



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO ESTADO DO AMAZONAS

PORTARIA Nº 07, de 16 de maio de 2022.

ESTABELECE A POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL OFICIAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO ESTADO DO AMAZONAS.

O PROCURADOR-GERAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO ESTADO DO AMAZONAS, no uso das atribuições que lhe conferem o artigo 112 da Lei estadual nº 2.423, de 10 de dezembro de 1996, e os artigos 57, 58, parágrafo único e 59, incisos I, IV e V, da Resolução nº 04, de 23 de maio de 2002;

CONSIDERANDO o disposto nos artigos 333, 334, Parágrafo 2º e 336, da Resolução nº 04, de 23.05.2002;

CONSIDERANDO a Política Nacional de Comunicação do Ministério Público de Contas Brasileiro, proposta pela Associação Nacional do Ministério Público de Contas (Ampron) e pelo Conselho Nacional de Procuradores-Gerais de Contas (CNPGC), cuja elaboração contou com a participação de representantes do MPC de cada unidade da federação.

CONSIDERANDO o Manual de Orientações para Utilização das Mídias Sociais Institucionais, criado a partir das diretrizes estabelecidas na Política Nacional de Comunicação do Ministério Público de Contas Brasileiro, instituída em 16/06/2021 pelo Ato nº 001/2021 do Grupo 3 do Encontro Nacional do Ministério Público de Contas (Enampron);

CONSIDERANDO o Parágrafo único, do Artigo 18, da Política Nacional de Comunicação do Ministério Público Brasileiro, quanto à exigência de profissional especializado na composição do Setor de Comunicação, a fim de viabilizar uma política de comunicação consistente e permanente, que guarde coerência com os princípios da instituição;

CONSIDERANDO a necessidade de organizar e adequar as atividades do Ministério Público de Contas do Amazonas para melhor cumprimento do seu mister;

CONSIDERANDO os processos comunicacionais como via de abertura do Ministério Público de Contas do Amazonas à sociedade e como essenciais na promoção de transparência e participação;

CONSIDERANDO a necessidade de estabelecer os princípios e as diretrizes da política de comunicação do Ministério Público de Contas do Amazonas,

CONSIDERANDO o dever constitucional de realizar a publicidade institucional das ações do Ministério Público de Contas do Amazonas, em atendimento ao que dispõe o § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

CONSIDERANDO a necessidade estratégica do Ministério Público de Contas do Amazonas estabelecer canais de comunicação com o cidadão, para produzir informações que gerem conhecimento sobre suas prerrogativas e atribuições constitucionais;

CONSIDERANDO os preceitos da Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, que assegura o direito constitucional de o cidadão ter acesso às informações institucionais relacionadas à atuação de órgãos públicos;

CONSIDERANDO que a comunicação pública é ação estratégica sujeita ao atendimento do princípio constitucional da eficiência;

CONSIDERANDO que publicidade é um princípio constitucional que exige da administração pública a proatividade da divulgação de seus atos e de suas ações.

R E S O L V E:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Fica instituída a Política de Comunicação do Ministério Público de Contas do Amazonas, com o intuito de regulamentar a comunicação social da Instituição, no âmbito interno e externo, e garantir o seu alinhamento aos princípios constitucionais da Administração Pública e ao Planejamento Estratégico Nacional.

Art. 2º Fica criado o Setor de Comunicação Social diretamente subordinada à Procuradoria-Geral do Ministério Público de Contas.

Parágrafo Único O Setor de Comunicação de que trata o caput deste artigo será composto por profissionais de comunicação lotados no Gabinete da Procuradoria-Geral.

Art. 3º A comunicação social deve ser entendida como o conjunto de procedimentos e práticas adotadas no âmbito da atividade de gestão e destinadas a divulgar os valores, os objetivos, a missão e as ações desenvolvidas pelo MPC-AM, com o propósito de construir a imagem da Instituição perante a sociedade e fomentar o controle social.

