros e servidores do Ministério Público, ao realizar publicações em seus perfis pessoais nas redes sociais, ajam com reserva, cautela e discrição, para evitar comprometer a imagem do Ministério Público e dos seus órgãos, assim como direitos ou garantias fundamentais do cidadão, conforme Recomendação CNMP n° 1, de 3 de novembro de 2016.

Art 19. As publicações produzidas e veiculadas pela Secom em seus veículos e perfis nas redes sociais devem observar a pluralidade de ideias, viabilizar espaço e contemplar, de forma proporcional, as diversas unidades e áreas de atuação da Instituição.

§ 1º Cabe à Secretaria de Comunicação, seguindo diretrizes da Administração Superior do MPDFT, gerir a veiculação de conteúdo institucional de forma a garantir a proporcionalidade prevista no *caput*.

Art. 20. É incumbência da Secom desenvolver, elaborar e implementar, conforme diretrizes da Administração Superior do MPDFT:

I – planos de comunicação social para gestão de crises; e

II – manuais de comunicação institucional e de relacionamento com a imprensa, detalhando procedimentos e atividades previstas nesta Portaria.

CAPÍTULO VIII
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 21. É responsabilidade de todos que trabalham no MPDFT zelar pela boa imagem da Instituição e cuidar para que os processos de comunicação se realizem conforme os objetivos institucionais.

Art. 22. A Política de Comunicação Institucional de que trata a presente Portaria deverá ser revisada periodicamente.

Art. 23. Compete à Adminstração Superior dirimir as dúvidas suscitadas na aplicação do disposto nesta Portaria, sendo os casos omissos decididos pelo Procurador-Geral de Justiça.

Art. 24. Os manuais e planos de que tratam os arts. 19 e 20 serão aprovados por ato do Procurador-Geral de Justiça.

Art. 25. Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

Dê-se ciência, cumpra-se e publique-se.

FABIANA COSTA OLIVEIRA BARRETO

ANEXO I DA PORTARIA Nº 816 DE 2 DE DEZEMBRO DE 2022

Política Editorial

Da divulgação de eventos

Art. 1º A Área de Comunicação é responsável pela análise da pertinência e/ou conveniência da divulgação de eventos, bem como da necessidade de enviar equipes para cobertura jornalística.

§ 1º A avaliação prevista no caput poderá ser feita em parceria com o órgão demandante e levará em conta prazo hábil para organização do trabalho a ser desenvolvido.

§ 2º O agendamento da cobertura levará em conta a disponibilidade da equipe, tendo em vista o número de eventos pautados, o interesse institucional pelo evento e a relevância da temática.

§ 3º Em caso de eventos concomitantes, será atendido prioritariamente o de maior interesse institucional que ofereça resultados diretos para a sociedade, conforme avaliação das áreas de comunicação, ou, em última instância, o determinado pela Administração Superior após análise.

§ 4º Notícias de eventos que ainda irão acontecer têm prioridade sobre aqueles já divulgados ou realizados, salvo determinação contrária da Admistração Superior.

Art 2º Em caso de eventos sociais não promovidos pelo MPDFT (lançamento de livro de membro ou servidor, recebimento de honrarias, entre outros), a Secom poderá promover a divulgação da ação, mas não promoverá cobertura jornalística e fotográfica no local.

Art 3º Em caso de ações externas em que membros do MPDFT participem como palestrantes, instrutores ou expositores, a Secom poderá promover a divulgação da ação e disponibilizar material institucional já produzido.

Parágrafo único. A cobertura jornalística e fotográfica no local, bem como a produção de novos produtos comunicacionais — como peças gráficas e vídeos — ou a organização da apresentação,

fica a cargo do membro interessado.

Art 4º Em caso de falecimento de membro ou servidor da ativa, a Secom poderá produzir nota interna para informar os integrantes da Casa.

Parágrafo único. Caso o óbito seja de membro ou servidor aposentado, será possível redigir nota interna, desde que haja notificação sobre o falecimento e pedido expresso por parte da Administração Superior ou das associações de membros ou servidores.

Da divulgação de peças processuais

Art 5º Caso haja necessidade e interesse por parte das unidades envolvidas e anuência dos membros responsáveis pelo processo, as áreas de comunicação poderão divulgar peças processuais a imprensa.

Art 6º A divulgação das peças processuais e de outros conteúdos com interesse jornalístico sobre a atuação das promotorias para qualquer órgão de mídia deve ser acompanhada pela Área de Comunicação a fim de que seja analisado o melhor horário e qual a estratégia de maior alcance nos meios de comunicação.

Art 7º Exceto quando tiver natureza sigilosa, a disponibilização da peça processual deverá ser feita, primeiramente ou concomitantemente, no site do MPDFT.

Art 8º Em atenção à Lei Geral de Proteção de Dados, os dados pessoais dos envolvidos na peça processual (endereço, CPF, RG, telefone, nome da mãe, entre outros) devem ser omitidos das peças divulgadas.

Art 9º A responsabilidade pela indicação dos dados que devem ser suprimidos das peças é da unidade que demanda a divulgação, podendo a Secom auxiliar na execução da omissão dos dados sensíveis se formalmente solicitada e se houver motivo que a justifique.

Art. 10. Recomenda-se que a decisão pela concessão de entrevistas, conversas não oficiais ou envio de material a um jornalista ou órgão de imprensa em particular seja informada à Área de Comunicação para viabilizar o monitoramento da repercussão na imprensa, bem como para evitar que determinados veículos sejam privilegiados na cobertura de ações.

Art 11. O agendamento de entrevistas coletivas realizadas em parceria com outros órgãos deve ser feito prioritariamente pela Comunicação do MPDFT sempre que a operação ou o evento for de iniciativa da Instituição, ainda que haja o apoio de outros órgãos.

Parágrafo único. Na situação prevista no caput, é importante priorizar a realização da coletiva em ambiente do MPDFT para garantir o protagonismo da Instituição nas divulgações sobre a ação.

Documento assinado eletronicamente por **FABIANA COSTA OLIVEIRA BARRETO**, **Procuradora-Geral de Justiça**, em 06/12/2022, às 16:11, conforme § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.mpdft.mp.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **0082394** e o código CRC **8059E8E8**.

19.04.4587.0011554/2022-18