UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA

Edgar Augusto de Oliveira Lemos

ACCOUNTABILITY E MINISTÉRIO PÚBLICO: A ATUAÇÃO DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO MPMG NO APRIMORAMENTO DAS PRÁTICAS DA INSTITUIÇÃO

BELO HORIZONTE
2023

Edgar Augusto de Oliveira Lemos

ACCOUNTABILITY E MINISTÉRIO PÚBLICO: A ATUAÇÃO DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO MPMG NO APRIMORAMENTO DAS PRÁTICAS DA INSTITUIÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Gestão Pública.

Orientador: Ricardo Fabrino Mendonça.
Coorientador: Filipe Mendes Motta

BELO HORIZONTE
2023

RESUMO

Este trabalho consiste em uma análise interpretativa e exploratória da Comunicação Pública do Ministério Público de Minas Gerais (MPMG), sobretudo observando as ações realizadas pelos canais oficiais TV MP e Instagram oficial da instituição, e sua conexão com as práticas de comunicação e relacionamento com o cidadão. A pesquisa se estabeleceu por meio do diálogo com as literaturas sobre *accountability* e comunicação pública, além das observações de ações de comunicação praticadas pelo MPMG. A análise teve como objetivo construir uma compreensão acerca dos potenciais da comunicação institucional em aprimorar suas práticas de *accountability* e buscou responder a seguinte pergunta de pesquisa: como a Assessoria de Comunicação do MPMG tem utilizado essas plataformas para a divulgação de suas ações e aprimoramento das práticas de *accountability*? Ao longo da pesquisa, foram identificados elementos importantes da comunicação do MPMG, tais como a qualidade audiovisual dos produtos, a atuação de profissionais qualificados e o uso estratégico de ferramentas digitais para ampliar o alcance e a interatividade com o público. Por outro lado, foram destacados desafios significativos, incluindo a limitada participação de representantes da sociedade civil nos debates realizados, bem como a falta de uma política de transparência ativa que esclareça como as ações produzem efeitos no cotidiano dos cidadãos. Diante desses achados, sugere-se que o MPMG, por meio de sua assessoria de comunicação, adote uma postura mais ativa no sentido de incluir, principalmente, a moderação ética e respeitosa de comentários, bem como respostas a dúvidas e críticas do público nas postagens via TV MP e Instagram. Adicionalmente, propõe-se o convite a uma maior diversidade de representantes da sociedade civil e movimentos sociais nos debates, promovendo assim a participação e o controle social. A implementação de uma política de transparência ativa também é recomendada, priorizando a divulgação acessível e compreensível de informações sobre ações, decisões, orçamentos e resultados do MPMG. Este estudo, caracterizado por sua abordagem exploratória, sinaliza a necessidade de investigações mais aprofundadas em pesquisas futuras, contemplando análises mais abrangentes e prolongadas ao longo do tempo. Destaca-se como uma pauta de pesquisa essencial no âmbito dos estudos públicos, enfatizando o papel primordial da comunicação institucional na construção da legitimidade e no fomento do diálogo democrático.

Palavras-chave: Comunicação Pública, *Accountability*, Ministério Público, Transparência, Esfera Pública.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 5
O MINISTÉRIO PÚBLICO 6
1.1. HISTÓRICO E CARACTERIZAÇÃO 6
1.2. ACCOUNTABILITY E MINISTÉRIO PÚBLICO 9
2. A COMUNICAÇÃO E A SUA DIMENSÃO PÚBLICA 16
2.1. O QUE É COMUNICAÇÃO? 17
2.2. A ESFERA PÚBLICA 18
2.3. MAS AFINAL, O QUE É COMUNICAÇÃO PÚBLICA? 21
2.4. A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL 24
2.5. A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NOS TRÊS PODERES. 27
2.6. FERRAMENTAS DIGITAIS NO ÂMBITO DA ESFERA PÚBLICA 31
2.7. A COMUNICAÇÃO E A GESTÃO DE CRISE 34
2.8. CONCLUSÃO 35
3.0 ANALISANDO O TRABALHO DA ASSCOM | MPMG 36
3.1. A ASSCOM DO MPMG - ATRIBUIÇÕES E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL 38
3.2. ANÁLISE EXPLORATÓRIA DO CANAL DO YOUTUBE E DO PERFIL NO INSTAGRAM 41
3.2.1. A TV MP 42
3.2.2 AS TRANSMISSÕES AO VIVO 51
3.3 O INSTAGRAM OFICIAL DO MPMG 57
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS 64
REFERÊNCIAS 65

INTRODUÇÃO

Compreende-se que a *accountability* é um conceito que se refere ao processo de prestação de contas e responsabilização dos agentes públicos perante a sociedade e o Estado em uma democracia. A comunicação pública pode ser compreendida, dentre outros significados, como uma prática capaz de contribuir para a promoção da transparência, da participação e do controle social sobre as ações e decisões do poder público. Nesse contexto, o MPMG é apresentado, segundo a Constituição da República, de 1988, como instituição responsável pela defesa dos interesses da sociedade e na efetivação de direitos coletivos. No entanto, o MPMG também enfrenta desafios para equilibrar sua autonomia funcional com suas práticas de *accountability*, tendo em vista a falta de mecanismos formais de controle sobre sua atuação e a alta discricionariedade de seus membros.

Entre fundamentação teórica e uma análise exploratória da atuação do setor de comunicação do MPMG, o trabalho está dividido em três seções principais, além desta introdução e das considerações finais. A primeira seção apresenta o histórico e a caracterização do MPMG, bem como os principais conceitos e debates sobre a *accountability* e o interesse público no âmbito dessa instituição. A segunda seção aborda a Comunicação e os seus conceitos fundamentais, tendo como foco a importância da comunicação pública para a construção da esfera pública e para a interação entre o Estado, a sociedade civil e os cidadãos. A terceira seção faz uma análise exploratória da assessoria de comunicação do MPMG, examinando suas estratégias, canais, conteúdos e públicos, com ênfase na TV MP e no perfil oficial do Instagram da instituição, avaliando como elas se relacionam com o público e como esse relacionamento impacta ou pode impactar no aprimoramento das práticas de *accountability* da instituição.

Ressalta-se, de antemão, que este não é um trabalho de natureza jurídica, tampouco uma pesquisa na área de Comunicação Social. Trata-se de uma pesquisa no campo de políticas públicas, que aposta na importância de olhares transdisciplinares para o amadurecimento dos diagnósticos da área para o monitoramento e a análise de políticas públicas no país -- cada vez mais atravessadas por questões envolvendo o sistema de justiça, sobretudo considerando a ampliação da atuação do Ministério Público nas áreas sociais e a atuação do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) no sentido de resguardar a autonomia e as funções do MP(Oliveira, Lotta e Vasconcelos, 2020).

1. O MINISTÉRIO PÚBLICO

Conhecer os procedimentos e as razões que fundamentam a operação do Ministério Público na ordem institucional do Brasil é fundamental para compreender sua relevância na composição, enquanto ator influente, das políticas públicas do país - e no nosso caso específico, para compreender como a comunicação institucional do órgão dialoga com esse processo. As funções conferidas ao Ministério Público pela Constituição Federal Brasileira de 1988, que atribuem à instituição a legitimidade para agir enquanto garantidor de direitos humanos fundamentais, são apresentadas entre os artigos 127 e 130 do texto constitucional. A norma dispõe do detalhamento de sua organização administrativa, orçamentária, as atribuições, composição de seus membros, bem como de suas vedações e limites na área de atuação.

O Ministério Público dos Estados, por intermédio dos Promotores de Justiça, presentes em praticamente todos os municípios do país, é a instituição que a Constituição delegou como intermediadora das relações entre Estado, Mercado e Sociedade Civil, por ele representada (CRFB, 1988).

O Ministério Público, é constitucionalmente designado como a instituição que garante a defesa dos direitos do cidadão e os interesses da sociedade (MPMG, 2021). Assegurar o cumprimento da lei, a ordem jurídica e o Estado Democrático de Direito, são também funções designadas à instituição (MPMG, 2021). Tais responsabilidades são atribuídas ao Ministério Público, principalmente, a partir da Constituição Federal de 1988, que promoveu diversas alterações nas configurações institucionais que abrangem a *atuação ministerial*. Nesse sentido, é importante mencionar brevemente as diversas modificações e avanços que afetaram a instituição ao longo da história do Brasil.

1.1. HISTÓRICO E CARACTERIZAÇÃO

O MP tem os seus primeiros passos com a criação do Tribunal de Relação da Bahia, em 1609, por meio da chamada Relação do Brasil (Ferreira, 1985), criada com o objetivo de representar os interesses da coroa e da fazenda no Brasil Colônia. Ainda segundo Ferreira, essa seria a primeira regulamentação brasileira do Ministério Público, que passou a ter essa nomenclatura em 1874 e tornou-se formalmente uma instituição em 1900, quase 300 anos depois de sua origem embrionária.

Com a promulgação da Constituição Federal de 1934, o Ministério Público foi contemplado com mais destaque na institucionalidade brasileira, ao ser mencionado no texto

da lei como um dos chamados "Órgãos de Cooperação nas atividades Governamentais", em uma seção, importante destacar, dedicada ao Poder Judiciário. Apesar da ascensão no cenário institucional do país, aquele texto constitucional não era claro no sentido de descrever as competências do órgão e se limitou a mencionar apenas a atribuição do Procurador-Geral da República, que seria:

> no caso de declaração de inconstitucionalidade de lei ou ato governamental pela Corte Suprema, cabia ao Procurador-Geral da República comunicar a decisão ao Senado Federal, a fim de que este suspendesse a execução de tal norma, bem como a outra autoridade legislativa ou executiva, de que tenha emanado a lei ou o ato (Ferreira, 1985).

A carta de 1937, fez referência ao MP no trecho reservado ao Supremo Tribunal Federal. Na ocasião, afirmava-se que o Procurador-Geral da República seria nomeado livremente pelo Presidente da República e comporia o STF. Portanto, verifica-se, aqui, que a *instituição ministerial*, a exemplo da Constituição de 1934, ainda não tinha sua competência devidamente esclarecida em Lei. Isto é, o MP era uma instituição diretamente vinculada e dependente da atuação dos Poderes Executivo e Judiciário, nas Constituições de 1934 e 1937.

Na Constituição de 1946, o Capítulo IV, dedicado ao Poder Judiciário, determinava que a organização do Ministério Público fosse prevista por Lei própria. Para além disso, não estava previsto nada significativamente diferente do que as Cartas anteriores determinavam.

Ainda segundo Ferreira (1985), em 1967, não obstante a lentidão no avanço da institucionalização do MP brasileiro, observou-se, ainda, o que para ele configurava um certo retrocesso. O MP deixa a esfera do Judiciário para se vincular novamente ao poder Executivo, como ocorria na Constituição de 1934. Com isso, torna-se, novamente, "Órgão Cooperador das Atividades Governamentais", submetendo-se, ainda, aos controles do governo militar, que comandava o que seria o período mais severo da Ditadura.

Em 1988, esse paradigma finalmente é derrubado com as mudanças nas competências do MP. A instituição passa a ter autonomia para cumprir o papel de defensor do povo, legitimidade para promover ação civil pública, bem como para tomada de medidas executórias que defendam os interesses difusos, coletivos e indisponíveis (Oliveira, 2013). A partir da Constituição de 1988, o MP adquiriu novas funções além da tradicional função acusatória, como a defesa dos direitos coletivos e a fiscalização de políticos e burocratas. Essa ampliação de funções permitiu ao MP desempenhar um papel fundamental na representação do interesse público, especialmente no contexto de combate à corrupção -- processo, como veremos, marcado por tensões (Avritzer e Marona, 2017).

Dessa forma, o Ministério Público deixa de ser representante e consultor legal de pessoas jurídicas de direito privado. Tal função passa a ser atribuída à Advocacia-Geral da União. Além disso, é assegurada a autonomia funcional, administrativa e financeira à instituição, que se torna independente dos poderes Executivo e Judiciário, a partir do texto constitucional de 1988, dispondo de seção exclusiva para o MP. Nela, o MP tem seu papel na conjuntura institucional e social reformulado, passando, então, a ter maior autonomia administrativa e financeira perante aos três poderes, nos moldes do artigo 127, conforme a redação:

> Art. 127. O Ministério Público é instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis. (EC no 19/98 e EC no 45/2004)
>
> § 1o São princípios institucionais do Ministério Público a unidade, a indivisibilidade e a independência funcional.
>
> § 2o Ao Ministério Público é assegurada autonomia funcional e administrativa, podendo, observado o disposto no art. 169, propor ao Poder Legislativo a criação e extinção de seus cargos e serviços auxiliares, provendo-os por concurso público de provas ou de provas e títulos, a política remuneratória e os planos de carreira; a lei disporá sobre sua organização e funcionamento.
>
> § 3o O Ministério Público elaborará sua proposta orçamentária dentro dos limites estabelecidos na lei de diretrizes orçamentárias (CRFB, 1988).

Com a desvinculação do Ministério Público dos poderes Executivo e, principalmente, Judiciário, após a Constituição Federal de 1988, verifica-se que a instituição lança mão de um papel de maior protagonismo dentro do cenário político. Se antes o MP tinha suas ações resumidas aos trabalhos nos tribunais, sobretudo em processos criminais, a partir da nova Carta Constitucional ele se torna um novo ator nas questões relativas à defesa da coletividade, do capital humano e da cidadania, para além das provocações da justiça (Tejadas, 2013).

A transição do Ministério Público de um papel historicamente vinculado ao poder Judiciário para um certo protagonismo na defesa dos interesses sociais e individuais indisponíveis, como estabelecido na Constituição Federal de 1988, representa uma mudança significativa em sua trajetória institucional. Esta mudança trouxe uma série de implicações para a instituição e sua atuação no cenário político brasileiro (Oliveira, 2013).

Nesse contexto, é relevante destacar que o Ministério Público, representado por um dado agente público, precisa se policiar, no sentido de conhecer os limites de atuação da instituição, para que não interfira nas atividades legítimas dos demais poderes da

Administração Pública. Façanha e Lima (2011) destacam a importância de se respeitar a autonomia dos demais Poderes, considerando que a interferência técnica e orçamentária na implementação de políticas públicas, por exemplo, não deveria competir ao MP, exceto quando observados abusos e omissões dos Poderes constituídos.

Por outro lado, o argumento dos autores é de que a independência do Ministério Público também se faz necessária para assegurar que os demais Poderes, especialmente o Executivo e o Legislativo, atuem em conformidade com a Constituição e as leis, sobretudo para garantir que o usuário de serviços públicos tenha seus direitos assegurados. Essa independência se traduziria na capacidade do Ministério Público de investigar e fiscalizar as ações do governo, denunciando, por exemplo irregularidades, abusos, ou negligência do Poder Público, quando necessário (Façanha e Lima, 2011).

Assim, Ismail (2014) pondera que, embora seja essencial respeitar a autonomia dos demais Poderes, o Ministério Público desempenha um papel de contrapeso necessário na gestão pública. Sua atuação, em princípio, contribuiria para evitar abusos de poder, garantir a transparência na administração pública e promover a prestação eficiente de serviços públicos à sociedade, quando a inércia da administração pública comprometer o exercício dos Direitos constitucionais.

Para além de sua concepção ampla no arranjo institucional do país, dado o recorte deste trabalho, entende-se que a atuação do Ministério Público também deve ser considerada a nível estadual. Nesse contexto, destaca-se que, conforme disposto no artigo 128 da Constituição Federal de 1988, além do Ministério Público da União, o MP abrange os Ministérios Públicos dos Estados. Em nosso estudo, especificamente, observaremos a estrutura e a operação do MPMG no cumprimento de suas funções e o papel da comunicação da instituição nesse processo - buscando lançar luz sobre como (e se) esse braço da instituição poderia contribuir para minimizar os desafios em relação à *accountability* do órgão colocados pela literatura contemporânea sobre dilemas da realidade democrática brasileira.

1.2. ACCOUNTABILITY E MINISTÉRIO PÚBLICO

Nos estudos em Ciência Política, quando o tema em discussão está relacionado à transparência, participação popular e responsabilização, o termo *accountability* frequentemente, também é mencionado. Nesta sessão, após tratarmos do histórico do Ministério Público no arranjo institucional brasileiro, examinaremos a *accountability*

enquanto conceito, e, sobretudo, como instrumento de possível controle das ações do Ministério Público.

Embora nossa abordagem esteja voltada para a *accountability* mais como um processo de valor cultural ou ato administrativo, e menos enquanto conceito, é interessante trazermos – ainda que sem detalhamento exaustivo – uma conceituação básica do termo. Embora não haja consenso quanto ao conceito, as autoras apontam que o surgimento da correlação entre *accountability* e responsabilização tornou-se central na história norte-americana, de modo a influenciar boa parte da literatura.

Considerando todas essas ponderações e complexidades, partiremos do ponto de que a *accountability* seria, conforme apontado por Rocha (2011), o processo contínuo de responsabilização dos agentes públicos perante a sociedade e o Estado em uma democracia. Envolve a obrigação de prestar contas das ações e decisões tomadas no exercício do poder, tanto por representantes políticos eleitos quanto por servidores públicos nomeados ou de carreira. Em essência, a *accountability* visa garantir que o poder público seja exercido em nome e em benefício dos cidadãos, de acordo com os princípios democráticos e legais.

Jogando luz aos aspectos mais complexos que envolvem essa definição, Filgueiras (2016) enfatiza a relação entre *accountability*, transparência e governança pública, abordando o impacto desses elementos na consolidação do regime democrático no Brasil. A redemocratização pós ditadura militar envolveu uma reconfiguração do poder político, levando à liberalização do regime, instituindo elementos da democracia como eleições regulares, liberdade de expressão, sufrágio universal e pluralismo de fontes de informação. No entanto, a consolidação democrática vai além da mera realização de eleições e requer a institucionalização de um governo democrático capaz de garantir a responsabilidade e a transparência, isto é, quanto mais *accountable* for um governo, mais sólido será o regime democrático. A *accountability* envolve, ainda, a responsabilização dos agentes públicos por suas ações, a publicidade das leis e políticas públicas, e a construção de instituições que promovam a participação democrática (Filgueiras, 2016).

