

# A trajetória evolutiva de um Sistema de Comunicação Social: o caso do Ministério Público Federal brasileiro

Allana de Albuquerque Sousa Silva  
Universidade de Aveiro / Universidade do Porto  
allana.cs@gmail.com

## Resumo

A profissionalização e o posicionamento estratégico de um departamento de comunicação social em uma organização pública devem passar pela elaboração de normas de trabalho que conduzam tanto os profissionais de comunicação quanto os demais integrantes da instituição. Esta pesquisa descritiva tem como objetivo verificar como ocorreram os avanços normativos ligados à Comunicação Social do Ministério Público Federal (MPF) brasileiro com impacto em seus departamentos especializados em comunicação. Os métodos utilizados foram a análise documental, a observação participante e entrevistas com profissionais do órgão. Como resultado relevante deste trabalho se identificaram quatro fases relativas à construção e implementação de uma política de comunicação: iniciação, estruturação, documentação e internalização – esta última em andamento no órgão.

Palavras-chave: Sistema de Comunicação Social; Departamentos de Comunicação Social; Ministério Público Federal; Política de Comunicação Social.

## Introdução

Verificar as fases trilhadas pela área de comunicação social do Ministério Público Federal (MPF) permite identificar desafios e obstáculos enfrentados na profissionalização e no alcance de um posicionamento estratégico (Grunig, 2011) dentro de uma organização pública brasileira. O MPF possui um Sistema de Comunicação Social (Siscom) singular e amplo, formado por 34 setores de comunicação espalhados em todos os estados brasileiros. Um dos grandes desafios dos setores de comunicação é dar uniformidade na divulgação da atuação institucional, zelar pela imagem do órgão levando em consideração a diversidade de culturas e, principalmente, a complexidade organizacional.

A Constituição Federal de 1988 trouxe um novo modelo de organização para o MP, cujas atribuições foram tratadas como funções essenciais à justiça. A complexidade do arranjo organizacional tem um elemento central chamado independência funcional, que significa a autonomia de cada procurador no exercício de suas funções, ou seja, ele segue suas convicções dentro do ordenamento jurídico. Dada a própria complexidade de cada ser humano em termos de comunicação, isso pode significar choques de interpretações e de posicionamentos difíceis de serem explicados, embora a missão de qualquer Ministério Público (MP) brasileiro seja a mesma e clara: defender a ordem jurídica, o regime democrático e a sociedade em causas relacionadas a interesses sociais e individuais indisponíveis (Senado Federal, 1988).

Data de submissão: 2021-11-19. Data de aprovação: 2022-06-20.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.

Outro elemento de complexidade é a própria estrutura organizacional do qual o órgão faz parte. O MPF, junto com o Ministério Público do Trabalho (MPT), o Ministério Público Militar (MPM) e o Ministério Público dos Distrito Federal e Territórios (MPDFT), compõe o Ministério Público da União (MPU). Cada um deles possuindo uma chefia administrativa diferente, sendo o procurador-geral da República o chefe administrativo do MPU.

Internamente, são dois grandes públicos: os procuradores, também chamados de membros do MPF por representarem o próprio órgão, e os servidores, que dão o apoio tanto à área administrativa como à produção jurídica nos gabinetes. O público interno do MPF não está restrito a uma unidade física. São mais de 200 unidades pelo país. De acordo com o Portal da Transparência, em março de 2021, contava com 1.173 membros, 8.971 servidores efetivos e 900 contratados – sem vínculo com a instituição. Além desses integrantes, as unidades do MPF contam com mão-de-obra terceirada residente, cujo quantitativo total não consta no Portal da Transparência de modo estruturado. Desse total, 140 trabalham em departamentos de comunicação e formam o Sistema de Comunicação Social do MPF, que é composto pelas seguintes unidades: a Secretaria de Comunicação Social controla o orçamento e os investimentos relacionados à temática de atuação. Ao total, são 34 áreas de comunicação social que se encontram fisicamente separadas, mas unidas em um sistema comunicacional. Elas reúnem profissionais das áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade, design, fotografia, administração. De acordo com a Política Nacional de Comunicação do MPF (MPF, 2019b), são desempenhadas atividades de assessoria de imprensa, comunicação digital, comunicação interna, relações públicas e publicidade.

As atribuições do órgão são amplas, havendo uma organização por temática interna, com as chamadas Câmaras de Coordenação e Revisão e a Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão (PFDC). O trabalho do MPF alcança educação, saúde, direitos humanos, combate à corrupção, pessoas com deficiência, patrimônio cultural, meio ambiente, população indígena e outras comunidades tradicionais, como os quilombolas.

Atualmente, o órgão lida ainda com a existência de mais de 60 sistemas entre conveniados e bases de dados externas, com os quais integrantes do MPF podem interagir, buscar informações e realizar atividades relacionadas as suas atribuições na organização (Albuquerque, 2016, p. 90). Isso demonstra a complexidade do ecossistema digital no qual os profissionais do órgão estão envolvidos, notadamente os ligados à atividade de comunicação social, bem como a complexidade dos fluxos infocomunicacionais com os quais os setores que formam o Sistema de Comunicação do MPF (Siscom) têm que lidar diariamente (Albuquerque & Silva, 2021). Mas como um sistema pode ser formado? Quais as fases evolutivas podem ser observadas?

