



# Política de Comunicação





## APRESENTAÇÃO

A presente Política de Comunicação foi desenvolvida pela Assessoria de Comunicação Social do Ministério Público de Contas do Estado Pará (Ascom/MPC-PA) a partir de uma análise do cenário institucional, considerando público interno e externo, no período de janeiro a junho de 2019. Nela, constam as metas para a realização da comunicação institucional, de acordo com a missão, a visão e os valores do órgão.

O documento apresenta as diretrizes e os procedimentos relacionados aos objetivos que o MPC-PA deseja atingir, alinhados ao desenvolvimento de ações e de produtos comunicacionais, os quais serão planejados e executados com base na elaboração de Planos de Comunicação bianuais, com metas e objetivos estratégicos, revisados anualmente.

## JUSTIFICATIVA

O Ministério Público de Contas do Estado do Pará vem exercitando sua obrigação constitucional, colocando em prática ações para fortalecer cada vez mais a instituição. Nesse sentido, todas as iniciativas ou produtos de comunicação que objetivem divulgar as ações e medidas realizadas no exercício das atribuições institucionais, em qualquer mídia ou veículo, por membros, servidores ou diretamente pela Assessoria de Comunicação Social, deverão seguir os padrões estabelecidos pela Política de Comunicação oficial do órgão, a fim de regulamentar critérios para o fluxo de atividades do setor.

Deste modo, fica estabelecido que as práticas do setor de comunicação se referem aos trabalhos de assessoria de imprensa, de comunicação interna e externa, cobertura jornalística, cobertura fotográfica, produção de notícias, de pautas, de releases e de produção de conteúdo para mídias digitais. Ao setor cabe, ainda, o apoio estratégico em ações relacionadas à comunicação organizacional e/ou administrativa – as quais são de competência dos setores de Gestão de Pessoas e de Cerimonial.

## MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão, a visão e os valores da comunicação estão alinhados aos do MPC-PA. Sendo assim, o objetivo desta Política é, também, levar para sociedade, por meio de ações estratégicas de comunicação a matriz do Plano Estratégico da instituição ministerial de Contas.

### MISSÃO

Defender a ordem jurídica por meio do exercício do controle externo para a correta e efetiva aplicação dos recursos públicos estaduais em prol da sociedade

### VISÃO

Ser reconhecido pela sociedade como instituição ministerial de contas autônoma e indispensável ao exercício do controle externo que contribui efetivamente para boa gestão dos recursos públicos.

### VALORES

Comprometimento, ética, eficiência, proatividade, unidade.

## Fluxo de trabalho e procedimentos

O fluxo de trabalho entre os setores do MPC-PA com a Assessoria de Comunicação – seja para o público interno ou externo – deve ser realizado por meio dos canais comunicacionais do órgão, dentre eles, intranet, *spark*, e-mail institucional, site, grupos de *whatsapp*, *youtube* e *facebook*. A solicitação para a realização de trabalhos institucionais deve ser feita via sistema interno, com atenção para o preenchimento dos formulários – *Briefing* de criação e Pautas/cobertura de evento. A rotina visa a manutenção do fluxo de trabalho e de procedimentos para a divulgação interna e externa do trabalho, das ações e dos projetos do MPC-PA.

## Assessoria de Imprensa

- Produção de matérias jornalísticas, elaboração de notas e respostas oficiais à imprensa, comunicados, avisos, releases, informes, sugestão de pauta e demais conteúdos editoriais de interesse do MPC-PA;

