

PORTARIA Nº 2.286/2017
DE 26 DE JULHO DE 2017

Institui a Política de Comunicação Institucional do Ministério Público do Estado de Sergipe.

O **PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA**, no uso de suas atribuições que lhe são conferidas pelo art. 35, "I", "e" e "x", da Lei Complementar nº 02, de 12 de novembro de 1990, e

Considerando que o Ministério Público brasileiro instituiu o Fórum Nacional de Gestão, com o objetivo de promover o debate, o estudo, a análise, a discussão, a harmonização, a articulação e a implementação de melhores práticas de gestão para suporte à atividade-fim do Ministério Público brasileiro;

Considerando o teor da Recomendação nº 58, de 07 de julho de 2017, do Conselho Nacional do Ministério Público, publicada no Diário Eletrônico do CNMP nº 135, de 20/07/2017, que "estabelece a política de comunicação social do Ministério Público brasileiro";

Considerando a necessidade da Procuradoria-Geral de Justiça estabelecer os princípios e as diretrizes da política de comunicação institucional do Ministério Público de Sergipe;

Considerando que constitui compromisso da Procuradoria-Geral de Justiça em garantir perante a sociedade a transparência da gestão e das ações desenvolvidas pelo Ministério Público, no exercício de suas funções institucionais; e

Considerando que a informação e a comunicação pública são instrumentos essenciais à sociedade democrática, contribuindo para a afirmação dos valores éticos e o efetivo exercício da cidadania;

Considerando os processos comunicacionais como vias de abertura do Ministério Público à sociedade e como essenciais na promoção de transparência e participação;



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

RESOLVE:

Art. 1º Instituir, no âmbito do Ministério Público do Estado de Sergipe, a Política de Comunicação Institucional, a fim de regulamentar a comunicação social da instituição e garantir o seu alinhamento aos princípios constitucionais da Administração Pública e ao Planejamento Estratégico Institucional.

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 2º A comunicação social do Ministério Público orienta-se pelos seguintes princípios:

- I – impessoalidade;
- II – publicidade;
- III – transparência;
- IV – economicidade;
- V – respeito aos direitos fundamentais;
- VI – verdade;
- VII – unidade;
- VIII – visão estratégica;
- IX – sustentabilidade;
- X – acessibilidade;
- XI – simplicidade;
- XII – integração;
- XIII – diversidade regional.



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

Parágrafo único. A comunicação social tem o dever constitucional de promover a transparência e de garantir o direito coletivo à informação. Essa visão deve orientar as escolhas estratégicas e operacionais da instituição.

Art. 3º As ações de comunicação social deverão obedecer às seguintes diretrizes:

- I – promover o respeito à Constituição Federal e às leis;
- II – contribuir para o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade;
- III – divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição do cidadão de forma sistemática, em linguagem acessível e didática;
- IV – oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação do Ministério Público nas esferas judicial e extrajudicial;
- V – utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;
- VI – observar as orientações do Manual de Identidade Visual;
- VII – divulgar as ações vinculadas ao exercício das funções institucionais do Ministério Público;
- VIII – capacitar Membros e Servidores para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação social;
- IX – avaliar continuamente seus resultados, com definição de indicadores e realização de pesquisas.

Art. 4º Qualquer veículo de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, deverá ser criado, produzido, editado, distribuído e/ou divulgado pelo setor do Núcleo de Comunicação do Ministério Público, a fim de manter a unidade e o caráter impessoal.



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

Parágrafo único. Para os fins deste artigo, comunicação institucional deve ser entendida como o conjunto de procedimentos e práticas, adotadas no âmbito da atividade de gestão, destinadas a divulgar os valores, objetivos, a missão e as ações desenvolvidas pelo Ministério Público com o propósito de construir sua imagem junto à sociedade.

Art. 5º É responsabilidade de todos que trabalham no Ministério Público zelar pela boa imagem da Instituição e cuidar para que os processos de comunicação social se realizem adequadamente aos objetivos institucionais.

Art.6º As ações de publicidade do Ministério Público serão definidas de acordo com os princípios e as diretrizes constantes desta Política de Comunicação Social e deverão ser desenvolvidas a partir de um planejamento estadual para a Comunicação Social.

§ 1º Todas as peças das ações de publicidade devem prezar pela diversidade na escolha dos modelos.

§ 2º As fontes e imagens utilizadas nas ações de publicidade devem ser previamente autorizadas, salvo aquelas que não permitirem a identificação de pessoas.

