



Comunicação Social em Números

2022

Comunicação Social em Números

2022

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL

Procurador-Geral da República
Antônio Augusto Brandão de Aras

Vice-Procuradora-Geral da República
Lindôra Araújo

Vice-Procurador-Geral Eleitoral
Paulo Gustavo Gonet Branco

Corregedora-Geral do Ministério Público Federal
Célia Regina Souza Delgado

Ouvidor-Geral do Ministério Público Federal
Brasilino Pereira dos Santos

Secretária-Geral do Ministério Público da União
Eliana Péres Torelly de Carvalho

Secretária de Comunicação Social
Dione Aparecida Tiago

Secretária de Comunicação Social Adjunta
Juliana Carvalho Garcia

Sumário

Apresentação	4
RELACIONAMENTO E DIÁLOGO COM PÚBLICOS EXTERNOS E INTERNOS	6
Relacionamento com a imprensa e com a sociedade.....	6
Divulgação da atuação do PGR.....	7
Eleições 2022	9
Relacionamento com públicos internos.....	10
Articulação nacional da Comunicação do MPF e capacitações da equipe.....	12
Projetos especiais: Turminha do MPF, pesquisa de imagem e apoio a eventos	13
COMUNICAÇÃO DIGITAL	15
Rede sociais.....	16
Web	17
Audiovisual.....	19
CAMPANHAS, PUBLICAÇÕES E COMUNICAÇÃO VISUAL	20
ESTRUTURA E GESTÃO ORÇAMENTÁRIA.....	22
Olhando para o futuro: perspectivas e desafios em 2023.....	23

Apresentação

Um ano de muitos desafios e de trabalho intenso. Assim foi 2022 para a Secretaria de Comunicação Social do Ministério Público Federal. O setor chega ao fim de mais um exercício com a conclusão de projetos relevantes, dados expressivos de produtividade, avanços na contratação de serviços estratégicos e com a efetivação de um importante passo para a nacionalização das atividades de comunicação institucional.

O presente relatório documenta de maneira sintetizada os principais destaques do trabalho da Secom ao longo do ano. O objetivo é prestar contas do que foi feito pela equipe de Comunicação, bem como informar público interno e demais pessoas que tiverem acesso ao material, visando cumprir a missão de zelar pela imagem institucional e de divulgar à população o trabalho realizado pelo Ministério Público Federal em suas diversas frentes.

Ao longo de 2022, além do trabalho ordinário de produção de conteúdo voltado para os públicos interno e externo e do atendimento à imprensa e às demandas de órgãos institucionais, a Secom se envolveu em dezenas de iniciativas que tiveram o objetivo de orientar a população e de a ela prestar serviços. Merecem destaque as campanhas publicitárias MP em Defesa da Sociedade e Movimento Nacional em Defesa das Vítimas. Nos dois casos, a Secretaria de Comunicação Social atuou de forma intensa para garantir efetividade na Comunicação, desde a escolha da linguagem adequada, até a criação de produtos voltados para públicos específicos.

Outra frente de trabalho que mereceu destaque foi a ampliação no uso de canais de comunicação, além do portal, até então a principal vitrine da Comunicação Institucional. O incremento na produção audiovisual e de conteúdo para as redes sociais é resultado de um longo esforço, que incluiu a ampliação da equipe destinada ao setor – com a contratação de dois profissionais – e com investimentos na formação da equipe.

Em 2022, a Secom teve atuação destacada na produção de relatórios de atividades e outros documentos de prestação de contas da atuação institucional. Pela

primeira vez, o relatório anual encaminhado ao Tribunal de Contas da União (TCU) foi desenvolvido de forma digital, a partir de uma página criada pela Secom. A unidade também foi a responsável pela criação da marca do Ministério Público da União e do site que agora abriga e disponibiliza informações dos quatro ramos. Um passo importante para o atendimento aos princípios da unidade e da transparência.

Por fim, importante mencionar o trabalho desenvolvido no sentido de que, em 2023, a área de Comunicação do MPF possa atuar em unidade e que, finalmente, possa avançar no atendimento a padrões e a princípios que integram a Política de Comunicação do MPF. Dessa forma, o setor poderá cumprir a sua parte no desafio de fazer com que a população, de fato, conheça a Instituição, que é plural, diversa, às vezes antagônica, mas que tem como diretriz para o trabalho os mesmos princípios e propósitos.

