

# Relatório de Análise de Comunicação Pública do Ministério Público do Paraná<sup>1</sup>

Gabriela Mayumi Ykeuti Silva (Bolsista do CNPq - Brasil)<sup>2</sup>

Claudinei Lopes Junior<sup>3</sup>

João Augusto Moliani<sup>4</sup>

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

## Resumo

O presente trabalho é uma análise de comunicação pública em primeira instância, e também uma análise da comunicação do Ministério Público do Paraná (MP-PR). Para realizarmos a pesquisa devidamente, aplicamos um questionário, e realizamos entrevistas que foram importantes para uma análise qualitativa e quantitativa do setor e do perfil do comunicador do órgão público. Ao abordar Comunicação Pública, criamos critérios para a avaliação da comunicação do MP-PR, a partir dos principais teóricos da área. Com base na coleta de dados com o setor de comunicação do MP-PR, foi traçado um perfil do comunicador da área, onde se pode ver nuances de comportamento, salário, faixa etária e formação. Mostramos também particularidades como: local, divisão do trabalho entre outros, que permitem não só traçar um perfil do comunicador, mas também o perfil do local como instituição.

**Palavras-chave:** comunicação; comunicação pública; ministério público paranaense; perfil do comunicador.

O presente trabalho é uma análise de comunicação pública em primeira instância, e também uma análise da comunicação do Ministério Público do Paraná (MP-PR).

Para realizarmos a pesquisa devidamente, aplicamos um questionário, e realizamos uma entrevista, bate-papo com os funcionários da área de comunicação do MP-PR. O questionário e as entrevistas foram importantes para uma análise qualitativa e quantitativa do setor e do perfil do comunicador do ministério público.

Ao abordar Comunicação Pública foram criados critérios para a avaliação da comunicação do MP-PR, a partir de teóricos de comunicação pública.

Com base na coleta de dados com o setor de comunicação do MP-PR, foi traçado um perfil do comunicador da área, onde se pode ver nuances de comportamento, salário, faixa etária e formação. Também é mostrada a análise não quantitativa do setor de comunicação tal qual: local, divisão do trabalho entre outros, que permitem não só traçar um perfil do comunicador, mas também o perfil do local como instituição.

Portanto o trabalho visa analisar a Comunicação Pública inserida no contexto do setor de comunicação do Ministério Público do Estado do Paraná.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 4º período do curso de Comunicação Organizacional da UTFPR - mayuumigabi@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 4º período do curso de Comunicação Organizacional da UTFPR - claudine.i.lopes@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho, professor do curso de Comunicação Organizacional - gutto.moliani@gmail.com

## **O Ministério Público**

O órgão cuja área de comunicação foi analisada é o Ministério Público (MP), no caso, a sede estadual do Paraná. Diante desse objeto de análise, inicialmente, propõe-se uma breve introdução histórica do surgimento da concepção funcional do MP, além de uma conceitualização atual da sua utilidade na sociedade.

Antes de procurar entender a comunicação e o próprio Ministério Público com base em teorias organizacionais e de comunicação pública, é necessário o entendimento da estratificação do poder no qual o Ministério Público do Paraná está inserido.

O Ministério Público Brasileiro é composto pelo Ministério Público Federal (MPF), Ministério Público do Trabalho (MPT), Ministério Público Militar (MPM) e pelo Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT); além dessa subdivisão, há os Ministérios Públicos dos Estados que ainda compõem o órgão. E é dentro desse último grupo que se encaixa o Ministério Público do Paraná (MPPR), cuja comunicação é o objeto de estudo desse trabalho.

O órgão, quando foi instituído na Constituição Brasileira em 1988, previa um ordenamento na concepção jurídica, um regime democrático e um alinhamento dos interesses sociais e individuais indisponíveis (art. 127 da C.F.). Foi integrado permanentemente e julgado de extrema importância na função jurisdicional subordinada exclusivamente ao Estado, atribuição que nada mais do que manter um equilíbrio, na composição dos conflitos de interesses, sem favorecimento e desfavorecimento de forças opostas, a fim de que a paz social e o império da norma de direito fossem resguardados.

No nível histórico, avaliando a função e o desenvolvimento do MPF como um todo, releva-se a sua participação no poder Executivo e no Judiciário; destacando que atualmente, o MP é independente dos três poderes. Mesmo tendo ações administrativas, não o equipara e nem o assemelha ao Poder Judiciário, devido às ações daquele serem peculiares; além de que como órgão institucional do Estado, autônomo e independente, não integra, não está vinculado e não está ligado a nenhum dos Três Poderes.