Art. 7º O Ministério Público deve estabelecer canais de comunicação que estimulem o debate e a participação de cidadãos e de integrantes da instituição.

Art. 8º A divulgação de informações ao cidadão será completa, precisa, acessível e de qualidade, respeitadas as especificidades dos diferentes públicos, os direitos fundamentais e as questões de acessibilidade para pessoas com deficiência, ressalvado o sigilo legal.

Art. 9º A comunicação, no âmbito do Ministério Público, é uma atividade institucional e deve ser orientada por critérios profissionais, como parte integrante das atividades ministeriais tanto no campo finalístico quanto na gestão, de responsabilidade de todos os seus integrantes.

Art. 10. Todos os instrumentos de comunicação criados no âmbito da instituição devem ter tratamento institucional, evitando o personalismo.

Art. 11. As mídias digitais atuam com a mesma importância que as demais mídias e devem ser regidas pelos mesmos princípios.



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

Art. 12. Os Membros e Servidores devem orientar-se pela política de comunicação ao tratarem de assuntos de sua atribuição, considerando as diretrizes de conveniência, meios e formas de divulgação.

Parágrafo único. Os Membros e Servidores, ao utilizarem-se das mídias sociais, devem estar atentos ao postar informações relacionadas à atuação do órgão, principalmente as de caráter sigiloso, que envolvam segurança ou interesse público. As postagens realizadas em contas pessoais são de responsabilidade dos usuários proprietários das contas.

Art. 13. Cabe ao Núcleo de Comunicação o atendimento a jornalistas, independentemente do veículo ao qual pertença, e deverá ser realizado com prontidão pela instituição.

Art. 14. A escolha dos veículos de comunicação institucionais deve ser orientada pelo interesse público.

Art. 15. Os veículos de comunicação devem ter acesso às informações de interesse público.

CAPÍTULO II
DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 16. O Sistema de Comunicação Social do Ministério Público é constituído pelas seguintes unidades:

I – Divisão de Comunicação, Cerimonial e Eventos, como unidade central, subordinada diretamente à Procuradoria-Geral da Justiça;

II – Núcleo de Comunicação, subordinado à Divisão de Comunicação, Cerimonial e Eventos;

Art. 17. A comunicação social engloba as seguintes atividades:

I – Assessoria de Imprensa, com as funções de:

a) colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre atividades do Ministério Público e divulgá-lo externamente;



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

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

c) orientar Membros e Servidores quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa;

d) atender demandas de imprensa.

II – Audiovisual, com as funções de:

a) realizar registro audiovisual para divulgação institucional;

b) alimentar e manter banco de imagens institucionais;

III – Comunicação Digital, com as funções de:

a) propor, criar, gerir e atualizar portais, páginas e sites, intranets, comunidades internas e redes sociais;

b) analisar e monitorar a presença da Instituição nas mídias digitais;

c) produzir conteúdo digital para a divulgação.

IV – Comunicação Interna, com as funções de:

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

b) desenvolver materiais de apoio à divulgação interna, como folders, cartazes e conteúdo para a intranet e internet;

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

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

V – Publicidade, com as funções de:



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

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

b) gerenciar a marca do Ministério Público.

VII – Outras funções relacionadas à área de atuação da Comunicação Social.

§ 1º. O Ministério Público deverá atuar de maneira proativa na comunicação social.

§ 2º. Os Servidores que atuam no Sistema de Comunicação Social do Ministério Público devem atender às demandas de comunicação com celeridade e eficiência.

§ 3º. Todos os setores do Ministério Público devem considerar a comunicação social no planejamento de suas atuações e atender às demandas de informações com prontidão.

Art. 18. O Núcleo de Comunicação deve estar previsto no organograma institucional, com estrutura, recursos orçamentários destinados à comunicação social e pessoal especializado, preferencialmente composto por Servidores do Quadro, por se tratar de instrumento para viabilização de uma política de comunicação consistente e permanente, que guarde coerência com os princípios da instituição.

Art. 19. As atividades de comunicação em meios ou veículos externos só devem ser intermediadas pelo setor responsável pela comunicação institucional quando tratarem de assuntos institucionais.

Art. 20. O Núcleo de Comunicação deve contar com estrutura que atenda a todas as demandas da instituição com profissionais especializados, inclusive na especialidade fotógrafo, além do apoio administrativo necessário para o seu relacionamento formal com a instituição.

Art. 21. Fornecedores externos podem ser contratados para serviços complementares à estrutura de comunicação da instituição, desde que atenda os critérios de legalidade e economicidade.