Art. 4º A comunicação no âmbito do MPC é uma atividade institucional e deve ser orientada por critérios profissionais e éticos, tanto no campo finalístico quanto no campo de gestão.

CAPÍTULO II

DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 5º A comunicação social do MPC 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 - clareza;
- XII - integração;
- XIII - diversidade regional;
- XIV - legalidade;
- XV - eficiência;
- XVI - moralidade;
- XVII - imparcialidade;
- XVIII - pluralidade;
- XIX - fomento ao controle social.

Art. 6º A comunicação social deve ser uma fonte confiável de informação, tendo o dever constitucional de promover a transparência e fomentar o controle social, de forma a garantir o direito de todos à informação e à manifestação.

Art. 7º A comunicação social deverá ser didática, objetiva e acessível, respeitadas as especificidades dos diferentes públicos, os direitos fundamentais e as questões de acessibilidade para pessoas com deficiência.

Art. 8º A divulgação de informações decorrentes de demandas internas ou externas será orientada pelo interesse público, sem qualquer discricionariedade, respeitando-se os procedimentos e autorizações internas da Instituição, bem como o estabelecido na Lei de Acesso à Informação - LAI (Lei federal nº 12.527/2011).

§ 1º Todos os instrumentos de comunicação criados no âmbito do MPC terão tratamento institucional, evitando-se o personalismo;

§ 2º A escolha de veículos e plataformas de comunicação pela Instituição será orientada pelo interesse público e pela acessibilidade.

Art. 9º Nas ações de comunicação social, a figura do porta-voz do MPC recairá, preferencialmente, mas não obrigatoriamente nessa ordem, sobre:

a) o Procurador-Geral de Contas;

b) os Procuradores de Contas;

c) os servidores do Setor de Comunicação Social, autorizados pelo Procurador-Geral de Contas.

CAPÍTULO III

DO SETOR DE COMUNICAÇÃO

Art. 10 É recomendável que o Setor de Comunicação possua estrutura e pessoal próprio.

Parágrafo único. O Setor de Comunicação deve estar previsto no organograma institucional e ser composto por pessoal especializado, preferencialmente por servidores do quadro efetivo, a fim de viabilizar uma política de comunicação consistente e permanente, que guarde coerência com os princípios da Instituição.

Art. 11 São requisitos para o funcionamento do Setor de Comunicação do MPC:

I - garantia de recursos para cumprir os objetivos e diretrizes;

II - desenvolvimento ou aquisição de tecnologia atualizada;

III - estabelecimento de instrumentos de planejamento e de indicadores para aferir o cumprimento dos objetivos e diretrizes, com publicação regular;

IV - capacitação, atualização e especialização de servidores, estimulando o desenvolvimento da versatilidade funcional, a fim de atender os avanços conceituais e tecnológicos na comunicação e no serviço público.

Art. 12 É de responsabilidade do Setor de Comunicação apresentar um Plano de Comunicação do MPC ao qual se vincula, para um período previamente definido e contendo:

I - ações definidas;

II - cronograma de execução;

III - canais de comunicação eleitos; e

IV - indicadores que serão utilizados para acompanhar os resultados.

Parágrafo único. O Plano de Comunicação de que trata o caput deverá ser aprovado pelo Procurador-Geral, conforme o regimento da Instituição.

Art. 13 É de responsabilidade do Setor de Comunicação o uso e preservação da marca do MPC, enquanto ativo patrimonial da Instituição.

Parágrafo único. Caberá ao Setor de Comunicação desenvolver um Manual de Identidade Visual para aplicação da marca do MPC, com estratégias para o uso e aplicação da identidade visual em todos os materiais de comunicação relacionados aos interesses da Instituição.

Art. 14 O Setor de Comunicação deverá ser responsável pela elaboração, publicação e gestão de conteúdos para as mídias sociais oficiais, a fim de manter a

unidade e o caráter impessoal das matérias, respeitados os critérios estabelecidos neste Ato.