Quanto ao princípio adotado pelo Ministério Público em 1988, ressaltam-se mudanças realizadas na regulamentação do órgão, uma das mais importantes seria a que regulamenta normas gerais para a organização do MP dos Estados, outorgada em 1993 pelo, então, presidente Itamar Franco. Conhecida como Lei Orgânica; ela garantiu muitas delegações e definições ao Ministério Público de cada Estado brasileiro, como a autonomia funcional, administrativa e financeira; ainda dentro de um dos artigos da lei, há a hierarquia

administrativa do MP (a Procuradoria-Geral de Justiça; o Colégio de Procuradores de Justiça; o Conselho Superior do Ministério Público; a Corregedoria-Geral do Ministério Público), além de sua composição administrativa (as Procuradorias de Justiça e as Promotorias de Justiça) em outro artigo.

Finalizando a apresentação sucinta e geral do órgão explanado nesse trabalho, expõem-se os âmbitos de benefícios e exigências e o posicionamento do MP o qual, por sua vez, basicamente, se propõe ao que está nas listas abaixo; primeiramente seguem as garantias de seus membros e posteriormente, suas barreiras.

#### Garantias:

- a) vitaliciedade, após dois anos de exercício, não podendo perder o cargo senão por sentença judicial transitada em julgado;
- b) inamovibilidade, salvo por motivo de interesse público, mediante decisão do órgão colegiado competente do Ministério Público, pelo voto da maioria absoluta de seus membros, assegurada ampla defesa;
- c) irredutibilidade de subsídio, salvo os casos previstos em Lei.

#### Barreiras:

- a) receber, a qualquer título e sob qualquer pretexto, honorários, percentagens ou custas processuais;
- b) exercer a advocacia;
- c) participar de sociedade comercial;
- d) exercer, ainda que em disponibilidade, qualquer outra função pública, salvo uma de magistério;
- e) exercer atividade político-partidária;
- f) receber, a qualquer título ou pretexto, auxílios ou contribuições de pessoas físicas, entidades públicas ou privadas, ressalvadas as exceções previstas em lei.

## **Comunicação Pública**

Para definir comunicação pública é importante pensar no que constitui de fato a tal comunicação pública. Muitas teorias existem a respeito disso, dentre elas, a necessidade e a obrigação do Estado em comunicar, informar – a transparência- a publicidade dos fatos, ou seja, tornar público os fatos que ocorrem e dizem respeito ao povo. Contrariando estas teorias, existe também o fato de a comunicação pública existir, mas não ser 100% verdadeira, ou totalmente compartilhada.

Até onde é necessário comunicar, para quem é necessário dirigir a comunicação, e como transmitir essa mensagem, são aspectos fundamentais a serem estudados a fim de garantir uma comunicação pública que cumpra de fato com seu papel.

Conforme McQuail, “na maioria dos casos, ‘comunicação pública’ se refere à complexa rede de transações informais, expressivas e solidárias que ocorrem na ‘esfera pública’ ou no espaço público de qualquer sociedade [...]” (2012, p.17).

Essa percepção de “comunicação pública” está associada à concepção de esfera pública habermasiana, na qual o “público” contesta livremente, ao mesmo tempo em que sofre a influência dos setores sistêmicos. [Marina Koçouski]. Já na perspectiva de Ferguson, a “comunicação pública” é traduzida como tudo aquilo que aparece, ou seja, que é divulgado, visível ou disponível.

## **Comunicação Pública como direito de cidadania**

Em *Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas*. Margarida Kunsch, começa a tracejar o que é comunicação pública pelo viés do direito da cidadania.

As instituições públicas e governamentais devem hoje ter uma maior atenção com o ato de comunicar. É necessário que exista a interação entre o público, povo com a instituição, para saber como os órgãos funcionam e o que eles proporcionam à população.

É neste caso o governo que deve ouvir e saber o que a sociedade precisa e transformar isto em serviço público. Porém apenas trazer os instrumentos e não os divulgar para quem precisa não é de utilidade nenhuma. Por isso o Estado, as instituições e órgãos públicos precisam da comunicação pública, para divulgar seu trabalho e para auxiliar a população.

Por estas razões a comunicação pública é vista como um direito de cidadania é direito de o cidadão saber o que está disponível a ele pelos meios de publicidade do Estado.

Em "Comunicação pública: construindo um conceito" de Marina Koçouski são abordadas duas visões bastante importantes de comunicação pública.