- O MPC-PA deve ser fonte confiável de informação, a fim de garantir credibilidade perante seus *stakeholders*;
- Todo conteúdo noticioso relacionado ao trabalho do MPC-PA deve ser encaminhado como sugestão de pauta para os veículos de mídia tradicional e digital;
- O setor de comunicação deve manter contato e estreitar relacionamento com outros segmentos disseminadores de informação – institutos de pesquisa, centros universitários e influenciadores digitais;
- Assessorar a Procuradoria-Geral do MPC-PA e membros da instituição no relacionamento com a imprensa;
- Contato estratégico com a imprensa local, Ascons institucionais e imprensa nacional;
- Organização de entrevistas;
- Produção, gerenciamento e atualização de conteúdo noticioso para o site do MPC-PA e redes sociais;
- *Media Training* – instrução da fonte de informação para entrevistas;
- Cobertura fotográfica de eventos institucionais – internos e externos;
- Elaboração de roteiro para vídeos institucionais;
- Filmagem de vídeos curtos para o “MPC-PA Explica”;
- Supervisionar e acompanhar o processo de edição de vídeos institucionais do MPC-PA;
- Avaliar e acompanhar a veiculação de notícias diretas ou indiretas sobre o MPC-PA, por meio do *Clipping digital*;
- Produzir conteúdo específico para as redes sociais;
- Produzir conteúdo proposto em planejamento bianual pelo setor de comunicação;
- Analisar cenários, planejar, produzir e executar novas ferramentas para veiculação do trabalho realizado pelo MPC-PA.

A produção e a publicação de notícias internas e externas, com temas de relevante interesse público merecem ser divulgadas, mas é recomendável a análise prévia de conteúdo para definir o público-alvo receptor da notícia, bem como analisar a relevância



dos conteúdos para a sociedade. Por isso, é válido ressaltar a importância de encontros mensais para discutir e analisar sugestões de pautas com a Procuradoria-Geral.

## Comunicação interna

- Produzir conteúdo específico para a comunicação interna;
- Gerenciar e atualizar os canais de comunicação interna (quadro de avisos, e-mail institucional, *Spark*, grupos de *Whatsapp*, papel de parede dos computadores institucionais e Intranet);
  - Registro fotográfico de eventos voltados para o público interno;
  - Produzir conteúdo noticioso para a intranet;
  - Produzir conteúdo específico para o público interno, solicitado via sistema e respeitando prioridades e prazos;
- Atualizar conteúdo informativo do papel de parede dos computadores institucionais.

## Publicidade e Propaganda/ Marketing

- Planejar, desenvolver, fiscalizar e corrigir as ações de publicidade e propaganda realizadas pelo MPC-PA, conforme os critérios estabelecidos pelo Manual de Identidade Visual do órgão;
  - Executar os trabalhos, as ações e os projetos relacionados à publicidade do órgão, definidos no Plano bianual de trabalho da Assessoria de Comunicação;
  - Fiscalizar a correta aplicação da marca MPC-PA em peças publicitárias;
  - Desenvolver, sempre que possível, novas ferramentas para o aprimoramento da comunicação interna e externa, dentre elas, a implantação da TV Corporativa e Institucional do MPC-PA, que deverá ser implantada a partir da contratação de uma empresa especializada no segmento de TV Corporativa, para a veiculação interna e externa de Vts comerciais sobre o trabalho do MPC-PA em telas eletrônicas (TVs) de pontos estratégicos – shopping center, aeroportos, academias, dentre outros);



- Criação de informes eletrônicos mensais – para veiculação interna e externa

## **DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO DO MPC-PA**

A comunicação do MPC-PA deve garantir a transparência das ações, exigida em todas as fases da gestão pública e no âmbito da atuação institucional do órgão, sendo regida pelos princípios constitucionais que orientam a administração pública – a legalidade, a publicidade, a impessoalidade, a moralidade e a eficiência –, sem prejuízo do seu compromisso com a verdade, a objetividade, a clareza da informação e a imparcialidade. Todas as ações e as práticas de comunicações interna e externa do MPC-PA deverão ser planejadas e executadas a partir de Planos com metas e objetivos, os quais devem estar alinhados ao Plano Estratégico do *Parquet* de Contas.