Art. 15 O Setor de Comunicação não será responsabilizado pelas informações, entrevistas, matérias ou qualquer outro conteúdo publicado ou disponibilizado para terceiros por membro do MPC, no âmbito da autonomia funcional deste, à revelia dos procedimentos e diretrizes estipulados nesta Política de Comunicação.

Art. 16 Caberá ao Setor de Comunicação o atendimento protocolar a jornalistas, que deverá ser realizado com prontidão pela Instituição.

Art. 17 O Setor de Comunicação avaliará permanentemente os processos e canais mais adequados para a comunicação do MPC com seus públicos-alvo, empregando estudos de recepção e de audiência, tendo em vista as rápidas mudanças no comportamento de seus usuários e nos processos tecnológicos disponíveis.

Art. 18 As entrevistas concedidas à imprensa deverão ser, preferencialmente, agendadas pelo Setor de Comunicação, observadas as diretrizes institucionais.

§ 1º As entrevistas coletivas são recomendadas para assuntos de grande interesse público e jornalístico;

§ 2º A avaliação da conveniência e oportunidade da concessão de entrevistas considerará eventuais prejuízos ao andamento de apurações, fiscalizações ou processos;

§ 3º O entrevistado poderá solicitar o acompanhamento da equipe de comunicação, sempre que possível, no atendimento aos veículos de imprensa.

Art. 19 É de responsabilidade do Setor de Comunicação a elaboração de notas oficiais, as quais serão utilizadas para reforçar a posição institucional, recomendando-se a sua emissão no caso de:

- a) impossibilidade de entrevista;
- b) correção de dados publicados;
- c) resposta da área de comunicação;
- d) envio de informações.

Parágrafo único. A publicação de que trata o caput deste artigo deverá observar os procedimentos, princípios e diretrizes dispostos neste Ato.

Art. 20 A elaboração de conteúdos oficiais de comunicação deve seguir as seguintes diretrizes:

I – evitar o uso da linguagem jurídica, tornando as informações acessíveis aos cidadãos;

II – respeitar os direitos autorais de textos e imagens;

III – coibir mensagens de cunho preconceituoso ou desrespeitoso à dignidade humana, em especial aos grupos socialmente vulneráveis;

IV – respeitar a aplicação da logomarca da Instituição e manual de identidade visual, quando houver;

V - observar a especificidade de cada veículo a ser utilizado para divulgação, a exemplo da imprensa, mídia social ou comunicação interna, seja por meio eletrônico, impresso ou digital.

Art. 21 O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deverá contribuir para fortalecer a credibilidade do MPC, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência, assim como pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas.

Art. 22 Em caso de questões controversas deverá ser produzido, com a autorização e orientação do Procurador-Geral de Contas, um documento orientador para ser distribuído proativamente (*position paper*), com o objetivo de neutralizar possíveis pressões externas.

Art. 23 A comunicação do MPC não poderá ter o cunho de promoção pessoal de autoridade ou servidor público ou de propaganda com objetivo religioso, comercial ou eleitoral, nem favorecer posições políticas.

Art. 24 É permitida a contratação de serviços complementares à estrutura de comunicação da Instituição, desde que atendidos os critérios de legalidade, economicidade e impessoalidade, observadas as normas vigentes que regem a matéria.

CAPÍTULO IV

DAS COMPETÊNCIAS DO SETOR DE COMUNICAÇÃO

Art. 25 Compete ao Setor de Comunicação Social do MPC:

I - desenvolver e operar sistemas de documentação, para preservação de textos, imagens e audiovisual, como meio de guarda da história do MPC, disponibilizando-os à sociedade, quando necessário;

II - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério Público de Contas, conforme as diretrizes de comunicação da Procuradoria-Geral;

III - elaborar o planejamento anual das atividades do Setor de Comunicação;

IV - promover o bom relacionamento do procurador-geral e dos demais procuradores de Contas com os veículos de comunicação;

