



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

SUGESTÕES PARA UMA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO

COMITÊ DE POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO (CPCOM), REUNIÃO DE 30 DE MARÇO DE 2011

Redesenhado a partir da Constituição Federal de 1988, o Ministério Público no Brasil vive um momento em que investe na unidade como caminho para fortalecimento da instituição. Se nessas duas décadas a autonomia institucional e a independência funcional se consolidaram como valores imprescindíveis à atuação ministerial na defesa do regime democrático, dos interesses da sociedade e dos direitos do cidadão, identifica-se hoje a necessidade de, sem abrir mão dessas conquistas, unir esforços para avançar nos resultados obtidos.

Nesse contexto, cresce a repercussão da atuação reguladora e integradora do Conselho Nacional do Ministério Público, criado pela Emenda Constitucional 45/2004, além do papel fiscalizador atribuído pelo texto constitucional. É assim que se desenvolvem atualmente, com a coordenação do Conselho, ações nacionais nas áreas de segurança pública, planejamento e infância, entre outras.

No campo da comunicação caminha-se no mesmo sentido. Ao longo desses anos pós-1988, consolidou-se o entendimento dos processos comunicacionais como vias de abertura do Ministério Público à sociedade e, por isso, essenciais à consecução de seu papel constitucional, que exige transparência e participação, além de reconhecimento do MP como ator relevante e legítimo no campo judicial e político. A experiência demonstrou a importância crescente de uma atitude profissional em relação a esses processos comunicacionais, seja pelos meios de massa, como a imprensa comercial e os veículos institucionais como a TV Justiça, seja pelas novas mídias, ou ainda por ações diretas.

No momento em que o Ministério Público busca crescer a partir do fortalecimento de sua coesão, a unidade e a integração também nas ações de comunicação mostram-se necessárias e, mais que isso, apresentam-se como um anseio da instituição. É nesse contexto que o Conselho Nacional do Ministério Público instituiu, em agosto de 2010, o Comitê de Políticas de Comunicação do Ministério Público - CPCOM -, composto por profissionais de comunicação indicados pelas 30 unidades do Ministério Público.

A partir do debate desenvolvido desde sua instalação, que refletiu a experiência das unidades do MP em comunicação, o CPCOM apresenta ao Conselho as seguintes sugestões para a formulação de uma política institucional para a área. Nossa expectativa é de que elas possam contribuir para o estabelecimento de balizas que consolidem e permitam avançar na atuação do Ministério Público, no momento em que ele discute seu planejamento estratégico nacional.



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

Princípios

- A. O Ministério Público entende a comunicação pública como processo fundamental ao cumprimento do dever constitucional de transparência das instituições públicas e como consequência do direito coletivo à informação. Além disso, a comunicação é necessária à ampliação da participação e do acesso dos cidadãos aos serviços prestados pelo Ministério Público. Essa visão deve orientar as escolhas estratégicas e operacionais, em lugar de uma utilização instrumental da comunicação para promoção institucional.
- B. Mais que fazer a divulgação de sua atuação, o Ministério Público busca construir uma comunicação que estimule o debate e a participação, tanto dos cidadãos como dos integrantes da instituição. Isso implica entender a comunicação como diálogo, considerando o outro como sujeito do processo e não mero destinatário passivo de mensagens. A consequência de tal pensamento é a busca de instrumentos que, cada vez mais, possibilitem ouvir, dar voz e responder as demandas dos públicos da comunicação da instituição.
- C. O Ministério Público entende a comunicação pública como serviço público, regida pelos princípios básicos que ela cobra e procura promover, como a publicidade, a transparência, a impessoalidade e a economicidade.
- D. A comunicação praticada pelo Ministério Público deve colocar ao alcance do cidadão a informação mais completa, a mais precisa e a mais acessível, cuidando para que os dados tenham qualidade e que o formato seja adequado aos diferentes públicos, respeitados sempre os direitos fundamentais.
- E. O Ministério Público entende a comunicação como atividade institucional, que deve ser orientada por critérios profissionais e incorporada como parte integrante das atividades ministeriais, tanto no campo finalístico, como na gestão. Desse modo, ela é responsabilidade de todos os seus integrantes, com apoio de profissionais especializados. A comunicação não deve ser um complemento que se faz ao final de um processo, mas uma das dimensões intrínsecas aos processos e projetos.
- F. O Ministério Público busca em sua comunicação, como em sua atuação, a complementaridade de esforços. A partir da identificação de objetivos convergentes, deve-se procurar potencializar os resultados oferecidos à sociedade por meio de ações integradas.