### **Objetivos**

O trabalho de assessoria de comunicação e de gestão da comunicação do órgão deve ser desempenhado por profissionais da área, devidamente habilitados para determinada função;

Os trabalhos, as ações, os projetos e as rotinas devem passar pela análise, a supervisão e a aprovação da Procuradoria-Geral de Contas;

O diálogo do MPC-PA com a sociedade deve ser regido por uma comunicação didática, cujo objetivo é o entendimento do cidadão acerca do trabalho realizado pela instituição e, ainda, possibilitar a sua participação nas ações promovidas pelo MPC-PA;

As mensagens repassadas para imprensa tradicional e digital devem ser objetivas, claras e imparciais;

Todos os produtos comunicacionais relacionados à publicidade, à propaganda e ao marketing institucional devem seguir os padrões estabelecidos pelo Manual de Identidade visual do MPC-PA, bem como ao que foi definido como meta no Plano de Comunicação bianual;

A comunicação institucional do MPC-PA deve ser reconhecida pela sociedade por seu compromisso com a verdade, a imparcialidade e a seriedade.

## Relacionamento com a Sociedade

### Objetivos

Consolidar a imagem do MPC-PA perante a sociedade, com a criação de conteúdos exclusivos sobre o trabalho desenvolvido pelo órgão, a sua importância dentro da gestão pública, do controle externo e para o controle social;

Gerar conteúdo específico para as redes sociais do MPC-PA – *Youtube, Facebook e Instagram*;

Desenvolver ações anuais para o projeto “Conhecendo o MP de Contas do Pará – A ação objetiva promover o trabalho e a atuação do MPC-PA e deverá ser alinhada com a programação do CEAF, para a definição de palestras voltadas ao público externo e realizadas na sede do MPC-PA.

Participar, apoiar, desenvolver e divulgar campanhas institucionais.

## Relacionamento com o público interno: Membros, servidores e estagiários

Membros, servidores e estagiários devem seguir o fluxo estabelecido pelo sistema de comunicação interna do MPC-PA, cujo objetivo é proporcionar a sistematização, a organização, o diálogo e a interação na solicitação de serviços, e para o atendimento de demandas como, por exemplo, a criação de novos produtos, a divulgação de eventos, solicitação de pautas, envio de informes, avisos e comunicados, bem como apoio para auxiliar no planejamento e na organização de eventos e/ou projetos relacionados à comunicação do *Parquet* de Contas.

### Objetivos

Conscientizar o público interno, em todos os níveis, que a imagem do MPC-PA se forma, também, a partir das posturas e dos comportamentos individuais;

Fortalecer a missão, a visão e os valores do MPC-PA perante seu público interno, por meio de campanhas e de projetos;



Manter o público interno informado e ciente quanto às ações, aos projetos e aos trabalhos em desenvolvimento/execução do MPC-PA;

A rotina de trabalho da comunicação – pautas, divulgação de informes, comunicados e avisos, criação de peças publicitárias, campanhas, e cobertura de eventos –, deve seguir os padrões estabelecidos pelo sistema de comunicação interna. Em outras palavras, todas as ações demandadas pelos setores do órgão, relacionadas às práticas de comunicação, devem ser encaminhadas para a Ascom/MPC-PA, por meio do sistema interno de comunicação.

## Relacionamento com a imprensa

O papel dos veículos de comunicação e a forte influência que eles exercem em uma sociedade são fundamentais para a gestão pública. Por isso, é importante a manutenção do diálogo e de parcerias, objetivando que o MPC-PA seja fonte confiável de informação em sua área de atuação e em assuntos relacionados à prevenção e ao combate à má gestão, além do incentivo ao controle social. Portanto, a colaboração de membros e de servidores no trabalho da assessoria de imprensa é fundamental para a manutenção desse relacionamento que vem sendo construído ao longo dos anos, bem como para o fortalecimento da imagem institucional.