## **Metodologia**

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, baseada em análise documental e bibliográfica, bem como observação participante e entrevistas exploratórias (Campenhoudt et al., 2017). Para tanto, foram analisados legislações e documentos ligados à área de comunicação social do MPF, bem como feitas anotações em decorrência de a pesquisadora fazer parte do sistema de comunicação da instituição. Atualmente, chefia a Assessoria de Comunicação e Informação da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão (PFDC).

**Figura 1**

*Abordagem metodológica*



Foram analisados documentos produzidos a partir de 1988. Além disso, o conteúdo foi discutido em sala de aula virtual em 30 de setembro de 2021. A partir dos documentos analisados, foi possível identificar quatro fases na trajetória histórica do Sistema de Comunicação do órgão.

**Figura 2**

*Trajетória evolutiva de um Sistema de Comunicação Social a partir do processo de redemocratização brasileira*



Cada um dos próximos capítulos tratará dos elementos históricos, documentais e normativos que moldam cada uma das fases identificadas (Figura 2): iniciação (1998-2002), estruturação (2003-2012), documentação (2013-2018) e internalização (2019 até os dias atuais). A importância deste trabalho está pautada justamente nessa descrição, o que permitirá, por exemplo, a comparação com o processo evolutivo comunicacional de outros órgãos públicos.

### **A fase de iniciação da comunicação do MPF**

Além de implantar o Estado Democrático de Direito composto por um Ministério Público diferenciado daquele do início do século XX, a Constituição Federal (CF) de 1988 – conhecida como Constituição Cidadã – trouxe um capítulo para a Comunicação Social, que definiu expressamente a vedação de toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística. Nos primeiros anos desse novo regime democrático, o foco institucional esteve na organização das suas atribuições finalísticas. Deste

modo, o início dos departamentos de comunicação do MPF se confunde com os primeiros passos do próprio órgão para o alcance da sua missão constitucional e do serviço público para se adequar ao novo paradigma estatutário, como pode se observar a seguir.

De 1988 a 1994, não foram identificados registros que tratassem de algum cargo de assessor de comunicação no âmbito do MPF. Isso não quer dizer que não houvesse comunicação interna ou externa. Foram identificados registros históricos que demonstram a iniciação da comunicação institucional com a sociedade e com a imprensa. A atuação do MP por si só já atraía a imprensa, como o pedido de intervenção federal no Pará em 1991 e denúncia do então presidente da República Fernando Collor em 1992 (CPDOC/FGV, 2009). Além disso, as complexidades do sistema organização decorrentes da independência funcional, desde o início, geram fatos com bons critérios de noticiabilidade, como demonstra a Figura 3.

### Figura 3

*Recorte do jornal Folha de S. Paulo, de 11 de dezembro de 1995, sobre atritos internos no MPF*

São Paulo, segunda-feira, 11 de dezembro de 1995 **FOLHA DE S. PAULO** **brasil**

[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

## Para subprocuradora, Brindeiro atrapalha

**ABNOR GONDIM**  
DA SUCURSAL DE BRASÍLIA

A crise desencadeada pela revelação da existência de uma lista de políticos supostamente beneficiados pelo banco Econômico na eleição de 90 acirrou a crise interna na Procuradoria Geral da República. Em entrevista à Folha, a subprocuradora da República Ela Castilho acusou o procurador-geral da República, Geraldo Brindeiro, de estar atrapalhando o trabalho dos demais procuradores porque não despacha pedidos de informação ao governo.

"(...)Ao que parece, (os pedidos) pode criar situações de embaraço para ele", afirmou.

Para a subprocuradora, o caso da pasta do banco Econômico é mais um exemplo. Ela e o procurador federal dos Direitos do Cidadão, Álvaro Ribeiro da Costa, são os autores do requerimento ao Banco Central que solicitou a documentação.

As 60 páginas do documento foram entregues pelo BC a Brindeiro, que não os repassou aos autores do pedido.

Ela também criticou o procurador-geral por ele não ter divulgado a lista dos políticos.

Para a subprocuradora, Brindeiro frustrou a expectativa da população, interessada em saber quais políticos foram ajudados pelo Econômico em 90.

Geraldo Brindeiro assumiu a Procuradoria em junho último. Ele sucedeu a Aristides Junqueira. A indicação de Brindeiro desencadeou uma crise interna no Ministério Público. Para os demais procuradores, Brindeiro representa a ala conservadora e teria a missão de despolitizar a Procuradoria.

A procuradora também contesta as afirmações do procurador-geral de que os eventuais beneficiados pela lista do Econômico não têm como ser punidos.

