

O uso do Twitter pelo conselho nacional do ministério público, como uma ferramenta de accountability extrainstitucional no combate a pandemia da Covid-19

Twitter use of the national council of the public ministry as a tool extrainstitutional accountability in combating pandemic Covid-19

El uso de Twitter por parte del consejo nacional del ministerio público brasileño, como herramienta de rendición de cuentas extrainstitucional (accountability) en el combate a Covid-19

Recebido: 17/11/2022 | Revisado: 24/11/2022 | Aceitado: 25/11/2022 | Publicado: 03/12/2022

Thiago Edirsandro Albuquerque Normando

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7102-3179>

Centro Universitário UniFacid Wyden, Brasil

E-mail: thiago.normandoadv@gmail.com

Jandson Vieira Costa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3448-670X>

Centro Universitário UniFacid Wyden, Brasil

E-mail: jandsonvc@gmail.com

Resumo

O presente estudo tem o objetivo de explicar o uso da rede social Twitter, pelo Conselho Nacional do Ministério Público – CNMP, através de sua conta @cnmp_oficial, e verificar se está sendo utilizada como uma forma de accountability extrainstitucional em relação à transparência nas ações do Ministério Público para os cidadãos no combate à Pandemia da Covid-19. Para tanto, é apresentado em um primeiro momento a conceituação do CNMP, sua origem e formação e posteriormente é realizado uma análise exploratória dos dados obtidos da conta no Twitter, através da abordagem de mineração de dados com a ferramenta Python, onde foi possível colher dados e gerar gráficos e tabelas, de todas as postagens desde a criação da conta, verificando o volume de postagens por mês antes e depois do início da pandemia, volume de interações do público bem como a quantidade de postagens relacionadas a Covid-19 e o impacto delas com o público, fazendo esta análise à luz da bibliografia de autores como Fábio Kerche, Fernando Filgueiras, Helga Almeida, José Eisenberg, Manuel Castells, Monique Menezes, Rogério Arantes, dentre outros. Este estudo demonstrou que o CNMP alavancou o uso da rede, de forma exponencial após o início da pandemia bem como a interação dos cidadãos com a conta aumentou significativamente, o que mostra que o uso da rede social pode ser considerado como uma forma de accountability extrainstitucional.

Palavras-chave: Accountability; Twitter; CNMP; Covid-19; Extrainstitucional; Tuitocracia.

Abstract

This study aims to explain the use of the social network Twitter, by the National Council of the Public Ministry - CNMP, through its @cnmp_oficial account, and to verify whether it is being used as a form of extra-institutional accountability in relation to transparency in the actions of the Public Prosecutor for Citizens in Combating the Covid-19 Pandemic. To do so, the conceptualization of the CNMP, its origin and formation is first presented, and then an exploratory analysis of the data obtained from the Twitter account is carried out, through the data mining approach with the Python tool, where it was possible to collect data and generate graphs and tables of all posts since account creation, checking the volume of posts per month before and after the start of the pandemic, volume of audience interactions as well as the number of posts related to Covid-19 and their impact with the public, making this analysis in the light of the bibliography of authors such as Fábio Kerche, Fernando Filgueiras, Helga Almeida, José Eisenberg, Manuel Castells, Monique Menezes, Rogério Arantes, among others. This study demonstrated that the CNMP leveraged the use of the network, exponentially after the start of the pandemic, and the interaction of citizens with the account significantly increased, which shows that the use of the social network can be considered as a form of extra-institutional accountability.

Keywords: Accountability; Twitter; CNMP; Covid-19; Extra-institutional; Tuitocracy.