Mais do que isso, a leitura de *accountability* colocada pelo autor (Filgueiras, 2016) envolve um processo dinâmico, em que a as práticas sistemáticas de transparência (mas não apenas) por parte dos atores do Estado sejam de tal qualidade que possibilitem aos cidadãos se apropriarem dessas informações criticamente e, eventualmente, tensionarem as respectivas instituições com novas colocações -- num processo dialógico e relacional. Essa leitura

substantiva da *accountability* é muito importante para o desenvolvimento do argumento deste trabalho.

A *accountability* pode ser compreendida por duas dimensões que envolvem diferentes agentes: a dimensão vertical e a dimensão horizontal. Conforme O'Donnell (1989), a dimensão vertical da *accountability* implica em ações efetuadas, seja individualmente ou por meio de alguma forma de atuação coletiva, em relação aos ocupantes de posições em instituições públicas, independentemente de sua eleição para tais cargos. Isso abrange atividades como as próprias eleições, em si e demandas sociais diversas. Normalmente é observada na relação entre instituições e cidadãos. Já a *accountability* horizontal (O'Donnell, 1989), diz respeito à relação entre entidades governamentais. Entidades que detém o direito e a autoridade legal de controlarem-se umas às outras, na medida em que estão dispostas e capacitadas para empreender ações que variam desde supervisões de rotina até a imposição de medidas legais umas às outras - incluindo o processo de impeachment - em relação às ações ou omissões de outros agentes ou agências governamentais que possam ser caracterizadas como ilícitas.

De acordo com Filgueiras (2016), a redução da assimetria de informações entre agente e principal, ora compreendidos como o poder estatal e o cidadão, respectivamente, é condição de grande relevância para se institucionalizar a *accountability*. Nesse sentido, como adiantado, é possível afirmar que a transparência é um pressuposto essencial e indispensável para a produção da *accountability*, uma vez que é ela o elemento central para minimizar a desigualdade de informações.

A transparência não é apenas uma divulgação passiva de informações. Para Filgueiras (2016) ela também prevê uma divulgação ativa, na qual o Estado e as organizações disponibilizam informações, e uma concepção passiva, em que as instituições respondem às demandas dos cidadãos. Essa transparência, conforme o autor, ajuda a reduzir as assimetrias informacionais e a permitir que os cidadãos tenham acesso às informações essenciais sobre as operações e estruturas do Estado.

Como adiantado, Filgueiras esclarece, ainda, que transparência não é sinônimo de *accountability*, mas significa o modo como as organizações – Estados e corporações – disponibilizam e lidam com as demandas do público por informação. A transparência não implica o processo deliberativo desencadeado pela informação, mas a redução das assimetrias informacionais. Dessa maneira, não se confunde com a *accountability*, em que o processo

deliberativo é central. Por essa razão, a transparência é ferramenta de accountability e os conceitos não devem ser confundidos (Filgueiras, 2016),

A relação entre a *accountability* e o Ministério Público é um tema crucial para a manutenção do Estado de Direito e o fortalecimento da democracia no Brasil. Para Oliveira, Lotta e Vasconcelos (2020), a autonomia funcional dos membros do Ministério Público é um dos pilares da atuação independente e imparcial dessa instituição. Ela permite que promotores e procuradores ajam sem interferências políticas indevidas, assegurando que a justiça seja buscada de forma imparcial. Nesse contexto, a distinção entre transparência e accountability, conforme esclarecido por Filgueiras (2016), é essencial para compreender como as organizações estatais, como o Ministério Público, lidam com a prestação de contas à sociedade. Enquanto a transparência se concentra na disponibilização de informações, a *accountability* envolve o processo deliberativo no qual as instituições são questionadas e, eventualmente, responsabilizadas por suas ações e decisões.

A análise de Hagino e Kerche (2022) sobre os diferentes modelos de Ministérios Públicos no mundo, com os modelos Burocrático, Eleitoral e Independente, destaca como as variações na estrutura e no funcionamento dessas instituições podem afetar a *accountability*. Hagino e Kerche (2022) esclarecem que países que seguem o Modelo Burocrático, presente em boa parte da Europa, é caracterizado por promotores que estão submetidos à *accountability* dos governos, frequentemente relacionando-se com o ministro da Justiça ou equivalente. Isso significa que esses promotores têm uma ligação formal com o governo, o que pode influenciar suas ações. Eles possuem alguma discricionariedade, mas devem seguir orientações hierárquicas e que dialogam com atores políticos diretamente resposabilizáveis pelo voto dos cidadãos.

O Modelo Eleitoral é observado nos Estados Unidos, onde promotores locais são eleitos em processos eleitorais regulares. Nesse caso, os promotores são diretamente responsáveis perante os eleitores que os escolheram, conferindo-lhes um alto grau de discricionariedade e autonomia para tomar decisões em casos legais. No entanto, essa eleição pode levar à politização do sistema de justiça criminal (Hagino e Kerche, 2022).

Por fim, o Modelo Independente, pouco comum e presente em países como o Brasil e a Itália, assegura altos níveis de autonomia e independência aos promotores em relação aos políticos, governo, parlamento e cidadãos. Os membros neste modelo se submetem a pouca accountability, o que lhes confere uma maior discricionariedade. No entanto, essa

independência pode dificultar a responsabilização dos próprios promotores (Hagino e Kerche, 2022).

No caso brasileiro, a partir da distinção feita por Hagino e Keche (2022), o modelo independente de ministério público estabelece uma autonomia desafiadora em termos de *accountability*. A prestação de contas é essencial em uma democracia, pois permite que a sociedade avalie a atuação das instituições públicas. No caso do MP, a accountability significa que ele deveria explicar e justificar suas próprias ações à sociedade, demonstrando que está agindo de acordo com a lei e o interesse público (Oliveira, Lotta e Vasconcelos, 2020).

Um dos principais desafios relacionados à prática da accountability no MP, segundo Kerche (2007) é a falta de mecanismos formais de accountability para os atos discricionários dos promotores. Estes têm a capacidade de tomar decisões importantes, como a iniciativa de ações penais, sem uma supervisão direta e formal. Além disso, a Lei de ação Civil Pública, agregou ao MP duas novas vantagens institucionais: o Inquérito Civil e realização dos Termos de Ajustamento de Conduta (TAC), que consistem em um instrumento de cunho extrajudicial onde o causador do dano tem a ação de responsabilidade suspensa mediante compromisso em repará-lo ou conter as ações causadoras (Avritzer e Marona, 2017)[1]. Esses instrumentos, também, dificultam a responsabilização efetiva por ações realizadas pelo MP e partem de ações discricionárias. Os promotores podem decidir quais casos priorizar com base em critérios poucos objetivos, o que reforça a sua discricionariedade (Kerche, 2007).

Oliveira, Lotta, & Vasconcelos (2020) argumentam que a interação entre a autonomia funcional e a discricionariedade é complexa. A autonomia confere aos membros do MP a liberdade para exercerem discricionariedade, o que pode resultar em uma ampla atuação em políticas públicas. No entanto, essa atuação nem sempre é acompanhada por um nível adequado de *accountability* (Kerche, 2007). E o Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), em sua busca por fortalecer a autonomia do MP, tende a se opor a propostas legislativas que visam estabelecer controles mais rigorosos sobre a atuação da instituição.

Esse processo de fortalecimento da autonomia do MP, resultou, segundo Avritzer e Marona (2017), em uma importante mudança no padrão de judicialização da política, com um foco maior nas questões criminais, representando um deslocamento em relação à efetivação de direitos difusos e coletivos. Agora, há uma preocupação maior com o controle e o combate à corrupção, muitas vezes com suspeitas de violações de direitos individuais, por parte do

[1] No caso da TAC, em procedimentos em que, a partir de negociações conduzidas pelo Ministério Público, evita-se a judicialização de questões, na medida em que as controvérsias são resolvidas a partir dos acordos feitos pelo MP.

Ministério Público, na condução das suas atividades. Isso fortalece a tendência do que os autores denominam "pretorianismo judicial", ou seja, a centralização das instituições de justiça no âmbito do sistema político, um processo que se apoia na seletividade das ações do sistema jurídico e no enfraquecimento das instituições de forma mais ampla, de modo a colocar em risco a confiança no sistema democrático (Avritzer e Marona, 2017).

Verifica-se, curiosamente, que esse processo se dá numa conjuntura chamada por Arantes (2015) de pluralização do Estado -- é importante destacar que o autor faz uma leitura crítica da mesma. Trata-se de um desenvolvimento institucional que não segue um plano prévio e sistemático, aqui representado pelo texto constitucional, mas que é impulsionado pela vontade de afirmação dos órgãos e carreiras estatais e, no caso em questão, reforçada, muitas vezes, pelo próprio órgão fiscalizador, como o CNMP (Oliveira, Lotta e Vasconcelos). Isso significa que diferentes órgãos estatais buscam ampliar sua autonomia e independência, controlar seu próprio orçamento, ter autonomia administrativa e expandir suas atribuições, especialmente aquelas relacionadas à fiscalização e controle do poder político (Arantes, 2015).

Entende-se que equilibrar a autonomia funcional com a *accountability* é essencial nesse contexto, especialmente em um cenário de ampla atuação do Ministério Público em políticas públicas. Esse equilíbrio é essencial para assegurar que o MP possa desempenhar seu papel na defesa dos interesses da sociedade, ao mesmo tempo em que presta contas de suas ações à comunidade que serve (Oliveira, Lotta, & Vasconcelos, 2020). Seguindo essa linha de equilíbrio, Kerche (2007) sugere que os sistemas precisam ser aprimorados no sentido de garantir que as decisões dos promotores sejam submetidas a algum tipo de escrutínio público ou político, a fim de equilibrar a independência com a accountability.

Sob a ótica da relação da accountability com a transparência, já trazidas com base nas contribuições de Filgueiras (2016), entende-se que a ausência desses elementos pode enviesar o conceito de interesse público nesse cenário de desequilíbrio entre independência e accountability. Observando as ações do MP em suas atividades voltadas para o combate à corrupção, por exemplo, onde outros atores políticos, eventualmente investigados, são submetidos ao escrutínio público e político - mencionado por Kerche - sob justificativa da supremacia do interesse público, duas questões emergem como reflexão:

1. Ao tomar suas decisões, o MP as justifica devidamente perante à sociedade? Ou seja, a instituição submete seus membros, autores de decisão, ao escrutínio

público, como os outros atores políticos, geralmente eleitos democraticamente, estão submetidos?

2. O que podemos entender por interesse público? Seria apenas a vontade popular em presenciar a consumação da criminalização da política, ainda que injustificadamente, ou respeito à decisão popular - em processo eleitoral - também é interesse público?

A reflexão proposta no item 1 nos conduz à direção do argumento de Kerche (2007) de que a ausência de mecanismos efetivos de *accountability* que ponderem a atuação do MP, por muitas vezes dificulta que encontremos respostas condizentes com a ideia de transparência e accountability. Dessa forma, estamos diante do que Kerche (2007) denomina *quase-abdicação*. A expressão se refere a uma situação intermediária entre abdicação e delegação de poderes por parte dos políticos ao Ministério Público. Nesse contexto, o termo sugere que, apesar de não ser uma abdicação completa de controle sobre a instituição, há um alto grau de autonomia concedido a ela, com apenas alguns poucos instrumentos de prestação de contas ou responsabilização disponíveis para os políticos (Kerche, 2007).

Além disso, uma vez que a atuação do MP nesses casos interfere na decisão popular de eleger seus representantes políticos, o MP deveria ser suficientemente transparente, de modo a reduzir a assimetria informacional entre agentes públicos e população, nos termos de Filgueiras (2016) para que os cidadãos avaliem a legitimidade das decisões por ele tomada.

Para examinarmos o item 2, recorremos a Avritzer e Marona (2017) observando a concepção de interesse público por duas perspectivas diferentes.Uma perspectiva mais restritiva se concentra na criminalização da política e no combate à corrupção como o principal interesse público. Nessa visão, o interesse público está associado ao desejo de ver a justiça sendo feita em relação a questões criminais, mesmo que isso envolva suspeitas de violações de direitos individuais. Portanto, a ênfase está na responsabilização dos políticos por ações consideradas delituosas.

Analisando mais amplamente, o respeito à decisão popular em processos eleitorais é visto como parte do interesse público. Isso significa que, além do combate à corrupção, a representação política por meio de eleições democráticas também é considerada uma parte fundamental do interesse público. Nessa visão, a legitimidade das instituições judiciais não deve se sobrepor à vontade e à escolha do povo expressas nas eleições.

Portanto, o "interesse público" não se limita apenas à consumação da criminalização da política, mas também inclui o respeito à decisão popular e a legitimidade das eleições

como aspectos importantes da democracia. A questão em discussão é como encontrar um equilíbrio entre essas perspectivas divergentes e como as instituições judiciais podem desempenhar um papel que respeite tanto a responsabilização quanto a representação democrática na busca pelo interesse público (Avritzer e Marona, 2017).

A partir de Filgueiras (2016), podemos dizer que um elemento crucial para a mitigação desses grandes dilemas abordados é a comunicação pública. É por meio da comunicação que instrumentos como a transparência e a distribuição igualitária e responsável da informação entre agente e principal asseguram ao cidadão maiores possibilidades de exercer o controle sobre as instituições (Filgueiras, 2016).

Para Kerche (2007), no caso do Ministério Público, o alcance do equilíbrio entre a atenção à responsabilização ética, fiscal e republicana e a atenção ao respeito às regras do jogo democrático, aqui contemplada pelo sistema eleitoral, é um desafio complexo, haja vista a inexistência de mecanismos expressivos de accountability em relação a ele (MP), em nossa Constituição.

Nesse contexto recorremos, novamente, a Filgueiras (2016) para destacar a importância da transparência ativa e passiva na aproximação do cidadão à instituição. Isso não apenas aumentaria a responsabilização interna, mas também reforçaria a confiança do público no sistema de justiça e na governança pública como um todo. O aprimoramento das práticas de accountability e transparência no Ministério Público podem contribuir para a construção de uma democracia mais sólida, na qual os cidadãos teriam a capacidade de participar ativamente do processo político, fiscalizar as instituições estatais e garantir que o Estado esteja verdadeiramente a serviço do interesse público, em sua forma mais ampla, conforme destacam Avritzer e Marona (2017).

Tomando a comunicação pública como recurso essencial para a mitigação da ausência de instrumentos efetivos de accountability no Ministério Público brasileiro, examinaremos na próxima seção as contribuições da literatura para esse campo de estudo. Essa abordagem será um dos pilares sobre os quais construiremos nossa análise acerca das ações e possibilidades que permeiam a assessoria de comunicação do MPMG no campo de discussões sobre transparência, da accountability e do diálogo com o cidadão.

2. A COMUNICAÇÃO E A SUA DIMENSÃO PÚBLICA

Utilizando como ponto de partida o fato de que a accountability do Ministério Público poderia ser aprimorada através de uma comunicação adequada e democraticamente construída, abordaremos, neste capítulo, como as práticas comunicacionais podem gerar resultados positivos, no sentido de tornar o MP mais accountable. A transparência e a responsabilidade podem ser promovidas pela instituição por meio do compartilhamento aberto de suas ações, decisões e políticas com o público. Isso pode fortalecer a relação de confiança e entendimento entre o público e o MP, aspectos fundamentais para a accountability.

Adicionalmente, a comunicação pode ser empregada como processo para engajar o público e outros atores no trabalho do MP. A utilização de canais de comunicação digital, por exemplo, pode ser um caminho interessante a ser seguido pelo órgão para coletar opiniões, realizar consultas públicas e promover diálogos abertos com o público. Isso não só amplia a transparência, mas também permite que o público tenha um papel ativo no processo decisório, que, atualmente, não contempla a participação popular de forma suficientemente expressiva, como se espera em um Estado democrático.

2.1. O QUE É COMUNICAÇÃO?

A comunicação pode ser definida como um processo em que ocorre o compartilhamento de informações, ideias, sentimentos e significados entre grupos ou pessoas. Ela deve ser compreendida como um processo complexo que desafia as abordagens tradicionais baseadas em uma visão funcionalista, que categoriza os indivíduos como meros emissores e receptores de mensagens. De acordo com França (2006), essa perspectiva funcional tem suas raízes nas teorias clássicas da comunicação e nas teorias da informação, onde os emissores são responsáveis pela produção e os receptores são frequentemente percebidos como atores passivos na relação comunicativa. No entanto, essa visão funcionalista da comunicação e teorias como a da agulha hipodérmica - onde o receptores eram tidos como vítimas frágeis a quaisquer estímulos recebidos - apresentam limitações significativas, como a fragmentação na análise dos sujeitos comunicativos e a persistência da dicotomia entre emissores e receptores.

Para superar as limitações das abordagens funcionais, França (2006) destaca a importância de uma abordagem mais holística dos sujeitos da comunicação. Essa abordagem destaca a capacidade dos sujeitos de resistir, negociar e dar significado às mensagens

midiáticas, promovendo usos particulares e diferenciados dos produtos comunicacionais. Seguindo essa linha, considera-se que os sujeitos não são simplesmente receptores passivos, mas participantes ativos na construção dos significados, reforçando a natureza não linear do processo comunicacional.

França se baseia nos trabalhos de G.H. Mead para explorar a ideia de interação reflexiva. Mead (1993) argumenta que indivíduos e sociedade são constituídos juntos e no mesmo movimento, através de ações reciprocamente referenciadas ou interações. Por essa perspectiva, a linguagem é considerada como parte do processo social e como uma ferramenta que afeta tanto o outro quanto nós mesmos.

2.2. A ESFERA PÚBLICA

Conectando as ideias discutidas até o momento, a compreensão da dimensão dinâmica da comunicação, conforme apresentada por França, nos fornece uma base sólida para dar um passo adiante: considerar a dimensão pública da comunicação. A comunicação desempenha um papel fundamental na constituição e na interligação da esfera pública, que é um âmbito crucial para o debate, a formação de opiniões e a tomada de decisões na sociedade. Nesse contexto, entender como os sujeitos ativos constroem e interpretam a comunicação é essencial para uma análise mais aprofundada da esfera pública e de seu impacto nas dinâmicas sociais e culturais.