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

Art. 22. O Núcleo de Comunicação deve criar estratégias de comunicação e elaborar indicadores que possibilitem acompanhar e avaliar os objetivos definidos e, assim, aperfeiçoar a atuação do Ministério Público.

Art. 23. O Núcleo de Comunicação deve promover treinamentos e fornecer material para capacitar promotores e procuradores para o relacionamento com a imprensa, inclusive em situações de crise.

CAPÍTULO III
DA DIVULGAÇÃO DA ATIVIDADE-FIM

Art. 24. As informações e o momento de divulgá-las devem ser responsabilmente avaliados, conforme o interesse público, os direitos fundamentais, a segurança institucional e o sigilo legal, quando existir, assim como os riscos de eventual comprometimento da investigação, quando se tratar de ato investigativo. A divulgação para a imprensa deve considerar também, os critérios de interesse jornalístico, a atualidade e a universalidade.

Art. 25. Em cumprimento ao princípio da publicidade das investigações, a instituição poderá prestar informações aos meios de comunicação social sobre as providências adotadas para apuração de fatos em tese ilícitos, abstendo-se, contudo, de externar ou antecipar juízos de valor a respeito de apurações ainda não concluídas.

Art. 26. Na divulgação de denúncias oferecidas ou ações ajuizadas, o Ministério Público é parte no processo, acusando ou demandando fundamentadamente, em defesa do interesse público. Em todos os casos, deve-se evitar que a manifestação do Ministério Público seja apresentada como decisão ou signifique condenação antecipada dos envolvidos.

Art. 27. Ressalvadas as hipóteses de sigilo, todas as decisões judiciais concedidas e ações movidas pelo Ministério Público devem ser divulgadas, esclarecendo se são liminares, passíveis de recurso ou definitivas.

Art. 28. A divulgação de termos de ajuste de conduta, acordos judiciais e recomendações é indicada no caso de amplo alcance, impacto social ou valor exemplar.



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

Art. 29. Os responsáveis pela divulgação institucional – Membros do Ministério Público e profissionais de comunicação social – devem garantir que as regras de sigilo sejam rigorosamente respeitadas.

Art. 30. Entrevistas coletivas são recomendadas em momentos de grande interesse público e jornalístico, com o cuidado de não expor o porta-voz da instituição a uma situação de desgaste, tampouco prejudicar o andamento de investigações ou processos.

Art. 31. Notas oficiais devem ser utilizadas com parcimônia quando a posição institucional precisar ser reforçada. No caso de correção de dados publicados, recomenda-se resposta da área de comunicação, após consulta ao órgão responsável.

Art. 32. A elaboração de campanhas e peças de comunicação devem seguir as seguintes diretrizes:

I – evitar o uso da linguagem jurídica, tomando os conteúdos acessíveis para os cidadãos;

II – respeitar os direitos autorais;

III – atentar-se para o uso de imagens a fim de evitar preconceitos sociais e afronta à dignidade humana, em especial de crianças, adolescentes e idosos;

IV – respeitar a aplicação da logomarca da instituição e manual de identidade visual, quando houver.

Art. 33. A divulgação da atividade finalística promovida pela Administração não vincula ou obsta que o Membro ministerial que oficia em processo judicial ou administrativo realize a divulgação de sua própria atuação.

Parágrafo único. Sempre que possível e a pedido do Membro, o profissional de comunicação da unidade o acompanhará no atendimento aos veículos de comunicação.

CAPÍTULO IV
DA COMUNICAÇÃO INTERNA



MINISTÉRIO PÚBLICO DE SERGIPE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

Art. 34. A comunicação interna busca promover a integração institucional, facilitar o acesso às informações e obter o envolvimento e a eficácia necessários à consecução dos objetivos de gestão. A circulação de informação interna deve ser tratada com o mesmo cuidado com que a instituição se dirige aos públicos externos.

Art. 35. A comunicação social com o público interno deve seguir as seguintes diretrizes:

I – fluxo de informações, com o objetivo de promover a sinergia e a integração de Membros, Servidores, Estagiários e prestadores de serviço, buscando o comprometimento de todos com o trabalho da Instituição;

II – transparência, difundindo-se prontamente as informações de interesse dos públicos internos nos veículos institucionais;

III – boas práticas organizacionais, buscando a humanização dos conteúdos e a aproximação com o público-alvo.

Art. 36. Esta Portaria entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

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


José Rony Silva Almeida
Procurador-Geral de Justiça