V - assistir o Procurador-Geral e as demais autoridades do Ministério Público de Contas nos assuntos de comunicação social, imprensa, eventos e nas ações de comunicação que utilizem os meios eletrônicos internet e intranet;

VI - assessorar o Procurador-Geral e demais autoridades do Ministério Público de Contas em assuntos relativos à comunicação social, quanto à repercussão das ações do MPC nos meios de comunicação;

VII - receber, analisar e processar as informações e as solicitações encaminhadas pelos veículos de comunicação;

VIII - planejar, coordenar e supervisionar a produção e divulgação dos conteúdos de notícias, site do Ministério Público de Contas e perfis das mídias digitais na internet e intranet, de acordo com os padrões da Política Nacional de Comunicação do Ministério Público de Contas Brasileiro;

IX - planejar a linha editorial e o posicionamento estratégico de comunicação institucional do MPC;

- X - coordenar, supervisionar e controlar e/ou executar a Política de Comunicação Social do MPC;
- XI - coordenar a Política de Comunicação Pública do MPC a serem executadas pelas Procuradorias, Coordenadorias ou Diretoria do MPC na estrutura do órgão;
- XII - disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diferentes segmentos sociais;
- XIII - estimular a sociedade a participar do debate e ou tratativas que envolvam Transparência, Controle Interno e Controle Externo da Administração Pública;
- XIV – estimular a sociedade ao Controle Social da Administração Pública, incentivando-os à denúncia sobre malversação de erário público;
- XV – realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- XVI - divulgar, por intermédio dos instrumentos de jornalismo, comunicação institucional, novas mídias, pesquisa de opinião, publicidade, propaganda e relações públicas, as ações do MPC, utilizando-se de todos os meios disponíveis;
- XVII - desenvolver e coordenar as atividades de comunicação dirigidas aos servidores lotados no MPC;
- XVIII – divulgar, sempre que necessário, informações sobre a transparência na gestão dos órgãos públicos do Amazonas;
- XIX - estabelecer processos de controle de qualidade da produção de conteúdo de comunicação para garantir a unidade do discurso e a preservação da imagem do MPC-AM face à construção da melhor relação entre este e a sociedade;
- XX - coordenar e controlar todas as atividades e as etapas de divulgação publicitária das ações, dos serviços e dos produtos do MPC, por meio de campanhas publicitárias permanentes e/ou temporárias nos meios de comunicação;
- XXI - contribuir para desenvolver e otimizar a difusão das políticas públicas e dos interesses da sociedade;
- XXII – normatizar, acompanhar e avaliar as ações do MPC na área de comunicação social;
- XXIII - desenvolver juntamente com a Diretoria de Comunicação do TCE-AM projetos em conjunto para a promoção de políticas públicas de comunicação;
- XXIV - coordenar as informações geradas pelas Procuradorias e Coordenadorias, encaminhando soluções de divulgação, bem como promover, permanentemente, a integração e o aperfeiçoamento das atividades desenvolvidas.

CAPÍTULO V

DA COMUNICAÇÃO EXTERNA

Art. 26 O MPC, em atenção ao princípio da publicidade, poderá prestar informações aos meios de comunicação social sobre as providências institucionalmente

adotadas, abstendo-se, contudo, de externar ou antecipar juízos de valor a respeito de apurações ainda não concluídas.

Art. 27 O conteúdo das informações e o momento de divulgá-las deve ser avaliado conforme o interesse público, os direitos fundamentais e a Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD (Lei federal nº 13.709/2018), assim como os riscos de eventual comprometimento de procedimentos preliminares de investigação que estejam em curso.

Art. 28 Na divulgação dos pareceres e ações movidas pelo MPC, deverão ser observadas as hipóteses de sigilo legal.

§1º Quando da divulgação de pareceres anteriormente ao julgamento dos processos, deverá ser esclarecido que o opinativo ministerial ainda é passível de contraditório e ampla defesa e que ainda haverá julgamento do feito pelo Tribunal de Contas.

