



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO MILITAR
Procuradoria-Geral de Justiça Militar
Assessoria de Comunicação Institucional

PLANO DIRETOR DE COMUNICAÇÃO MPM 2021-2022 – PDC/MPM

1. APRESENTAÇÃO

Este Plano Diretor de Comunicação foi concebido como projeto estratégico do Ministério Público Militar em conformidade com o Plano Estratégico MPM 2021 – 2026. Ele estabelece diretrizes para a comunicação institucional, em consonância com a missão e a visão do Ministério Público Militar, definidas no Mapa Estratégico.

O Plano traz os objetivos que se pretende atingir com a comunicação institucional, levando-se em conta seus diversos públicos (*stakeholders*); as estratégias para alcançar esses objetivos; e as formas de avaliação das ações e projetos desenvolvidos. Todo o trabalho tem como base a missão, a visão e os valores estabelecidos especificamente para a Assessoria de Comunicação.

2. METODOLOGIA APLICADA

A metodologia seguida no processo de elaboração do PDC/MPM foi a utilização do Modelo de Referência proposto pela Assessoria de Gestão Estratégica do MPM.

O projeto inicia-se com a definição da abrangência, período e indicação da equipe de elaboração do PDC/MPM. Em seguida, são conduzidas as atividades de definição da metodologia de elaboração do Plano, identificação dos documentos de referência, princípios e diretrizes.

Após a fase de preparação, na qual foram organizadas as principais atividades do projeto de elaboração do PDC/MPM, inicia-se a Fase de Diagnóstico. Essa fase caracteriza-se por buscar compreender a situação atual da ASCOM na organização para, em consonância com esse quadro, identificar as necessidades (problemas ou oportunidades) que se espera resolver, contemplando os processos relacionados à análise do planejamento institucional (Plano Estratégico MPM 2021–2026), análise estratégica e levantamento de necessidades.

A aplicação da metodologia começa com a vinculação aos Objetivos Estratégicos contidos no Plano Estratégico MPM 2021–2026, seguida da etapa de diagnóstico da ASCOM, com levantamento da estrutura da equipe, demandas existentes, referenciais estratégicos norteadores de todas as ações e atividades desenvolvidas no setor, apoiada por uma análise de cenário do tipo SWOT. Após, passou-se para a definição dos objetivos de contribuição, seus indicadores e metas, a partir dos resultados da SWOT.

Na sequência estabeleceu-se as iniciativas, seus indicadores e metas, os planos e as ações adequadas para o alcance dos objetivos esperados, considerando os processos relacionados à priorização das necessidades e planejamento de indicadores e metas e ações, abrangendo aspectos de pessoal, orçamentários e riscos.

3. VINCULAÇÃO ESTRATÉGICA DO PLANO

OBJETIVOS GERAIS	ESTRATÉGIA
3. Fortalecer a interação com a sociedade e o papel institucional	3.1. Campanha “O que o MPM faz” 3.2. Campanha “O que o MPM pode fazer por você” 3.3. Carta de serviços do MPM
9. Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional	9.1. Reformulação da página, com fortalecimento e transformação dos canais de interação internos e externos 9.2. Programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias

4. DIAGNÓSTICO

4.1. ESTRUTURA DA UNIDADE

Nome	Cargo
Hebert Vilson França	Assessor-Chefe da Assessoria de Comunicação
Romana de Castro	Coordenadora de Comunicação
Alessandra de Mello Duarte Pereira	Chefe de Setor de Criação
Marcio Batista Alves	Chefe do Setor de Programação de Sistemas
Dicélia Luzia de Souza Santos	Chefe do Setor de Apoio Operacional
Fabiola Vilela de Albuquerque	Assistente Administrativo
Cleber do Nascimento	Assistente Administrativo
Márcio Vinícius dos Santos Silva	Assistente Administrativo

4.2. PROPOSTA DE ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE

GESTÃO DE COMUNICAÇÃO					
JORNALISMO	Assessoria de imprensa	Demandas externas	- resposta aos jornalistas		
			- embasar membros		
			- Divulgação de Agenda Positiva		
		Acompanhar membros nas entrevistas			
		Interlocução imprensa-membros			
	Produção de matérias	De iniciativa Ascom	Para /interno	público	Intranet
					Emails
					LT WhatsApp
					Site
			Para externo	público	Mídias sociais
		Site			
Solicitação de setores MPM		Cobertura de eventos			
		Divulgação de notas			
PUBLICIDADE / DESIGN GRÁFICO	Demandas de iniciativa Ascom	Divulgação dos crimes militares nas mídias sociais			
		Curiosidades sobre a Justiça Militar nas mídias sociais			
	Demandas dos setores à Ascom				
PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	Planejamento estratégico	Identificar o negócio:			
		- o que fazemos - de que forma - para quem			
	Definir linguagem a ser utilizada				
	Desenvolver manual de aplicação da marca				
	Mapeamento	Coordenar e acompanhar a evolução do PDC			