Principais números e resultados do trabalho da Secom em 2022 (1º de janeiro a 15 de dezembro de 2022)

RELACIONAMENTO E DIÁLOGO COM PÚBLICOS EXTERNOS E INTERNOS

Relacionamento com a imprensa e com a sociedade

6.127 atendimentos à imprensa

3.149 releases publicados no Portal do MPF (produzidos pela Secom/PGR e pelas Ascoms nos estados). Dessa quantidade, **1.042** foram realizados pela Secom, o que representa 33,1% dos releases produzidos e postados no Portal do MPF.

RESULTADOS*:

36.011 matérias publicadas por veículos estrangeiros, nacionais e regionais, com menção ao MPF, à Procuradoria-Geral da República ou aos seus membros.

Se fosse pago, esse espaço teria um custo de **R\$ 5 bilhões**, considerando-se o valor do centímetro praticado pelo mercado publicitário. De janeiro a novembro deste ano, mais de **171 milhões** de pessoas foram alcançadas pelas notícias veiculadas sobre o Órgão na imprensa.

***Relatório de Repercussão em Mídia/Linear Clipping.**

DESTAQUES:



Bruno e Dom – A Secom acompanhou a visita do procurador-geral da República, Augusto Aras, ao Vale do Javari e à cidade de Tabatinga (AM) para supervisionar o trabalho das autoridades que investigavam os assassinatos do indigenista Bruno Pereira e do jornalista

Dom Phillips, um crime que teve repercussão internacional. A Secretaria organizou coletiva de imprensa no local, além de produzir materiais para distribuir à imprensa nacional e internacional (fotos, vídeos e informações).



Operação Resgate 2 – Realizada em Brasília, sob a coordenação da Secom/PGR, a coletiva de imprensa que divulgou o balanço da Operação Resgate 2, de combate ao trabalho escravo, contou com a participação de mais de 50 profissionais de imprensa e resultou na

publicação de centenas de matérias sobre o assunto veiculadas na tevê, no rádio e na internet.

Divulgação da atuação do PGR

Ao longo de 2022, a Secom trabalhou para divulgar a atuação do procurador-geral da República, Augusto Aras, em suas várias frentes: judicial, extrajudicial,

administrativa e de representação da Instituição em eventos de relevo nacional e internacional. Ao todo, foram produzidos e publicados **362 releases**. Destinados à imprensa e à sociedade em geral, esses textos jornalísticos traduziram pareceres, petições e outros documentos que integram ações cíveis e criminais em matérias diversas e de grande relevância para a sociedade.

Além dos *releases* e das notas de esclarecimento, a Secom disponibiliza, em vídeo no canal oficial do MPF no YouTube, as sustentações orais proferidas nas sessões de julgamento no STF. Em 2022, foram **33 manifestações** publicadas.

DESTAQUES:



Defesa das Vítimas – O Movimento Nacional em Defesa das Vítimas, projeto idealizado pelo PGR, contou com a produção de peças de divulgação, com a gravação de vídeos e com a realização de um grande evento de lançamento. A Secom participou de todas

as etapas e segue atuando na disseminação da iniciativa, que tem grande relevância em todo o país. Para se ter uma ideia, o vídeo com maior número de visualizações no canal do MPF no YouTube em 2022 resultou dessa iniciativa: foi o depoimento de Ana Carolina Oliveira, gravado no evento de lançamento, que registra **15.401 visualizações**. O PGR conta também com canais próprios em redes sociais (LinkedIn e YouTube), que veiculam postagens republicadas pelos canais oficiais do MPF, sempre que necessário.

Frente administrativa e eventos – Na frente administrativa, a Comunicação atuou para informar os públicos interno e externo sobre medidas adotadas no sentido de ampliar a presença do MPF na Região

Amazônica. Atuou também na estruturação dos Gaecos federais, entre outras. Ações de caráter estruturante que precisam ser do conhecimento da população.