"Mas se na declaração do Imposto de Renda de 1991, ano-base de 1990, alguma pessoa omite um rendimento que ela recebeu de forma irregular em 1990, ela está praticando um crime. Nesse caso, já vigia a lei que aumentou o prazo dos crimes contra a ordem tributária. Nesse caso, a prescrição é de 12 anos", diz. Abaixo os principais trechos da entrevista:

**Fonte:** Folha de S.Paulo.

A primeira Assessoria de Comunicação Social da Procuradoria-Geral da República teria sido criada para atender especificamente as demandas do procurador-geral da República. O falecido jornalista Antônio Arrais teria ocupado essa função durante o mandato do então procurador-geral da República, de 1995 a 2003. Tinha como atribuições o atendimento e a interlocução com a imprensa e a produção de *clippings* (Curtinovi, 2017). Nos arquivos da Folha de S. Paulo, de dezembro de 1995 (Figura 4), é possível encontrar uma nota encaminhada pelo então assessor-chefe de Comunicação Social da Procuradoria-Geral da República.

#### Figura 4

*Recorde do jornal Folha de São Paulo, com resposta do assessor de comunicação do procurador-geral da República, Geraldo Brindeiro*

São Paulo, segunda-feira, 11 de dezembro de 1995 FOLHA DE S. PAULO **brasil**

---

[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

### Assessoria desqualifica acusação

**ABNOR GONDIM**  
DA SUCURSAL DE BRASÍLIA

Por intermédio do assessor-chefe de Comunicação Social da Procuradoria, Antônio Arrais, o procurador-geral da República, Geraldo Brindeiro, rebateu as críticas da subprocuradora Ela Castilho. Arrais afirmou que, entre agosto e novembro deste ano, foram encaminhados 213 ofícios a ministros de Estado. As informações são da Secretaria Geral e da Chefia de Gabinete da Procuradoria. O assessor-chefe disse ainda que, em relação ao papel fiscalizador das ações do Estado, tem havido "aumento significativo de procedimentos administrativos em todas as áreas" e que "os subprocuradores têm independência funcional".

Em relação aos documentos do BC, o assessor afirmou que hoje pela manhã o procurador-geral encaminhará por ofício cópias à subprocuradora. Informou que Brindeiro não fez isso antes porque recebeu o documento na quinta-feira passada e no dia seguinte não houve expediente na procuradoria.

Texto Anterior: ['Aristides não questionava'](#)

Fonte: Folha de S. Paulo.

Desse modo, considera-se o período de 1988 a 2002 como a fase de iniciação no que tange ao novo modelo institucional e à comunicação social do MPF. Em virtude de previsão constitucional, é aprovado o Regimento Jurídico dos Servidores Públicos Civis da União, das Autarquias e das Fundações Públicas Federais - a Lei 8.112, em 1990. Seu texto traz as formas de provimento de cargos públicos, bem como direitos e deveres, que alcançará a seleção de profissionais de comunicação. Nesse período, também, há a aprovação da Lei Complementar 75/1993, com a organização, as atribuições e o estatuto do MPU. Isso contribuiu para a próxima etapa de estruturação de pessoal dos setores de comunicação.

## A fase de estruturação das Assessorias de Comunicação Social

De acordo com Curtinovi (2017), no 4º concurso de servidores, em 2004, houve a primeira previsão de vagas para analistas de comunicação do MPF. No entanto, antes mesmo desse concurso, em dezembro de 2003, por meio da Escola Superior do Ministério Público da União (ESMPU), foi lançado o primeiro Manual de Relacionamento com a Imprensa do MPU (Levy et al., 2004). No expediente desse documento constam a organização e a colaboração de servidores do Ministério Público Federal, demonstrando que já havia profissionais de comunicação atuantes e preocupados com a estruturação da comunicação institucional.

Curtinovi conta ainda que, em 2004, houve a primeira tentativa de formalizar uma política de comunicação institucional, com a edição do documento intitulado “O Ministério Público Federal e a comunicação”. A apresentação desse documento foi assinada pelo então procurador-geral da República, Cláudio Fonteles, que informava que “duas das cinco Procuradorias Regionais da República, e onze das 26 Procuradorias da República contavam com profissionais de comunicação” (Lemos, 2004, p. 3). Dois anos depois, em 2006, quando ocorreu o 5º concurso, todas as procuradorias da República passaram a contar com um analista de comunicação, ou seja, um servidor concursado e formado em jornalismo, relações públicas ou publicidade.

Neste mesmo ano, a Assessoria de Comunicação Social da Procuradoria Geral da República foi alçada à condição de Secretaria de Comunicação Social, a partir de então com verba orçamentária própria. Isso permitiu, ao longo dos anos seguintes, a aquisição de uma série de equipamentos (câmeras fotográficas, filmadoras, gravadores, impressoras coloridas, etc.) tanto para a Secretaria como para as assessorias nos estados, visando à profissionalização do trabalho (Curtinovi, 2015, p. 15).