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo explicar el uso de la red social Twitter, por parte del Consejo Nacional del Ministerio Público - CNMP, a través de su cuenta @cnmp_oficial, y verificar si está siendo utilizada como una forma de rendición de cuentas extrainstitucional en relación con la transparencia en las acciones del Ministerio Público para los ciudadanos en la lucha contra la Pandemia Covid-19. Para ello, se presenta en un primer momento la conceptualización de la cnmp, su origen y formación y posteriormente se realiza un análisis exploratorio de los datos

obtenidos de la cuenta de Twitter, a través del enfoque de minería de datos con la herramienta Python, donde fue posible recopilar datos y generar gráficos y tablas de todos los posts desde la creación de la cuenta, verificar el volumen de publicaciones por mes antes y después del comienzo de la pandemia, el volumen de interacciones del público, así como la cantidad de publicaciones relacionadas con Covid-19 y su impacto con el público, haciendo este análisis a la luz de la bibliografía de autores como Fábio Kerche, Fernando Filgueiras, Helga Almeida, José Eisenberg, Manuel Castells, Monique Menezes, Rogério Arantes, entre otros. Este estudio demostró que el CNMP aumentó exponencialmente el uso de la red después del inicio de la pandemia, así como la interacción de los ciudadanos con la cuenta aumentó significativamente, lo que demuestra que el uso de la red social puede considerarse como una forma de rendición de cuentas extrainstitucional.

Palabras clave: Rendición de cuentas; Twitter; Cnmp; Covid-19; Extrainstitucional; Tuitocracia.

1 Introdução

No dia 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde elevou o estado de contaminação da Covid-19 para Pandemia, o que trouxe grandes mudanças a nível global e no Brasil não foi diferente. No dia 23 de março de 2020 foi publicado no Diário Oficial da União o Decreto Legislativo nº 6/2020, que reconheceu o estado de calamidade pública e que desencadeou um efeito em cascata para todas as demais instituições políticas em todas as esferas de poder.

Desde então, observou-se uma busca incessante de garantir o acesso à informação para toda a população de forma a tentar minimizar o impacto da Covid-19 e, dentre as instituições envolvidas no processo, está o Conselho Nacional do Ministério Público - CNMP, órgão que tem a função de fiscalizar as atividades administrativas, financeira e disciplinar de todos os Ministérios Públicos no Brasil, sendo considerado uma das principais agências de accountability no País. Conforme cita Fábio Kerche (2007), em seu artigo “Autonomia e discricionariedade do Ministério Público do Brasil”, o órgão atua como um “órgão especializado e auxiliar dos poderes de Estado, não previstos na teoria clássica da democracia liberal, para limitar abusos de atores estatais”.

A democratização do Estado, de forma a promover e garantir reformas apoiadas no acompanhamento de crescente crise, é um dos temas centrais da teoria da política contemporânea (Fernando Filgueiras, 2011). Neste sentido, entendemos que essa política contemporânea passa pela utilização das redes sociais, como o caso do Twitter, como meio de comunicação dos entes públicos e os cidadãos, especialmente em um momento que vivemos onde o uso das redes sociais é crescente e estimulado, especialmente para obter informações corretas sobre a situação da pandemia em nosso País.

Neste contexto, as redes sociais, em especial o Twitter, possibilitam um volume grande de conteúdo em relação a estes assuntos e verificar como um órgão tão importante como o CNMP utiliza esta rede social, pode nos ajudar a compreender melhor se a informação tem potencial para chegar ao público e se o mesmo interage com estas informações, mostrando que o uso de uma rede social com informação adequada e no tempo certo, pode ser uma excelente arma para auxiliar no combate à pandemia, mostrando, no caso do CNMP, como o órgão vem atuando em sua função mister de accountability.

Sendo assim a proposta do presente estudo é investigar uso Twitter como uma ferramenta de aproximação do público com o CNMP no período da pandemia, a partir das postagens publicadas pela conta @cnmp_oficial, utilizando a mineração de dados através da ferramenta *Python* realizando uma análise exploratória dos dados.