Também foram divulgados pela Secom eventos sobre temas variados, que contaram com a participação do PGR, bem como a assinatura de pelo menos uma dezena de acordos de cooperação técnica com o propósito de viabilizar a troca de informações e de dados que podem agilizar o trabalho ou mesmo assegurar cidadania a parcelas da população.

Eleições 2022

Um dos principais fatos do país em 2022, as eleições gerais também foram destaque na atuação da Comunicação do MPF. Ao longo do ano, foram produzidos dezenas de *releases*. A equipe acompanhou todas as sessões do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), atendeu a demandas de jornalistas de todo o país, além de produzir conteúdos para redes sociais e atuar em parceria com outros órgãos públicos na disseminação de mensagens contra *fake news* e outras práticas capazes de impactar o equilíbrio da disputa.

DESTAQUES:



Capacitação para assessores – A Secom organizou um encontro para a capacitação de assessores de Comunicação de todo o país que atuaram na divulgação do trabalho do MP Eleitoral, bem como no atendimento a demandas da imprensa. O curso virtual foi ministrado por membros au-

xiliares da Vice-PGE e teve a participação de cerca de **100 assessores** do MPF e dos MPs estaduais. A capacitação foi realizada no fim de abril, no início do processo eleitoral.



Cartilha – No início de setembro, foi lançada a cartilha *Violência Política de Gênero é Crime. Saiba como Reconhecer e Denunciar a Prática!*. Com linguagem simples, o material disponibilizado via internet a partidos, entidades e à população em geral marcou a

atuação da Instituição no combate à prática criminalizada pela Lei nº 14.192/2021.

Relacionamento com públicos internos

1.815 notícias publicadas na intranet nacional

1.491 informes enviados (Zoom, WhatsApp e e-mail)

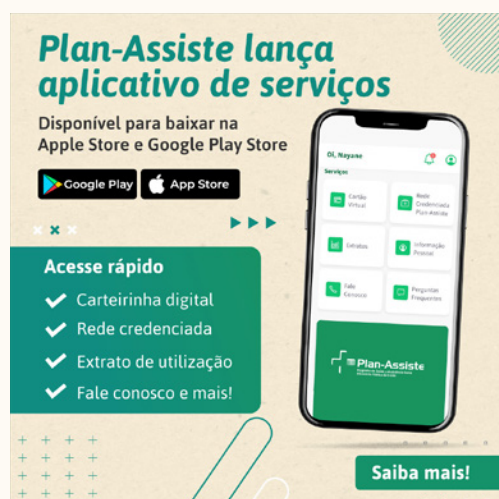
DESTAQUES:

Diagnóstico QVT – Entre as frentes em que a Secom mais atuou em 2022 está a disseminação de campanhas para o público interno. Um exemplo desse trabalho foi a divulgação do Diagnóstico de Qualidade de Vida no Trabalho. As ações de comunicação mobilizaram o público interno e possibilitaram uma participação significativa. A adesão de membros, servidores, estagiários e colaboradores terceirizados permitirá que a área de QVT tenha um panorama confiável da Instituição.

Proteção de Dados Pessoais – Outra iniciativa com resultados concretos foi a Campanha LGPD na Prática, promovida em duas fases no primeiro e no segundo semestres de 2022. Diversos materiais foram produzidos com o propósito de orientar servidores sobre a aplicação concreta da Lei Geral de Proteção de Dados. O encarregado de dados do MPF, procurador da República Leonardo Macedo, destacou que a ação de comunicação foi uma grande aliada da área para a implementação da LGPD e para a difusão da cultura de proteção de dados pessoais no MPF. “É preciso refletir sobre os riscos e reconhecer a importância dos dados pessoais na nova era digital. E a comunicação tem tido papel fundamental nesse trabalho. A campanha LGPD na Prática inaugura um movimento de sensibilização no MPF sobre o tema da privacidade e a proteção de dados pessoais, transpondo os conceitos legais para a realidade do dia a dia. Esse trabalho deve prosseguir e se aprofundar nos próximos anos, associado a ações de capacitação”.