### **Comunicação Pública em Zémor**

Para Zémor, a comunicação está em toda parte, sendo assim a comunicação entre Estado e população não deveria ser diferente. A análise do autor parte da ideia de que a comunicação está presente em toda a parte. Para ele, a comunicação pública é definida pela legitimidade do interesse geral e estende-se para além do domínio público segundo o estrito senso jurídico.

Neste caso tudo que é de interesse público deve estar presente na comunicação pública, tal como: Informações sobre saúde, sobre saneamento básico, avisos, campanhas sobre doenças, campanhas ambientais, entre outros.

Zémor (1995[2005], p.5), define que as finalidades da comunicação pública não podem ser dissociadas daquelas inerentes às instituições públicas, cujas funções são:

- a) informar;
- b) escutar;
- c) contribuir para assegurar a relação social e;
- d) acompanhar as mudanças de comportamento e das organizações sociais.

### **Comunicação Pública em Jaramillo Lopes**

Jaramillo é mais um dos autores importantes ao se falar em comunicação pública. Para ele, a comunicação pública nasce da relação que existe entre a comunicação e a política, considerando que o público é aquilo que é de todos e que a política é tida como a arte de construir consensos (López, 2003, p.1).

Ou seja, a comunicação pública e a política andam juntas, portanto mesmo que o dever do Estado de comunicar/informar não mude com a mudança de governos, o consenso produzido pela política sobre a comunicação é submetido a esta mudança.

Jaramillo construiu um gráfico dos níveis de comunicação e de entendimento da mesma, onde os níveis da comunicação são abordados:



A partir deste modelo de participação crescente, podemos notar, que a partir da informação dada ao receptor o mesmo pode ou não se aprofundar na informação. Se o fizer, ele pode consultar, deliberar chegar a um consenso e a partir daí ter uma corresponsabilidade com as informações prestadas publicamente. Se o receptor discordar, por exemplo, o emissor pode reconsiderar a informação, mas se o receptor apenas recebe a informação, existe um consenso por meio das partes e a informação dada pode ser considerada compreendida.

Atingir o nível de corresponsabilidade é o mais difícil da comunicação pública, uma vez que muito de sua comunicação com o público não passa do grau de informação.

### **Comunicação Pública em Franca Facioli**

Em "O discurso obscuro das leis", Mariângela Haswani, traz a concepção de comunicação de alguns autores, entre eles Franca Facioli (2000) que entende que a comunicação pública é aquela destinada ao cidadão em sua veste de coletividade e conota-se, em primeira instância, como “comunicação de serviço” que o Estado ativa, visando garantir a realização do direito à informação, à transparência, ao acesso e à participação na definição das políticas públicas e, assim, com a finalidade de realizar uma ampliação dos espaços de democracia.

### **Comunicação Pública no Brasil**

No Brasil, a Comunicação Pública pode ser vista fortemente em dois momentos: a época de Getúlio Vargas, numa tentativa de propaganda do governo e não como comunicação de Estado. E na Ditadura militar, onde o governo tinha o mesmo objetivo, a propaganda.

Já na redemocratização do país é que o assunto se tornou novamente relevante, e que foi construído a ser como é hoje. Uma vez que a nova constituição garantiu legalmente a liberdade de imprensa, a liberdade de expressão e a divulgação e transparência dos atos de governo.

Portanto a partir das concepções e definições vistas acima, a comunicação pública deve ser:

- 1) De interesse público geral;
- 2) Direito de cidadania da população;
- 3) De acesso à informação;
- 4) Uma via de duas mãos (emissão e *feedback*).

E estes serão os critérios que posteriormente avaliaremos o Ministério Público do Paraná (MP-PR).

### **A comunicação no Ministério Público**

Como citado anteriormente os critérios que utilizaremos para definir a atuação do Ministério Público do Paraná, são:

- 1) De interesse público;
- 2) Direito de cidadania da população;
- 3) De acesso à informação;
- 4) Uma via de duas mãos (emissão e *feedback*).

Ao analisarmos a comunicação do MP-PR, de acordo com o primeiro item, "De interesse público" verificou-se que: o MP-PR atende a este critério uma vez que por definição "O Ministério Público por destinação constitucional defende aquilo que é inerente ao direito de todos os cidadãos, por isso muitos doutrinadores o chamam de "defensor do povo"<sup>4</sup>. Já que é denominado defensor do povo, o Ministério cumpre com o papel de interesse público, portanto é necessário que se comunique, e que informe à população as decisões, eventos, audiências públicas entre outros.