2 Metodologia

Esse estudo se desenvolve, a partir de uma pesquisa bibliográfica e documental acerca dos conceitos abordados e do observável. E na sequência, continua através de uma análise de dados, a partir das postagens publicadas pela conta @cnmp_oficial, utilizando a mineração de dados através da ferramenta *Python* realizando uma análise exploratória dos dados. Caracteriza-se ainda a presente pesquisa como descritiva de um Estudo de Caso, posto que preocupa com a descrição dos fatos ou dos fenômenos ocorridos, de forma mais aprofundada, pensando em dar uma explicação para um determinado fenômeno

(Vieira, 2010). Nesse caso, o fenômeno são as publicações de Twitter pelo Conselho Nacional do Ministério Público durante o período da Pandemia.

Segundo Vieira (2010, p. 33), “os passos básicos do modelo hipotético-dedutivo de Popper incluem a formulação de um problema de pesquisa, a confecção de uma hipótese (possível solução para esse problema) e o teste de verificação da hipótese, que termina por sua comprovação (chamada por Popper de verificação) ou negação (falsificação)”. Dessa forma, se os experimentos e fatos de o mundo real conseguirem comprovar as hipóteses, então se construirá conhecimento científico.

O Estudo de Caso é um método de natureza qualitativa, o que se amolda à proposta deste estudo quando se pretende responder a questões do tipo “como” e “por que” o Conselho Nacional do Ministério Público utiliza o Twitter, como ferramenta de accountability. Esse tipo de estratégia deve ser utilizado quando “o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real”. (Duarte & Barros, 2005).

Complementando o pensamento supracitado (Yin, 2001), o Estudo de Caso “é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos”, permitindo uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas da vida real. Para o autor, essa modalidade consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

3. O Ministério Público no Brasil

O Ministério Público é uma peça fundamental no processo democrático brasileiro. A evolução social que o País vivenciou no final dos anos 80, trouxe a necessidade de um avanço das instituições públicas em decorrência da real possibilidade de fiscalização, cobrança e responsabilização, que passaram então a ser previstas no novo ordenamento jurídico brasileiro pós redemocratização.

Neste sentido o Ministério Público no Brasil torna-se um verdadeiro mecanismo de accountability horizontal perante as demais instituições políticas, atuando como fiscal e garantidor da aplicação e efetivação das políticas públicas.

Analisando o texto da Constituição de 1988, o seu artigo 127 diz que o Ministério Público é uma instituição permanente, essencial, com o objetivo de defender a ordem jurídica, ordem democrática e interesses sociais e individuais indisponíveis. Pelo texto da norma suprema brasileira, observa-se que o Ministério Público é uma vitória institucional, já que lhe foi garantido independência em relação aos demais poderes do Estado.

Fica claro então, neste sentido, o destaque do MP, um dos principais agentes do processo político, bem como na atual crise sanitária que o País vive em decorrência da Pandemia causada pela doença Covid-19 onde a instituição atua de maneira a combater o desbaste de direitos sociais garantidos na Constituição de 1988 (Arantes, 1999). Sobre este aspecto, observa-se que o Ministério Público, conforme cita Fábio Kerche (2007), em seu artigo Autonomia e discricionariedade do Ministério Público do Brasil, atua como um “órgão especializado e auxiliar dos poderes de Estado, não previstos na teoria clássica da democracia liberal, para limitar abusos de atores estatais”.

O Ministério Público como conhecemos hoje, é em decorrência de toda a sua formação histórica e legal. Ronaldo Junior (2010) falando sobre a origem e a evolução do Ministério Público Brasileiro diz:

No Brasil, o Ministério Público encontra suas raízes no Direito lusitano vigente no País nos períodos colonial, imperial e início da República. As Ordenações Manuelinas de 1521 já mencionavam o promotor de justiça e suas obrigações perante as Casas da Suplicação e nos juízos das terras. Nelas estavam presentes as influências dos direitos francês e canônico.

autor apresenta ainda informações de que nas Ordenações Filipinas de 1603 houve uma reafirmação das funções desse *Parquet* com a função de “fiscalização da lei e da justiça e no direito de promover a acusação criminal”.