Unificação do Plan-Assiste – A partir de 1º de janeiro de 2023, o Plan-Assiste será único, independentemente do ramo ou órgão. Para comunicar aos variados públicos essa mudança, a Secom atuou, de forma intensa, ao longo de 2022. O apoio ao Comitê Gestor foi além da produção de textos e da cobertura de reuniões administrativas: incluiu o plano de comunicação do MPU, a criação de peças publicitárias, a divulgação de pesquisa interna sobre os canais de comunicação entre os beneficiários, a divulgação de novos canais de contato e até a produção de material específico para a rede credenciada. O trabalho foi feito de forma articulada com a área técnica de comunicação dos demais ramos do MPU e do Conselho Nacional do Ministério Público.

A Secom criou ainda a nova marca do Plan-Assiste. O redesenho modernizou a marca atual para simbolizar a unificação. Já aprovada nos foros internos, a nova marca deve passar a ser adotada em 2023.



Em 10 de outubro, foi lançado o aplicativo do Plan-Assiste nas lojas da Apple Store e Play Store. O app se tornou um novo canal de relacionamento e comunicação do Plan-Assiste com seus beneficiários titulares e dependentes. Para a ocasião, foi feita intensa divulgação interna no MPU, com peças explicativas criadas pela Secom/PGR.

Articulação nacional da Comunicação do MPF e capacitações da equipe

10 atividades de capacitação (entre cursos, oficinas e *workshops*), com **244 vagas**, foram oferecidas aos comunicadores do MPF. Ao todo, considerando-se o custo das atividades e o total de vagas ofertadas, foi possível capacitar a equipe em diversas temáticas a um custo médio de R\$ 264,06 por vaga.

Temas: gestão de crises, estratégia em redes sociais, texto publicitário criativo, atuação eleitoral do MP, planejamento etc.

DESTAQUE:



7º Encontro Nacional de Comunicação Social do MPF – Entre 16 e 18 de novembro, a PGR recebeu **34 comunicadores** do MPF de todo o Brasil para discutir com servidores da Secom o desafio da comunicação pública pós-pandemia e a proposta de estruturação nacional da Secretaria. Palestras e oficinas tra-

taram também de temas como *branding* institucional, atuação estratégica em redes sociais, linguagem simples, entre outros. Em avaliação, 87,5% dos participantes deram nota máxima à programação do evento, o que demonstra a relevância da iniciativa.

“Foi uma excelente oportunidade de troca e reflexão conjunta; perceptivelmente preparado com muito cuidado e zelo. Que esses dias possam ser o combustível para fortalecermos cada vez mais a Comunicação no MPF”.

“Parabéns a todos os organizadores. O evento foi maravilhoso e extremamente necessário para discutir os atuais problemas da estrutura da Comunicação e pensar em soluções conjuntas”.

“A equipe de organização do evento acertou em cheio: os temas e palestrantes foram exatamente o que mais precisávamos neste momento”.

Projetos especiais: Turminha do MPF, pesquisa de imagem e apoio a eventos

23 mil gibis e impressos da Turminha do MPF distribuídos a escolas e professores em todo o Brasil

Criação do canal da Turminha no YouTube Kids

41 eventos internos ou externos contaram com o apoio direto da Secom em 2022, seja na concepção e organização, na produção de material de divulgação, ou na cobertura

DESTAQUES:



Diálogo com o público infantil – Uma década após a publicação de seu primeiro gibi, a Turminha do MPF trouxe novidades em 2022: a impressão e distribuição da coleção de almanaques composta por três volumes. A obra levou o MPF de volta aos salões literários e eventos culturais e escolares do país. Um dos mais relevantes foi a 5ª Bienal Internacional do Livro de Brasília. Na feira, entre 21 e 30 de outubro, **4 mil kits** de almanaques foram entregues para alunos de escolas do DF.

A Turminha também marcou presença na comemoração do Dia das Crianças promovida pelo projeto Mala do Livro, da Secretaria de Cultura do GDF, com a distribuição de mil kits de HQs. Estudantes de outros estados foram contemplados em ações de educação cidadã, em atividades patrocinadas pelo MPF ou por iniciativa de educadores que pediram o material à Secom. Ao todo, cerca de 23 mil impressos chegaram às mãos de cidadãos e cidadãs mirins, estimulando muita “conversa de gente grande para gente pequena” e aproximando o MPF desse público tão especial.



