



14/06/2016 10:06 - Pesquisa revela a percepção dos membros do MP brasileiro sobre seu papel na divulgação da atuação institucional

Para conhecer a percepção dos integrantes do Ministério Público brasileiro sobre o papel estratégico da Comunicação, as unidades dos MPs em todo o país com base na Ação Nacional Estruturante de Comunicação e nas deliberações do Comitê de Políticas de Comunicação (CPCOM), realizaram, em 2015, pesquisa de opinião que contou com a participação de quase 900 membros. “O objetivo é impulsionar e promover iniciativas para o fortalecimento da imagem institucional e do relacionamento do MP com a sociedade”, defende o presidente da Comissão e Conselheiro do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), Orlando Rochadel Moreira.

A proposta surgiu após pesquisa de imagem realizada, em 2012, pelo CNMP, a qual revelou que apenas um terço da população brasileira tem conhecimento sobre as funções desempenhadas pelo Ministério Público. A mudança dessa realidade passa pelo estabelecimento de um diálogo mais próximo entre a sociedade e o Ministério Público, representado essencialmente pelos seus membros como porta-vozes da instituição.

O resultado dessa pesquisa deve, agora, nortear ações destinadas a melhorar o relacionamento entre membros, equipes de Comunicação e imprensa, de modo a fortalecer a imagem do MP junto à sociedade.

Dados gerais

A pesquisa foi realizada entre 4 de novembro e 18 de dezembro de 2015, e a participação dos membros foi incentivada pelos setores de Comunicação dos MPs em seus meios institucionais (portais, informativos, intranet). Dos 14 mil membros dos Ministérios Públicos do país, 885 (6,3%) responderam à enquete.

A maioria dos respondentes (68%) concorda plenamente que seu papel como integrante do MP inclui, também, a divulgação de sua atuação para a sociedade, e 74% se dizem dispostos a falar sobre sua atuação institucional diretamente com os cidadãos, por meio, principalmente, de atendimento ao público, palestras e reuniões com a comunidade. Porém, 4% responderam discordar, em parte ou totalmente, dessa afirmação, ou seja, não estão dispostos a falar diretamente com o cidadão.

Quando a imprensa é o meio utilizado para a comunicação com a sociedade, o número de membros dispostos a falar, em comparação com o dado anterior, cai para 53%, e o percentual dos que não estão dispostos a falar sobe para quase 10% (incluindo os que concordam em parte e totalmente com a afirmação). A mídia escrita é a que apresenta menor restrição: 89% estão dispostos a utilizá-la para se comunicar com a população.

Sociedade

A maioria dos entrevistados acredita que a melhor forma de comunicação para aproximar o MP dos cidadãos são as campanhas publicitárias/institucionais (79%) – área em que boa parte dos MPs brasileiros ainda carece de investimentos e estruturação –, seguida por divulgação na imprensa (78%). Quando questionados sobre o atendimento aos jornalistas, mais de 10% discordam um pouco ou totalmente da afirmação de que “é papel do membro atender os jornalistas”, e um percentual expressivo (44%) concorda, em parte, que prefere que a Assessoria de seu MP repasse a informação solicitada ao repórter.

Mais da metade dos respondentes (54%) têm receio de que os jornalistas distorçam as informações repassadas, embora 80% se digam preparados para conceder entrevistas à imprensa (32% concordam totalmente, e 48% concordam um pouco). Mesmo assim, a grande maioria considera importante a realização de treinamentos para preparar melhor os membros para falarem com a imprensa (94%).

Papel das Assessorias

Referindo-se aos setores de Comunicação de cada unidade ministerial, 80% dos membros relatam que já solicitaram algum serviço da área. Entre os que não solicitaram, parte justifica essa postura dizendo que a divulgação de sua atuação independe do setor de Comunicação.

Um percentual de 36% respondeu com convicção (concorda totalmente) que conhece as atribuições da área de Comunicação da unidade em que atua, mas 11% declararam não saber como demandar o setor. Apesar disso, 81% consideram que a área de Comunicação possui papel estratégico para a instituição.

Estrutura da Assessoria

Comunicação no MP/RO – No MP de Rondônia o trabalho do setor passou a fazer parte da estrutura administrativa da Instituição em 2004, com o advento da Lei Complementar nº 303/204, que dispõe sobre a Modificação e a Organização Geral Administrativa do MP/RO, sendo criada a Assessoria de Comunicação e Cerimonial (Ascom). Nessa mesma lei, foi criado o cargo de Analista em Jornalismo, que resultou na contratação de duas jornalistas por meio de concurso público realizado em 2005 e que hoje compõem o quadro da Assessoria. Em 2014, uma nova alteração na Lei 303 criou três estruturas independentes na área de Comunicação com o surgimento da Assessoria de Cerimonial (Asce), Assessoria de Publicidade Institucional (Aspi) e Assessoria de Comunicação (Ascom), que ficou responsável pelas relações institucionais com a imprensa. Em 2014, outro importante avanço foi o estabelecimento da Política de Comunicação do MP/RO, por meio da Resolução nº 11/2014 da Procuradoria-Geral de Justiça, que culminou com a atualização do Manual de Relacionamento com a Mídia da Instituição.

Ao setor competem atividades como: atualização da página inicial do site institucional com notícias internas e de interesse público a respeito das atividades realizadas pela instituição, suas unidades e membros (eventos, campanhas, ações ajuizadas, denúncias, TACs etc.); atendimento à imprensa; intermediação entre membros e jornalistas na divulgação de temas pertinentes à atuação institucional; produção de campanhas institucionais pautadas pelo interesse público e pela atuação ministerial; produção de informativos internos periódicos para membros e servidores; pesquisa de material publicado diariamente na imprensa (*clipping*); assessoramento em gestão de crises; agendamento e acompanhamento de entrevistas com os veículos de comunicação; organização de eventos institucionais voltados à área da imprensa.

Fonte: MP/RO

Notícias RO