O período de 2003 a 2012 é considerado assim a fase de estruturação de pessoal e física das Assessorias de Comunicação Social do MPF. Atualmente, algumas unidades do MPF possuem mais de um analista de comunicação concursado, como São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Também foi nesse período que ocorreu a aprovação do primeiro Planejamento Estratégico Institucional (PEI), elaborado para o período 2011-2020, no qual um dos eixos temáticos contemplou a comunicação. Na época, a percepção de integrantes que ajudaram na construção desse planejamento foi a de que a instituição é eficiente como defensor da sociedade, “olhar da sociedade”, porém necessitava intensificar a “comunicação e a interação com o cidadão, divulgando as ações institucionais” (MPF, 2011c, p. 42). Instituído pela Portaria nº 687, de 20 de dezembro de 2011 (MPF, 2011a), o PEI trouxe como um dos seus objetivos estratégicos “institucionalizar uma política que aperfeiçoe a comunicação interna, a comunicação com a sociedade e a comunicação com a imprensa”. No cerne desse objetivo, estava a implementação de uma política de comunicação, a intensificação da interlocução com a sociedade civil e com a imprensa, a criação de estrutura adequada à Ouvidoria do órgão (MPF, 2011c).

Logo em seguida, por meio da Portaria nº 733, de 28 de dezembro de 2011 (MPF, 2011b) foi instituído o Sistema Integrado de Gestão Estratégica e Governança (Sige), que criou o Subcomitê de Comunicação Social (Sicom), formado inicialmente por 13 integrantes, sendo quatro procuradores e nove servidores do MPF, sendo um o secretário de Comunicação Social. Sua regulamentação chegou a ser formalizada dentro do Regimento Interno Diretivo do MPF, Portaria PGR/MPF nº 357, de 5 de maio de 2015 (MPF, 2015). Após algumas alterações na sua composição, esse grupo de governança foi extinto em 2020.

## **A fase de documentação do Sistema de Comunicação do MPF**

De 2013 a 2018, verifica-se um investimento na documentação e formalização das atribuições e objetivos da comunicação social, com impacto direto no trabalho desenvolvido pelos setores que formam o Sistema de Comunicação Social da organização. Esse período coincide com os esforços para implementação de uma cultura de planejamento, gestão de projetos e de processos em toda a instituição.

Entre as medidas que impulsionaram essa nova cultura, esteve a aprovação do Planejamento Estratégico Institucional e o fortalecimento do papel nacional das secretarias, que se localizam na unidade administrativa central – a Procuradoria-Geral da República. A Portaria PGR nº 3, de 4 de janeiro de 2013 (MPF, 2013b), indicou a implementação de um novo modelo organizacional a partir de 1º de março daquele ano, considerado mais adequado à complexidade, tamanho e desafios do MPF, desenhado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). No entanto, em maio de 2013, notícia publicada na intranet informava que a estrutura das Ascoms seria desenvolvida a parte, após aprovação da Política de Comunicação do MPF – em fase de elaboração – com a apresentação de um plano de como as unidades têm de estruturar para executar o plano de comunicação.

O projeto intitulado “Política de Comunicação do MPF” nasce seis meses antes, em 2012, sendo autorizado por meio da Portaria SG/MPF nº 1.562, de 20 de dezembro. Essa autorização representa a institucionalização e o apoio da alta administração para a execução do projeto, cujo escopo era a elaboração de um marco regulatório para a comunicação institucional. O normativo deveria garantir o alinhamento das ações de comunicação ao Planejamento Estratégico, reafirmando valores inerentes à administração pública e ao MPF.

Um ano depois, a Portaria PGR/MPF nº 918, de 18 de dezembro de 2013, formalizou a primeira Política Nacional de Comunicação Social do MPF (MPF, 2013a), assim como previsto no escopo do projeto – que, no entanto, não previu uma fase de disseminação dos princípios e diretrizes aprovados no âmbito interno. O documento criava ainda expressamente um Sistema de Comunicação Social (Siscom) – formado pela Secretaria de Comunicação Social (Secom), como unidade central, pelas Assessorias de Comunicação Social (Ascoms) das Procuradorias Regionais da República e das Procuradorias da República nos Estados.

Em 2013, outras mudanças alcançam a governança desse sistema como a Portaria PGR/MPF nº 865 (MPF, 2013c), editada para aumentar a possibilidade de indicação de mais procuradores para o Subcomitê de Comunicação Social, demonstrando assim a importância da comunicação social para a organização. A regulamentação do subcomitê chega a ser formalizada, posteriormente, dentro do Regimento Interno Diretivo do MPF (MPF, 2015).

Cabe destacar nesse ponto que o MPF também tinha representação no Comitê de Políticas de Comunicação (CPCOM), do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), cujo um dos produtos entregues foi o Manual do Ministério Público para Relacionamento com a Imprensa em 2018 (CNMP, 2018).

Nessa trajetória se observa que a construção da primeira Política de Comunicação Social do MPF, em 2013, marca o início da fase de documentação das atividades, competências e atribuições do ambiente que envolve a comunicação social e organizacional do órgão. A política define de modo macro as atividades dos setores de comunicação, entre elas: a assessoria de imprensa, a produção audiovisual, a comunicação digital, a comunicação interna, a publicidade e as relações públicas.