A esfera pública é concebida como um âmbito interacional/comunicativo abstrato que desempenha um papel crucial nas relações entre o Estado, a sociedade civil e os cidadãos. De acordo com Losekann (2009), ao examinar a teoria de Jurgen Habermas, a esfera pública pode ser definido como um "espaço" onde os cidadãos se reúnem para discutir assuntos de interesse geral, formular opiniões públicas e influenciar o sistema político. A esfera pública é caracterizada pela capacidade de racionalização pública, na qual as pessoas, independentemente de sua posição social, têm a habilidade de participar em debates e argumentações. Ela desempenha um papel vital na legitimação do poder público, permitindo que os cidadãos exerçam controle e fiscalização sobre as ações políticas institucionais, possibilitando maior transparência à sociedade. Além disso, a esfera pública não está limitada a um espaço físico específico, pois pode abranger interações presenciais e virtuais, e suas fronteiras não são predefinidas, mas são flexíveis, de modo que a formação de temas públicos é moldada pela relevância percebida pelos atores envolvidos.

A esfera pública é um conceito fundamental para a teoria democrática, pois ela é o "local" onde os cidadãos se envolvem na formação de opiniões públicas, influenciam a agenda política e exercem pressão sobre o sistema político. Ela permite que diferentes atores sociais, incluindo grupos organizados, especialistas e leigos, participem do debate público e contribuam para a construção de opiniões públicas de influência política. A esfera pública atua como um intermediário entre as esferas da vida privada e a política institucional, trazendo questões da esfera privada para discussão pública. Portanto, ela desempenha um papel fundamental na interconexão entre a experiência cotidiana das pessoas, a formulação de problemas sociais e a ação política, tornando-se essencial para uma sociedade democrática que valoriza a participação cidadã e a transparência na tomada de decisões políticas (Habermas, 2003, apud Losekann, 2009).

A comunicação desenvolvida pelas instituições, quando realizada de forma adequada, pode enriquecer a esfera pública com informações embasadas em argumentos sólidos. Dialogando com a ideia de *accountability* aqui discutida anteriormente, ressalta-se que as instituições de Estado têm a responsabilidade de comunicar suas ações, políticas e decisões de uma forma transparente e acessível ao público, retomando o que discutimos no capítulo anterior ao examinar as contribuições de Filgueiras. Isso não apenas garante que os cidadãos estejam bem informados, mas também contribui para a construção de um debate público fundamentado. Instituições que fornecem informações confiáveis, dados embasados e argumentos lógicos têm maior probabilidade de influenciar positivamente a opinião pública e promover discussões construtivas na esfera pública.

2.3. MAS AFINAL, O QUE É COMUNICAÇÃO PÚBLICA?

Apresentar uma definição fechada para este termo pode ser uma tarefa arriscada, do ponto de vista da literatura. Isso se justifica pelo fato de a Comunicação Pública ser um campo da comunicação que envolve muitas dimensões, com diversas abordagens e perspectivas. De acordo com Miola e Marques (2017), quatro dessas dimensões são fundamentais para orientar a compreensão desse conceito.

Para tratar da primeira dimensão, Miola e Marques (2017) destacam vários autores na discussão sobre quem são os atores envolvidos na comunicação pública. Brandão (2012), que

identifica cinco "áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional" relacionadas à comunicação pública, como a Comunicação Organizacional, comunicação científica, Comunicação do Estado/governo, comunicação política e práticas comunicativas comunitárias ou da sociedade civil. Além disso, Duarte e Veras (2006) distinguem a "comunicação pública de Estado" da "comunicação governamental" com base nas finalidades de cada uma, enfatizando que a comunicação governamental tem o propósito de divulgar ações, construir identidades e promover a imagem das instituições estatais junto à opinião pública.

A segunda dimensão destacada pelos autores é a natureza do conteúdo produzido (Miola & Marques, 2017). Nesta dimensão, os autores examinam como as iniciativas de comunicação pública buscam promover comportamentos socialmente desejáveis em áreas como saúde pública, segurança pública, trânsito e comunicação científica. Além disso, a comunicação pública pode abranger ações de terceiro setor, movimentos sociais e empresas que investem em marketing social ou em causas sociais.

Miola e Marques (2017) analisam a perspectiva do interesse público na comunicação pública e enfatiza a complexidade de definir o que é de interesse público nesse contexto, de acordo com Bueno (2012). Koçouski (2012), por sua vez, se concentra na ideia de deliberação pública na comunicação pública, destacando a importância de criar espaços para o debate público e a participação dos cidadãos. Kunsch (2012), que também contribui para a discussão sobre o interesse público na comunicação pública, explora as complexidades e desafios de definir o interesse público nesse campo.

A terceira dimensão, conforme Miola e Marques (2017), envolve os veículos utilizados na comunicação pública. Isso inclui emissoras de radiodifusão, aparatos editoriais de imprensas oficiais, e plataformas em rede, como as relacionadas ao governo eletrônico.

Peruzzo (2008) e Sant'Anna (2009) contribuem para a discussão envolvendo o conceito de "mídia das fontes", que neste contexto, envolve, basicamente, veículos de comunicação geridos pelo poder público[2]. Com isso, essa abordagem também se concentra na comunicação realizada em veículos públicos, identificando o Estado como o principal patrocinador dessas formas de comunicação. Marques e Pereira (2015) ampliam o conceito de comunicação pública ao considerar as diversas formas de veículos de comunicação patrocinados pelo Estado. Eles destacam as imprensas oficiais e as plataformas em rede que podem assumir funções de divulgação e prestação de serviços via recursos de governo eletrônico.

[2] O conceito “mídia das fontes” também é mobilizado, em outras pesquisas, para pensar a comunicação produzida por movimentos sociais e outros atores da sociedade civil.

Por fim, a quarta dimensão discutida pelos autores se concentra na posição ocupada pelo público no processo comunicativo (Miola & Marques, 2017). Tradicionalmente, o público era visto como passivo e submisso às instituições públicas. No entanto, como já levantamos aqui, as perspectivas atuais buscam envolver o público de maneira mais ativa, criando espaços para o debate, fornecendo informações relevantes para a participação e abrindo-se às críticas e intervenções dos cidadãos.

Observar a posição ocupada pelo público no processo comunicativo é um parâmetro adicional que distingue o caráter da Comunicação Pública. Numa leitura muito problemática aos olhos do que vimos até aqui, Pierre Zemór (1995), em sua análise sobre o público da comunicação de Estado, observa que os cidadãos têm uma posição clássica e passiva diante do emissor. Segundo Zemór (1995), os cidadãos respeitam e se submetem à autoridade das instituições públicas, ao mesmo tempo em que protestam sobre a falta de informação ou suas mensagens mal construídas, incompletas ou mal divulgadas.Koçouski (2012) destaca a noção de "cliente-cidadão," comparável a um acionista que contribui para a manutenção da estrutura pública e, ao mesmo tempo, atua como eleitor com o poder de escolher seus "fornecedores." A comunicação pública enfrenta o desafio de envolver o cidadão como um receptor ativo e engajado.Matos (2012), por outro lado, argumenta que a compreensão do papel do cidadão na comunicação pública vai além da simples ideia de "recepção." Ele destaca a demanda direcionada ao Estado enquanto promotor da comunicação para criar espaços de debate, fornecer informações relevantes e, o mais importante e desafiador, estar aberto às críticas e intervenções dos cidadãos. Essa perspectiva busca promover um diálogo menos assimétrico entre o Estado e os cidadãos, especialmente em setores de políticas, como conselhos de saúde, que têm contribuído para a inclusão dos diversos públicos nos processos comunicativos visando a melhoria das condições de vida da população (Matos, 2012b).

Conforme discutido por Marques (2010), a participação social mediante uso de social media desempenha um papel crucial na aproximação dos cidadãos às esferas de decisão política, aumentando assim a legitimidade das políticas públicas. A utilização de mídias sociais e outras plataformas digitais, facilita o fluxo de informações necessárias para o público avaliar o desempenho do Estado. Além disso, essas plataformas digitais servem como um meio para os cidadãos conhecerem as instâncias presenciais de participação disponíveis, como audiências, conferências públicas e conselhos de políticas públicas.

A transparência é outro aspecto fundamental da comunicação pública. Marques (2014) e Gomes et al. (2015) destacam que a comunicação pública promove a transparência ao

permitir que os cidadãos acompanhem as ações dos governantes e o uso dos recursos públicos. Isso é facilitado pela abertura e acesso a bancos de dados e portais online de transparência que facilitam o cumprimento das leis de acesso à informação. Nesse sentido, reforçam que a comunicação pública também promove a *accountability*.

A inclusão deste elemento no contexto da comunicação pública permite que os cidadãos avaliem seus representantes e tomem decisões informadas. As campanhas eleitorais, que dependem cada vez mais da comunicação de massa para a divulgação promovida pelos candidatos e para a própria cobertura jornalística, são momentos-chave nos quais são ressaltados ou descortinados elementos do jogo político que são do interesse dos eleitores.

A Comunicação Institucional, conforme interpretado a partir das revisão feita por Marques e Miola (2017), é um componente vital da Comunicação Pública. Ela se refere ao uso estratégico da comunicação para construir e gerir a imagem pública das instituições que fazem parte do aparato estatal.

A formação dessa imagem pública não se limita à promoção de uma percepção positiva das instituições estatais. Ela também envolve a busca pelo consentimento do público. Isso implica que a Comunicação Institucional tem como objetivo não apenas informar o público sobre as atividades e políticas do Estado, mas também persuadir o público a apoiar essas iniciativas.

Além disso, a Comunicação Institucional desempenha um papel importante na construção de relações de confiança entre os cidadãos e o sistema político. Ao fornecer informações transparentes e precisas, responsabilizando-se por suas ações e envolvendo os cidadãos no processo decisório, as instituições estatais podem estabelecer e manter a confiança dos cidadãos.

No entanto, Marques e Miola (2017) também salientam que a Comunicação Institucional não deve ser percebida como uma ferramenta para manipular a opinião pública ou promover interesses políticos específicos. Em vez disso, deve ser empregada para fomentar o diálogo, a democracia e a participação dos cidadãos nos processos decisórios que afetam seu cotidiano.

2.4. A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Nesse percurso analítico do nosso trabalho, vale a pena analisar a interconexão entre Comunicação Pública e Comunicação Organizacional e examinar o que se entende por Comunicação Integrada. Nesse contexto, é relevante abordar como esses conceitos se

entrelaçam e como essa integração é fundamental para a melhoria da transparência e da accountability nas organizações públicas, inclusive no MPMG.

Margarida Kunsch (2003) propõe a definição de "comunicação organizacional integrada" como a disciplina que estuda o fenômeno comunicacional nas organizações em relação à sociedade. Ela abrange a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa como parte dessa abordagem integrada, reconhecendo que essas modalidades comunicacionais são fundamentais para o sucesso organizacional.

Nesse sentido sugere-se uma forma ampla e unificada de encarar a Comunicação Organizacional, onde as organizações não devem dividir suas estratégias de comunicação em partes isoladas. Isso é importante para entender como as organizações devem planejar suas estratégias de comunicação de modo eficaz. Kunsch (2006) destaca duas áreas-chave para direcionar a comunicação organizacional: Relações Públicas e Marketing. A primeira lida com a comunicação da organização em geral, a comunicação interna e administrativa, enquanto o Marketing cuida de toda a comunicação relacionada à venda de produtos e serviços -- o que, aqui, nos parece pouco adequado para a compreensão de conceitos relacionados à comunicação pública e aquela feita por órgãos como o Ministério Público.

Nessa abordagem, a Comunicação Organizacional passa a ser considerada algo estratégico, indo além de ser apenas uma tarefa técnica. Ela contribui para que as organizações atinjam seus objetivos, expressem seus valores publicamente e ajam de acordo com princípios éticos. Para alcançar esse objetivo, Kunsch (2003) enfatiza que as ações de comunicação devem ser coordenadas sob uma filosofia de comunicação integrada, que leve em consideração o que as pessoas esperam e necessitam, bem como o que a sociedade como um todo precisa.

Para Kunsch (2003), a integração entre as diferentes partes da comunicação organizacional, como comunicação interna, comunicação institucional e comunicação de negócios, é fundamental para o sucesso da organização. Essa abordagem não se concentra apenas nos interesses da empresa, mas também em atender às necessidades da sociedade como um todo. A proposta de Kunsch enfatiza que a Comunicação Organizacional desempenha um papel importante na construção de relacionamentos eficazes e na busca do sucesso da organização, priorizando as necessidades das pessoas e da sociedade em geral.

Vale ressaltar que no contexto de definição da comunicação organizacional, Kunsch (2006) destaca a relevância de reconhecer a comunicação como um componente relacionado à

essência das organizações, uma vez que estas são, por sua própria natureza, constituídas por indivíduos que interagem e se comunicam para alcançar os objetivos organizacionais. Nesse contexto, Kunsch (2006) recorre a autores, como James Taylor (2005), que ressalta que as organizações se auto-organizam e evoluem em decorrência da dinâmica da interação local, enfatizando, assim, o caráter comunicacional intrínseco à auto-organização.

Kunsch (2006) observa, ainda, que a complexidade da comunicação organizacional é influenciada por diversas variáveis, tais como contextos sociais, políticos, econômicos, culturas e visões de mundo dos participantes. Nesse sentido, Chanlat (1999) é citado como referência, a fim de enfatizar a importância dos contextos como estruturas de interpretação utilizadas por cada indivíduo para compreender os eventos que ocorrem na organização.

Outro aspecto importante na discussão sobre estratégias de comunicação e o processo de aprimoramento das práticas comunicacionais nas organizações é considerar o papel dos públicos da comunicação das Instituições, incluindo aquelas públicas, nessa relação. Trabalhando com um olhar mais relacional do que aquele visto em Kunsh, recorremos a Henriques, Mafra e Braga (2004) para buscarmos uma melhor compreensão de suas discussões sobre os públicos e os vínculos que organizações estabelecem com cidadãos.

Segundo os autores, todas as ações de comunicação têm um ou mais públicos, que são os interlocutores das mensagens da organização. Conhecer os públicos e suas características, necessidades, interesses e expectativas é fundamental para planejar e executar uma comunicação efetiva, que atinja os objetivos propostos pela organização (Henriques, Mafra e Braga, 2004).

No caso das organizações que atuam em questões públicas, de direitos e de justiça, como é o caso do Ministério Público, compreender os públicos é igualmente fundamental. Não se trata apenas de informar, mas de sensibilizar, mobilizar e engajar os cidadãos a participarem do cotidiano da instituição. A identificação e o planejamento adequado dos públicos pode contribuir não só para o despertar dos cidadãos para as temáticas expostas, mas torná-los corresponsáveis para a busca de saídas para as questões levantadas, de modo que as decisões tomadas pelo órgão contem com a participação ativa do cidadão, nos moldes do que propõem Henriques, Mafra e Braga (2004) ao tratarem da promoção do sentimento de corresponsabilidade em detrimento das meras ações isoladas de direcionamento de informações.

Eles destacam, também, a importância de se utilizar a comunicação de forma ética e coordenada. Para eles, a comunicação adequada para fins de mobilização social é, antes de

tudo, dialógica, libertadora e educativa. A comunicação dialógica, ao promover interações igualitárias e diálogos ativos entre sujeitos, estabelece as bases para uma comunicação libertadora. Esta última evita a imposição de ideias e a manipulação, permitindo que os participantes se libertem das restrições impostas por uma comunicação autoritária. Além disso, a comunicação educativa, como o terceiro pilar, complementa esse processo, destacando o aspecto pedagógico da comunicação. Ela enfoca a ideia de que aprender é mudar o repertório e as atitudes, capacitando as pessoas a entender melhor a realidade e desenvolver habilidades para lidar com questões complexas. Juntas, essas dimensões criam um ambiente propício para a mobilização social, capacitando os participantes a compreender, questionar, desafiar e transformar a realidade em busca de uma mudança social significativa (Henriques, Mafra e Braga, 2004).

Para além da coordenação e atenção aos pontos chave na mobilização social, os autores alertam que a gestão eficaz da comunicação é fundamental para manter a conexão entre públicos e objetivos, porém, existe um dilema. O excesso de planejamento pode burocratizar instituições, prejudicando a mobilização espontânea. Portanto, a comunicação deve ser flexível para garantir a participação democrática, permitindo que as pessoas se envolvam de forma livre e contínua, defendem.

2.5. A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NOS TRÊS PODERES.

Seguindo a linha do que abordam Henriques, Mafra e Braga (2004), acerca das estratégias de coordenação comunicacional, entende-se que a comunicação organizacional deve atuar como um meio estratégico para estabelecer e manter vínculos sólidos entre instituições e seus públicos, uma vez que o sucesso de suas ações depende, em grande medida, da compreensão, apoio e participação dos cidadãos. Tomamos nesta subseção alguns exemplos de como atores do Legislativo, sistema de Justiça e poder Executivo têm incorporado práticas de comunicação como prática estruturadora e representativa de suas atuações. Essa apresentação é importante, na medida em que traz elementos a serem retomados no próximo capítulo.

No âmbito do poder Legislativo, espera-se que a comunicação seja direcionada para garantir uma conexão constante entre os legisladores e seus eleitores, promovendo uma comunicação orientada e frequente para garantir a representatividade. No sistema de justiça, a comunicação deve focar na transparência e na manutenção da confiança pública, uma vez que as decisões judiciais, muitas vezes provocadas pela participação do MP, que será foco de

nossa abordagem na seção seguinte, afetam diretamente a vida dos cidadãos. Já no poder Executivo, as estratégias de comunicação devem ser direcionadas para divulgar informações sobre políticas e programas governamentais, bem como para envolver o público na formulação e implementação de políticas.

Para discorrer sobre o caso do Poder Legislativo, Barros e Bernardes (2014) destacam a importância da divulgação das atividades legislativas, especialmente no contexto de democracias representativas. Os autores referem-se à visão de Durkheim (2002) sobre o Parlamento como mediador das relações entre Estado e sociedade, enfatizando a interação entre eleitores e seus representantes como fundamental para evitar a anomia. Além disso, eles mencionam Weber (1999), que ressalta o papel do Parlamento como órgão do Estado e agente de publicidade da política. Os autores argumentam que a divulgação das atividades legislativas, promovida pela Câmara dos Deputados no contexto brasileiro, serve como um antídoto contra a desconfiança dos cidadãos nas instituições políticas e nos políticos, fornecendo uma fonte alternativa de informação em um cenário onde a mídia tradicional desempenha um papel crítico na formação da opinião pública. Nesse sentido, a divulgação das atividades legislativas é vista como um pré-requisito da democracia, contribuindo para fortalecer a confiança e a transparência no processo político. O discurso das mídias legislativas da Câmara dos Deputados, abordado por Barros e Bernardes (2014), envolve três vertentes essenciais: a justificação com base no princípio constitucional da publicidade, a contraposição à agenda negativa da mídia privada em relação ao Poder Legislativo e a defesa institucional dos veículos legislativos, especialmente no que se refere à política editorial e às estratégias de divulgação. Isso reflete a tentativa de estabelecer uma identidade profissional, inicialmente em oposição à cobertura midiática privada, enfatizando um compromisso com a sociedade. Para os autores, a comunicação dos atos do Parlamento desempenha um papel crucial na garantia da legitimidade do sistema democrático, na medida em que segue os princípios da república e do controle público do poder. Em resumo, essa abordagem valoriza a importância de informar e envolver as pessoas na política, permitindo que elas fiscalizem as decisões do governo.