Quanto ao segundo critério "Direito de cidadania da população", o MP-PR se enquadra tanto no interesse, quanto no direito da população a ter conhecimento do que acontece na instituição uma vez que a mesma é uma das que garantem os direitos da população em julgamentos, audiências públicas e etc.

Do "acesso à informação" O ministério público conta com diversos meios para o acesso à informação. Entre eles, o site institucional (<http://www.mppr.mp.br>) que disponibiliza várias informações sobre a instituição e o trabalho que faz, e também os

conteúdos que são de interesse público, como por exemplo uma audiência importante para a cidade. Contam também com o Transparência MP-PR ([www.transparencia.mppr.mp.br](http://www.transparencia.mppr.mp.br)) onde é possível ter a publicidade, a visibilidade da instituição em critérios financeiros, que vão desde os salários de todos do órgão, até os processos de licitação. Na aba "assessoria de comunicação" (<http://www.mppr.mp.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=46>), o MP-PR disponibiliza os *releases* de imprensa, campanhas do ministério e eventos internos. Neste sentido o site é bastante informativo. O Ministério conta também com campanhas publicitárias nas redes sociais (<https://www.facebook.com/pages/Minist%C3%A9rio-P%C3%BAblico-do-Estado-do-Paran%C3%A1/139449386124189>) página não veiculada a assessoria de comunicação, e nos principais veículos de comunicação, como jornais, revistas e anúncios televisivos.

De "uma via de mão dupla (emissão e *feedback*)", o Ministério Público conta com alguns recursos no site que possibilitam a comunicação de duas vias. O site possui um "Fale Conosco" (<http://www.mppr.mp.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1684>), onde qualquer cidadão pode entrar em contato com as diversas seções mostradas no site. Além disso, o site conta com o número de telefone e o endereço do Ministério para contato.

Possui também a Ouvidora-geral é um destes recursos (<http://www.ouvidoria.mppr.mp.br/>) que visa "contribuir para o aperfeiçoamento e melhoria das atividades prestadas pelo Ministério Público; manter a comunicação direta entre a sociedade e o Ministério Público; colaborar com o fortalecimento da cidadania; agir com transparência, presteza e eficiência. A Ouvidoria pode ser utilizada apenas "quando não for atendida com a devida atenção e empenho por membros e/ou servidores do Ministério Público."

A comunicação pública do Ministério Público do Estado do Paraná, pode ser considerada efetiva de acordo com os critérios de avaliação do grupo baseados em teóricos de comunicação pública. O MP-PR cumpre com o seu papel de instituição pública, cumpre com o papel da publicidade e transparência dos fatos, e possui meios de contatá-los para um *feedback*, perguntas ou dúvidas.

Porém mesmo que comprovado eficiente por estes critérios, o trabalho ainda prevê uma avaliação não teórica, e sim vivenciada da equipe que visitou, entrevistou e aplicou questionários no setor de comunicação do Ministério Público.



## Perfil do comunicador

Após a aplicação do questionário aos funcionários da Assessoria de Comunicação do Ministério Público do Paraná, o presente trabalho cumpriu com a caracterização do profissional do órgão. Para fins éticos e acadêmicos, os nomes dos entrevistados não serão revelados, sendo os dados fielmente mantidos.

Dos doze trabalhadores que mantém vínculo empregatício com o Ministério Público, sete responderam o questionário, representando 59% do núcleo de Assessoria de Imprensa.

As tabelas abaixo indicam as informações sobre os funcionários da Comunicação do Ministério Público do Paraná.

Tabela 1. Profissão, idade e local de nascimento.

Nome	Profissão	Idade	Nascimento
A	Jornalista	45	Ponta Grossa-PR
B	Jornalista	27	Curitiba-PR
C	Jornalista	32	Belo Horizonte - MG
D	Jornalista	53	Cambará-PR
E	Designer	35	Curitiba-PR
F	Estagiário/Design	30	Mafra-SC
G	Estagiário/Jornalismo	22	Curitiba-PR

A partir da construção da Tabela 1, é possível concluir que o profissional da Assessoria de Comunicação do Ministério Público tem como profissão o jornalismo e vem oriundo de outras cidades, não sendo natural da capital paranaense. A média de idade é de 35 anos de idade, tendo um desvio padrão de 18 anos para mais e 13 anos para menos.

Tabela 2. Formação acadêmica – Graduação e especialização.