### Objetivos

É responsabilidade da Assessoria de Comunicação do MPC-PA o contato direto com os veículos de comunicação, por meio do *mailing list* de jornalista, bem como mediar o contato entre membros e servidores do órgão com a imprensa;

O setor de comunicação do MPC-PA deve ser estratégico e manter um relacionamento de confiabilidade com a imprensa, da mesma forma membros e servidores devem confiar na Ascom, no que diz respeito ao repasse de informações e ao diálogo sobre a melhor forma de agir em possíveis cenários;

A avaliação sobre pedidos de entrevistas e/ou solicitação de informações deve passar pelo setor de comunicação do MPC-PA;





A Assessoria de Comunicação deve estar *full time* para atender, ajudar e orientar, inclusive quando o assessorado estiver errado ou em situações de crise;

## Redes sociais

### Facebook (@mpcpaoficial)

A página do MPC-PA no *Facebook* deve ser uma plataforma de interação entre a instituição e os seus seguidores, visando a comunicação, o relacionamento e a participação da sociedade nas ações institucionais do órgão, além de ser mais um mecanismo para a manutenção da interação e de monitoramento da avaliação dos cidadãos sobre o MPC-PA.

### Objetivos

O @mpcpaoficial deve ser fonte confiável e dinâmica de informação. Ser reconhecido através de uma identidade visual própria e com fluxo padrão de publicações;

A Assessoria de Comunicação deve disponibilizar uma página institucional de conteúdo relevante, com possibilidade real de participação e interação da sociedade com o MPC-PA;

O desenvolvimento dos conteúdos textuais para os produtos comunicacionais do @mpcpaoficial são de responsabilidade da Assessoria de Comunicação;

A criação da identidade visual dos *cards* personalizados para o @mpcpaoficial são de responsabilidade do setor de Tecnologia da Informação, mas com a supervisão e o apoio da Assessoria de Comunicação;

O conteúdo noticioso do MPC-PA específico para o @mpcpaoficial deve ser pautado em um formato acessível, evitando termos técnicos e informações complexas, considerando também as condições sociais, culturais e econômicas do público que se deseja atingir;

O setor de comunicação deve direcionar atenção e cuidado durante o processo de desenvolvimento de campanhas e de criação de peças – utilização de fotos, de vídeos, de



ilustrações, de sons, de imagens e de textos –, a fim de não apresentar conteúdos discriminatórios e de não violar direitos autorais e de imagem;

A criação das peças será feita de acordo com o organograma estabelecido no Plano Bianul de Comunicação, bem como via solicitação em sistema interno, sempre respeitando prioridades e prazos.

Nas redes sociais deve-se estar atento ao zelo pelo contrário, ou seja, comunicar e ser relevante, deixando claro ao usuário e seguidor da página a postura do MPC-PA no que se refere à democracia do informar, do comunicar e do respeito às opiniões contraditórias.

## Recursos utilizados na página

- Publicar *cards* personalizados de acordo com o planejamento de produção e execução estabelecido em Plano de Comunicação Bianual;
- Publicar, conforme produção estabelecida pelo Plano de Comunicação Bianual, vídeos do “Fala Procurador” e “MPC-PA Explica”;
- Replicar na página @mpcpaoficial todo conteúdo jornalístico noticiado no site do MPC-PA;
- Replicar na página @mpcpaoficial todas os vídeos publicados no canal do *Youtube* do MPC-PA;
- Replicar de outras páginas institucionais campanhas de interesse direto e/ou indireto do MPC-PA;
- Analisar, quando necessário, a utilização de publicações patrocinadas, para obter maior alcance do conteúdo da página, ampliar a interação com o público e, também, aumentar o número de seguidores.

## Canal do MPC-PA no *Youtube*

Diante de uma sociedade cada vez mais engajada a participar da gestão pública e a conhecer o modelo de atuação das instituições – o MPC-PA criou o seu canal no *Youtube* – cuja a finalidade é compartilhar, por meio de vídeos, o trabalho e as ações realizadas pelo órgão.

Atualmente o canal vem sendo utilizado para a transmissão de palestras realizadas pelo Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional (CEAF) do MPC-PA, além do

armazenamento de vídeos institucionais, dentre eles, o do I Seminário do Ministério Público de Contas do Estado do Pará e Sociedade”.