Barros e Bernardes (2014) realçam também as limitações da mídia privada na cobertura parlamentar, destacando estereótipos, cobertura parcial e falta de informações adequadas por parte dessa. Essas deficiências prejudicam a imagem do Parlamento, comprometendo a legitimidade da representação popular. A mídia privada, com padrões comerciais, embora importante, tende a priorizar o entretenimento em detrimento da

accountability e do debate político. As mídias legislativas são apresentadas como alternativas, buscando, inicialmente, adotar os padrões da mídia privada como estratégia de legitimação antes de desenvolver uma linguagem própria e diferenciada, oferecendo uma cobertura mais plural e informativa.

No caso do Judiciário, em estudo conduzido por Barreto e Alkimin (2023), sobre transmissões ao vivo no STF e na TV Assembleia, em Minas Gerais, os autores discutem como essa ferramenta influencia o funcionamento e a visibilidade da casa máxima da justiça brasileira, comparando-o com o Poder Legislativo. São exploradas as razões que levam ambas as instituições a buscar maior exposição pública, destacando a relutância do Judiciário em reconhecer completamente as implicações dessa escolha em seu desempenho institucional. Além disso, analisam a história da introdução das transmissões ao vivo em cada poder e destacam as diferentes estratégias de comunicação adotadas pelo Judiciário ao transmitir suas sessões. É levantada, ainda, a questão crítica de se há um equilíbrio entre a transparência desejada e a possível perda de credibilidade decorrente de um uso inadequado desse recurso, questionando se esse equilíbrio se aplica igualmente ao Legislativo e ao Judiciário.

Parte significativa da literatura sobre comunicação pública, por sua vez, tem observado como o poder Executivo lida com mídias digitais, buscando reforçar laços com públicos antes não tão atentos às ações de prefeituras e governos estaduais. Considerando o caso do poder Executivo, Silva (2018), por exemplo, relata que a experiência marcante da Prefeitura de Curitiba com a utilização do Facebook (e, atualmente, o Instagram) como canal de comunicação institucional foi marcada por uma abordagem inovadora. A Fanpage da prefeitura de Curitiba no Facebook foi oficialmente lançada em 25 de março de 2013. A equipe responsável por administrar essa rede social buscou reformular estratégias de interação e comunicação com os cidadãos de Curitiba, adotando um enfoque que valoriza a simplicidade, a compreensibilidade e o humor como forma de superar a percepção de entidades públicas como burocráticas e distantes -- o que reforça a necessidade de se considerar públicos prioritários e formas de se aproximar. Esse esforço pioneiro teve como objetivo principal atender a uma geração cada vez mais conectada à internet e ávida por informações sobre cultura, eventos e ações da gestão pública, resultando em um crescimento significativo no número de seguidores da FanPage da prefeitura.

Conforme observações feitas por Silva (2014), a experiência do município de Curitiba no Facebook demonstra uma abordagem interessante no âmbito da comunicação pública. A equipe de gestão da prefeitura se empenhou em criar uma nova forma de comunicação

pública, enfatizando a simplicidade e compreensibilidade das mensagens, o uso estratégico de tecnologias, e o humor como meio de aproximação com os cidadãos. As postagens da prefeitura abrangem diversos temas de interesse público, incluindo prestação de contas, mobilidade urbana, eventos, saúde, meio ambiente, cultura e espaços de convivência social, apresentados de maneira simples, bem-humorada e direta.

É válido ressaltar, no entanto, que houve uma polarização de opiniões sobre o uso do humor e a inclusão de temas aparentemente irrelevantes. Além disso, a capacidade da equipe de responder aos comentários dos seguidores se mostrou limitada, principalmente em relação a críticas negativas ou reclamações. Apesar desses questionamentos, a iniciativa foi reconhecida nacionalmente como um modelo de comunicação voltada para o interesse público, contribuindo para uma evolução positiva da imagem da prefeitura junto aos cidadãos e promovendo a participação e interatividade da comunidade nos temas de interesse público. A prefeitura de Curitiba se destacou como pioneira na incorporação de preceitos da comunicação pública em sua estratégia de uso das redes sociais digitais (Silva, 2014).

Os casos examinados nos poderes Legislativo, Judiciário e Executivo destacam a centralidade da comunicação na gestão pública, visando transparência, participação e construção de imagem institucional. A divulgação das atividades legislativas pode ser considerada uma alternativa à desconfiança, a discussão sobre transmissões ao vivo no Judiciário levanta questões críticas sobre equilíbrio entre transparência e credibilidade, e a inovação na comunicação da Prefeitura de Curitiba destaca a importância de abordagens acessíveis, sobretudo ao público jovem. Sob a ótica dessas abordagens, a análise sobre as ações de comunicação da Assessoria de Comunicação do MPMG, se dará a partir da ideia de fortalecimento da *accountability* vertical, da confiança na instituição e da participação do público nos debates relacionados à coletividade por meio da utilização de suas ferramentas de comunicação.

2.6. FERRAMENTAS DIGITAIS NO ÂMBITO DA ESFERA PÚBLICA

Nos últimos anos, o mundo tem testemunhado uma mudança profunda na maneira como as pessoas se envolvem em processos comunicacionais, com profundas implicações políticas. O advento das redes digitais de comunicação revolucionou a forma como os movimentos, organizações e instituições se organizam e interagem com o público. Neste contexto, o estudo de Bennett e Segerberg (2012) analisa as dinâmicas da ação coletiva e conectiva, examinando como as redes digitais estão transformando a política contemporânea.

Bennett e Segerberg (2012) realizaram uma análise abrangente das mudanças nas dinâmicas de ação coletiva nas democracias modernas, influenciadas pelas redes digitais. Eles destacaram duas abordagens fundamentais: a ação coletiva tradicional e a ação conectiva. A primeira é caracterizada por uma organização sólida, recursos institucionais e identidades coletivas fortes. Ela envolve a participação em movimentos políticos, partidos ou grupos organizados.

Por outro lado, a ação conectiva é uma prática mais contemporânea. Ela se baseia na comunicação personalizável por meio de redes sociais e plataformas digitais. Essa forma de ação permite que as pessoas se envolvam politicamente de maneira mais flexível e individualizada, sem a necessidade de aderir rigidamente a organizações ou movimentos convencionais.

Bennett e Segerberg (2012) discorrem, também, sobre a possibilidade de existência de redes híbridas, que combinam elementos dessas duas tipologias. Elas são observadas onde organizações formais desempenham um papel secundário e as mensagens podem ser tanto de caráter geral quanto personalizáveis. Essas tipologias refletem as complexas dinâmicas da ação coletiva em um contexto digital em constante evolução, destacando a importância das redes digitais nesse cenário -- mas podem ser apropriadas para refletirmos, também, sobre práticas de comunicação que cidadãos estabelecem com instituições públicos no âmbito digital, na medida em que essas formas de se comunicar e organizar politicamente também podem se dirigir aos governos, sistema de justiça e ao judiciário.

Um dos resultados fundamentais do estudo de Bennett e Segerberg é a compreensão de que as redes digitais desempenham um papel crucial na coordenação e no sucesso de ações coletivas em larga escala. Em muitos contextos, organizações estabelecidas utilizam as mídias digitais para ampliar seu alcance e envolver o público de maneira mais eficaz. Além disso, em alguns casos, plataformas tecnológicas e aplicativos assumem funções que antes eram exclusivas das organizações políticas tradicionais Bennett e Segerberg (2012).

Essas novas formas de ação política têm se mostrado altamente eficazes na comunicação de mensagens políticas claras e no envolvimento de públicos externos. Por meio das redes digitais, as pessoas podem compartilhar suas opiniões, mobilizar-se em torno de causas e criar impacto social. As plataformas de redes sociais, como Facebook e Twitter, tornaram-se ferramentas poderosas para disseminar informações e mobilizar pessoas rapidamente (Bennett e Segerberg, 2012).

Apesar do alto potencial de mobilização das ações conectivas, é importante considerar que a ascensão da ação conectiva também pode trazer desafios significativos, incluindo a fragmentação das mensagens políticas, a criação de "bolhas" que limitam a exposição a perspectivas divergentes e a disseminação de notícias falsas. Esses fatores podem minar a tomada de decisões coletivas e enfraquecer o controle social sobre o Estado, distorcer a percepção do cidadão sobre as instituições e sobre a Política.

Nesse sentido, também é relevante trazermos à discussão o problema da desinformação, que afeta os órgãos públicos cada vez mais, e tem elevado potencial de produzir efeitos contraproducentes, que podem influenciar na segurança e na saúde das pessoas. Para ilustrar esse debate, observamos um caso em que a desinformação afeta diretamente o andamento de políticas ou deliberações públicas. O caso trata da relação entre desinformação digitalmente veiculada e hesitação vacinal.

A desconfiança em relação às vacinas no Brasil representa um desafio persistente para o Programa Nacional de Imunizações (PNI), apesar de sua abrangência global. A disseminação de informações incorretas, muitas vezes originadas em notícias falsas, é um fator significativo na diminuição das taxas de vacinação e na desconfiança do público nas vacinas (Nescom/Margem - UFMG, 2023).

É notório que as plataformas digitais, principalmente as redes sociais, desempenham um papel relevante na disseminação dessa desinformação (Wardle & Singerman, 2021). Líderes políticos e influenciadores também desempenham papéis determinantes na divulgação tanto de informações incorretas quanto de informações corretas (Dib et al., 2022; Mukhtar, 2021). Suas ações e retórica exercem influência significativa na hesitação vacinal, tornando essencial abordar essa influência de maneira eficaz para combater a disseminação de informações incorretas e promover a vacinação.

Para enfrentar esse desafio complexo, várias estratégias têm sido propostas, como a rotulagem de conteúdo falso, campanhas de promoção da ciência e aconselhamento terapêutico. Além disso, a alfabetização midiática e o desenvolvimento de habilidades de pensamento crítico são considerados fundamentais para capacitar o público a discernir informações confiáveis (Dib et al., 2022; Linden, 2022).

Por fim, pesquisadores em todo o mundo estão investigando as causas, consequências e possíveis soluções para a desinformação. Essas pesquisas incluem experimentos destinados a conter a disseminação e minimizar os impactos da desinformação, com foco nas plataformas de redes sociais digitais, onde a maioria da desinformação circula. O papel das lideranças

políticas, tanto aquelas que promovem a desinformação quanto os influenciadores que compartilham informações corretas, é reconhecido. Além disso, fortalecer a confiança do público nas instituições públicas é considerado fundamental (Nescon/Margem - UFMG, 2023).

2.7. A COMUNICAÇÃO E A GESTÃO DE CRISE

O ponto anterior dialoga com a necessidade de instituições públicas estarem permanentemente preparadas para lidarem com a emergência de crises que tocam inevitavelmente, cada vez mais, na dimensão comunicativa. A gestão de crises no setor público é um desafio significativo no contexto brasileiro. De acordo com João Forni (2007) é evidente a falta de preparação das organizações diante de crises graves, ressaltando a necessidade premente de adotar medidas preventivas, investir em treinamento, fomentar a transparência e fortalecer a responsabilidade na administração de crises. Embora a comunicação desempenhe um papel central nesse processo, é importante reconhecer que ela por si só não é uma solução definitiva. Em vez disso, quando conduzida de forma eficaz, a comunicação se torna um pilar fundamental na gestão de crises, destacando a necessidade de empregar estratégias de comunicação bem planejadas para enfrentar as crises de maneira mais eficiente.

A realidade das organizações brasileiras revela uma atribuição modesta de relevância à comunicação no âmbito de suas atividades, conforme indicado por Kunsch (2006). Essa constatação expõe a desatenção e a falta de preparo das organizações para lidar com crises institucionais, um problema que é particularmente acentuado nas organizações públicas. O investimento inadequado ou insuficiente em comunicação e na capacitação do pessoal para enfrentar essas adversidades é motivo de preocupação, como enfatizado por Kunsch (2006), que lança um alerta para as organizações brasileiras quanto à necessidade de priorizar a gestão de crises e a comunicação como parte integrante de suas estratégias de enfrentamento.

> Muitas só descobrem a necessidade de investir nesta área em momentos de crises, usando estratégias de relações públicas e técnicas de gerenciamento da comunicação com os públicos e a opinião pública só para apagar incêndios (Kunsch, 2006, p. 06).

É relevante mencionar, também, a relação entre a mídia e a sociedade na cobertura de crises, destacando o papel da imprensa na divulgação de informações relevantes, com

apuração profunda e detalhada e a comunicação institucional como protagonista das ações de arrefecimento das crises (Forni, 2007).

Em um cenário no qual muitas organizações só reconhecem a necessidade de investir em comunicação em momentos de crise, recorrendo a estratégias de relações públicas e técnicas de gerenciamento de comunicação para combater incêndios (Kunsch, 2006), a sensibilização interna sobre a importância da gestão de crises e da comunicação é essencial.

A comunicação institucional emerge como protagonista das ações destinadas a mitigar os impactos das crises. Assim, a necessidade de uma comunicação eficaz e estratégica, que não apenas responda a crises, mas também as previna, torna-se evidente. É imperativo que as organizações, principalmente as públicas, compreendam que a comunicação é um elemento fundamental na gestão de crises e na construção de relações sólidas com o público e a sociedade em geral (Forni, 2007).

2.8. CONCLUSÃO

Nesta seção destacamos a essencial relação entre comunicação, esfera pública e accountability em organizações e instituições em geral. Observou-se que a comunicação, muito além da transmissão de informações, é o alicerce sobre o qual se constrói a compreensão, a confiança e a participação democrática, por meio da qual ocorrem as interações complexas dos cidadãos com os poderes Legislativo, Judiciário e Executivo, abordando estratégias e desafios específicos em cada um deles.

No Poder Legislativo, a comunicação foi identificada como um meio vital para manter a conexão entre legisladores e eleitores. A transparência e a divulgação das atividades legislativas são cruciais para reforçar a confiança no processo político e garantir a representatividade. Além disso, a inovação na comunicação legislativa, como a abordagem adotada pela Câmara dos Deputados, desempenha um papel fundamental na reconstrução da confiança nas instituições políticas.

No Poder Judiciário, a ênfase recaiu sobre a importância da transparência, dada a influência significativa das decisões judiciais sobre a vida dos cidadãos. A comunicação eficaz é um instrumento essencial para que o público compreenda os processos judiciais e mantenha a confiança no sistema judicial. A transmissão ao vivo das sessões judiciais, embora seja uma ferramenta importante, também exige um equilíbrio cuidadoso entre a transparência desejada e o risco de deterioração da credibilidade.

No Poder Executivo, a abordagem inovadora da Prefeitura de Curitiba na utilização das redes sociais, particularmente o Facebook, demonstrou o potencial das mídias sociais na construção de relacionamentos entre o governo e a comunidade. A simplicidade, a compreensibilidade e o uso do humor envolveram ativamente os cidadãos, promovendo a participação pública. Contudo, a controvérsia em torno do uso do humor e da inclusão de tópicos aparentemente irrelevantes evidenciou a necessidade de equilibrar a criatividade com a responsabilidade.

Exploramos também a influência das ferramentas digitais na esfera pública, destacando o potencial transformador (em vários sentidos) das redes sociais e plataformas digitais na ação política. Entretanto, é essencial reconhecer os desafios associados, como a desinformação e a polarização.

A gestão de crises no setor público emergiu como um tópico crítico, enfatizando a importância de investir em comunicação preventiva e estratégias de relações públicas para enfrentar crises de forma eficaz. Muitas organizações só percebem a necessidade de investir em comunicação durante momentos de crise, quando a preparação antecipada é crucial.

Em última análise, fica reforçada a importância da comunicação como um elemento chave na construção de sociedades democráticas e transparentes. A comunicação adequada não apenas aprimora a accountability das instituições, promovendo a transparência, o engajamento público e o debate construtivo, mas também fortalece os laços entre o governo e os cidadãos. Desta forma, evidencia-se a necessidade de analisar esses desafios para obter melhor compreensão das dinâmicas da comunicação pública e refletir sobre como o MP pode agir, por intermédio da comunicação, para aprimorar sua accountability.

3.0 ANALISANDO O TRABALHO DA ASSCOM - MPMG

A eficiência e a legitimidade das instituições democráticas dependem não apenas de suas responsabilidades estabelecidas na Constituição, mas também da habilidade de se relacionarem de maneira transparente com a sociedade e também entre si. Nesse cenário, o Ministério Público do Brasil, com suas funções definidas na Constituição Federal de 1988, é responsável pela defesa dos direitos humanos e da proteção dos interesses coletivos. No entanto, a considerável independência concedida a essa instituição também apresenta desafios no que se refere à responsabilidade e à obrigação de prestar contas.

À medida que avançamos neste capítulo, exploraremos as implicações da comunicação institucional no Ministério Público de Minas Gerais (MPMG) como um meio de aproximar o Estado do público, em geral, e de se minimizar as lacunas apresentadas em termos de *accountability*. Analisaremos as estratégias adotadas pelo MPMG e os desafios inerentes à comunicação no contexto da instituição.

Como já abordamos anteriormente, o Ministério Público do Brasil é uma instituição com funções claramente definidas pela Constituição Federal de 1988. Entre os artigos 127 e 130 do texto constitucional, encontramos o arcabouço que delineia as atribuições do Ministério Público, conferindo-lhe um papel fundamental como defensor dos direitos humanos e guardião dos interesses da sociedade. No entanto, ao mesmo tempo em que a Constituição confere ao Ministério Público uma notável autonomia, surgem desafios em relação à accountability e à transparência das ações e decisões da instituição e de seus membros.