	Demandas / parcerias dos setores à Ascom		
EDITORIAL	Conselho Editorial	Revisão de texto	
		Diagramação do miolo	
		Criação de capa	
		Acompanhamento gráfico	
		Revista eletrônica	
	Planejamento, criação e produção de materiais editoriais	Relatórios	
		Manuais	
		Livros	
		Revistas	
		Síntese	
	Clippinig		
PRODUÇÃO	Planejamento, Criação e Produção	Material gráfico	
		Vídeo	
		Desenvolvimento Web	
		Foto	
ACESSO À INFORMAÇÃO	Gestão do Conteúdo	Lei de Acesso à Informação	
		Portal da Transparência	

4.2. REFERENCIAIS ESTRATÉGICOS DA UNIDADE

A – MISSÃO

Fortalecer a imagem do MPM perante a sociedade, por meio de mecanismos de comunicação.

B – VISÃO

Ser reconhecido como ferramenta essencial na promoção e divulgação do MPM.

C – VALORES

Autonomia
Qualidade
Probidade
Justiça
Respeito
Comprometimento
Ética

D. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DA ASCOM
1. Aprimorar os serviços oferecidos
2. Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional
3. Padronizar e disciplinar procedimentos de comunicação
4. Aprimorar Programa de Comunicação Interna

VINCULAÇÃO ESTRATÉGICA AO PLANO ESTRATÉGICO MPM 2021-2026		
Objetivos Gerais	Estratégia	Objetivos Estratégicos da Ascom
3. Fortalecer a interação com a sociedade e o papel institucional	3.1. Campanha “O que o MPM faz” 3.2. Campanha “O que o MPM pode fazer por você” 3.3. Carta de serviços do MPM	Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional
9. Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional	9.1. Reformulação da página, com fortalecimento e transformação dos canais de interação internos e externos 9.2. Programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias	Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional Aprimorar Programa de Comunicação Interna

E. DEMANDAS EXISTENTES

Assessoria de Imprensa	<ul style="list-style-type: none"> • colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre atividades do Ministério Público Militar e divulgá-lo externamente; • acompanhar e analisar as notícias da mídia de interesse do Ministério Público Militar; • orientar membros e servidores quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa; • atender demandas de imprensa.
Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • realizar registro audiovisual para divulgação institucional; • alimentar e manter banco de imagens institucionais; • coordenar a indexação do banco de imagens com a área de documentação; • edição de vídeos.
Comunicação Digital	<ul style="list-style-type: none"> • propor, criar, gerir e atualizar portais, páginas, intranet, comunidades internas e redes sociais; • analisar e monitorar a presença da Instituição nas mídias digitais; • produzir conteúdo digital para a divulgação.
Comunicação Interna	<ul style="list-style-type: none"> • colher, apurar, produzir, editar e publicar material jornalístico sobre atividades administrativas direcionadas ao público interno; • desenvolver materiais de apoio à divulgação interna, como a produção de boletins, <i>newsletter</i>, jornais murais, cartazes e conteúdo para a intranet; • promover a divulgação do plano de ações de campanhas para o público interno; • realizar a cobertura jornalística de ações e eventos internos.
Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> • coordenar, orientar, propor e elaborar ações, assim como a confecção de seus respectivos produtos, originárias do planejamento de comunicação, como campanhas de divulgação institucional, conteúdo para divulgação <i>online</i> ou não, <i>design</i> de material gráfico e de <i>web</i>; • gerenciar a logomarca do Ministério Público Militar.
Produção editorial	<ul style="list-style-type: none"> • planejar, criar, executar (produção), acompanhar gráfico e distribuir produtos gráficos institucionais; • criar a apresentação de palestras; • redigir e revisar textos institucionais.
Transparência	<ul style="list-style-type: none"> • gerir as informações disponibilizadas no Portal da Transparência do MPM.

F – POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO MPM

a – PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO

- 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;
- IV – Diversidade regional.

b – DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO

- 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.