Graduação	Instituição	Especialização	Instituição
Jornalismo	UEPG	Ciências Políticas	UFPR
Jornalismo	PUCPR	Comunicação Política	UFPR
Jornalismo	UFV	-	-
Jornalismo	PUCPR	Língua portuguesa/Psicopedagogia	PUCPR/FAE
Publicidade e Propaganda	UP	-	-

Design Gráfico	PUCPR	-	-
Jornalismo	Unibrasil	-	-

Tabela 3. Formação acadêmica – Mestrado e doutorado.

<b>Mestrado</b>	<b>Instituição</b>	<b>Doutorado</b>	<b>Instituição</b>
-	-	-	-
-	-	-	-
Comunicação Social	PUC-MG	-	-
Comunicação e Linguagem	UTP	Educação	UTIC
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

A partir das informações coletadas, é possível observar que o profissional da Comunicação do Ministério Público possui – de maneira geral – a graduação em Comunicação Social e habilitação em Jornalismo; que apenas o estagiário de Design Gráfico está conciliando o seu trabalho com a sua graduação – uma vez que o responsável pelo Design tem formação em Publicidade e Propaganda; o Jornalista da Assessoria do Ministério Público tem a graduação e uma especialização.

As universidades que acolheram os profissionais são em sua maioria de caráter particular – representam mais da metade.

Apenas um profissional – o com mais idade – que possui em sua carreira acadêmica o título de doutorado. Isso leva a crer que quanto mais jovem o profissional de Comunicação é, menor é a sua especialização acadêmica.

Tabela 4. Salário e situação empregatícia.

<b>Salário</b>	<b>Situação empregatícia</b>
De R\$ 7,5 a R\$ 10 mil	Comissionado
De R\$ 5 a R\$ 7,5 mil	Comissionado
De R\$ 7,5 a R\$ 10 mil	Concursado
Acima de R\$ 10 mil	Concursado
De R\$ 5 a R\$ 7,5 mil	Comissionado
Até R\$ 1,5 mil	Estágio

Até R\$ 1,5 mil

Estágio

Entre os trabalhadores que não se enquadram como estagiários, a maior parte dos profissionais entrevistados encontra-se em situação de comissionado. Mesmos os cargos de estágios são realizados através de concursos, bem como os cargos concursados.

Tabela 5. Benefícios oferecidos ao trabalhador.

**Benefícios**

---

Vale refeição, subsídio no plano de saúde, auxílio creche
Vale alimentação/supermercado
Vale alimentação/supermercado, plano de saúde, seguro de vida, auxílio creche, auxílio escolar/dependentes
Plano de saúde, seguro de vida
Vale alimentação/supermercado, plano de saúde
Vale-transporte
Vale-transporte

As informações coletadas demonstram que os benefícios oferecidos aos profissionais de Comunicação da Assessoria do Ministério Público são variados, uma vez que vão de encontro com as próprias necessidades dos trabalhadores. Isso demonstra uma variância entre os funcionários, podendo representar uma fragilidade diante das questões salariais dos servidores.

Tabela 6. Relação entre casamento, filhos, casa e veículo próprios.

Casado	Filhos	Casa própria	Veículo próprio
Sim	2	Sim	Sim
Não	0	Não	Não
Sim	0	Sim	Não
Sim	1	Sim	Sim
Não	0	Sim	Sim
Não	0	Não	Não
Não	0	Sim	Não

Considerando todas as respostas obtidas através do questionário, é possível observar que a maioria dos trabalhadores da Comunicação do Ministério Público não são casados – um valor de 58% da amostra total.

Dentre as poucas pessoas que têm filhos – um total de dois trabalhadores – a média entre eles é de 1,5 filhos. Já a esmagadora maioria – cinco trabalhadores – não possui filhos.

A realidade da casa própria é parte da vida de grande parte dos servidores da Comunicação do Ministério Público – cinco possui sua própria moradia – enquanto os dois restantes declararam não possuir casa própria.

O contraste entre aqueles que possuem e os que não possuem se torna menos drástico quando se diz respeito a veículos automotores. Apenas três possuem veículo de transporte próprio enquanto os quatro restantes afirmaram não possuir automóveis.

Tabela 7. Trabalhador associado a sindicatos, tempo da jornada de trabalho e tempo disposto ao trabalho em casa.