Kerche (2007) destaca um dos principais desafios que a instituição enfrenta, relacionado à falta de mecanismos formais de *accountability* para os atos discricionários dos promotores. Os promotores têm a capacidade de tomar decisões importantes, como a iniciativa de ações penais, sem uma supervisão direta e formal. Isso evidencia a complexa relação entre a autonomia funcional e a necessidade de prestação de contas, tema discutido por Oliveira, Lotta e Vasconcelos (2020).

Nesse contexto, conforme discutimos, a comunicação institucional se revela como um ferramenta importante para a aproximação entre o poder público, aqui representado pelo MPMG e a sociedade, na condição de demandante por ações de defesa do interesse coletivo e da democracia, cuja garantia é, também, uma responsabilidade do Ministério Público. O presente capítulo observará em maior profundidade o papel e os desafios da comunicação institucional no MPMG, considerando a essencial relação entre comunicação, esfera pública e

accountability, conforme discutido no capítulo anterior. A análise irá abordar as estratégias específicas adotadas pelo MPMG, bem como os desafios inerentes à comunicação no contexto da instituição, sobretudo, por meio dos canais TV MP e Instagram.

Orientamos nossa análise em uma abordagem interpretativa exploratória, considerando, em primeiro lugar, as dificuldades encontradas para acessar determinadas informações de caráter interno ao setor de comunicação do MPMG por meio das ferramentas disponíveis no portal da instituição. Em segundo lugar, a intenção de buscar uma compreensão sobre os padrões de produção comunicativa por parte do MPMG e da sua audiência, respectivamente, através dos conteúdos publicados.

Deste modo, faremos uma breve recapitulação das competências da ASSCOM do MPMG, descrevendo sua estrutura organizacional, passando pelas diretorias a ela subordinadas, bem como as atividades a elas atribuídas pela norma interna que regulamenta o setor. Nesse sentido, concentramos nossas atenções em observar e discorrer acerca das ações de comunicação da TV, principalmente, e do Instagram da instituição. A escolha dessas plataformas se dá em virtude do significativo alcance de ambas em termos de inscritos e seguidores - comparado a outros Ministérios Públicos Estaduais - e do elevado potencial dialógico que YouTube (meio pelo qual a TV MP é veiculada) e Instagram oferecem em termos de relacionamento entre Estado e Cidadão.

3.1. A ASSCOM DO MPMG - ATRIBUIÇÕES E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A Assessoria de Comunicação Integrada (ASSCOM) é responsável por organizar, planejar, realizar e avaliar as ações de comunicação do Ministério Público do Estado de Minas Gerais (MPMG) tanto dentro da instituição como fora dela. Ela opera sob a supervisão da Secretaria-Geral do MP e é regulamentada pela Resolução PGJ n.º 44, de 20 de setembro de 2023. A estrutura da ASSCOM estabelecida pela referida norma, divide a unidade em três diretorias: Diretoria de Conteúdo Jornalístico (DCOJ), Diretoria de Criação e Mídias (DMID), Diretoria de Relações Institucionais (DRIN), cujas atribuições e atividades serão examinadas adiante.A ASSCOM foi criada pela Resolução PGJ nº 44, de 20 de setembro de 2023, que dispõe sobre a sua estrutura orgânica e as suas competências[3]. Com base nesta norma iniciaremos nossa análise exploratória, a fim de descrever a estrutura organizacional do setor, bem como as atribuições das subdivisões.

[3] https://mpnormas.mpmg.mp.br/files/1/1/1-1-D5D8-28-res_pgj_44_2023.pdf

A ASSCOM tem como missão planejar, implementar, gerenciar e avaliar a política de comunicação social na instituição, assessorar o Procurador-Geral de Justiça, os órgãos de execução e demais unidades organizacionais em matéria de comunicação social. Em termos de planejamento, a resolução determina que o setor seja o responsável por desenvolver e implementar o planejamento de comunicação institucional interna e externa, elaborar e atualizar a Carta de Serviços de Comunicação. Quanto à manutenção das atividades comunicacionais, fica a cargo da ASSCOM garantir o aprimoramento dos processos de comunicação social no âmbito do MPMG, elaborar, implementar e avaliar programas de relacionamento com o público interno e externo e de aproximação da instituição com a sociedade, planejar e organizar a arquitetura das informações dos portais de Internet e Intranet do MPMG. Em relação à realização dos serviços, cabe ao setor planejar, executar e monitorar publicações de conteúdos de interesse público nos canais oficiais de comunicação, propor convênios na área de comunicação social, apresentar ao Procurador-Geral de Justiça o planejamento anual de Comunicação Institucional, planejar, supervisionar e executar projetos e serviços de comunicação integrada e realizar a revisão de textos e adequação linguística e textual das publicações produzidas na ASSCOM, conforme disposto na resolução que a regulamenta.

A ASSCOM é coordenada por um profissional com experiência nas áreas da Comunicação Social, designado pelo Procurador-Geral de Justiça, e conta com três diretorias: a Diretoria de Conteúdo Jornalístico (DCOJ), a Diretoria de Criação e Mídias (DMID) e a Diretoria de Relações Institucionais (DRIN).

A Diretoria de Conteúdo Jornalístico (DCOJ) é responsável por produzir e divulgar conteúdos jornalísticos sobre a atuação institucional do MPMG para a TV MP, Rádio MP, internet e outros canais oficiais de comunicação institucional, assessorar os membros e servidores em matéria de comunicação social, acompanhar e consolidar as matérias de interesse institucional na mídia. Além disso, cabe à DCOJ prestar orientação aos profissionais de imprensa que fazem contato com a instituição, tanto para casos específicos de tentativa de contato com membros ou com a administração, para obtenção de informações, quanto para a participação de entrevistas coletivas ou cobertura de eventos institucionais. A DCOJ é responsável, também, por elaborar e executar plano de contingência para situações de crise de imagem, propor e realizar ações educativas para os porta-vozes da instituição, inclusive para o Procurador-Geral de Justiça, que em circunstâncias críticas é a principal figura de

representação institucional perante à imprensa e, consequentemente, ao público externo. Tomaremos como referência, nesta análise, atividades conduzidas por esta diretoria.

Por sua vez, a Diretoria de Criação e Mídias (DMID) é a diretoria encarregada de criar e executar projetos gráficos, campanhas publicitárias, marcas e identidade visual para a instituição, seja para divulgação de ações internas, de promovidas por algum dos diversos setores, seja para ampliar esse alcance ao público externo, por meio de mídias sociais diversas. É atribuída à DMID, a tarefa de colaborar no processo de editoração do material produzido na ASSCOM, planejar, criar e publicar conteúdos de interesse público nos canais oficiais do MPMG e nas mídias sociais. Tais ações incluem o planejamento de estratégias para fortalecer a imagem da instituição nas mídias sociais, prestar suporte operacional às áreas publicadoras de conteúdos nos portais de Internet e Intranet do MPMG, monitorar as atividades dos portais e administrar permissões e acessos às ferramentas de comunicação, sobretudo no site da instituição.

De acordo com a resolução que dispõe sobre as atividades de comunicação do MPMG, a Diretoria de Relações Institucionais (DRIN) tem várias responsabilidades. Primeiramente, ela é responsável por planejar, organizar e executar procedimentos protocolares nas solenidades oficiais e nos eventos institucionais definidos pelo Procurador-Geral de Justiça. Além disso, a DRIN assessora os membros e servidores em matéria de cerimonial.

A DRIN também desenvolve e acompanha programas e projetos de relacionamento com o público interno e externo. Ao setor é atribuída a função de realizar ações de relações públicas a fim de promover o entendimento do público interno e externo das funções, atribuições e áreas de atuação do MPMG. Outra função importante desta diretoria é identificar as necessidades do atendimento do público interno e externo do MPMG e propor melhorias. Essa diretoria também é incumbida de realizar a montagem e desmontagem da estrutura física e a operação técnica de áudio e vídeo nos eventos institucionais, além de gerenciar as reservas destes espaços onde boa parte dos eventos, sessões públicas e reuniões de trabalho ocorrem.

À luz do que a literatura abordada na seção anterior discute sobre comunicação pública, verifica-se que a ASSCOM, em suas disposições gerais apresenta uma estrutura de organização pensada em conformidade com alguns dos pilares que a bibliografia entende como essenciais ao exercício de uma comunicação eficaz.

O fato de a comunicação ser coordenada por profissional com experiência na área de comunicação é um primeiro indício de que o planejamento é pautado em critérios que sinalizam que a organização reconhece a importância da comunicação em sua estrutura.

Embora o dispositivo não seja claro sobre o nível de experiência exigido para conduzir o setor, o fato de haver um requisito que assegure a admissão de profissionais qualificados, diferencia o segmento de outras organizações onde não há este cuidado. Kunsch (2006) esclarece que a realidade das organizações brasileiras quanto à atenção com os departamentos de comunicação apresenta uma atribuição modesta de relevância por parte das organizações. Nesse sentido, pode-se dizer que, as disposições contidas nesta norma, formalmente, revelam uma considerável atenção à comunicação institucional, se levadas em conta as diferentes realidades das práticas comunicacionais que Kunsch (2006) identifica em instituições públicas brasileiras, as quais pontuamos no capítulo anterior.

Por outro lado, observou-se que, embora o texto da resolução descreva, entre as competências da ASSCOM, as funções de planejar, implementar, gerenciar e avaliar a política de comunicação social na instituição; desenvolver e implementar o planejamento de comunicação institucional interna e externa e elaborar e atualizar a Carta de Serviços de Comunicação, tais documentos não foram encontrados em portais institucionais. Isso pode estar relacionado a dois problemas: o primeiro é que a publicação tenha sido consumada, hipoteticamente, em determinada página cujo acesso não está claramente disponível no site e exija uma navegação mais aprofundada para ser encontrada. Nesse caso, ainda que os documentos estejam disponíveis, eles não estão acessíveis de maneira dinâmica para consulta do cidadão, revelando, assim, uma lacuna relacionada à promoção de transparência e dificuldades de acesso à informação. O segundo possível desajuste, é que os documentos não tenham sido elaborados ou concluídos. Neste caso, há de se considerar que a resolução é recente e a criação desses documentos neste curto prazo de tempo torna-se dificultosa.

3.2. ANÁLISE EXPLORATÓRIA DO CANAL DO YOUTUBE E DO PERFIL NO INSTAGRAM

Considerando essas dificuldades de acesso a documentos cujos conteúdos poderiam orientar nossa discussão, optou-se pela análise de dois canais de comunicação utilizados pelo MP: a TV institucional, no canal no YouTube, e o perfil do órgão no Instagram. Partindo da hipótese de que estes canais apresentam um expressivo potencial comunicativo dialógico, e de amplo alcance, buscaremos responder a seguinte **pergunta de pesquisa**: ***como a Assessoria de Comunicação do MP tem utilizado essas plataformas para a divulgação de suas ações e aprimoramento das práticas de accountability?***

Para responder essa pergunta, foram apuradas informações por meio dos próprios produtos que a Asscom disponibiliza de forma ampla para o público externo em suas

plataformas, ou seja, avaliando as informações e ferramentas que o cidadão tem acesso pela TV MP, no Youtube e pelo perfil oficial do MPMG no Instagram. Trata-se, portanto, de uma análise interpretativa e exploratória, orientada pela observação de lacunas de transparência, accountability e práticas de comunicação, com base no que a literatura nos apresentou. Isto é, buscou-se analisar os produtos e serviços que a ASSCOM oferece pela perspectiva do cidadão, que é o principal ator a quem a instituição deve ser accountable. Foi feito um acompanhamento de postagens nessas plataformas nos meses de outubro e novembro de 2023, buscando compreender as possibilidades de conexão entre as temáticas abordadas pelos programas exibidos e os potenciais efeitos que poderiam ser produzidos pelos conteúdos em termos de accountability e transparência. Para tanto, é importante ratificar que essas consultas às plataformas para fins analíticos foram realizadas a partir de uma orientação crítica voltada a responder a pergunta de pesquisa proposta neste trabalho. Além disso, é importante ressaltar que atuo há dois anos como técnico de vídeo da equipe responsável pela produção do conteúdo - dessa forma, inescapavelmente, este trabalho também parte da observação cotidiana das atividades, ainda que essa não seja a sua base principal.

3.2.1. A TV MP

A TV MP foi lançada em 12 de setembro de 2022 e sua programação é transmitida através do canal oficial do MPMG no Youtube, onde conta com mais de 23 mil inscritos. O veículo, na estrutura organizacional da Asscom, é subordinado à Diretoria de Conteúdo Jornlístico (DCOJ), tendo apoio da Diretoria de Criação e Mídias (DMID) para produção de peças gráficas para capa dos vídeos e thumbnails[4], bem como na divulgação dos programas postados.

A veiculação do conteúdo da TV MP se dá em dois formatos: *On demand*, ou seja, um vídeo gravado e editado previamente é publicado e mantido disponível na plataforma; e por meio das transmissões ao vivo, onde as captações de imagens, geração de caracteres, sonoplastia e direção de tv são realizadas em tempo real, de modo que o vídeo possa ou não visualizadas na íntegra após o término da live.

A proposta da TV institucional, de acordo com a resolução PGJ Nº 24, de 28.05.2021, que a cria, é promover discussões com membros do MPMG e convidados com atuação intersetorial sobre assuntos relevantes e de interesse público. Além disso, a TV MP tem como objetivo destacar o trabalho da Instituição no interior de Minas.

[4] Imagens em miniatura utilizadas como capa de vídeos com finalidade de oferecer uma pré-visualização do tema abordado no vídeo.

Diante do que foi observado, três programas se destacam na grade da TV MP: 1) o "Além das Montanhas", com média de 50 minutos de duração, aproximadamente, que promove debates diários com membros do MPMG e convidados de outros estados sobre temas de destaque no sistema de justiça do estado e do país, e de interesse da sociedade; 2) o "Ponta a Ponta", que trata de temas diversos relativos à cidadania, garantias de direitos e defesa de interesses coletivos, contando sempre com a participação de algum membro da instituição que atue na área discutidas; e o 3) "O que é?", que trata-se de um conteúdo educativo com o intuito de conceituar alguns termos comumente utilizados em assuntos que envolvem o MP e levar ao conhecimento do público. Para fins analíticos, utilizamos o programa "Além das Montanhas", que conta com maior quantidade de episódios disponíveis e, portanto, oferece uma amostragem mais robusta para levantarmos informações sobre a dinâmica do processo de comunicação nas ações da TV MP.

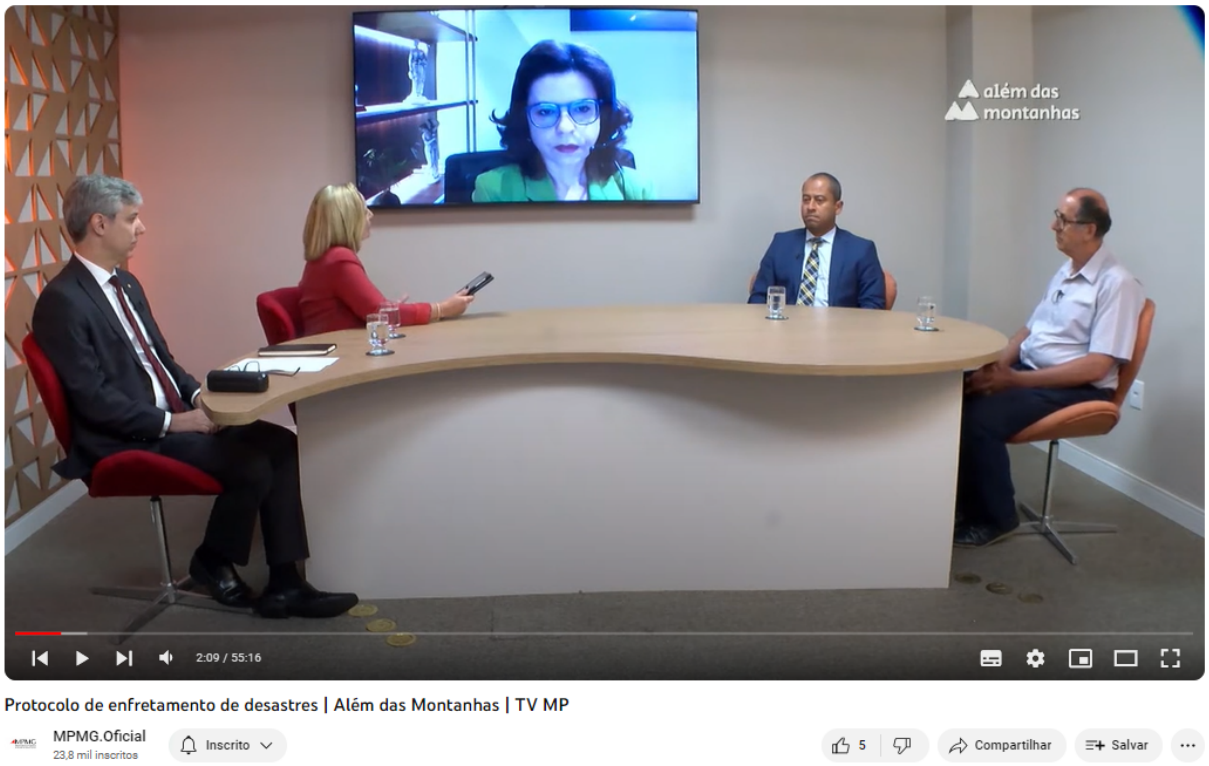
O "Além das Montanhas" tem formato de entrevista e bate-papo, contando com a participação de um ou mais convidados para tratarem de temas específicos em cada episódio. Entre os programas disponíveis no canal oficial do MPMG no YouTube, onde é veiculada a programação da TV MP é possível acessar uma playlist própria para o programa "Além das Montanhas". Em novembro de 2023, 111 programas já haviam sido produzidos, abordando temas amplamente variados. Para tornar nossa análise mais precisa, dividimos esses temas em quatro macro categorias.