G – DIAGNÓSTICO

I – MATRIZ SWOT

	Forças	Fraquezas
Fatores Internos	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento exclusivo de comunicação, formado por equipe multidisciplinar; • Bom relacionamento interno com liberdade para se posicionar e expressar; • Interação / troca de experiências com outros órgãos e departamentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe pequena/ Redução da equipe (aposentadorias e afastamentos); • Falta Know-how/ experiência na área de comunicação; • Pouco investimento em capacitação para a equipe (congressos, cursos, formação, atualização); • Infraestrutura deficiente (equipamentos, ferramentas de trabalho obsoletos / softwares desatualizados); • Falta de sistematização de procedimentos (condução informal de processos de trabalho / falta definição de procedimentos e processos).
	Oportunidades	Ameaças
Fatores Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Reestruturação estratégica – Determinação do CNMP; • Desenvolvimento do Plano Diretor de Comunicação; • Interação/troca de experiências com outros órgãos/departamentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contingenciamento / Crise econômica; • Ausência de postura e atuação pública dos membros do MPM; • Inexistência de uma visão estratégica de comunicação da Instituição; • Momento político-social brasileiro para o desenvolvimento de pautas afetas à Justiça Militar da União.

5. PÚBLICO ALVO

- Interno (membros, servidores, estagiários, terceirizados)
- Externo (Forças Armadas, bem como o público relacionado, como os familiares)

6. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

6.1. INDICADORES, METAS E PRIORIDADES

Foram analisadas o grau de priorização das iniciativas elencadas em cada um dos objetivos estratégicos de maneira a auxiliar a avaliar de maneira quantitativa a priorização das estratégias e ações que deveram ser adotadas. Desse modo, foram utilizadas as definições e critérios destacados a seguir.

MATRIZ DE PRIORIZAÇÃO GUT		
G Gravidade	U Urgência	T Tendência
5 = extremamente grave	5 = precisa de atenção imediata	5 = irá piorar rapidamente se nada for feito
4 = muito grave	4 = é urgente	4 = irá piorar em pouco tempo se nada for feito
3 = grave	3 = o mais rápido possível	3 = irá piorar
2 = pouco grave	2 = pouco urgente	2 = irá piorar a longo prazo
1 = sem gravidade	1 = pode esperar	1 = não irá mudar

ID	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META		ID	INICIATIVA	MATRIZ GUT			PRIORIDADE
			2021	2022			G	U	T	
1.	Aprimorar os serviços oferecidos	Percentual de execução do Plano de Aquisições de Softwares e Equipamentos	30% de execução do Plano de Aquisições de Softwares e Equipamentos	100% de execução do Plano de Aquisições de Softwares e Equipamentos	1.1.	Especificar necessidade de recursos materiais	3	4	4	2
		Percentual de execução do Plano de Capacitação da Equipe da ASCOM	25% de execução do Plano de Capacitação da ASCOM	100% de execução do Plano de Capacitação da ASCOM	1.2.	Intensificar a capacitação e o desenvolvimento dos servidores				
2.	Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional	Presença do MPM na mídia	600 citações	700 citações	2.1.	Desenvolver a Campanha “O que o MPM faz”	5	5	5	1
		Presença do MPM em redes sociais	5.00 seguidores nas mídias sociais	6.500 seguidores nas mídias sociais	2.2.	Desenvolver a Campanha “O que o MPM pode fazer por você”				
		Acesso ao Portal do MPM	Incremento de 5% nos acessos ao Portal do MPM em relação ao ano anterior	Incremento de 5% nos acessos ao Portal do MPM em relação ao ano anterior	2.3.	Reformular a página eletrônica do MPM				
		Novos serviços oferecidos	1 Serviço lançado (página eletrônica do MPM)	3 Serviços lançados (campanha “O que o MPM faz” e “O que o MPM pode fazer por você” e Carta de Serviços do MPM)	2.4.	Elaborar a Carta de Serviços do MPM				
3.	Padronizar e disciplinar procedimentos de comunicação	Identidade visual do MPM publicada	-	Publicação do documento com a identidade visual	3.1.	Normatizar a identidade visual do MPM	3	3	3	4
		Percentual de processos mapeados	10% dos processos mapeados	20% dos processos mapeados	3.2.	Normatizar os procedimentos da Ascom				
4.	Aprimorar o Programa de Comunicação Interna	Percentual de adesão ao Programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias	-	70% de adesão ao Programa	4.1	Implementar programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias	3	4	4	3

7. PLANO DE AÇÕES E PLANO ORÇAMENTÁRIO

ID	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META		ID	INICIATIVA	MATRIZ GUT			PRIORIDADE
			2021	2022			G	U	T	
1.	Aprimorar os serviços oferecidos	Percentual de execução do Plano de Aquisições de Softwares e Equipamentos	30% de execução do Plano de Aquisições de Softwares e Equipamentos	100% de execução do Plano de Aquisições de Softwares e Equipamentos	1.1.	Especificar necessidade de recursos materiais	3	4	4	2
		Percentual de execução do Plano de Capacitação da Equipe da ASCOM	25% de execução do Plano de Capacitação da ASCOM	100% de execução do Plano de Capacitação da ASCOM	1.2.	Intensificar a capacitação e o desenvolvimento dos servidores				