Ao longo da formação estrutural e social do Ministério Público, o órgão passou por diversas transformações em sua estrutura e em suas atribuições. Conforme cita o Subprocurador-Geral aposentado Guilherme Mastrichi Basso (2018, p. 15) o Ministério Público só foi reconhecido como uma instituição real no início da República, tendo desde então avançado com seu prestígio.

Com a promulgação da Constituição de 88, o Ministério Público ganhou a autonomia esperada para sua plena atuação, como fiscal e garantidor das leis. Assim, houve a necessidade de reescrever por completo, diversas obras que tratam sobre a função do MP, tendo em vista as consequências de inovação na atuação do órgão, em decorrência da vigência da CRFB/88 (Mazzilli, 1991), que definiu um papel completamente novo para o Ministério Público brasileiro.

3.1 Criação do conselho nacional do ministério público

Com a redemocratização no final dos anos 80 e nas décadas que sucederam, houve uma necessidade dos entes públicos em buscar uma melhor imagem perante o público em geral. Muito se dá em especial por cada dia as fiscalizações estarem mais próximas das irregularidades e isso danifica a imagem de um órgão e seus agentes. Sobre isso, Fernando Filgueiras (2011, p.65) diz que a democratização do Estado, de forma a promover e garantir reformas apoiadas no acompanhamento de crescente crise, é um dos temas centrais da teoria da política contemporânea. Com isso, combater as contradições estruturais especialmente as que se apresentam pela corrupção, é um dos objetivos do processo, especialmente pelo avanço da pobreza, violência, dentre outros.

O Conselho Nacional do Ministério Público – CNMP, apresenta em seu site eletrônico a sua função, informando que é um órgão que “atua em prol do cidadão executando a fiscalização administrativa, financeira e disciplinar do Ministério Público no Brasil e de seus membros, respeitando a autonomia da instituição.

O CNMP surgiu através da Emenda à Constituição EC nº 45 de 2004, que passou por longos 13 anos de debate no Congresso Nacional, tendo sido esta emenda a responsável por grandes mudanças no poder judiciário, especialmente pela criação de dois importantes órgãos, o Conselho Nacional de Justiça – CNJ, responsável por fazer o controle administrativo e financeiro do poder Judiciário e o CNMP, objeto deste artigo que tem a mesma competência, porém relativa ao Ministério Público.

O CNMP possui em sua estrutura a composição definida pelo art. 130-A da CRFB/88, sendo 8 membros oriundos do MP e 6 de fora, sendo que deste seis dois são juízes indicados pelo STF e STJ, dois advogados indicados pelo Conselho Federal da OAB e dois cidadãos de notório saber jurídico indicados pela Câmara dos deputados e pelo Senado Federal. A tabela abaixo facilita a compreensão da composição do CNMP

Tabela 1 - COMPOSIÇÃO CNMP - art. 130-A CRFB/88.

ORIGEM	QUANTIDADE
PROCURADOR GERAL DA REPÚBLICA	1
Membros do MPU	4
Membros do MP's estaduais	3
Juizes indicados pelo STF e STJ	2
Advogados indicados pelo CFOAB	2
Cidadãos indicados pela Câmara dos deputados e pelo Senado Federal	2
total	14

Fonte: Produzida pelo autor com base no Art. 130-A da Constituição Federal

Observa-se então que na composição do CNMP buscou-se a participação da sociedade, diretamente na atividade do órgão, permitindo a participação de cidadãos brasileiros, indicados pelas casas legislativas, onde estão os representantes do povo, eleitos.