A plataforma digital é mais um canal comunicacional de interação, por isso, deverá ser utilizado para a transmissão do “Fala Procurador” e do MPC-PA explica” – programas que objetivam tratar sobre temas relacionados ao trabalho do *Parquet* de Contas, a partir da elaboração de roteiros com a definição dos temas e o período de gravação, os quais deverão constar no planejamento do Setor de Comunicação

## Como fazer isso?

- Criando roteiros específicos para os programas, que devem estar previstos no plano de comunicação;
- Selecionando temas escolhidos em reunião mensal de pauta com a Procuradoria-Geral de Contas;
- Estabelecendo data mensal para a gravação dos programas.

## Instagram (@mpcpaoficial)

O cenário atual do mundo digital possui dentre as suas principais tendências a inserção de perfis públicos e institucionais na rede social *Instagram*. O consumo por informação rápida e dinâmica está cada vez mais autônomo e cercado de interatividade.

Por isso, a Ascom/MPC-PA, em atenção às necessidades do seu público – interno e externo – sugere a criação do perfil @mpcpaoficial no *Instagram*. O novo canal de comunicação deve ser pautado nos mesmos padrões da página do *Facebook*, cujo principal objetivo é proporcionar mais visibilidade ao trabalho realizado pela instituição.

## Como fazer isso?

Atualmente, o *Instagram* oferece ferramentas embasadas em critérios dinâmicos de interação. Em seu *feed*, por exemplo, exclusivo para a publicação de fotos e vídeos, ele oferece opções de aperfeiçoamento e de interatividade às publicações. As suas funcionalidades oferecem os seguintes recursos:

- Publicação padrão de uma (1) única imagem ou vídeo;
- Combinadas – possibilitando a criação de layout personalizado com várias imagens;



- *Boomerang* – várias fotos tiradas em sequência possibilitando a criação de minivídeos, a partir de imagens em movimento que podem ser clicadas e transformadas em vídeos animados e interativos;
- *Story* - diversas ferramentas à disposição no mesmo recurso: texto, música, ao vivo, normal, *boomerang*, superzoom, foco, dentre outros. Mecanismos que oferecem ao usuário inúmeras possibilidades de criação – seja para conteúdo noticioso ou de imagem e de vídeo. O *story* para vídeo é de até 30 segundos. Para melhorar o recurso, o *Instagram* criou uma nova funcionalidade – IGTV;
- IGTV – Ferramenta capaz de armazenar vídeos mais longos, os quais aparecerão como prévia no *feed* (com título, capa, descrição e, quando houver, parceiros) e a mensagem “continue assistindo no IGTV”.

Neste sentido, assim como na página do MPC-PA no *Facebook*, para o *Instagram* @mpcpaoficial é proposto um processo de planejamento em modelo sistemático, dentro do planejamento bianual do setor de comunicação.

## Recursos utilizados na página

- Utilizar os recursos oferecidos pelo *Instagram* para a transmissão dos principais momentos da sessão plenária do TCE-PA, bem como entrevistas rápidas sobre temas de maior relevância debatidos durante a sessão;
- Utilizar o recurso do IGTV para a gravação de entrevistas com os procuradores;
- Utilizar o recurso “ao vivo” do *story* para a transmissão de eventos institucionais de interesse relevante para a sociedade;
- Publicar *cards* personalizados de acordo com o planejamento de produção e execução estabelecido em Plano de Comunicação anual – sempre aproveitando os recursos oferecidos pelo *Instagram*;
- Publicar, conforme produção estabelecida pelo Plano de Comunicação, vídeos do “Fala Procurador” e “MPC-PA Explica” – a depender do vídeo, a sua publicação será exclusiva para o *story*, *feed* e o IGTV.



## Identidade visual de peças publicitárias do MPC-PA

### Você Sabia?

Identidade visual em *card* personalizado com informações sobre temas relacionados ao trabalho do MPC-PA no controle externo, na fiscalização e para a correta aplicação dos recursos públicos. O conteúdo deve mostrar a importância da instituição para a gestão pública.