§ 2º Nas ações em que houver decisão dos Tribunais de Contas, deve-se esclarecer a natureza da decisão, se de mérito ou liminar, passível de recurso ou definitiva.

Art. 29 A divulgação das recomendações e dos termos de ajuste firmados pelo MPC deverá considerar sua amplitude, impacto social e econômico, com o objetivo de potencializar o seu efeito pedagógico e estimular a melhoria da Administração Pública.

Art. 30 Conteúdos relacionados à atividade-fim deverão ser submetidos à aprovação da Procuradoria-Geral de Contas, antes de serem divulgados, salvo disposição em contrário do órgão colegiado regimentalmente competente.

Parágrafo único. Os membros do MPC poderão solicitar a divulgação de conteúdo à unidade e/ou representante responsável pela comunicação social da Instituição, observando-se as disposições estabelecidas no caput deste artigo.

CAPÍTULO VI

DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Art. 31 A comunicação interna é um conjunto de ações efetivadas de forma online e offline, e tem como objetivo envolver os procuradores e servidores do MPC nos processos institucionais, promover a interação, realizar melhorias no ambiente de trabalho, viabilizar o acesso às informações e comunicar regras e diretrizes da instituição, visando à sinergia e o comprometimento de todos com a realização do trabalho.

Art. 32 Além dos princípios e diretrizes estabelecidos no Capítulo II deste Ato, a comunicação com o público interno deve seguir as seguintes premissas:

I - ética: zelar pela construção de relacionamentos pautados em princípios éticos de transparência, honestidade e respeito;

II - transparência: assegurar a confidencialidade, a imparcialidade, a integridade e a qualidade dos dados e das informações;

III - interlocução: oportunizar diálogos para receber e ouvir, de forma humanizada, as preocupações, proposições e sugestões, visando estabelecer as linhas de atuação;

IV - atualização: proporcionar ao público interno permanente atualização a respeito dos assuntos que estão diretamente relacionados ao MPC;

V - cooperação: estimular o trabalho em equipe e o envolvimento de todos os servidores, terceirizados e colaboradores, com o intuito de assegurar a transmissão assertiva de informações;

VI - produtividade: identificar antecipadamente as necessidades de seus públicos e os efeitos das decisões que, direta ou indiretamente, poderão causar algum tipo de impacto.

Art. 33 Canais de comunicação internos, a exemplo dos grupos de *WhatsApp*, *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Twitter*, e-mail e outros, têm como finalidade informar questões institucionais, não devendo ser usados para endereçar assuntos pessoais.

CAPÍTULO VII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 34 O MPC fomentará o controle social por meio da criação de canais de comunicação com a sociedade, visando estimular o debate e a participação de cidadãos no processo de fiscalização das contas públicas.

Art. 35 Os informativos, posicionamentos e solicitações de cunho oficial, provenientes do MPC, serão aprovados pelo Procurador-Geral de Contas, sendo posteriormente arquivados de acordo com processo interno da Instituição.

Art. 36 Sempre que possível, os Procuradores de Contas e servidores do MPC devem ser informados, em primeira mão, sobre os atos e decisões que serão divulgados aos público externo.

Art. 37 No âmbito da comunicação social, as mídias digitais atuam com a mesma importância que as demais mídias e devem ser regidas pelos mesmos princípios e diretrizes.

Art. 38 Membros e servidores, ao utilizarem as mídias sociais do MPC, deverão restringir-se às informações oficiais do órgão.

Parágrafo único. As postagens realizadas em contas pessoais são de responsabilidade dos usuários proprietários das contas.

Art. 39 Este Ato entra em vigor na data da sua publicação.

**GABINETE DA PROCURADORIA GERAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO DE
CONTAS DO ESTADO DO AMAZONAS**, em Manaus, 16 de maio de 2022.



JOÃO BARROSO DE SOUZA

Procurador-Geral de Contas