20 anos da sede da PGR – O prédio da PGR é um dos marcos arquitetônicos de Brasília. Para celebrar os 20 anos da inauguração do edifício projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer, a Secom trabalhou na concepção e realização de evento, além de produzir diversos materiais. Um deles foi o documentário “Do traço à realidade”, que registrou o depoimento de profissionais de arquitetura e

engenharia, servidores e membros diretamente envolvidos na construção. Foi editada também publicação comemorativa com o mesmo nome, trazendo fotos e informações sobre o prédio. A Secom ainda elaborou exposição de fotografias históricas relativas à construção.

Eventos realizados pelas CCRs – 2022 marcou o retorno de eventos presenciais, com maior atividade das Câmaras de Coordenação e Revisão na organização de debates relativos a temas de importância institucional. Algumas atividades contaram com a presença de ministros de Estado e participantes de todo o Brasil. A Secom, em todos os eventos, dependendo do alcance da iniciativa, elaborou artes e peças gráficas de divulgação, atuou na organização, na transmissão, na cobertura e no atendimento à imprensa.

Pesquisa de Percepção de Imagem e Reputação Institucional – A Secretaria supervisionou o trabalho da empresa contratada para conduzir pesquisa de imagem do MPF com abrangência nacional. Foram **11 grupos** focais e **16 entrevistas** em profundidade na fase qualitativa, além de **3 mil entrevistas** na fase quantitativa. Os resultados servirão de subsídio para orientar ações futuras de comunicação.

COMUNICAÇÃO DIGITAL

É fato que as redes sociais se tornaram a principal “porta de entrada” para a interação entre as organizações e seus públicos de interesse. É por meio delas que o internauta chega a outros canais de comunicação, inclusive os mais tradicionais. Alinhada a essa nova realidade, a Secom fez, ao longo de 2022, várias inovações em suas redes, consolidando novos canais e ampliando o relacionamento com a sociedade.

Rede sociais

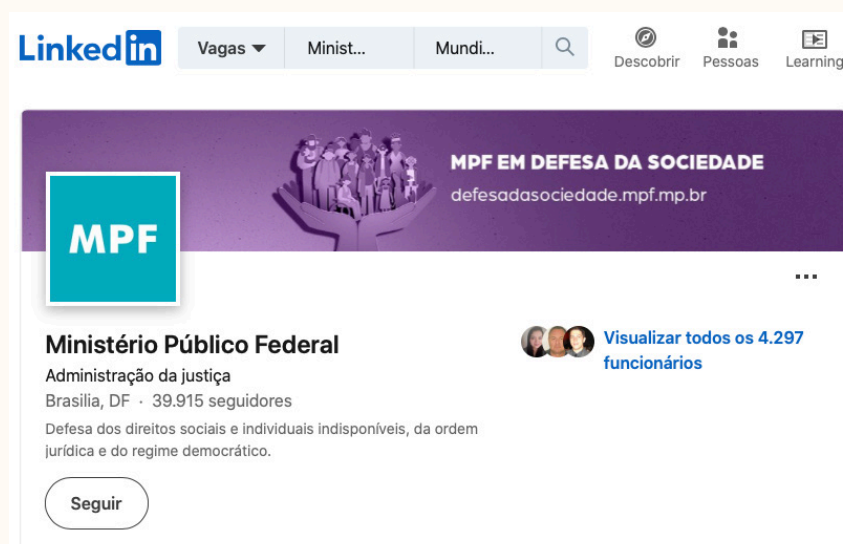
Aumento no número de seguidores

- ▷ **Instagram: 35.217** seguidores a mais (▲ crescimento de 29% em relação a 2021)
- ▷ **Twitter: 60.916** seguidores a mais (▲ crescimento de 7.61%)
- ▷ **LinkedIn: 9.241** seguidores a mais (▲ crescimento de 23%)

Alcance

- ▷ **Instagram: 7 milhões** de contas alcançadas ou de impressões registradas em 2022, mais que o dobro do verificado em 2021
- ▷ **Facebook: 1.971.000** de contas alcançadas em 2022, com aumento de 15% em relação ao ano anterior
- ▷ **Twitter: 756.722** impressões em 2022
- ▷ **LinkedIn: 61.620** impressões em 2022