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

Diretrizes

1. A comunicação é atividade institucional e deve ser regida pelo princípio da impessoalidade. Como consequência:
 - i. Todos os instrumentos de comunicação criados no âmbito da instituição devem ter tratamento institucional e evitar o personalismo.
 - ii. A assessoria de comunicação é uma atividade institucional, não cabendo a implantação de assessorias de membros ou de setores, ou a contratação de profissionais ou de estagiários desvinculados das áreas que detêm essa atribuição institucional.
 - iii. As atribuições que servidores e membros exercem no Ministério Público não devem ser utilizadas para a promoção de atividades desenvolvidas fora do âmbito institucional. Por isso, atividades de comunicação em meios ou veículos externos só devem ser intermediadas pelo setor de comunicação institucional quando tratarem de assuntos institucionais.
 - iv. Quando fala sobre sua atuação, com a imprensa ou em público, o membro ou servidor do Ministério Público fala em nome da instituição. Por isso, antes de se manifestar, deve certificar-se de que fala sobre assunto de sua atribuição, orientando-se pela política de comunicação da instituição com relação à conveniência, meios e formas de divulgação.
 - v. Ao utilizar mídias sociais, o membro do Ministério Público deve considerar que é uma autoridade e que, nesses espaços públicos virtuais, sua figura privada e sua figura pública inevitavelmente se confundem. Assim, deve manter uma postura compatível com seu cargo, de modo a preservar a credibilidade da instituição e até mesmo sua segurança pessoal.
 - vi. Relatórios de atividades devem preservar o caráter de prestação de contas à sociedade e de instrumento de aperfeiçoamento da gestão, respeitando o princípio da impessoalidade. Dessa forma, os relatórios devem se referir a períodos anuais, e não a mandatos; a setores, e não aos ocupantes de cargos. Por outro lado, devem incluir dados relevantes e precisos, tratados de maneira que se tornem compreensíveis e significativos, não se limitando a elencar números ou fatos. Devem, ainda, prioritariamente, circular em meio digital, privilegiando o princípio da economicidade.



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

2. A atuação do Ministério Público é pública. Isso quer dizer que, em princípio e como regra geral, os membros e servidores da instituição têm a obrigação de informar a sociedade sobre seu trabalho e resultados. Entretanto, o momento de prestar informações à sociedade e as informações a serem prestadas devem ser responsabilmente avaliados, conforme o interesse público, os direitos fundamentais e o segredo de justiça, quando existir. Na divulgação para a imprensa, precisam ser levados em conta ainda os critérios de interesse jornalístico, em especial a atualidade e a universalidade.
- i. Em regra, o momento adequado à divulgação é aquele em que se oferece uma denúncia ou em que se ajuíza uma ação civil que tenha grande alcance – nacional, regional ou local –, efeito paradigmático ou que funcione pedagogicamente como exemplo. Pode-se, no entanto, aguardar o eventual recebimento da denúncia ou a concessão de liminar, quando isso for necessário para o resguardo de medidas requeridas pelo Ministério Público como, por exemplo, prisão ou sequestro de bens.
 - ii. Na divulgação de denúncias oferecidas ou ações ajuizadas, deve-se ter em mente que 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.
 - iii. Decisões judiciais concedidas em ações movidas pelo Ministério Público são assuntos de interesse público, sobretudo se possibilitam o exercício imediato de direitos, e devem ser divulgadas, deixando claro quando são liminares, passíveis de recurso ou definitivas.
 - iv. A divulgação de termos de ajuste de conduta, acordos judiciais e recomendações é especialmente indicada quando tiverem amplo alcance, impacto social ou valor exemplar.
 - v. Como regra geral, deve-se aguardar a conclusão de uma investigação para sua divulgação, cabendo avaliar casos excepcionais. Quando o assunto já for público, é importante que o Ministério Público informe a sociedade o fato de estar atuando, sem adiantar posições ainda não consolidadas.