AÇÃO			PRAZOS		RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS		
ID	DESCRIÇÃO	RESPONSÁVEL	INÍCIO	CONCLUSÃO	ANO 1		TOTAL
					Investimento	Custeio	
1.1.1	Fazer levantamento das atividades em andamento e identificar novas demandas	Fabiola	01/09/2021	31/03/2022	-	-	-
1.1.2	Fazer levantamento das necessidades de adequação de infraestrutura e aquisição de recursos materiais e tecnológicos, elencando equipamentos, programas, licenças, sistemas e acessórios técnicos necessários.	Dicélia	01/09/2021	31/03/2022	-	-	-
1.2.1	Levantamento de necessidades de capacitação com elaboração de cronograma de cursos	Alessandra	01/09/2021	31/03/2022	-	-	-

ID	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META		ID	INICIATIVA	MATRIZ GUT			PRIORIDADE
			2021	2022			G	U	T	
2.	Aperfeiçoar a comunicação e a integração institucional	Presença do MPM na mídia	600 citações	700 citações	2.1.	Desenvolver a Campanha “O que o MPM faz”	5	5	5	1
		Presença do MPM em redes sociais	5.00 seguidores nas mídias sociais	6.500 seguidores nas mídias sociais	2.2.	Desenvolver a Campanha “O que o MPM pode fazer por você”				
		Acesso ao Portal do MPM	Incremento de 5% nos acessos ao Portal do MPM em relação ao ano anterior	Incremento de 5% nos acessos ao Portal do MPM em relação ao ano anterior	2.3.	Reformular a página eletrônica do MPM				
		Novos serviços oferecidos	1 Serviço lançado (página eletrônica do MPM)	3 Serviços lançados (Campanha “O que o MPM faz”, Campanha “O que o MPM pode fazer por você” e Carta de Serviços do MPM)	2.4.	Elaborar a Carta de Serviços do MPM				

AÇÃO			PRAZOS		RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS		
ID	DESCRIÇÃO	RESPONSÁVEL	INÍCIO	CONCLUSÃO	ANO 1		TOTAL
					Investimento	Custeio	
2.1.1.	Estruturar e desenvolver a Campanha “O que o MPM faz”	Hebert	01/01/2022	31/12/2022	-	-	-
2.2.1.	Estruturar e desenvolver a Campanha “O que o MPM pode fazer por você”	Hebert	01/01/2022	31/12/2022	-	-	-
2.3.1	Desenvolver a página eletrônica do MPM	Márcio	01/06/2021	31/12/2021	-	-	-
2.4.1	Elaborar da Carta de Serviços do MPM	Hebert	01/06/2021	31/03/2022	-	-	-

ID	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META		ID	INICIATIVA	MATRIZ GUT			PRIORIDADE
			2021	2022			G	U	T	
3.	Padronizar e disciplinar procedimentos de comunicação	Identidade visual do MPM publicada	-	Publicação do documento com a identidade visual	3.1.	Normalizar a identidade visual do MPM	3	3	3	4
		Percentual de processos mapeados	10% dos processos mapeados	20% dos processos mapeados	3.2.	Normalizar os procedimentos da Ascom				

AÇÃO			PRAZOS		RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS		
ID	DESCRIÇÃO	RESPONSÁVEL	INÍCIO	CONCLUSÃO	ANO 1		TOTAL
					Investimento	Custeio	
3.1.1.	Definir padrão estético para publicações e posts.	Alessandra	01/09/2021	30/06/2022	-	-	-
3.1.2.	Elaborar manual de uso e aplicação institucional da marca	Alessandra	01/09/2021	30/06/2022	-	-	-
3.2.1.	Fazer levantamento de “boas práticas”, identificando experiências exitosas em outros órgãos para elaboração de manual normalizando procedimentos da Ascom	Dicélia	01/09/2021	31/03/2022	-	-	-
3.2.2.	Elaborar manual unificado normalizando atuação da Ascom	Romana	01/01/2022	31/12/2022	-	-	-

ID	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META		ID	INICIATIVA	MATRIZ GUT			PRIORIDADE
			2021	2022			G	U	T	
4.	Aprimorar o Programa de Comunicação Interna	Percentual de adesão ao Programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias	-	70% de adesão ao Programa	4.1	Implementar programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias	3	4	4	3

Ação	Prazos	Recursos Orçamentários
------	--------	------------------------

ID	DESCRIÇÃO	RESPONSÁVEL	INÍCIO	CONCLUSÃO	ANO 1		TOTAL
					Investimento	Custeio	
4.1.1	Desenvolver o Programa de sensibilização e capacitação sobre comunicação para Procuradorias	Hebert	01/01/2022	31/12/2022	-	-	-