I. **Direitos e Cidadania:** 38 episódios (sendo quatro sobre desastres) – Na categoria Direitos e Cidadania, foram considerados diversos temas relativos ao cotidiano do cidadão, tais como acesso a direitos sociais, direito do consumidor, moradia, direito dos animais e meio ambiente. A categoria abrange também assuntos de interesse coletivo, correlatos a direitos civis e políticos, como abordagens sobre a defesa do regime democrático, eleições e liberdade de imprensa. Para esta categoria, cabe um destaque para a temática sobre mineração, segurança de barragens e desastres, que esteve presente em 4 dos 38 vídeos aqui classificados. A imagem 1 traz um *frame* de um episódio que foi ao ar em Junho de 2023 e tratou sobre enfrentamento a desastres, e contou com a participação de convidados especializados, incluindo o promotor de Justiça Francisco Ângelo Silva Assis, que atua como coordenador de Defesa dos Direitos Humanos e de Apoio Comunitário no MPMG; o promotor de

Justiça Leonardo Castro Maia, responsável pela coordenação estadual de Habitação e Urbanismo do MPMG; o professor Ágnez de Lélis Saraiva, da Fundação João Pinheiro, especializado em pesquisas sobre políticas públicas sociais, segurança pública e educação; e a professora Fernanda Damacena, advogada e consultora especializada em Direito Socioambiental e Sustentabilidade, Direito dos Desastres e Mudança Climática.

IMAGEM 1:

Programa Além das Montanhas - Tema: enfrentamento de desastres (Jun/2023)



Disponível em: https://www.youtube.com/@TV-MP

II. **Atuação criminal:** 29 episódios - Compõem esta categoria os programas em que foram tratados assuntos relacionados às operações de combate ao crime organizado, golpes cibernéticos, crimes contra o patrimônio público e de outras naturezas. Além dos mencionados, destaca-se a expressiva presença de episódios cujas temáticas se concentraram em debates sobre a corrupção, que tem se tornado cada vez mais associadas à atuação do MP. Na imagem 2, temos um recorte do episódio que discute o trabalho do Grupo de Atuação Especial

de Combate ao Crime Organizado (Gaeco) do MPMG e mostra o resultado das ações do grupo no ano de 2022.

IMAGEM 2:

Programa Além das Montanhas - Tema: combate ao crime organizado (Jun/2023)

Disponível em: https://www.youtube.com/@TV-MP

III. **Jurídico e Institucional**: 23 episódios (sendo 15 sobre assuntos jurídicos e 08 institucionais) – Nesta categoria, foram incluídos assuntos de ordem técnica, jurídica, onde foram tratados temas sobre legislação, procedimentos de atuações no judiciário e solução de conflitos. Acerca das abordagens de cunho institucional, foram considerados os episódios abordando as discussões referentes ao relacionamento com outros poderes, a projeção do MP no cenário institucional, assuntos internos, como balanço de gestão, orçamento e transparência administrativa. Dentro desta categoria, 15 episódios estavam conectados a temas jurídicos e 8 episódios relativos a assuntos institucionais, um dos quais recebe o Procurador-Geral de Justiça, Jarbas Soares Júnior, que faz um balanço de sua gestão no biênio 2021/2023.

IMAGEM 3:

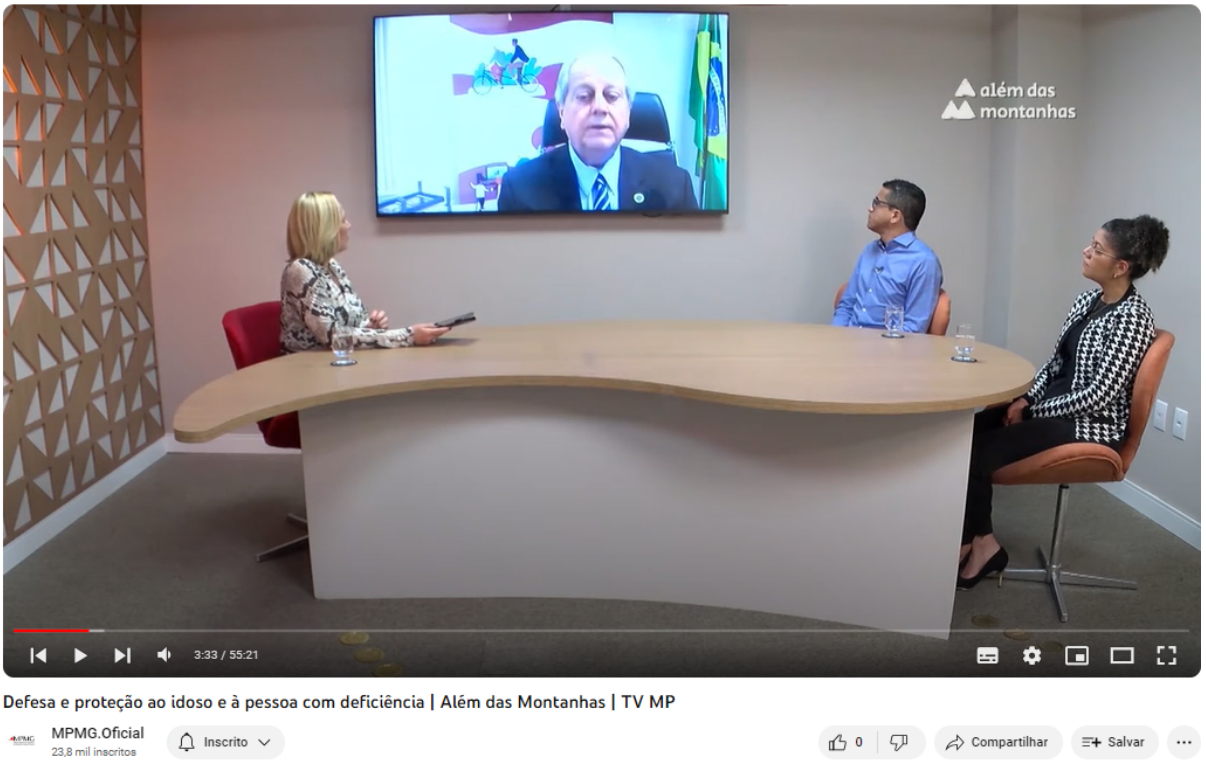
Programa Além das Montanhas - Tema: balanço da gestão (Jun/2023)

Disponível em: https://www.youtube.com/@TV-MP

IV. **Diversidade e inclusão**: 21 episódios – Por fim, os episódios em que o Além das Montanhas levantou discussões a respeito das políticas de inclusão de jovens em reabilitação, direitos da criança, adolescentes e idosos, além das pautas sobre demandas identitárias. Os programas com ênfase em questões de raça e gênero, bem como direitos de pessoas com deficiência também apareceram com destaque dentro da categoria. A imagem 4 ilustra um trecho de uma das edições do Além das Montanhas sobre a importância da participação ativa da comunidade nos conselhos nacionais, estaduais e municipais encarregados de supervisionar e avaliar a implementação da Política Nacional de Defesa dos Direitos das Pessoas Idosas e com Deficiências. Na ocasião, participaram promotores de justiça que atuam na área tema da discussão e o presidente do Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Idosa.

IMAGEM 4:

Programa Além das Montanhas - Tema: Proteção do idoso e da pessoa com deficiência (Jun/2023)



Disponível em: https://www.youtube.com/@TV-MP

Por meio dessa descrição de conteúdos verifica-se uma elevada diversidade de temas e assuntos de relevância para a esfera pública. Levando em conta o grande escopo de ações e demandas atribuídas ao MP, percebe-se que o programa Além das Montanhas busca abranger de forma democrática uma variedade de fatores que permeiam a vida em sociedade, elevando essas pautas ao debate público no âmbito da TV MP.

Em relação aos materiais exibidos, o nível de qualidade audiovisual caracteriza uma atenção da instituição em oferecer canais que proporcionem uma experiência mais atrativa ao público. Essa atenção fica clara, também, pela presença de uma apresentadora de vasta experiência com televisão no estado de Minas Gerais[5], o que além de privilegiar uma boa construção e elaboração dos programas, tem a intenção de transmitir maior credibilidade ao espectador. Esses pontos revelam que a instituição vivencia uma realidade em que a

[5] Comunicadora com atuação em telejornais como repórter e apresentadora do MGTV e Bom dia Minas (Tv Globo) e Jornal da Alterosa (TV Alterosa/SBT), onde desempenhou também a função de editora responsável.

comunicação não é negligenciada ou vista como um elemento dispensável ao bom desempenho das atividades finalísticas.

Além dos conteúdos, da qualidade técnica de transmissão e da presença de uma profissional reconhecida por sua expertise com apresentação de TV, a dinâmica sobre a qual o programa é realizado também dita o potencial comunicativo dessa atividade. Registra-se que em grande parte dos episódios do Além das Montanhas, havia, pelo menos, um convidado pertencente ao quadro de membros do MPMG, ou autoridades de outros poderes. Nesses casos, tais participantes atuam no segmento que conduz a temática e apresentam contribuições valiosas acerca desses temas. Contudo, em poucas oportunidades o programa contou com algum representante da sociedade civil, movimento social, ou afetado pelas problemáticas em questão.

Entende-se que variar os atores participantes desses debates é uma forma de enriquecer o conteúdo do programa, dar voz ao cidadão e praticar uma comunicação pensada para o público, corroborando com Miola e Marques (2017), que propõem um envolvimento mais ativo e menos submisso do público em relação às instituições. A presença de atores que realmente lidam com os problemas sociais que eventualmente venham a ser debatidos no programa, ou são afetados por eles, além de furar a bolha dos especialistas tem grande potencial de atrair o público que se identifica e vivenciam tais problemas para o debate. Isso promove uma diversidade maior de ideias e visões que pode ser determinante nas tomadas de decisões.

Ainda explorando a dimensão participativa do debate, outro importante aspecto a ser considerado é a utilização da própria plataforma para que os espectadores interajam com os conteúdos. Verificou-se que o programa não apresenta um padrão sobre a disponibilização do recurso de comentários. Alguns vídeos dispõem do recurso disponível, outros não, de modo que não foi identificado um critério que possa estar sendo adotado para definir quais vídeos terão e quais não terão os comentários abertos ao público.

Uma das grandes vantagens da veiculação da programação por meio do YouTube é a possibilidade proporcionar uma comunicação de duas vias, e promover interações dialógicas diante de um conteúdo informativo ou educativo, conforme descreve Henriques (2004), ao descrever uma comunicação adequada para fins de mobilização social e construção de vínculos de corresponsabilidade. Embora não seja difícil compreender as dificuldades em atender demandas e responder questionamentos que possam surgir nos comentários de uma edição do programa, entende-se que abrir mão deste recurso é renunciar a uma ferramenta

valiosa para estabelecer uma conexão com o público e promover uma comunicação transformadora.

Além disso, à luz do que Filgueiras (2016) aborda sobre transparência ativa e transparência passiva, pode-se considerar que o programa "Além das Montanhas" não se adequa à totalidade destes atributos. Nessa linha de discussão, cabe destacar, também, uma importante diferença na forma como as ações do MP são apresentadas pelos programas. As transmissões ao vivo - as quais abordaremos com mais atenção adiante - de reuniões de promotorias, sessões dos órgãos colegiados e audiências públicas, por exemplo, tendem a retratar de forma mais espontânea o posicionamento da instituição, respectivamente diante de problemas internos, administrativos e relativos a demandas sociais.

Por outro lado, os programas gravados, uma vez que realizados por um setor que não dispõe de ampla independência e autonomia para divulgar a íntegra das ações do MP, a julgar pelo disposto na resolução que cria a TV, pode tender a um viés mais corporativista. Isso pode ser observado nos programas que contam com participação de membros do MP, que em suas participações concentram-se, preponderantemente, a discorrer e evidenciar projetos que consideram positivos à imagem da instituição. Contudo, apesar desse possível viés, há de se considerar, também, que ainda que o conteúdo apresente detalhadamente um retrato, na íntegra, de como age o Ministério Público, o programa pode despertar no espectador o interesse em se informar melhor sobre o tema e propor o debate e a busca de informações por meio de outros canais e arenas da esfera pública.

Portanto, pode-se considerar que a veiculação e manutenção destes conteúdos na plataforma é uma forma de exercer transparência passiva em nome da instituição, afinal, os programas, debates e discussões estão disponíveis para visualização do público externo por tempo indeterminado, desde que este tenha a iniciativa de acessá-lo. Por outro lado, é necessário pontuar que apenas esta disponibilização não atinge todo o potencial de alcance dos públicos que possam interessar.

Nesse sentido, verifica-se que em meados de Novembro de 2023, quando foi concluída esta análise, era possível encontrar um vídeo com 2 visualizações e outro com 2 mil visualizações, sendo ambos postados no mesmo período e tratando do mesmo tema (Direito do Consumidor). Certamente, diversos fatores podem explicar essa expressiva variação entre os resultados de audiência: a especificidade do tema, os convidados participantes e, sobretudo, estratégias de SEO[6]. Nesse caso, é necessário que se identifique as razões desta variação e

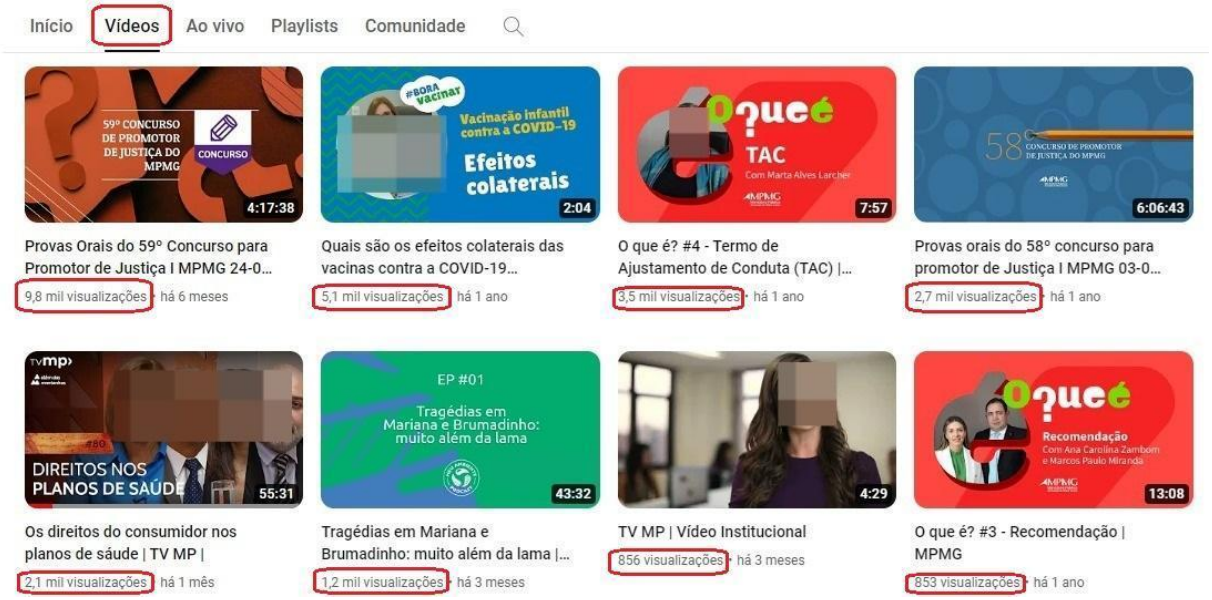
[6] *Search Engine Optimization* - técnicas de publicação de conteúdo online, que visam otimizar o alcance do público nos mecanismos de pesquisa.

buscar encontrar as diferenças nas estratégias de publicação e divulgação que podem, eventualmente, ter influenciado, em maior ou menor grau, os níveis de audiência. E é preciso considerar que, mesmo aqueles com grande volume de visualizações atingem uma pequena proporção da população de cerca de 20 milhões de habitantes de Minas Gerais.

A imagem 5, que filtra os vídeos mais relevantes postados por demanda, demonstra os melhores resultados de audiência obtidos nesta categoria:

IMAGEM 5

Vídeos *On Demand* em alta na TV MP



Fonte: https://www.youtube.com/@TV-MP/videos (Novembro, 2023).

Observou-se que os vídeos das provas orais para entrada no MP[7] fugiram aos padrões de vídeos desta categoria, haja vista que as provas orais aparecem entre a programação exibida ao vivo. Excetuando os vídeos das provas orais, pode-se identificar um padrão de conteúdo, entre os mais assistidos, relacionado às causas que geram efeitos diretos à vida de determinados grupos da população. Conteúdos sobre vacinação, outros de cunho educativo, do programa "O que é?" e aqueles relacionados aos desastres ambientais sinalizaram maior potencial de alcance do público.

Avaliar esses dados e buscar aprimorar o alcance do público em seu potencial máximo - seja por meio de novos métodos de publicação, ou divulgando por meio da integração com

[7] Para o cargo de Promotor de Justiça do MPMG.

outros canais de maior alcance dentro do próprio setor de comunicação, acionando a sociedade civil por meio de entidades de representação e movimentos sociais envolvidos nas temáticas, por exemplo – é fundamental para exercer a transparência ativa, proposta por Filgueiras (2016) com a aproximação do cidadão à instituição para que o público tenha mais condições de se informar sobre ações e decisões que podem afetar seu cotidiano e, consequentemente, manifestar suas preferências, reagindo de forma mais enfática à atuação do MP.

3.2.2 AS TRANSMISSÕES AO VIVO

Além dos programas exibidos por demanda, a TV MP conta também com transmissões ao vivo. Para a exibição neste formato, embora a TV esteja sob responsabilidade da DCOJ, quem atua e realiza operacionalmente as lives é a Diretoria de Relações Institucionais (DRIN), tendo a DMID como integrante do processo ao produzir as peças gráficas de capa e thumbnails e fazer a divulgação em redes sociais de algumas das transmissões. Essa alteração de atribuições entre diretorias se dá em função da preponderância de transmissões de eventos institucionais com os quais a DRIN se envolve diretamente e, portanto, detém informações da dinâmica dos eventos, que afeta diretamente o roteiro das transmissões.

Em consulta ao canal do MPMG no YouTube, meio por onde são veiculadas as transmissões da TV MP, o cidadão pode ter acesso a mais de 150 transmissões ao vivo já realizadas (até o momento da pesquisa, em Novembro de 2023). Entre os mais diversos temas exibidos em transmissões ao vivo, podemos classificar os conteúdos em quatro categorias: eventos institucionais, ações educacionais, reuniões de promotorias e provas orais para concurso de promotor de justiça.