Junto com a política, outros documentos também são elaborados, como o Manual de Redes Sociais, institucionalizado por meio da Portaria PGR/MPF nº 106 de 18 de fevereiro de 2014 (MPF, 2014b), e o Guia para o Relacionamento com a Imprensa, por meio da Portaria PGR/MPF nº 107 de 18 de fevereiro de 2014 (MPF, 2014a). O primeiro trata de práticas de comunicação relacionadas do Twitter, Facebook e Youtube – apesar de o Instagram ter sido lançado em 2010, não há menção a essa plataforma, pois

o perfil oficial do MPF é criado apenas em março de 2018. O Manual de Redes Sociais (MPF, 2014b) traz orientações macro sobre quem seguir, ferramentas de monitoramento, regras de convivência, responsabilidades. Já o guia conceitua notícia, trata do papel do profissional de comunicação e dá dicas de relacionamento com a imprensa. Afirmar que a divulgação institucional cumpre o papel de informar à imprensa sobre os fatos relativos à atuação do MPF e à “sociedade sobre o trabalho desenvolvido pelo órgão, por meio do site institucional, das redes sociais e dos programas de rádio e TV”. Um tópico é destinado a tratar exclusivamente do papel do assessor de comunicação social e ressalta a sua gama de atribuições que passa pela criação de peças gráficas, pelo registro audiovisual, pela assessoria de imprensa, por atividades de relações públicas, comunicação digital e comunicação interna” (MPF, 2014a, pp. 3–4). Contém ainda em sua redação a constatação de avanços para a área em decorrência da estruturação de assessorias de comunicação em todas as unidades gestoras do MPF.

Em 2014, houve uma série de oficinas para elaborar um Plano Diretor de Comunicação (PDCom) interna para o MPF, o que não foi concretizado até setembro de 2021. Por outro lado, a Secom elaborou um outro instrumento de planejamento chamado Painel de Contribuição, considerado documento de alinhamento das atividades setoriais ao planejamento institucional. Após o PEI, dois painéis foram elaborados: biênio 2016-2017; e outro para o biênio 2018-2019, que teve sua vigência prorrogada até 2021. Em ambos, foi prevista a elaboração do PDCom.

Segundo informações divulgadas na Intranet, entre as iniciativas e os projetos estratégicos para o MPF para o biênio 2016-2017, de responsabilidade da secretaria, estavam a implementação de um novo portal de informações do MPF, a unificação das Intranets, a realização de nova pesquisa de imagem, o mapeamento dos macroprocessos internos, a atualização da Política de Comunicação e o lançamento do Catálogo de Serviços da Comunicação.

No painel vigente deste 2018, as iniciativas foram classificadas em seis objetivos de contribuição: ampliar o alcance dos canais de comunicação do MPF; desenvolver e apoiar a implementação de padrões nacionais para ações, canais e produtos de comunicação do MPF; aprimorar a comunicação social de forma efetiva e integrada, prezando pela transparência, economicidade e sustentabilidade nas soluções propostas; fortalecer a comunicação com os diversos públicos de interesse; disseminar as políticas e os manuais relacionados à comunicação social; e fomentar a capacitação do corpo técnico do MPF em temas, ferramentas e sistemas afetos à área de comunicação social. Entre as principais iniciativas: a padronização e reestruturação da intranet nacional - que ocorreu em agosto de 2021 -, a elaboração de campanhas institucionais, a realização de capacitação do público interno e a implantação do Sistema de Atendimento a Jornalistas (SAJ) – plataforma digital de atendimento e relacionamento com profissionais da imprensa, lançado em 10 de fevereiro de 2020<sup>1</sup>.

Uma das vantagens do SAJ é a criação de uma base de dados de jornalistas para envio de divulgações feitas pelo MPF. No entanto, um dos desafios tem sido o uso pelo repórter do sistema, tendo em vista a facilidade de acesso às Assessorias de Comunicação via Whatsapp e correio eletrônico. O SAJ passou a ser mais um local de registro das atividades do que de relacionamento direto com os jornalistas. A adaptação no uso para adaptação à LGPD tem sido discutida.

Outro indicador refere-se ao Sistema Nacional de Pedidos (SNP), considerado uma plataforma de atendimento das demandas de comunicação do público interno, no qual consta o Catálogo de Serviços da Comunicação. Através do SNP chegam os pedidos de divulgação de ações e atividades, bem como é possível solicitar a avaliação do atendimento. Desse modo, permite o monitoramento o grau de satisfação dos demandantes acerca do trabalho desenvolvido pela Secom e por cada assessoria de comunicação que compõe o Siscom.

1. <http://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr/mpf-lanca-sistema-de-atendimento-a-jornalistas>



Em acesso ao Sistema Eletrônico de Governança e Gestão Estratégica (Sigov)<sup>2</sup> do MPF, constam 19 indicadores de eficácia, eficiência e efetividade, de gerenciamento da Secom. A maioria deles mensurável a partir do uso de uma plataforma digital, tais como o SAJ, SNP, Facebook, Twitter, Instagram, Site. Um dos indicadores é o percentual de unidades aderentes às plataformas nacionais de comunicação, compostas pela Intranet nacional, o Portal de Informações do MPF, a Página Eleitoral e o Mural Digital – este último teve a contratação encerrada em 2021, em virtude da pandemia da Covid-19.