### Fique Ligado!

Com conteúdo dinâmico e informativo, o *card* deve apresentar temas diversos de interesse público como, por exemplo, os direitos e deveres dos cidadãos, o controle social, os trabalhos e as ações realizados com o apoio do MPC-PA e, ainda, sobre a abertura de inscrição para eventos realizados pelo órgão e de seleção de estagiários, quando ocorrer.

**Cartões padronizados MPC-PA:** O conteúdo deste *card* deve ser criado com a finalidade de divulgar campanhas institucionais e para datas comemorativas.

## Notícias replicadas do site do MPC-PA

As matérias publicadas no site do MPC-PA serão replicadas no @mpcpaoficial com pequeno texto introdutório, que poderá ser o *lead* da matéria, utilizando a *hashtags* (#) #tánosite e outras relacionadas ao assunto.

A aprovação de conteúdo dos *cards* do *Facebook* do MPC-PA deve seguir um processo de revisão e aprovação.

1. Análise de conteúdo;
2. Revisão de texto e imagem;
3. Aprovação final pela Procuradoria-Geral de Contas



## Conteúdo e linha editorial do *Facebook*

O *Facebook* do MPC-PA é um espaço para o diálogo com a sociedade. Quem acessar a página encontrará informações sobre as ações, as notícias, as campanhas e os eventos que tratam do desenvolvimento do trabalho realizado pelo órgão e, também, das ações e dos trabalhos de outras instituições que contem com o apoio e a parceria do MPC-PA.

### Política de acesso e uso da página oficial do MPC-PA no facebook

Com o objetivo de estabelecer um canal de comunicação direto, dinâmico e de fácil acesso com a sociedade, o Ministério Público de Contas do Estado do Pará (MPC-PA) mantém esta página com o perfil oficial do órgão na rede social *Facebook*.

Neste espaço, cidadão e instituições, bem como agentes públicos, têm acesso a conteúdo exclusivo sobre o desenvolvimento do trabalho, das ações e da participação do MP de Contas do Pará na fiscalização da correta aplicação dos recursos públicos estaduais. A página é também um espaço para dialogar, para ouvir e para debater.

Todos são bem-vindos, mas a reponsabilidade sobre comentários não é de responsabilidade do órgão, esclarecendo: O *Facebook* é aberto ao público, o qual pode participar comentando em *posts* e enviando dúvidas, elogios, críticas e sugestões, desde que estejam de acordo com a política de uso e não se enquadrem nos casos citados abaixo.

- 1: Comentários que contenham material discriminatório, de caráter ofensivo, ilegal, preconceituoso e racista;
- 2: Comentários que contenham ameaças, perjúrio ou qualquer conteúdo inapropriado que atente contra a honra de quem quer que seja e contra os padrões da rede social *Facebook* ou da legislação brasileira;
- 3: Comentários que contenham textos, fotos e vídeos, de teor pornográfico, violento, rude, grosseiro e escatológico;
- 4: Comentários que divulguem promoções, perfis, materiais de campanhas eleitorais, de qualquer partido ou pessoa, ou propagandas de terceiros;
- 5: Comentários que tenham vocabulário chulo ou de baixo calão;



6: Comentários que tenham informações que promovam mentiras ou conteúdo inverídico;

7: Comentários que ofendam ou difamem o MP de Contas do Pará, outros usuários do **Facebook**, servidores ou membros da instituição;

8: Comentário que sejam "*spam*" (lixo eletrônico) ou façam "*flood*" (comentários iguais e sucessivos).

No caso de as regras acima citadas não serem respeitadas, o Ministério Público de Contas do Estado do Pará reserva-se ao direito de deletar comentários e, diante de insistência, bloquear usuários.

O MPC-PA não se responsabiliza por instabilidades e outros problemas eventualmente apresentados pela rede social **Facebook**.

**Assessoria de Comunicação do Ministério Público de Contas do Estado do Pará (Ascom/MPC-PA)**

**Responsável:** Rosana Magno