

PORTARIA GABDPGF DPGU Nº 269, DE 17 DE ABRIL DE 2018.

Institui a Política Nacional de Comunicação Social da Defensoria Pública da União.

O DEFENSOR PÚBLICO-GERAL FEDERAL, no uso de suas atribuições e tendo em vista o disposto nos artigos 7º e 8º, inciso XIII, da Lei Complementar nº 80, de 12 de janeiro de 1994,

Considerando que a Lei Complementar Nº 80 estabelece em seu Art. 4º, item III, a função institucional de “*promover a difusão e a conscientização dos direitos humanos, da cidadania e do ordenamento jurídico*”;

Considerando que os defensores públicos federais são fontes importantes de notícias no que diz respeito à garantia do direito de defesa, dos direitos humanos, dos grupos vulneráveis, do devido processo legal e, de forma exclusiva, do acesso integral e gratuito à Justiça na esfera federal;

Considerando a necessidade de a DPU articular-se, estrategicamente, para ouvir seus públicos, no cumprimento de sua missão, tendo em vista o direito do cidadão de reconhecer a instituição voltada exclusivamente para defendê-lo;

Considerando que a comunicação social deve permear todo o corpo funcional da DPU;

RESOLVE:

Art. 1º Instituir a Política Nacional de Comunicação Social (PNCS) da Defensoria Pública da União.

CAPÍTULO I**DA APRESENTAÇÃO**

Art. 2º A PNCS reúne os princípios, as diretrizes e os procedimentos relativos à comunicação social na DPU, tendo como objetivos:

- I- desenvolver sistema integrado de comunicação social;
- II- orientar as ações de comunicação, divulgação e relacionamento com a mídia no âmbito institucional, nos diferentes níveis de atuação, funcional ou geográfica, dos servidores da DPU;
- III- planejar ações, nos seus mais variados aspectos: públicos, mensagens, veículos, oportunidade, eficácia;
- IV- tornar a DPU conhecida entre seus públicos-alvo;
- V- estabelecer programas e metas a serem atingidas, com os correspondentes compromissos funcionais e de cunho administrativo-financeiro;
- VI- racionalizar e aprimorar o uso de recursos humanos e financeiros;
- VII- desenvolver atividades e treinamentos para melhorar o atendimento aos públicos-alvo;
- VIII- planejar e promover o uso de mídias oficiais na consecução dos objetivos da Defensoria Pública da União.

Art. 3º A PNCS tem abrangência nacional e deve ser observada por todas as unidades da DPU.

Art. 4º É responsabilidade da Assessoria de Comunicação Social (Ascom) da Defensoria Pública-Geral da União (Ascom/DPGU) apresentar ao Defensor Público-Geral Federal os objetivos e metas da comunicação social da DPU, a serem definidos anualmente por meio de Plano de Comunicação Social, com a missão de institucionalizar os avanços obtidos.

Art. 5º É responsabilidade da Ascom/DPGU implementar os princípios da comunicação pública, preocupando-se com a participação popular, a multiplicidade de vozes e a esfera de interação social, na defesa dos interesses públicos.

Art. 6º É prioridade da PNCS o relacionamento institucional, profissional e proativo com a mídia;

Art. 7º É responsabilidade da Ascom/DPGU, após autorização expressa do Defensor Público-Geral Federal, desenvolver e gerenciar meios próprios de comunicação, destinados a facilitar o acesso da imprensa e do conjunto da população a informações sobre a atuação da DPU, por meio do portal www.dpu.def.br, dos perfis/páginas nas redes sociais, de produtos audiovisuais, material publicitário e demais ferramentas de comunicação social.

CAPÍTULO II

DA POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 8º A PNCS é a base e o fundamento de validade que norteia a comunicação social em âmbito nacional na Defensoria Pública da União;

Art. 9º A PNCS busca traduzir e divulgar princípios, valores, missão, visão – tanto do ponto de vista ético e moral como do administrativo – para os diversos públicos da DPU, de forma dinâmica e padronizada;

Art. 10º O gerenciamento da comunicação social da Defensoria Pública da União é responsabilidade da Ascom/DPGU, que deve contar com profissionais das áreas de relações públicas, publicidade e jornalismo, observados os seguintes valores:

I- Prevalência do interesse do assistido: a Defensoria Pública da União tem nos assistidos e potenciais assistidos (população de baixa renda) seu público fundamental e assume com ele seu primeiro compromisso. Esse entendimento gera, entre outras consequências, a obrigação fundamental de “promover a difusão e a conscientização dos direitos humanos, da cidadania e do ordenamento jurídico” (art. 4º, III, LC nº 80.);

II- Ética e responsabilidade social: desenvolver atividades no sentido de difundir os princípios éticos da DPU, bem como sua responsabilidade social ante as camadas de menor poder aquisitivo, consubstanciados em sua Missão e Visão de Futuro;

III- Unicidade: o trabalho entre os setores envolvidos na comunicação e as demais áreas deve ser feito de forma cooperativa, na defesa do assistido e da instituição;

IV- Humanização: a Defensoria Pública da União tem a dignidade humana como um de seus mais importantes compromissos. A comunicação social deve considerar o contexto psicossocial do assistido na execução de matérias e publicações de ações da DPU;

V- Respeito: o trato com o público externo e interno deve primar pela cordialidade, dignidade, presteza, seriedade, lealdade e tolerância;

VI- Comprometimento: a responsabilidade social intrínseca à missão da DPU exige atuação de forma dedicada e orientada a resultados;

VII- Proatividade: a Defensoria Pública da União deve ter capacidade de antecipar situações, necessidades e problemas futuros de seus públicos-alvo, para melhor poder-lhes prestar assistência e, assim, orientar as ações de comunicação social;

VIII- Qualidade e profissionalismo: a Defensoria Pública da União precisa se comunicar com seus públicos-alvo de maneira a ser entendida, em seus propósitos, pelo cidadão de menor nível educacional;

IX- Impessoalidade: as ações de comunicação social devem priorizar a veiculação de fatos, ações, eventos, procedimentos, sentenças proferidas, resultados da atuação dos defensores públicos federais e demais servidores, que digam respeito à atividade da Defensoria Pública da União;

X- Transparência: a Defensoria Pública da União, como parte do Sistema de Justiça brasileiro, pauta seus atos por procedimentos transparentes, que permitam à população saber da aplicação de recursos públicos, dos benefícios decorrentes de sua atuação e dos resultados apurados. Os meios de comunicação social devem ser utilizados para conscientizar as pessoas necessitadas da disponibilidade da DPU para fazer valer seus direitos;

XI- Eficiência: a celeridade nas ações e racionalidade na utilização dos recursos devem ser pressupostos das atividades de comunicação;

XII- Participação: comunicação é um processo de duas vias: fala-se e ouve-se. A DPU precisa estimular o diálogo com seus públicos, interno e externo, na busca de assuntos que mereçam atenção e inclusão em sua agenda de tópicos a serem considerados e divulgados;

XIII- Agilidade: as novas tecnologias impõem que os processos para sua utilização sejam os mais expeditos possíveis;

XIV- Diversidade: os conteúdos produzidos devem considerar os diferentes públicos da DPU (administração federal, órgãos da Justiça, instituições parceiras, representantes de grupos vulneráveis, assistidos etc.);

XV- Educação em direitos: a comunicação da Defensoria Pública da União deve contribuir para o esclarecimento sobre os direitos fundamentais da população por meio de seus veículos internos e externos, conforme previsto no art. 4º, III, da Lei Complementar 80/1994;

XVI- Visão estratégica: as ações de comunicação social devem estar ancoradas aos princípios, diretrizes e objetivos da instituição, a partir de um planejamento definido e que possa ter seus resultados medidos de forma padronizada e eficiente.

CAPÍTULO III

EIXOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL NA DPU

Art. 11 As ações de comunicação social da Defensoria Pública da União se dividem em três eixos: (I) Sociedade; (II) Posicionamento institucional; (III) Integração interna.