### **A fase de internalização dos normativos do Sistema de Comunicação do MPF**

Após a fase de documentação marcada pela produção de diversas normas relativas à comunicação social, o MPF encontra-se atualmente na fase intitulada de internalização desses normativos por parte dos seus profissionais e de seu público interno. Seu início é marcado justamente pela aprovação da revisão da política em 2019, após trabalho desenvolvido pelo Subcomitê de Comunicação Social que contou com duas consultas públicas internas, a política foi atualizada por meio da Portaria nº 59, de 1º de fevereiro (MPF, 2019b).

Esse trabalho é feito em paralelo com a revisão e reorganização do Manual de Redação de Comunicação Social, que traz orientações mais definidas tendo em vista os canais ligados à Intranet, Internet, rádio e televisão. Dois novos manuais foram produzidos relacionados ao uso de redes sócias, visando à substituição do manual aprovado em 2014 – cuja não houve revogação expressa da Portaria PGR/MPF nº 106/2014. Os novos documentos foram intitulados de Manual de Conduta para Uso de Contas Pessoais em Redes Sociais por Integrantes do MPF e de Gestão de Contas do MPF em Redes Sociais — este último voltado apenas aos profissionais dos departamentos de comunicação social.

A revisão levou em consideração o alinhamento com a Política de Comunicação Social do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) – órgão criado em 2005 para controle administrativo e financeiro do Ministério Público –, o andamento do Planejamento Estratégico Institucional 2011-2020, os princípios da Administração Pública e o Regimento Interno. No documento, os processos comunicacionais foram expressamente considerados meios de abertura do MPF à sociedade, essenciais para a promoção da transparência e da participação. Entre as mudanças, houve a inclusão da educação como princípio da comunicação social.

Na versão atualizada da política, consta a previsão do que são consideradas ferramentas tecnológicas de comunicação social: sítios do MPF, intranets, mural, e-mail institucional, *pop-up*<sup>3</sup>, planos de fundo dos computadores institucionais. A inclusão do último elemento decorreu de reclamações quanto à alteração automática do uso de planos de fundo em campanhas ou ações institucionais, sendo consideradas agressivas, principalmente por membros da instituição. Mesmo após a permissão expressa de possibilidade alteração, não há prática de uso de planos de fundo nas estratégias de comunicação.

A norma estabelece que qualquer veículo de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, seja criado, produzido, editado e divulgado pelos setores de comunicação social do MPF. Cita, como diretrizes da comunicação, a avaliação continuada de resultados, com definição de indicadores e realização de pesquisas, bem como a capacitação de membros e servidores para o aperfeiçoamento de aptidões relacionadas à comunicação.

Reforça ainda a adoção de logomarca única, a ser aplicada em todos os produtos de comunicação de divulgação institucional. O modelo e normas de utilização da marca constarão em Manual de Identidade Visual. A proibição ao uso de submarcas como parte da estratégia de fortalecimento da imagem institucional. E a vedação do uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação da Instituição,

---

2. Acesso em 7 de maio de 2021.

3. Janela que se abre automaticamente no navegador mediante a uma ação do usuário.

de suas unidades e órgãos, exceto da Ouvidoria do MPF e da PFDC. Nesse ponto, é importante esclarecer que, apenas em 2019, o Sistema de Comunicação Social passou a contar com a Assessoria de Comunicação e Informação (AscoInf) da PFDC, embora o setor já existisse há vários anos. Atualmente, o Siscom é formado por 33 Assessorias de Comunicação e a Secretaria de Comunicação Social.

Em setembro 2019, outro instrumento normativo importante para a comunicação social do MPF é institucionalizado: o Regimento Interno do Gabinete da Procurador(a)-Geral da República, aprovado por meio da Portaria PGR/MPF nº 786/2019 (MPF, 2019c), na qual consta pela primeira vez um capítulo para tratar do rol de atribuições da Secretaria de Comunicação Social e das Assessorias de Comunicação Social, do Siscom/MPF. Essa portaria é alterada, em 2020, com a edição da Portaria PGR/MPF nº 40, que manteve o capítulo destinado à comunicação social.

A governança do Sistema de Comunicação Social sofre um retrocesso em 2020 com a extinção o Subcomitê de Comunicação Social revogado, assim como outros subcomitês de outras áreas, pela Portaria PGR/MPF nº 412, de 7 de maio de 2020 (MPF, 2020). No entanto, para suprir essa lacuna, observa-se um movimento interno de organização de grupos de trabalho (GT) para discussão de diversos temas. Um deles é formado inicialmente para a discussão de Lei de Abuso de Autoridade, abrangendo posteriormente aspectos da Lei de Acesso à Informação, da Lei de Abuso de Autoridade e da Lei Geral de Proteção de Dados. Outro GT é criado para discutir o uso das redes sociais, grandes casos, nova intranet e o manual de redação.