DESTAQUE:



Criação do perfil do MPF no LinkedIn - O Órgão já conta-va com um perfil nessa rede voltada para conteúdos relativos à vida profissional. Com a ativação e a alimentação permanente, foi possível ampliar os públicos da Instituição e atingir pessoas

que não recebiam informações sobre o Órgão pelos outros canais. **Em dezembro de 2022, o canal registra 39.841 seguidores.**

Web

4.256.436 visitas ao site do MPF em 2022

7.721.759 visualizações de página no site do MPF em 2022

Crescimento: Em relação a 2021, o número de novos usuários no portal foi 312.484 maior. Houve crescimento também no número de visitas (268.173 a mais) e de visualização de páginas (649.222 a mais)

CRIAÇÃO DE NOVAS PÁGINAS OU ÁREAS EM 2022

Páginas implementadas e soluções de alta complexidade: **142**

Conteúdos e funcionalidades implementadas e/ou atualizadas: **543**

Suportes/treinamento/resolução de problemas: **685**

DESTAQUES:



Relatório do TCU em versão digital – A Secom participou em várias etapas da criação do Relatório do TCU em versão digital, um formato inovador e que facilita a compilação dos dados e a prestação de contas. Além do site em si, foram produzidos textos, revisadas **376 páginas** e criados **123 gráficos** e imagens.



Página e Marca do MPU – A página foi criada, especialmente, para reunir todos os conteúdos relativos ao Ministério Público da União, com dados sobre legislação, orçamento e concursos, entre outros. Há também links para as páginas dos quatro ramos. Nesse âmbito, outra ação importante, com foco na unidade institucional, foi a criação

da Marca MPU. Aprovada pelo Conselho de Assessoramento Superior do MPU, a nova marca já estampa a página do MPU na internet e conta com material gráfico específico. A medida dá visibilidade e concretude à união dos ramos.

Audiovisual

180 vídeos produzidos em 2022 (um a cada dois dias)

492 vídeos publicados no canal do MPF no YouTube em 2022, somando 489.583 visualizações

875 notícias radiofônicas gravadas e distribuídas (aumento de 25% em relação ao ano anterior)

259 entradas ao vivo para rádio

1.622 fotos publicadas no Flickr

DESTAQUES:

Rádio - Os programas de rádio produzidos pela Comunicação Social do Ministério Público Federal têm a função de informar e prestar contas à sociedade em todos os lugares do país. Em 2022, foram mais de **mil** produtos radiofônicos gravados, entre programas, boletins para A Voz do Brasil, spots e notícias de rádio, distribuídos para mais de **nove mil** emissoras pelo Brasil por meio de parceria entre o MPF e a Rede Nacional de Rádios da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), além da parceria com a Rádio Justiça. O Órgão também avançou na produção de *podcasts*, com a segunda temporada do “Finanças de Ponta a Ponta”, programa sobre educação financeira disponibilizado na plataforma Spotify e no Canal do YouTube. O *podcast* atingiu média de **300** visualizações por episódio.

Ampliação da produção audiovisual - Com maior demanda por vídeos, cada vez mais utilizados em redes sociais e até mesmo em ações de comunicação interna, a Secretaria de Comunicação Social contratou



profissionais especializados para captação de imagens e edição de material audiovisual, um reforço importante para incrementar e profissionalizar a atuação do setor na área.



Além disso, está em construção um estúdio de tevê, que será instalado na Secom e irá contribuir para qualificar ainda mais o trabalho. O resultado já pode ser percebido: algumas produções de destaque realizadas neste ano foram o vídeo que celebra o Dia do Servidor, a produção que trata de liderança e protagonismo feminino no MPF e o curta-metragem sobre direitos humanos, resultado de parceria com a PFDC.