Os eventos institucionais são aqueles promovidos por setores diversos da Procuradoria-Geral de Justiça, cujos objetivos variam entre Solenidades de posse, homenagens, assinaturas de acordos, lançamento de programas, inaugurações de sedes no interior e premiações a projetos com atuação intersetorial. Esses eventos são organizados pelo gabinete do procurador-geral, ou setores que desejem promover determinadas ações e contam com o apoio da DRIN para planejamento e execução dos trâmites procedimentais e de cerimonial, bem como a atuação integrada da DMID para produção das peças gráficas e divulgação das atividades. Têm como público alvo, geralmente, a comunidade jurídica e política, seja do MP ou dos três poderes, que, comumente têm alguma participação nas ações abrangidas pelos eventos. Dessa forma, entende-se que são ações que mais estabelecem uma

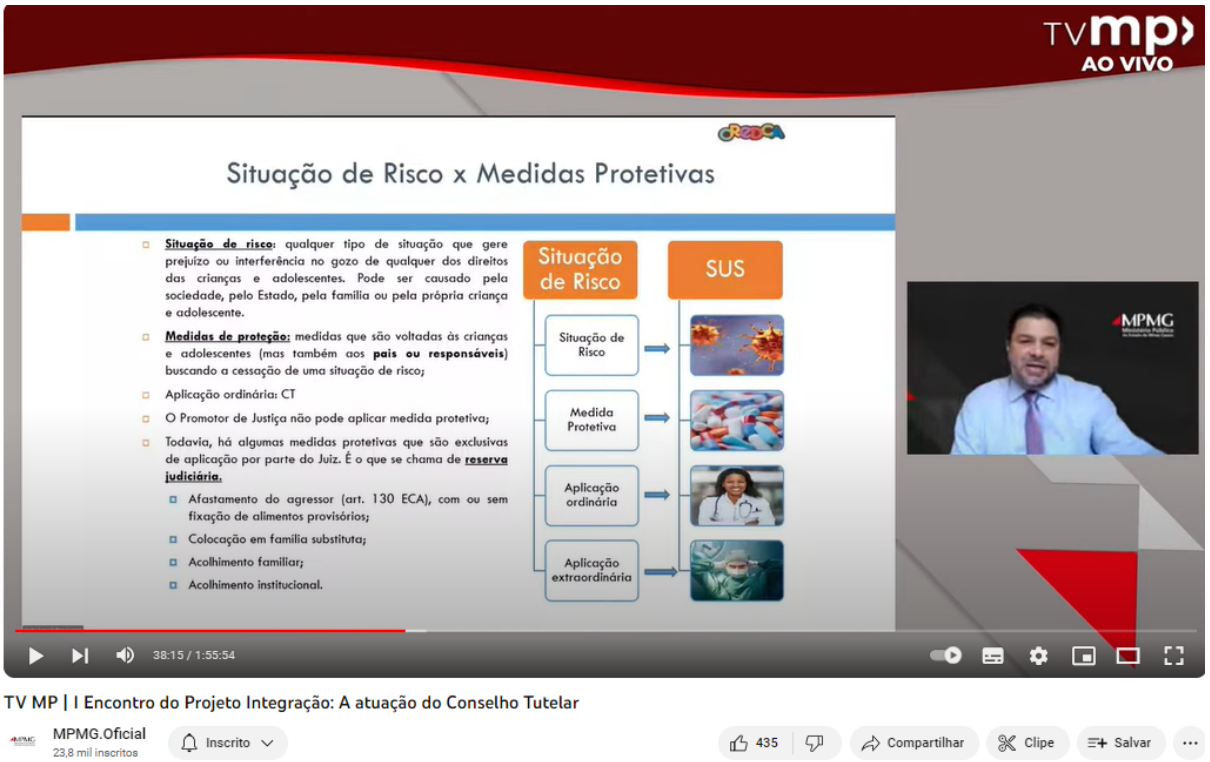
comunicação entre instituições do que entre a instituição MP e os cidadãos de forma mais abrangente.

As ações educacionais são eventos realizados pelo Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional (CEAF) do MPMG, os quais têm o objetivo de promover cursos e palestras para a comunidade interna da instituição ou, em alguns casos, para o público externo. Em algumas ações, a comunidade externa tem a opção de realizar o curso ou palestra, presencialmente, ou remotamente, como ouvinte, por meio da transmissão ao vivo.

As reuniões de promotorias, são atividades solicitadas por membros do MPMG que desejam debater assuntos técnicos ou deliberações de impacto social, sobretudo, com promotorias ou outras instituições do interior. A transmissão dessas reuniões ocorre com menor frequência, mas obtêm expressivo alcance, sobretudo, se comparadas a algumas outras transmissões enquadradas em outras categorias, como alguns eventos institucionais e ações educacionais. A imagem 6 exemplifica uma reunião do Centro de Apoio às Promotorias de Justiça de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente, que discute um de seus projetos, que tem o objetivo de fomentar a articulação e integração dos órgãos e entidades governamentais e não governamentais que compõem as redes de proteção da criança e do adolescente em todo o estado. A live contou com a participação de mais de 4500 pessoas, com participação no chat, tratando de um assunto que afeta diretamente a vida dos cidadãos.

IMAGEM 6

Live TV MP - Tema: a atuação do Conselho Tutelar (Out/2023)



Disponível em: https://www.youtube.com/@TV-MP

As provas orais de concursos públicos foram transmitidas nas últimas duas edições do certame e obtiveram elevado índice de audiência. A iniciativa se apresentou como inovadora em um contexto de pandemia e elevou significativamente a adesão de novos inscritos no canal.

Além das quatro categorias em que qualquer cidadão pode visualizar na página da TV MP, no YouTube, a TV MP também realiza as transmissões ao vivo das Sessões de Órgãos Colegiados, que ocorrer periodicamente. No entanto, a transmissão pública é realizada ao vivo mas é retirada do ar imediatamente após sua exibição, o que minimiza o potencial de alcance, e consequentemente, de transparência, que o conteúdo exibido possui.

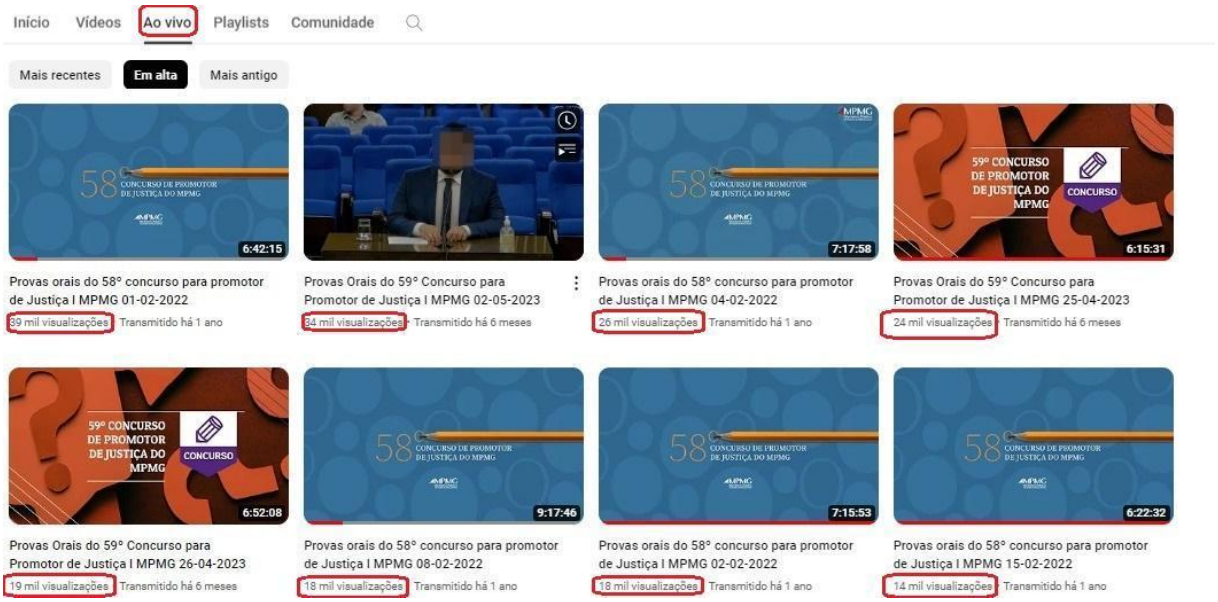
Em comparação com o conteúdo de vídeos por demanda, é possível identificar algumas semelhanças e diferenças nas dinâmicas de exibição. O nível de qualidade técnica dos matérias de áudio e vídeo, bem como as peças gráficas utilizadas e as dificuldades de padronização de critérios para habilitar ou não os comentários são semelhanças. Diferente dos vídeos por demanda, aqui representados pelo programa “Além das Montanhas”, as

transmissões ao vivo demonstram um nível de alcance mais elevado. Essa diferença pode ser atribuída ao fato de as lives passarem pelas ações da DRIN, que, de acordo com a resolução do setor, realiza divulgação ampla e direta para instituições externas, ao passo que as produções por demanda, também de acordo com o que se interpreta da resolução, são postadas diretamente e divulgadas apenas internamente, pelo site e redes sociais, em detrimento do contato direto com outras instituições públicas, privadas ou do terceiro setor, que podem se interessar pelas temáticas. Isso pode ser um sinal revelador da capacidade de potencialização de eficácia que a comunicação integrada explorada por Kunsh (2006) apresenta na prática, uma vez que as atividades de relações públicas realizadas pela DRIN demonstram alcance significativamente superior ao que a DCOJ, por meio de sua equipe de TV, obtém agindo isoladamente.

As imagens 7 e 8, onde foram filtrados os conteúdos em alta e de maior alcance em termos de audiência, apresentam os números de visualizações para cada uma das mídias exibidas.

IMAGEM 7

Vídeos ao vivo em alta na TV MP



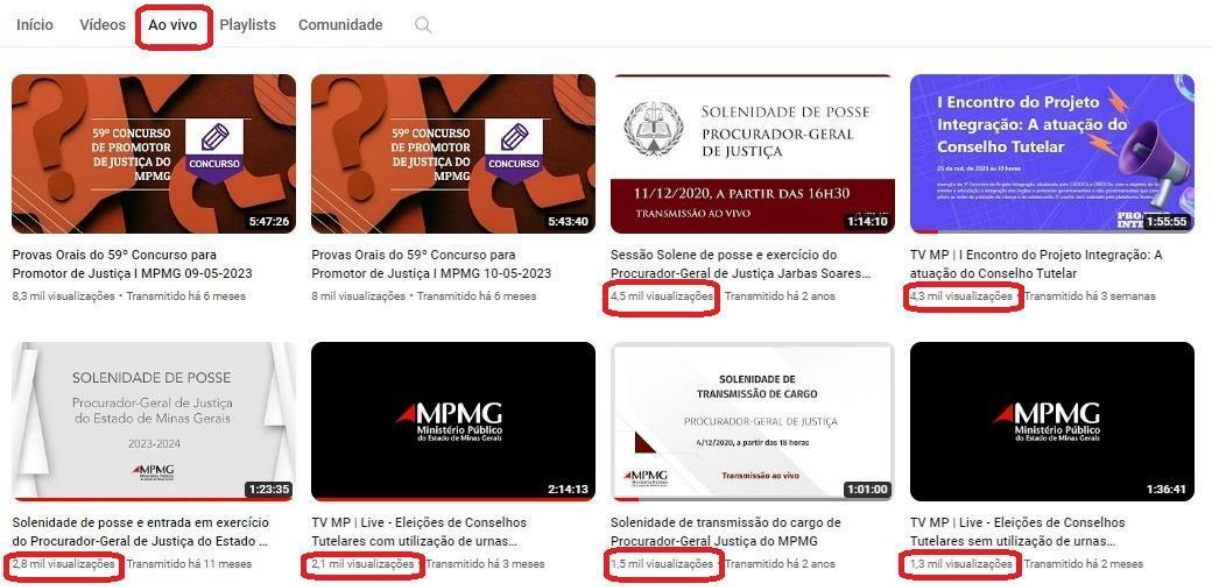
Fonte: https://www.youtube.com/@TV-MP/streams (Novembro, 2023)

As provas orais apresentam os mais elevados índices de audiência entre os conteúdos ao vivo transmitidos e ainda disponíveis na TV MP, variando entre 14 mil e 39 mil

visualizações. Em termos de transparências, trata-se de um instrumento valioso em favor da instituição, na medida em que proporciona uma comunicação direta e transparente com o público, permitindo que os espectadores testemunhem as interações ao vivo, promovendo assim a compreensão e confiança na instituição. No entanto, há de se considerar que este conteúdo, além de alcançar o cidadão de modo geral, também alcança, principalmente, aqueles que estão em fase de estudos para a realização da prova. Considerando este possível viés, consultamos também os índices de visualizações se excluídos os conteúdos de provas orais, conforme observa-se na imagem 8.

IMAGEM 8

Vídeos ao vivo em alta na TV MP desconsiderando provas orais



Fonte: https://www.youtube.com/@TV-MP/streams (Novembro, 2023)

Excetuando-se as provas orais, é possível observar que as solenidades de posse e transmissão de cargo aparecem como destaques em visualizações, variando entre 1,5 mil e 4,5 mil exibições. Em relação a este tipo de conteúdo, é prudente levarmos em conta que eventos solenes do MP têm elevado potencial para despertar o interesses da comunidade jurídica e familiares. Logo, os bons números podem não revelar, necessariamente, um elevado interesse da população por conteúdos desta natureza, embora tenham reconhecida importância para os arranjos institucionais.

Diante disso, a imagem 8 demonstra que atividades da categoria “reuniões de promotoria”, representadas pelas lives relacionadas às eleições do Conselho Tutelar, obtiveram expressiva audiência se comparadas ao restante da produção, variando entre 1,3 mil e 4,3 mil visualizações. Apesar da importância e do alcance, as ações desta natureza não são transmitidas com frequência. Neste sentido, entende-se que esta é uma oportunidade de alcance e prática accountable que poderia ser mais explorada pela comunicação, em vista dos bons resultados que podem ser obtidos em termos de transparência e participação.

Outro detalhe importante sobre as transmissões ao vivo é a possibilidade de abrir o chat ao vivo. Essa ferramenta permite que intervenções, observação e críticas possam ser manifestadas pelos espectadores. Pelo que se percebe, boa parte das transmissões ao vivo da TV MP ocorrem com o chat fechado. Assim como a inabilitação dos comentários, restringir essa função nas transmissões é desperdiçar uma ferramenta de diálogo com o público e reforçar os problemas de accountability apresentados pelo MP.

Apesar das dificuldades e possíveis limitações de pessoal para assumir a moderação do chat ao vivo, entende-se que o uso desta ferramenta é fundamental. Considerando que a delegação da função de moderador para o chato seja um elemento que dificulte a abertura dos chats, entende-se que a oferta do serviço pela DRIN sob a condição de que o demandante se responsabilize pela moderação do chat, respeitando, evidentemente, as diretrizes da interação, pode ser uma opção a ser estudada como forma de a ASSCOM, por meio da TV MP, promover a transparência através da própria iniciativa, ou seja, oferecendo proativamente a informação ao público.

No mesmo sentido, convém salientar a baixa frequência em que reuniões de trabalho das promotorias, bem como as audiências públicas, aparecem entre as transmissões ao vivo. Essas atividades, quando transmitidas, aparecem como uma alternativa para estimular a participação popular. Considerando que o atendimento dessas demandas em alta escala, muito provavelmente, haja vista o que se observa em termos de volume de conteúdo contido na página da TV MP, impacta diretamente na escala de trabalho dos profissionais da TV, em virtude de outras demandas que surgem para outras categorias de transmissões, seria interessante repensar os fluxos de trabalho e escalas de prioridades, levando em conta as ponderações de Miola e Marques (2017) a respeito da natureza do conteúdo a ser exibido, observando também o impacto que esse conteúdo pode produzir para a sociedade, e a perspectiva do interesse público no sentido de criar e utilizar espaços públicos para promover a participação dos cidadãos.

Observou-se, então, que a análise do programa “Além das Montanhas” e das transmissões ao vivo da TV MP revela uma preocupação evidente da instituição em abordar uma ampla gama de temas relevantes para a esfera pública. A qualidade audiovisual, a dinâmica de incluir membros do MPMG e autoridades nos debates destacam a realidade de atenção da instituição com a comunicação adequada.

Por outro lado, a ausência de representantes da sociedade civil em alguns episódios e a inconsistência na abertura de espaços para interação do público questionam a plenitude da abordagem participativa. A transparência, embora presente na disponibilização de conteúdos, pode ser aprimorada com estratégias mais ativas, considerando o potencial das redes sociais e a participação popular. A diversificação dos participantes nos debates, juntamente com a abertura do diálogo por meio de comentários e chat ao vivo, pode fortalecer a conexão entre a instituição e a sociedade, ampliando a eficácia da comunicação de modo a mitigar as lacunas que a instituição apresenta acerca da Accountability.

Considerando as reflexões de Barros e Bernardes (2014) sobre as limitações das mídias privadas para tratar de questões envolvendo órgãos do Estado e a comunicação pública, entende-se que a TV MP, assim como as mídias legislativas estudadas pelos autores, busca se posicionar como uma mídia alternativa, mas adotando, prioritariamente, padrões técnicos e de conteúdo das mídias comerciais como estratégia de legitimação antes de desenvolver uma linguagem voltada para a participação popular. Verifica-se, então, uma busca por equilíbrio entre as demandas por visibilidade de um MP atuante em prol da sociedade e a tentativa de manter uma abordagem e pluralista, a fim de fortalecer a confiança do público por meio de sua TV institucional.

3.3 O INSTAGRAM OFICIAL DO MPMG

Essa seção da análise tem natureza não exaustiva, mas busca apontar para outras formas de comunicação do MP. Presente no Instagram desde 2017, o MPMG tem, em 2023, mais de 81 mil seguidores e duas mil publicações na rede, entre fotos, *reels*, imagens informativas e publicações nos stories abordando temas diversos e relativos ao cotidiano da instituição. A plataforma é gerida pela Diretoria de Mídias (DMID), que tem a função de receber as demandas de pedido de cobertura, divulgação de ações dos mais diversos setores da instituição e criar, planejar, criar e executar a postagem dos conteúdos informativos relacionados à atuação do MP.

Se considerarmos o que dispõe a resolução que cria a Asscom do MPMG, pode-se dizer que o Instagram oficial da instituição, em termos de proposta e objetivos gerais, está alinhado com o que a TV MP busca, de forma ampla. Ou seja, o objetivo é divulgar as ações institucionais, publicar materiais educativos e de serviços ao cidadão, por exemplo, a fim de estreitar a relação com a sociedade.