I- Sociedade

a) públicos-alvo: assistidos; potenciais assistidos; populações vulneráveis identificadas nos grupos de trabalho da instituição;

b) mensagem-chave: “É missão primeira da Defensoria Pública da União garantir aos necessitados o conhecimento e a defesa de seus direitos”;

c) objetivos específicos: usar do relacionamento com a mídia, dos produtos audiovisuais, do portal da Defensoria Pública da União, dos perfis e páginas da instituição nas redes sociais, das campanhas de publicidade (cartilhas, folhetos, banners) para:

1. tornar o aposto “prestar assistência jurídica integral e gratuita a quem não tem condições de pagar os custos de um processo judicial” conhecido entre aqueles que estão no grupo de pessoas passíveis de atendimento da Defensoria Pública da União pela Resolução Nº 133/2016 do Conselho Superior da Defensoria Pública da União (CSDPU);

2. levar ao grupo de pessoas passíveis de atendimento da Defensoria Pública da União conteúdo de educação em direitos para que, independentemente do atendimento formal em uma das unidades da DPU, o potencial assistido tenha conhecimento dos seus direitos na esfera federal da Justiça.

II- Posicionamento institucional

a) públicos-alvo: membros dos poderes Legislativo, Executivo, Judiciário; do Ministério Público da União; Ordem dos Advogados do Brasil; associações de carreiras que compõem o sistema de Justiça; sociedade civil organizada;

b) mensagem-chave: “De acordo com a Constituição Federal, a Defensoria Pública da União possui autonomia funcional e administrativa, bem como iniciativa de proposta orçamentária”;

c) objetivos específicos: usar prioritariamente do relacionamento com a mídia, mas também do portal da Defensoria Pública da União, dos perfis e páginas da instituição nas redes sociais, das campanhas de publicidade (portfólio para autoridades) para:

1. reforçar perante as demais instituições do Sistema de Justiça, representantes dos poderes Legislativo e Executivo, além do Ministério Público da União, a condição autônoma da Defensoria Pública da União dada pela Emenda à Constituição (EC) 74/2013 e reforçada pela EC 80/2014;

2. fortalecer o discurso de necessidade da paridade de armas entre acusação e defesa para um Sistema de Justiça equilibrado no Brasil;

3. estabelecer estratégias específicas e periódicas voltadas ao poder Judiciário com foco na difusão do conhecimento das prerrogativas dos defensores públicos federais;

4. estabelecer estratégias específicas e periódicas voltadas aos poderes Executivo e Legislativo com foco na necessidade de ampliação, estruturação e fortalecimento institucional da Defensoria Pública da União, com objetivo de atender o prazo estabelecido pela EC 80/2014 para que todas as seções e subseções judiciárias da Justiça Federal contem com representantes da DPU.

III. Integração interna

a) públicos-alvo: defensores públicos federais; servidores do quadro administrativo; estagiários de nível médio e superior; prestadores de serviço;

b) mensagem-chave: “Unicidade, cooperação e sinergia contribuem para o bem de todos”;

c) objetivos específicos: usar prioritariamente da página na intranet, mas também dos *e-mails* institucionais e dos murais para:

1. informar com transparência a respeito das decisões da Administração Superior;

2. comunicar com objetividade, celeridade e tempestividade oportunidades de capacitação oferecidas pela Escola Superior da Defensoria Pública da União (ESDPU);

3. divulgar ações e eventos internos que tenham o objetivo de aprimorar o clima organizacional;

4. difundir boas práticas, manuais e outros padrões ou processos internos das áreas administrativas da Defensoria Pública da União;

5. facilitar o acesso, por meio de escolhas de navegação intuitiva na intranet, aos principais serviços e sistemas de tecnologia da informação da Defensoria Pública da União.

CAPÍTULO IV

DOS CRITÉRIOS EDITORIAIS

Art. 12 As notícias inseridas no portal, intranet, produtos audiovisuais, perfis e páginas nas redes sociais da Defensoria Pública da União devem ter veracidade, ineditismo, objetividade, relevância e credibilidade.

Art. 13 É responsabilidade dos jornalistas da Defensoria Pública da União apurar, checar e revisar minuciosamente as informações a serem publicadas.