CAMPANHAS, PUBLICAÇÕES E COMUNICAÇÃO VISUAL

25 campanhas externas e internas produzidas

2.590 identidades visuais e peças gráficas criadas

20 publicações editadas

DESTAQUES:



MPF em defesa da sociedade – Lançada em outubro de 2022, a campanha MPF em Defesa da Sociedade tem o objetivo de explicar como a Instituição atua para garantir o direito de todos, além de mos-

trar, em linguagem simples e didática, como o cidadão deve agir para apresentar uma representação ou ter acesso aos serviços oferecidos pelo Órgão. Com vídeos e posts em redes sociais, a ação apresenta as principais áreas de atuação do MPF. As imagens foram criadas por um ilustrador contratado especialmente para o trabalho. A ação incluiu ainda um hotsite, 15 vídeos, 59 cards para postagem em redes sociais, um anúncio publicado em revista e um folheto.



Planejamento estratégico – No âmbito interno, uma das campanhas de maior destaque do ano foi a que deu visibilidade ao novo Planejamento Estratégico Institucional 2022-2027. O projeto foi lançado em fevereiro, num evento virtual e com nova identidade visual, destacando a

inovação e o progresso do MPF. O design foi aplicado a materiais, como o Mapa Estratégico e *banners* de divulgação. Além disso, os principais objetivos do PEI ilustram o Calendário do MPF 2023 e o Caderno de Trabalho distribuído a membros e servidores em todo o país. O material – que é produzido anualmente pela Secom – representa uma importante ferramenta de disseminação de campanhas e informações ao público interno. O Caderno de Trabalho e o Calendário 2023 foram enviados

para todas as unidades do MPF no mês de novembro e distribuídos na PGR ainda em dezembro de 2022, o que vai permitir que membros e servidores iniciem o ano de 2023 já com os materiais em mãos.

ESTRUTURA E GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

Mais do que acompanhar a execução do orçamento da Secom (que foi de R\$ **6,6 milhões em 2022**), a Assessoria Técnica trabalha para auxiliar as diversas áreas da Secretaria nos processos de gestão dos **20 contratos** atualmente sob a responsabilidade do setor. Essas contratações viabilizam a execução de serviços essenciais ao MPF e o atendimento de demandas estratégicas. Em 2022, a Astec elaborou **12 artefatos** para subsidiar novas licitações, garantido aquisições importantes para a área de Comunicação.

DESTAQUES

Interesse Público – Em 2022, foi possível concluir a licitação técnica e preço que contratou produtora de vídeo para executar o programa Interesse Público, exibido há mais de 10 anos pela TV Justiça e transmitido por **28 emissoras** parceiras em todo o Brasil. Trata-se do maior contrato da Secom, responsável pela produção de materiais audiovisuais relevantes para o acervo da Instituição.

Olhando para o futuro: perspectivas e desafios em 2023

A expectativa é de que o ano de 2023 seja ainda mais expressivo em termos de resultados para as ações de comunicação do Ministério Público Federal. O maior e mais significativo avanço deve ser a implementação de um novo modelo de trabalho em que servidores lotados em todo o país passem a atuar de forma nacionalizada, a partir de núcleos que contemplam as principais atividades de comunicação. Os pilares para essa mudança já foram definidos, e o trabalho entra, no início de 2023, na sua implementação. A expectativa é conseguir ganhos em todas as frentes: produtividade, alinhamento, otimização de recursos e especialização.

Em outra frente, será intensificado o trabalho para viabilizar contratações e projetos que tragam avanços institucionais importantes. É o caso da aquisição de uma nova solução para o portal, de forma a torná-lo mais seguro, acessível e em consonância com ferramentas e funcionalidades mais modernas.

A ampliação de conteúdos em formatos diversos do texto e a integração de canais são outra frente prioritária da Secom para 2023. Para isso, temos investido em reforço nas equipes e na aquisição de equipamentos, bem como na construção de um estúdio próprio. São melhorias necessárias para que a Comunicação Institucional possa estar em consonância com as inovações tecnológicas e com o novo momento da Instituição, e pronta para atender às preferências da população na hora de se informar.

As alterações já iniciadas e as que serão implementadas nos próximos meses têm como foco a produção de conteúdos acessíveis, simples e em formatos compatíveis como os princípios que norteiam a comunicação pública e o dever das instituições de prestar contas e ajudar a formar cidadãos mais bem informados e, como consequência, mais conscientes de seus direitos e de suas obrigações.