Apesar da extinção do Sicom e de mudanças institucionais e políticas que permeiam a atuação do MPF, observa-se que há o início de um processo de internalização e disseminação do conhecimento documentado durante os anos anteriores. Além disso, há o esforço para a implementação de projetos importantes como o da nova intranet, que traz uma mudança de paradigma institucional com um layout única para todo o MPF, cuja personalização é automática no que se refere às notícias das unidades locais. Ocorrida em agosto de 2021, a implantação da intranet nacional, de visual único e integrado nacionalmente, requereu a criação de uma política editorial mais transparente, resultando na criação de um comitê editorial, mesmo que informalmente.

### **Processo de validação das fases**

Diante desse panorama, observa-se, que a internalização das normas aprovadas perante seu público interno ganha ainda mais força no segundo semestre de 2021, quando ocorre o primeiro curso organizado com base na Política de Comunicação Social e no Manual de Redação aprovados, em uma turma de 60 pessoas formadas por servidores e estagiários do MPF, no qual essa estrutura de fases é apresentada e compreendida por parte dos participantes. A instituição da Política de Comunicação e sua evolução foi objeto do primeiro módulo do curso, no qual essa estrutura de fases foi apresentada.

Embora haja a previsão de cursos de *media training* durante os Cursos de Ingresso e Vitaliciamento para procuradoras e procuradores da República, não havia registro de cursos específicos sobre a Política de Comunicação Social até 2020 para nenhum dos seus públicos. Esse curso foi elaborado e organizado por um grupo de trabalho formado por profissionais de comunicação da instituição composta para analisar como aprimorar o uso do Manual de Redação do MPF. Além disso, houve entrevistas exploratórias com diversos profissionais de comunicação durante o percurso da identificação das fases.

## Considerações finais

O cenário atual do Sistema de Comunicação Social do MPF é formado por mais de 140 servidores e terceirizados que trabalham em 34 áreas de comunicação social que se encontram fisicamente separadas, mas unidas em um sistema comunicacional no qual estão envolvidos recursos humanos, financeiros e tecnológicos. São profissionais das áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade, design, fotografia, administração. Eles dão suporte na divulgação do trabalho dos mais de mil procuradores responsáveis pela atuação finalística do MPF.

Observa-se, que para a construção do cenário atual, houve bastante esforços para a estruturação desse Sistema de Comunicação Social, que ainda precisa ser consolidado.

Movimentos políticos têm ampliado a possibilidade de terceirização de profissionais de comunicação social nos órgãos públicos, em alterações feitas em legislações, como as relacionadas às Leis nº 8.666/1993, nº 10.520/2002, e os Decretos nº 5.450/2015 e o Decreto nº 9.507/2018. Atentar para esse processo é fundamental para que não haja retrocessos em termos estratégicos institucionais. Internamente, a Instrução Normativa (IN) nº 2, de 19 de fevereiro de 2019 (MPF, 2019a), dispôs sobre a contratação de serviços de execução indireta, com dedicação exclusiva de mão de obra, ou seja, quais serviços podem ser terceirizados em diversas áreas do MPF, entre eles estão os serviços de elaboração de roteiro, edição de vídeo, finalização de vídeo, operação de áudio, orientação pedagógica voltada às atividades da Turminha do MPF, programação visual, registros fotográficos e revisão de texto.

O momento torna-se propício para estudos que tragam propostas novas de fortalecimento das ações de gestão desse Sistema de Comunicação Social, pois a crise econômica decorrente do isolamento imposto pelo novo coronavírus (Covid-19) impacta diretamente os órgãos públicos. Já se passaram 18 anos desde o olhar para a estruturação das Assessorias de Comunicação Social nos aspectos de pessoal e organizacional. Apesar de ser fundamental a internalização das regras criadas para dar sustentação ao Sistema, não se deve descuidar da manutenção dos avanços alcançados.

Um outro aspecto social deve ser lembrado é a disseminação de notícias falsas, as chamadas *fake news*, e o importante papel das áreas de comunicação das organizações públicas para combatê-las ao disseminarem informações fidedignas. Aprofundar o estudo histórico dos departamentos de comunicação do MPF contribui assim para a construção de cenários mais efetivos para o desenvolvimento de uma comunicação institucional voltada ao interesse público e ao fortalecimento da democracia.