Apesar dessas similaridades em termos de objetivos e, às vezes, até de conteúdo, a grande diferença entre o Instagram e o YouTube é a forma como esse conteúdo é disponibilizado, além do o público que com ele se relaciona. Se por um lado o YouTube disponibiliza vídeos, trazendo conteúdos mais longos, com uma produção e roteiros mais extensos, por outro lado, o Instagram surge como alternativa mais instantânea de informações. A plataforma, por ter o conteúdo de fotos e vídeos curtos como foco principal, aparece como uma fonte complementar de informações, às quais o cidadão teria acesso, tão somente, se acessasse o YouTube e dedicasse alguns minutos para obter determinada informação.

Nesse contexto, é relevante destacar a participação do público jovem no debate público via redes sociais. Os resultados do Estudo Internacional de Educação Cívica e Cidadania (ICCS) 2022, conduzido pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) em conjunto com a Associação Internacional para a Avaliação do Desempenho Educacional (IEA), revelam o envolvimento cívico significativo dos alunos brasileiros nas mídias digitais, destacando seu engajamento em questões políticas e sociais. Essa ativa participação, especialmente nas redes sociais, indica uma tendência de um público jovem de busca por informações e expressão de opiniões em formatos mais rápidos e acessíveis.

Portanto, ao considerar a criação de conteúdo para o Instagram do MPMG, é importante reconhecer a natureza dinâmica e imediata desse meio, alinhando os objetivos institucionais com a forma eficaz de comunicação preferida pelo público-alvo, conforme evidenciado pelos dados do ICCS 2022. Evidentemente, a instituição conta com seguidores em comum no YouTube e no Instagram, mas entende-se que as plataformas atraem públicos distintos e a atuação nas duas redes possibilita que o MP amplie suas possibilidades de contato com o público.

IMAGEM 9

Página inicial do Instagram do MP MG

Fonte: https://www.instagram.com/mpmg.oficial/ (Novembro, 2023)

Com mais de 81 mil seguidores, o perfil do MPMG no Instagram é atualizado diariamente com postagens nos *stories* e quase diariamente no feed, oferecendo uma variedade de conteúdos que vão desde a divulgação de ações do MP, campanhas, conteúdos educativos relacionados à instituição, até a cobertura e divulgação de eventos institucionais. As descrições dessas postagens são elaboradas em colaboração com a DCOJ, proporcionando informações mais detalhadas e precisas para os seguidores, que geralmente buscam informações mais instantâneas, mas têm a opção de se aprofundar na informação por meio da descrição. Essa estratégia de comunicação integrada contribui para a eficácia e a credibilidade das mensagens transmitidas.

Acerca do teor das publicações, um aspecto que merece atenção é o modesto enfoque nas divulgações de ações que afetem diretamente o cotidiano da população. Um exemplo desse tipo de ação é o mesmo que apresentamos sobre as transmissões ao vivo da TV MP: as audiências públicas promovidas pelo MPMG. Ao deixar de destacar esses eventos, o MPMG pode estar perdendo uma oportunidade valiosa de engajar o público a participar dessas deliberações e possibilitar que se aproximem da instituição, tornando-a mais, *accountable*. Para viabilizar essa divulgação, é importante que a Diretoria de Mídias se informe internamente sobre as atividades e iniciativas que estão sendo realizadas e que possam afetar a vida da população. Levar essas informações ao público de maneira oportuna e acessível é uma forma de elevar os níveis de transparência e fortalecer a confiança do público na instituição.

Ainda sobre a diversificação dos conteúdos, destaca-se que outro ponto de melhoria é a divulgação mais intensa de outros canais de comunicação do MPMG, como a TV MP. Ao

promover esses canais no Instagram, a TV MP pode alcançar um público mais amplo e diversificado, aumentando assim o impacto de suas iniciativas de comunicação.

Por se tratar de uma das redes sociais mais populares do país, com mais de 130 milhões de usuários[8], o perfil do Instagram do MPMG é frequentemente acionado por cidadãos em busca de informações e apresentando diversas demandas para o MP, contudo, esta ferramenta não é entendida como um canal de resolução dessas demandas. Devido a isso, para esses casos, a equipe conta com um banco de respostas para perguntas frequentes, que além de agilizar as respostas aos cidadãos, constrói uma identidade responsiva para a instituição.

Apesar dessas estratégias entregarem resultados razoáveis, há espaço para aprimoramento desse relacionamento com o cidadão. Uma opção seria o direcionamento no próprio feed da página, sejam links de diretos para páginas de atendimento, orientações na área de destaques, ou postagens fixadas para tornar mais fácil a navegação do usuário em busca de suas soluções.

A página do MPMG no Instagram, assim como ocorre no caso da TV MP, publica ações de áreas e categorias variadas. Contudo, ao analisar as postagens realizadas no mês de Novembro de 2023, é possível observar que publicações relacionadas à relações interinstitucionais, como cobertura de eventos, por exemplo, e ao tema corrupção (algo de grande destaque nas análises dos críticos à atuação do MP nos últimos anos, como vimos) são as que se destacam. Além disso, em menor frequência aparecem também, com menor periodicidade, postagens relacionadas à campanhas educativas e abordagens sobre decisões e ações efetivamente consumadas pela instituição. A imagem 10 exibe a divulgação de uma das campanhas promovidas pelo MPMG e a reação do público por meio dos comentários.

---

8 https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/

IMAGEM 10

Postagem no Instagram oficial do MPMG - Tema: direitos das crianças

Disponível em: https://www.instagram.com/p/CzHpKUCqN1E/?img_index=1

Na postagem contida na imagem 9, é possível verificar que o teor da publicação é voltado para a sociedade civil e busca divulgar uma atenção do MPMG com os direitos das crianças. No entanto, embora o tema seja de alta relevância em termos de garantias de direitos e provoque a reflexão dos seguidores acerca do assunto - o que já é um ganho considerável no sentido de fomentar o exercício da cidadania - o conteúdo não apresenta, de fato, as ações realizadas pela instituição e não possui adequação para contribuir com avanços em termos de transparência e accountability.

Corroborando com o exposto, verifica-se, ainda, que os comentários feitos pelos seguidores, frequentemente, não são respondidos publicamente. Compreende-se que a estrutura de pessoal para proporcionar esse tipo de atendimento personalizado a cada queixa apresentada não é trivial. No entanto, a elaboração de estratégias de respostas, seja por meio de acionamento aos setores responsáveis pelo assunto debatido, ou por meio de respostas padronizadas que direcionem o cidadão ao departamento competente são possíveis soluções a serem avaliadas. Isso porque, para a imagem da instituição e para a criação de laços com o

cidadão, as queixas não respondidas publicamente pelo perfil oficial podem afetar a imagem da organização e reduzir a confiança do público.

Outra categoria de postagem que foi observada e se destacou entre os conteúdos do instagram do MPMG é a cobertura de eventos que visavam apresentar projetos contemplados por recursos obtidos por meio de ações do MPMG.

IMAGEM 11

Postagem no Instagram oficial do MPMG - Tema: transparência e relações institucionais

Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cz7P5a2PpFC/

A imagem 11 contém um *frame* inicial de um vídeo de cobertura do evento e a descrição da postagem, que explica o objetivo do evento e leva ao consumidor a compreender, ainda que superficialmente, como os recursos recuperados por meio da atuação do MP são distribuídos para os municípios e de que forma isso impacta nas políticas públicas, além de elevar o tema à agenda de discussão na esfera pública.

Nesse caso, interpreta-se que a comunicação realizada por este meio foi mais adequada ao objetivo de oferecer transparência e ser *accountable* ao cidadão. O MPMG, ao apresentar a distribuição destes recursos, a quem o delega as funções constitucionalmente

previstas -, isto é, o cidadão - favorece a redução da assimetria de informações entre *principal e agent.*[9] A redução da assimetria informacional nessa relação sinaliza que este tipo de publicação no Instagram da instituição contribui para a qualidade da democracia, haja vista que a informação adequada é essencial para consolidar a relação entre Estado e Cidadão constituir a *accountability* (Filgueiras 2016).

Apresentada a conjuntura das realidades de TV MP e Instagram oficial da instituição, pode-se afirmar que a comunicação institucional do MPMG, por meio da ASSCOM, apresenta uma estrutura organizacional e uma diversidade de canais que demonstram o reconhecimento da importância da comunicação para o fortalecimento da imagem e da legitimidade da instituição. No entanto, há desafios de melhoria que podem ser explorados para aprimorar as práticas de transparência, participação e accountability.

A TV MP se apresenta como um canal de divulgação de ações institucionais, utilizando formatos variados, desde vídeos on demand até transmissões ao vivo. Contudo, essa iniciativa, apesar de promissora, enfrenta obstáculos significativos. A inconsistência na abertura para a participação do público e a falta de uma estratégia de divulgação integrada demonstram uma lacuna crítica na busca pela efetividade comunicativa. Além disso, a baixa adesão de representantes da sociedade civil em seus debates indica um distanciamento entre a proposta da TV MP e a verdadeira representatividade dos interesses públicos.

No que diz respeito ao Instagram do MPMG, embora conte com uma considerável base de seguidores e diversidade de publicações, é essencial abordar suas limitações. A aparente adaptação à natureza dinâmica da plataforma não deve desconsiderar a necessidade de aprimoramentos. A falta de direcionamento claro para outros canais de atendimento, a morosidade ou ausência na resposta às demandas dos seguidores e a subutilização na promoção de outros canais institucionais, como a TV MP, denotam uma desconexão entre a plataforma e as reais necessidades e direitos do público.

Fica evidente, portanto, que tanto a TV MP quanto o Instagram do MPMG detêm um potencial comunicativo considerável, mas esse potencial está longe de ser totalmente explorado. As limitações identificadas, que vão desde a falta de interatividade até a ausência de uma estratégia de divulgação coesa, lançam desafios à melhoria da efetividade desses canais na promoção da accountability institucional.

---

[9] O *principal* é o cidadão que delega poder aos agentes públicos para representá-lo e administrar o Estado. O *agent* é o agente público/político que tem o poder de decisão sobre as políticas e ações do Estado.

Em última análise, verifica-se a necessidade de uma revisão profunda nas abordagens comunicativas adotadas no sentido de valorizar e priorizar aquelas que possuem maior potencial accountable. Superar as barreiras identificadas e adotar uma postura mais proativa na integração com a sociedade são possíveis caminhos para que a TV MP e o Instagram do MPMG se consolidem como ferramentas verdadeiramente eficazes na promoção da transparência, responsividade e, acima de tudo, *accountability*.

Para isso, é necessário que a ASSCOM busque integrar mais as suas diretorias e as suas ações, diversificar os conteúdos e os públicos, utilizar as ferramentas de interação das plataformas digitais, divulgar as iniciativas e os eventos que afetam diretamente a vida dos cidadãos e envolver os atores sociais nas discussões e nas decisões da instituição.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do trabalho, analisamos a comunicação pública do Ministério Público de Minas Gerais (MPMG) e sua relação com a *accountability* da instituição, bem como os possíveis caminhos para seu aprimoramento. A partir de uma revisão de literatura, abordamos os principais conceitos e debates sobre a accountability, o interesse público, a esfera pública e a comunicação pública, destacando a importância desses elementos para a construção de uma sociedade democrática e transparente.

Em seguida, apresentamos o histórico e a caracterização do MPMG, enfatizando as mudanças institucionais que ocorreram a partir da Constituição Federal de 1988, que ampliou as funções e a autonomia do Ministério Público, conferindo-lhe o papel de defensor dos interesses da sociedade e na efetivação de direitos coletivos, mas que também trouxe inúmeras tensões e desafios para pensar as dinâmicas políticas do Brasil nas últimas décadas.

Por fim, fizemos uma análise da assessoria de comunicação do MPMG, examinando suas estratégias, canais, conteúdos e públicos, com ênfase na TV MP e no perfil oficial do Instagram da instituição. Avaliamos como esses meios se relacionam com o público e como esse relacionamento impacta ou pode impactar no aprimoramento das práticas de accountability da instituição.

Como principais resultados, verificamos que a comunicação pública do MPMG apresenta aspectos positivos, como a diversidade de temas abordados, a qualidade audiovisual dos produtos, a presença de profissionais qualificados e a utilização de ferramentas digitais para ampliar o alcance e a interatividade. No entanto, também identificamos alguns desafios, como a falta de documentos de planejamento e avaliação da comunicação, a inabilitação de comentários e chats em alguns vídeos, a baixa participação de representantes da sociedade civil nos debates, a ausência de uma política de transparência ativa e a necessidade de equilibrar a criatividade com a responsabilidade na comunicação.

Entende-se que as lacunas relativas à transparência e accountability no Ministério Público estão institucionalmente consolidadas, sobretudo na direção de distorcer a concepção do interesse público onde a criminalização da política e o combate a corrupção assumem o protagonismo em detrimento, por exemplo, da soberania popular (Avritzer e Marona, 2017) Com isso, as medidas mais severas para solucionar esse problema estão vinculadas a alterações legais, e ajustes no arranjo institucional do país. Todavia, consideramos que a comunicação, também, pode exercer um papel altamente relevante para o aprimoramento da comunicação pública do MPMG e, consequentemente, tornar a instituição mais *accountable*.

Nesse sentido, é possível presumir que o MPMG, por meio de sua assessoria de comunicação, pode adotar uma postura mais ativa ao elaborar e divulgar os documentos de planejamento e avaliação da comunicação, com base em objetivos, indicadores e metas claros e mensuráveis; habilitar os comentários e chats em todos os vídeos, na medida de suas possibilidades, moderando-os de forma ética e respeitosa, e respondendo às dúvidas, críticas e sugestões do público; convidar mais representantes da sociedade civil, movimentos sociais e cidadãos afetados pelos temas em discussão, para enriquecer o debate e promover a participação e o controle social; implementar uma política de transparência ativa, disponibilizando informações sobre as ações, decisões, orçamentos e resultados do MPMG, de forma simples, compreensível e acessível, priorizando a publicização das atividades que produzem efeitos diretos na rotina do cidadão.

É relevante salientar, por fim, que o presente estudo, em virtude de sua abordagem exploratória, indica a necessidade de investigações mais aprofundadas em pesquisas futuras, contemplando uma análise mais abrangente e prolongada ao longo do tempo. A análise apresentada, embora não seja comum no contexto da gestão pública, destaca-se como uma pauta de pesquisa essencial no âmbito dos estudos públicos. A evidência do papel primordial da comunicação institucional na construção da legitimidade e no fomento do diálogo democrático ressalta sua importância como elemento central para a reflexão interna e o aprimoramento contínuo das práticas institucionais. Nesse sentido, o desenvolvimento de estratégias comunicativas eficazes surge como um investimento imperativo para a construção de instituições mais transparentes, responsivas e autenticamente comprometidas com a *accountability*.

REFERÊNCIAS

ARANTES, Rogério B. Rendición de cuentas y pluralismo estatal en Brasil: Ministerio Público y Policía Federal. Desacatos, núm. 49, septiembre-diciembre, 2015, pp. 28-47. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Distrito Federal, México.

AVRITZER,Leonardo; MARONA, Marcelo. A dimensão participativa no Brasil. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, (100), 79-108, 2017.

BRANDÃO, H. P. Democracia e participação na sociedade em rede. Liinc Em Revista, 8(2), 174-187, 2012.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL, Inep. Estudo Internacional de Educação Cívica e Cidadania (ICCS).[Brasília] Ministério da Educação, 11 de outubro de 2022.

BUENO, W. M. Comunicação e democracia: problematizando a esfera pública no contemporâneo. Revista USP, (93), 54-67, 2012.

FILGUEIRAS, Fernando. A política pública de transparência no Brasil: tecnologias, publicidade e accountability. 2016.

FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação. In: Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Editora Unesp, 2003.

Henriques, M. S., Braga, C. S., & Mafra, R. L. M. (2007). O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade. In: Henriques, M. S. Comunicação e estratégias de mobilização social. 2ª. ed. Belo Horizonte: Autêntica.

KERCHE, Fábio. Autonomia e discricionariedade do Ministério Público no Brasil. Dados,v. 50, p. 259-279, 2007.

KERCHE, Fábio. Independência, Poder Judiciário e Ministério Público. Caderno CRH, v.31, p. 567-580, 2018.

KOÇOUSKI, A. P. Esfera pública e diálogo: contribuições para uma teoria da democracia deliberativa. Revista Comunicação, Mídia e Consumo, 9(25), 11-33, 2012.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos. Saraiva, 2012.

LOSEKANN, Cristiana. A esfera pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro. Pensamento Plural, n. 4, p. 37-57, 2014.

MAINWARING, Scott; O'DONNELL, Guillermo (Eds.). Issues in Democratic Consolidation: The New South American Democracies in Comparative Perspective. University of Notre Dame Press, 1989. p. 17-56.

MIOLA, Edna; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Por uma definição de comunicação pública: tipologias e experiências brasileiras. In: VII Congresso da Associação Nacionalde Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA), 2017.

MOTTA, Filipe Mendes; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Assimetria informacional, poder e sistemas deliberativos: uma análise de conflitos ambientais em Minas Gerais.

Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Belo Horizonte, MG, Brasil.

NESCOM/MARGEM - UFMG. Relatório sobre Desinformação e Hesitação Vacinal no Brasil. Universidade Federal de Minas Gerais, 2023.

DE OLIVEIRA, Vanessa Elias; LOTTA, Gabriela Spanchero; DE VASCONCELOS, Natália Pires. Ministério Público, autonomia funcional e discricionariedade: ampla atuação em políticas públicas, baixa accountability. Revista de Estudos Empíricos em Direito, v. 7, n. 1, p. 181-195, 2020.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação Pública: A Construção Social da Notícia. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 31(2), 151-169, 2008.

SANT'ANNA, A. S. O poder da mídia: um panorama da comunicação no Brasil. Contexto, 2009.

TAYLOR, J.R. Rethinking the theory of organizational communication: how to read an organization. Norwood: Ablex, 1993.

Links:

https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/acoes-internacionais/divulgado-o-relatorio-internacional-do-iccs\

https://www.mpmg.mp.br/portal/menu/comunicacao\

https://www.youtube.com/@TV-MP\

https://www.instagram.com/mpmg.oficial/\

https://constituicao.stf.jus.br/dispositivo/cf-88-parte-1-titulo-4-capitulo-4-secao-1-artigo-127