<b>Sindicalizado</b>	<b>Jornada de trabalho</b>	<b>Trabalho em casa</b>
Sim	De 6 a 8 horas	De 2 a 3 horas
Não	De 8 a 10 horas	0
Não	De 8 a 10 horas	Até 1 hora
Sim	De 8 a 10 horas	0
Não	De 6 a 8 horas	0
Não	Até 6 horas	0
Sim	Até 6 horas	0

Associar-se aos sindicatos da categoria é uma realidade de apenas uma parcela dos trabalhadores do Ministério Público do Paraná – menos da metade representada por três dos entrevistados.

As jornadas de trabalho são predominantemente de 8 a 10 horas, podendo se apresentar como de 6 a 8 horas como também de até 6 horas. O tempo de trabalho varia de acordo com a demanda de atividades a serem desempenhadas pelo profissional da Comunicação.

O trabalho se resume à jornada dentro do próprio Ministério Público do Paraná. Poucos são os trabalhadores que se dedicam às funções no período intra-laboral. Nos casos em que a dedicação extra acontece, não ultrapassa um intervalo de três horas.

Tabela 8. Tempo de deslocamento entre o ambiente de trabalho e residência, e tipo de transporte utilizado para tal.

<b>Tempo de deslocamento</b>	<b>Tipo de transporte</b>
de 1 a 2 horas	Próprio
de 1 a 2 horas	A pé
de 1 a 2 horas	A pé
de 30 minutos à 1 hora	Próprio
de 30 minutos a 1 hora	Próprio
de 30 minutos a 1 hora	A pé
Acima de 2 horas	Público

O tempo médio de deslocamento entre o Ministério Público do Paraná e a residência do profissional da Comunicação divide-se na média entre trinta minutos e uma hora; e uma hora a duas horas.

O meio de transporte mais utilizado também se divide em veículo próprio e maneiras alternativas de deslocamento – a caminhada. Apenas um dos funcionários faz uso do transporte público.

### **Observações do grupo**

Durante o trabalho em campo, o grupo pode observar peculiaridades no setor de comunicação pública do MP-PR. Como por exemplo, o fato de existir uma maioria de jornalistas dentre os funcionários do setor.

Estes jornalistas desempenham as mais variadas funções, desde releases, fotografia, assessoria de empresa, produção de notícias e artigos. Para a comunicação de um setor que abrange o Estado do Paraná inteiro, a quantidade de funcionários é limitada, são 12 ao todo, incluindo estagiários.

O que sentimos que falta para o setor, além de mais vagas no concurso público, são as vagas destinadas. No setor de design, que produz todo o material gráfico de todos os municípios do Estado, existe apenas um publicitário, que é contratado e não concursado, e um estagiário.

Com a presença de vagas destinadas, o trabalho seria melhor distribuído e melhor desempenhado, uma vez que todos estariam em funções que são aptos a trabalhar e que são autoridades no assunto.

## Conclusão

Com a análise realizada do ambiente e também das funções desempenhadas pelos colaboradores do departamento de comunicação do Ministério Público do Paraná, notou-se que três das quatro principais definições de comunicação pública são cumpridas. As publicações do departamento são de interesse geral, enaltecem os direitos de cidadania da população (campanhas de conscientização) e dão acesso à informação (ex.: divulgação de ações do Grupo De Atuação Especial De Combate Ao Crime Organizado - GAECO).

Quanto à comunicação pública como via de mão dupla no departamento é um ponto que tem muito a ser aprimorado. Apesar do grande número de ouvidorias no site, disponibilidade de contatos e meios para comunicação, a população em geral pode ser mais ouvida para que o trabalho do Ministério Público seja cada vez mais voltado ao interesse do público em geral.

## Referências bibliográficas

<http://www.artigonal.com/direito-artigos/a-funcao-do-ministerio-publico-federal-5670552.html> - Acessado em: 30/11/2015

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8625.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8625.htm) - Acessado em: 29/11/2015

<http://www.mppr.mp.br/> - Acessado em: 30/11/2015

Constituição Brasileira de 1988 - [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm) - Acessado em: 01/12/2015

EMMANUEL BURLE FILHO, José & AUGUSTO GOMES, Maurício. **Ministério Público, as funções do Estado e seu posicionamento constitucional.** - Tese aprovada no VIII Congresso Nacional do Ministério Público, realizado em Natal-RN, no mês de setembro de 1990 - Disponível em: [http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/23494/ministerio\\_publico\\_funcoes\\_estado.pdf](http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/23494/ministerio_publico_funcoes_estado.pdf).

MATOS, Heloiza Helena Gomez. **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas.** São Paulo, Ed. rev. ampl., ECA/USP, 2013.