Art. 14 São temas para as notícias publicadas no portal, intranet, produtos audiovisuais, perfis e páginas nas redes sociais da Defensoria Pública da União:

I- assuntos pertinentes ao defensor-geral, Subdefensoria, Corregedoria, Escola Superior e Conselho Superior;

II- assuntos relativos à violação dos direitos humanos acompanhados pelos Defensores Públicos Regionais de Direitos Humanos e pelo Defensor Público Nacional de Direitos Humanos;

III- atividades dos grupos de trabalho voltados para as populações vulneráveis;

IV- notas públicas, com a definição explícita do signatário: Defensor Público-Geral Federal, Defensoria Pública da União, Defensor Regional de Direitos Humanos, Defensor Nacional de Direitos Humanos ou Grupo de Trabalho;

V- decisões judiciais, independentemente de êxito, principalmente aquelas que estabelecem nova jurisprudência e de grande impacto social;

- VI- liminares em vigor, ressaltando que a decisão não é definitiva;
- VII- ajuizamentos de Ação Civil Pública (ACP), pois têm intrinsecamente o critério de noticiabilidade de atingir grande número de pessoas, por se tratarem de ações coletivas.
- VIII- ajuizamentos de ações individuais em favor dos assistidos, principalmente se envolverem tema inédito, raro ou que aborde assunto de grande impacto social;
- IX- envios de Recomendação a órgãos da administração pública assinada por defensores públicos federais;
- X- termos de ajustamento de conduta (TAC);
- XI- resultados de diligências e ações conjuntas com outros órgãos, como as realizadas em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério Público do Trabalho e Polícia Federal no enfrentamento ao trabalho escravo e ao tráfico de pessoas;
- XII- questões em destaque na imprensa ou em discussão no Judiciário que impactem o direito de defesa, a presunção de inocência e o devido processo legal;
- XIII- mutirões de atendimento e ações itinerantes;
- XIV- projetos especiais;
- XV- agendas externas dos defensores-chefes das unidades;
- XVI- participações de defensores públicos federais em audiências públicas no Congresso Nacional ou promovidas pela própria Defensoria Pública da União, pois constituem oportunidade de reforço à participação social;
- XVII- palestras ministradas e participação de defensores públicos federais e demais servidores em encontros, seminários e reuniões. Os resultados do evento devem constar no texto pós-reunião;
- XVIII- nomeações de novos defensores públicos federais e demais servidores;
- XIX- mudanças de chefia de unidade;
- XX- processos seletivos (concursos de promoção, designação extraordinária, concurso de estágio);
- XXI- feriados e dias sem expediente;
- XXII- atualizações de horário de funcionamento, endereço e telefone das unidades;
- XXIII- temas diversos a serem alinhados com a Ascom/DPGU.

§1º Segredos de justiça não são divulgados. A regra geral que prevalece no Brasil, de acordo com a Constituição de 1988, é a publicidade dos atos processuais. Em alguns casos, entretanto, existe previsão legal de sigilo e está proibida a divulgação. O art. 189 do Código de Processo Civil prevê o sigilo nos processos que dizem respeito a questões sobre família e naqueles em que assim exigir o “interesse público”, a critério do juiz. No Código de Processo Penal, o artigo 20 estabelece que haverá sigilo para resguardar as investigações. Existem casos em que alguns dados são sigilosos, como os bancários, telefônicos e fiscais, protegidos por legislação específica. O responsável deve sempre se certificar de que as informações fornecidas à imprensa e usadas nas publicações jornalísticas da Defensoria Pública da União respeitam todas as regras de sigilo.

§2º Lançamentos de livro são divulgados somente na intranet desde que o tema seja relacionado à Defensoria Pública da União;

§3º Notas de pesar são divulgadas somente na intranet e, em regra, ficam restritas ao falecimento de pessoas vinculadas à Defensoria Pública da União;

§4º Monografias, dissertações e teses são divulgadas somente na intranet desde que o tema seja relacionado à Defensoria Pública da União;

§5º Medalhas, comendas, insígnias, condecorações, placas, homenagens são divulgadas desde que o tema seja relacionado à Defensoria Pública da União;

Art. 15 A publicação de conteúdo no portal, intranet, produtos audiovisuais, perfis e páginas nas redes sociais da Defensoria Pública da União deve respeitar os seguintes critérios de noticiabilidade:

I- Relevância: dados de pouca importância não devem ser publicados. O excesso de informação atrapalha o leitor a encontrar o que lhe interessa;

II. Hierarquia: as informações no texto devem se estruturadas em ordem decrescente de importância. O uso da pirâmide invertida é o método recomendado para que a notícia seja assimilada de forma rápida. O leitor não precisa percorrer toda a matéria para saber o que interessa;

III. Atualidade: o que deve estar no lide (parágrafo de abertura: o quê, quem, quando, onde, como, por que) é o fato de um *habeas corpus* ter sido deferido ontem, e não o de ter sido ajuizado há três meses. Em notícias sobre ações mais antigas, a data não é parte do lide.

