



Ministério Público da União

MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO
PROCURADORIA-GERAL
CONSELHO SUPERIOR

ESTATÍSTICA DO MÊS DE ABRIL DE 2017

I - PRODUTIVIDADE

CONSELHEIRO	RELATOR				REVISOR			
	Saldo anterior	Processos Administrativos	Devolvidos	Em poder do Relator	Saldo anterior	Processos Administrativos	Devolvidos	Em poder do Revisor
Jeferson Luiz Pereira Coelho	7	3	4	6	2	1	3	0
Ivana Auxiliadora Mendonça Santos	3	6	4	5	0	1	1	0
Gustavo Ernani Cavalcanti Dantas ¹	0	2	1	1	0	1	1	0
Cristina Aparecida Ribeiro Brasileiro ²	1	1	2	0	0	0	0	0
Sandra Lia Simón	3	3	4	2	0	0	0	0
Manoel Jorge e Silva Neto	5	2	6	1	1	0	1	0
Cristina Soares de Oliveira e Almeida Nobre	1	2	2	1	0	0	2	0
Ricardo José Macedo de Britto Pereira	4	3	4	3	0	0	0	0
Edelamare Barbosa Melo	3	2	4	1	0	0	0	0
TOTAIS	27	24	31	20	3	5	8	0

1 - Férias de 03/04/2017 até 12/04/2017;

2 - Férias de 17/04/2017 até 26/04/2017.

II - SITUAÇÃO

Entrada de processos no mês	12
Distribuição e redistribuição de processos no mês	14
Total de processos decididos/deliberados	27
Outras decisões/deliberações	4
Resoluções	2

Brasília-DF, 10 de maio de 2017.

IVANA AUXILIADORA MENDONÇA SANTOS
Conselheira Secretária do Conselho

MINISTÉRIO PÚBLICO MILITAR
PROCURADORIA-GERAL DA JUSTIÇA MILITAR

PORTARIA Nº 90, DE 9 DE MAIO DE 2017

Institui a Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Militar.

O PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA MILITAR, no uso da atribuição que lhe confere o art. 124, inciso XX, da Lei Complementar nº 75, de 20 de maio de 1993, e tendo em vista o disposto na Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, Lei de Acesso à Informação, resolve:

Art. 1º Fica instituída a Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Militar, a fim de regulamentar a comunicação da Instituição, no âmbito interno e externo, e garantir o seu alinhamento aos princípios da Administração Pública, ao Regimento Interno do Ministério Público Militar e ao Plano Estratégico Institucional.

CAPÍTULO I

DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 2º A Comunicação Social reger-se-á pelos seguintes princípios:

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

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

I - promover o respeito à Constituição Federal e às leis;
II - contribuir para o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade;

III - divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição do cidadão de forma sistemática, em linguagem acessível e didática;
IV - oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação do Ministério Público Militar nas esferas judicial e extrajudicial;

V - utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;

VI - observar as orientações do Manual de Redação e Estilo do Ministério Público Militar e do Manual de Identidade Visual do Ministério Público Militar;

VII - divulgar exclusivamente ações vinculadas ao exercício das funções institucionais do Ministério Público Militar;

VIII - capacitar membros e servidores para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação social;

IX - avaliar continuamente seus resultados, com definição de indicadores e realização de pesquisas.

§ 1º Qualquer veículo de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, deverá ser criado, produzido, editado, distribuído e divulgado pela Assessoria de Comunicação Institucional do Ministério Público Militar.

§ 2º O Chefe da Assessoria de Comunicação Institucional poderá, excepcionalmente, autorizar o desenvolvimento das atividades relacionadas no § 1º a outras unidades do Ministério Público Militar, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Militar e suas normas complementares.

Art.4º É responsabilidade de todos que trabalham no Ministério Público Militar zelar pela boa imagem da Instituição e verificar se os processos de comunicação social se adequam aos objetivos institucionais.

Art. 5º As ações de publicidade do Ministério Público Militar serão definidas de acordo com os princípios e as diretrizes estabelecidos por esta Política de Comunicação Social.

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

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

CAPÍTULO II

DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 6º O Sistema de Comunicação Social do Ministério Público Militar é constituído pelas seguintes unidades:

I - Assessoria de Comunicação Institucional (ASCOM) da Procuradoria-Geral de Justiça Militar, como unidade central, subordinada diretamente ao Procurador-Geral de Justiça Militar;

II - Representantes das Procuradorias de Justiça Militar nos Estados e no Distrito Federal, subordinados ao membro titular da PJM.

Art. 7º A comunicação social engloba as seguintes atividades:

I - Assessoria de Imprensa, com as funções de:

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

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

c) orientar membros e servidores quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa;

d) atender demandas de imprensa.

II - Audiovisual, com as funções de:

a) realizar registro audiovisual para divulgação institucional;

b) alimentar e manter banco de imagens institucionais;

c) coordenar a indexação do banco de imagens com a área de documentação.

III - Comunicação Digital, com as funções de:

a) propor, criar, gerir e atualizar portais, páginas e site, intranet, comunidades internas e redes sociais;

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

c) produzir conteúdo digital para a divulgação.