## Referências

- Albuquerque, A. (2016). *As estratégias de comunicação organizacional no uso de sistemas de informações: estudo de caso do Sistema Único de Informações do Ministério Público Federal* [Universidade de Brasília]. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/22531>
- Albuquerque, A., & Silva, T. (2021). Plataformas digitais e departamentos de comunicação/relações públicas: uma revisão sistemática. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 42. <https://doi.org/DOI: 10.17013/risti.42.62-77>
- Camphenoudt, L. Van, Marquet, J., & Quivy, R. (2017). *Manual de investigação em ciências sociais* (2017.<sup>a</sup> ed.). Gradiva Publicações.
- CNMP. (2018). *Manual do Ministério Público para Relacionamento com a Imprensa*. Conselho Nacional do Ministério Público. [https://www.cnmp.mp.br/portal/images/Publicacoes/documentos/2018/03-05\\_final\\_Relacionamento-imprensa.pdf](https://www.cnmp.mp.br/portal/images/Publicacoes/documentos/2018/03-05_final_Relacionamento-imprensa.pdf)
- CPDOC/FGV. (2009). *Aristides Junqueira Alvarenga*. Verbete. <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/aristides-junqueira-alvarenga>

- Curtinovi, J. (2015). *O Ministério Público Federal e a Comunicação com seus Públicos Externos: como o órgão reconfigura concepção e práticas comunicacionais a partir do surgimento da internet* [Universidade de Brasília]. [https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/19388/1/2015\\_JeffersonCurtinovi.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/19388/1/2015_JeffersonCurtinovi.pdf)
- Curtinovi, J. (2017). *O Ministério Público Federal e a comunicação com seus públicos externos: como o órgão reconfigura concepção e práticas comunicacionais a partir do surgimento da internet*. Dom Quixote.
- Grunig, J. E. (2011). Teoria Geral de Excelência em Relações Públicas. Em *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento* (2ª ed., pp. 43–129). Difusão Editora.
- Lemos, C. (2004). *O Ministério Público Federal e a comunicação* (p. 30). Ministério Público Federal.
- Levy, G. (Organização), Chagas, J., Oliveira, M. C. N. de, & Lemos, C. (2004). *Manual de Relacionamento com a Imprensa*. Escola Superior do Ministério Público da União.
- MPF. (2011a). *Planejamento Estratégico do Ministério Público Federal para o decênio 2011-2020 - Portaria nº 687, de 20 de dezembro de 2011*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/20697/PORTARIA\\_PGR\\_Nº\\_687-2011.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/20697/PORTARIA_PGR_Nº_687-2011.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- MPF. (2011b). *Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Federal - Portaria nº 733, de 28 de dezembro de 2011*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/20630/PT\\_PGR\\_MPF\\_2011\\_733.pdf?sequence=2](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/20630/PT_PGR_MPF_2011_733.pdf?sequence=2)
- MPF. (2011c). *Uma construção coletiva: planejamento estratégico 2011-2020* (A. de A. S. Silva, D. P. Dias, E. A. D. N. Júnior, J. C. de C. Rocha, M. L. Medeiros, & W. R. de A. Netto (eds.)). Ministério Público Federal. <http://www.mpf.mp.br/o-mpf/sobre-o-mpf/gestao-estrategica-e-modernizacao-do-mpf/sobre/publicacoes/pdf/livroplanejamentoestrategicodiadaestrategica.pdf>
- MPF. (2013a). *Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Federal - Portaria nº 918, de 18 de dezembro de 2013*.
- MPF. (2013b). *Portaria PGR nº 3, de 4 de janeiro de 2013*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/20359/PT\\_PGR\\_MPF\\_2013\\_865.pdf?sequence=5&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/20359/PT_PGR_MPF_2013_865.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- MPF. (2013c). *Sistema Integrado de Gestão Estratégica e Governança no âmbito do Ministério Público Federal - Portaria PGR/MPF nº 865*.
- MPF. (2014a). *Guia para o Relacionamento com a Imprensa do Ministério Público Federal - Portaria PGR nº 107, de 18 de fevereiro de 2014*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/18419/PORTARIA\\_PGR\\_Nº\\_107-2014.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/18419/PORTARIA_PGR_Nº_107-2014.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- MPF. (2014b). *Manual de Redes Sociais do Ministério Público Federal*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/18604/Portaria\\_PGR\\_106\\_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/18604/Portaria_PGR_106_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- MPF. (2015). *Regimento Interno Diretivo do Ministério Público Federal - Portaria PGR/MPF nº 357, de 5 de maio de 2015*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/26587/PT\\_PGR\\_MPF\\_2015\\_357.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/26587/PT_PGR_MPF_2015_357.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- MPF. (2019a). *Instrução Normativa nº 2, de 19 de fevereiro de 2019*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/172213/IN\\_SG\\_MPF\\_2019\\_2.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/172213/IN_SG_MPF_2019_2.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- MPF. (2019b). *Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Federal - Portaria nº 59, de 1º de fevereiro de 2019*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/175511/PT\\_PGR\\_MPF\\_2019\\_59.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/175511/PT_PGR_MPF_2019_59.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- MPF. (2019c). *Regimento Interno do Gabinete da Procuradora-Geral da República - Portaria PGR/MPF nº 786, de 2 de setembro de 2019*.
- MPF. (2020). *Regimento Interno Diretivo do Ministério Público Federal - Portaria nº 412, de 7 de maio de 2020*. [http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/203290/PT\\_PGR\\_MPF\\_2020\\_412.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.mpf.mp.br/bdmpf/bitstream/handle/11549/203290/PT_PGR_MPF_2020_412.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Senado Federal. (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. *Texto constitucional originalmente publicado no Diário Oficial da União de 5 de outubro de 1988*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>