CAPÍTULO V

DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 16 A abrangência nacional da Defensoria Pública da União exige procedimentos profissionais em comunicação social, de acordo com normas que permitam ações padronizadas, independentemente do local de atuação. Nesse sentido, são ferramentas de comunicação social da DPU:

I- portal na internet: com foco nos serviços oferecidos ao cidadão, o portal www.dpu.def.br deve ter interface intuitiva e *layout* ajustável para navegação em *desktop*, *tablets* e celulares (responsivo). A produção de notícias nacionais e regionais no portal tem como objetivos:

- a) a informação dos assistidos sobre seus direitos;
- b) a preservação da memória institucional;
- c) o fortalecimento da marca da DPU.

II- rádio: tem o objetivo de educar em direitos e chegar mais perto da população sem condições de pagar os custos de um processo judicial, especialmente aqueles não alfabetizados ou analfabetos funcionais;

III- vídeo: deve ter linguagem acessível e adequada aos assistidos da Defensoria Pública da União, em especial aqueles com comprometimento visual, auditivo, não alfabetizados ou analfabetos funcionais;

IV- redes sociais: os perfis e páginas da Defensoria Pública da União têm o objetivo de divulgar a instituição e as informações sobre direitos aos cidadãos, gerando engajamento por meio de campanhas e relacionamento com os seguidores, observados os seguintes critérios:

a) a criação e extinção de novos perfis e páginas nas redes sociais devem ser encaminhadas pela Ascom/DPGU para decisão do Defensor Público-Geral Federal;

b) o gerenciamento dos conteúdos publicados nas redes sociais é de responsabilidade dos jornalistas da Defensoria Pública da União, sendo necessário o alinhamento das iniciativas regionais do ponto de vista técnico e do discurso à Ascom/DPGU;

c) a identidade visual dos perfis e páginas que usam a marca da DPU nas redes sociais deve ser estar de acordo com o Manual de Identidade Visual da DPU e ser aprovada pela Ascom/DPGU;

VI- *clipping*: o serviço de busca e organização de notícias da imprensa que citam a Defensoria Pública da União deve ser diário e tem o objetivo de manter defensores públicos federais e demais servidores informados sobre as principais matérias que citam a instituição na mídia;



VII- intranet: com navegação intuitiva e prioridade para os sistemas e serviços oferecidos aos usuários (SISDPU, SEI, SGA, *e-mail*, Infoleg, ESDPU, contatos etc.), a página da intranet deve ser a principal ferramenta de comunicação interna da Defensoria Pública da União;

VIII- murais: o jornal mural deve ser espaço democrático de comunicação. Tendo em vista que nem todos têm acesso à intranet e ao *e-mail*, cabe ao jornal mural ser um meio de comunicação simples, objetivo, atualizado e criativo;

IX- informes por *e-mail*: permitem comunicação rápida e direta com todos os que compõem a instituição, principalmente, em casos urgentes ou que envolvam atos administrativos importantes, com prazos para inscrição ou manifestação;

X- informativos internos: as unidades da DPU podem criar informativos internos eletrônicos ou impressos com o objetivo de comunicar as principais notícias administrativas e referentes à atuação dos defensores públicos federais, desde que restritos ao público interno e com identidade visual aprovada pela Ascom/DPGU;

XI- Os casos omissos serão tratados pela Ascom/DPGU, com a anuência do Defensor Público-Geral Federal.

Parágrafo único: a publicação de conteúdo em qualquer ferramenta de comunicação social que use a marca da DPU e não esteja alinhada a esta PNCS está sujeita ao controle da Ascom/DPGU, com a anuência do Defensor Público-Geral Federal.

Art. 17. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

CARLOS EDUARDO BARBOSA PAZ
Defensor Público-Geral Federal



Documento assinado eletronicamente por **Carlos Eduardo Barbosa Paz, Defensor Público-Geral Federal**, em 24/04/2018, às 19:07, conforme o §2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site http://www.dpu.def.br/sei/conferir_documento_dpu.html informando o código verificador **2352275** e o código CRC **7BC1EAF3**.