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

- vi. A regra geral que prevalece no Brasil, de acordo com a Constituição de 1988, é a publicidade dos atos processuais. Entretanto existem exceções, quando a previsão é o sigilo, como nas questões de família, naqueles casos em que o interesse público o exigir, a critério do juiz, ou para resguardar investigações. Existem ainda casos em que alguns dados são sigilosos, como informações bancárias e fiscais. Os responsáveis pela divulgação – membros do Ministério Público e profissionais de comunicação da instituição – devem zelar para que essas regras sejam rigorosamente respeitadas.
 - vii. Sempre que um jornalista procura a instituição, ele deve ser atendido, ainda que seja para lhe dizer que a informação que ele busca não está disponível, bem como a razão dessa indisponibilidade. A assessoria de comunicação é o setor indicado para fazer o atendimento.
3. Os instrumentos de comunicação a serem utilizados devem ser escolhidos de acordo com o interesse público.
- i. Informações de interesse geral, divulgadas por iniciativa do Ministério Público, devem ser colocadas à disposição de todos os veículos de comunicação interessados.
 - ii. Notícias distribuídas por meio do setor de comunicação constituem a forma mais impessoal de divulgar a atuação do Ministério Público.
 - iii. Entrevistas coletivas são recomendadas em momentos de grande interesse público e jornalístico, com o cuidado de não expor o integrante da instituição a uma situação de desgaste, tampouco prejudicar o andamento de investigações ou processos.
 - iv. Notas oficiais devem ser utilizadas com parcimônia, quando a posição institucional precisa ser reforçada. Esse é um cuidado para preservar sua credibilidade e efeito. Em muitas situações, como no caso de correção de dados publicados erradamente, uma resposta do setor de comunicação é suficiente.
 - v. Partindo do entendimento da comunicação como diálogo, não se pode mais tratar as mídias digitais como canais de menor importância. Cada vez mais, a comunicação de instituições públicas e privadas está se dando diretamente com os diversos públicos, por meio da internet e das mídias sociais. O Ministério Público deve se preparar para essa nova realidade.



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

4. Na concepção e criação de campanhas e de peças de comunicação para qualquer mídia, deve ser reforçado o cuidado com a utilização de imagens (sejam fotos, vídeos, ilustrações), para que não venham a ferir a dignidade humana – em especial de crianças e adolescentes –, ou incitar, ainda que indiretamente, a preconceito de qualquer tipo – racial, religioso, sexual, etc.
5. A comunicação interna é condição para o bom funcionamento da instituição. Sem informação e participação, é muito difícil obter o envolvimento e a eficácia necessários à consecução dos objetivos de gestão. Os processos de circulação de informação entre membros e servidores do Ministério Público devem ser tratados com o mesmo cuidado com que a instituição se dirige a públicos externos.
 - i. As chefias de setores administrativos e finalísticos devem ser capacitadas para a comunicação com as equipes.
6. A consolidação de setores de comunicação, dentro do organograma institucional, com estrutura, orçamento e pessoal especializado, preferencialmente de carreira, é instrumento para viabilização de uma política de comunicação consistente e permanente, que guarde coerência com os princípios da instituição.
 - i. A área de comunicação deverá contar com uma estrutura que atenda as demandas da instituição nas diversas especialidades do campo, incluindo jornalismo, relações públicas, publicidade, além de atividades de apoio.
 - ii. Os serviços prestados por fornecedores externos devem ser utilizados como complemento à estrutura de comunicação da instituição, em setores ou projetos em que sua contratação atender os critérios de legalidade e economicidade.
 - iii. A área de comunicação deve construir indicadores que permitam avaliar seus resultados e aperfeiçoar a atuação da instituição também nessa área.
 - iv. Aferir a percepção dos cidadãos sobre o Ministério Público, por meio de pesquisa de imagem ou de instrumentos semelhantes, constitui indicador importante para a formulação de uma estratégia de comunicação que cumpra os objetivos da instituição, em especial o atendimento das demandas dos cidadãos.
 - v. A área de comunicação deve promover treinamentos para capacitar promotores e procuradores para o relacionamento com a imprensa, inclusive em situações de crise. Além de outras oportunidades, recomenda-se que esses treinamentos sejam incluídos nos cursos para novos integrantes da instituição.