3.2 Conceituando accountability horizontal

Guillermo O'Donnel (1991) utiliza o termo accountability como sinônimo de obrigatoriedade de prestação de contas, representação - em virtude do representante ser nomeado pelo representado - teorizando ainda sobre a dimensão horizontal de accountability, representada pelas atribuições à algumas agências estatais de poderes para atuar na supervisão “contra ações ou omissões de outros agentes ou agências de Estado que possam ser qualificadas como delituosas”.

Já Fernando Filgueira (2011), defende a ideia de que accountability seria tarefa das instituições políticas, criarem mecanismos de prestação de contas à sociedade, no sentido de reduzir a Razão do Estado a uma razão de público e permitir o controle deste sobre aquele. Em outra obra do autor, em 2016, intitulada “*democracia digital, publicidade, instituições e confronto político*” o autor aborda que o accountability passa por uma Administração Pública equitativa e inclusiva, abordando mais a responsabilização e transparência

A Professora da Universidade Federal do Piauí – UFPI, Dra. Monique Menezes, em seu trabalho no ano de 2016, sobre “Atuação da CGU e a Qualidade da Democracia no Brasil: uma análise da fiscalização nos municípios” ela aborda três vertentes da Accountability, a vertical, horizontal e a social. Sobre a horizontal ela diz que neste sentido ocorre uma relação de supervisão e controle ocorre entre agências do Estado

Com base nestes três autores, pensando no contexto deste trabalho, passo a definir accountability horizontal como sendo a possibilidade das agências de regulação, controlar, cobrar e perseguir a responsabilização, dos atores e instituições políticas para garantia da transparência das ações tomadas em nome do público através da representação.

3.3 Utilização de redes sociais pelo conselho nacional do ministério público

Eisenberg (2003) em seu trabalho sobre Internet, Democracia e República, analisando a importância e o avanço dos meios eletrônicos de comunicação, destacou que o rádio, precisou de 38 anos para atingir 50 milhões de usuários no mundo. Os computadores demoraram 16 anos para atingir o mesmo patamar, já a televisão demorou 15 anos e a internet, precisou de apenas 4 anos, para atingir este volume de usuários.

É neste cenário de internet, que as redes sociais estão inseridas. Dados recentes de um relatório publicado entre a *We Are Social* e *Hootsuite*, apontou que somente no ano de 2020, o número de novos usuários de mídias sociais subiu 13% e apontou ainda que mais de 500 milhões de pessoas entraram em alguma nova rede social, fazendo com que o mundo atingisse no início de 2021 o impressionante número de 4,2 bilhões de usuários de redes sociais.

A utilização de redes sociais por atores e instituições políticas, passa pela necessidade de estes estarem mais próximos da população. De acordo com Pereira e Sátyro (2016, *apud Helga Almeida*, 2017, p.77) “os políticos têm que ir aonde o povo está e nesse momento a presença nas redes tornou-se fundamental se se quiser manter um relacionamento com alguma proximidade com o eleitorado”.

Apesar da citação acima fazer referência a políticos e a necessidade de sua aproximação com o eleitorado, pode-se muito bem utilizar o mesmo princípio para as instituições políticas como é o caso do CNMP e isto pode ser considerado como uma forma de *accountability extra institucional*, já que é uma forma de transparência e prestação de conta do órgão, para o “principal” que é a sociedade, através de meios não institucionais, que são as redes sociais.

Abordando sobre a internet, Manuel Castells acredita que a mesma pode ser considerada como a ferramenta que possibilitou a “comunicação livre e generalizada”, através de múltiplos e distintos meios (Castells, 1999). Neste mesmo sentido,

Magrani (2014) aborda que a internet “além de ser apta a aproximar os cidadãos dos seus representantes, [...] permite a formação de redes que interligam a esfera local, regional, nacional e transnacional”.

Neste contexto podemos destacar como o uso de redes sociais – uso da internet mais comum entre a população em geral – pode influenciar a relação entre os entes públicos e os cidadãos. Vedel (2017) analisando diversos aspectos sobre uma E-democracia, em seu trabalho intitulado “*The Idea of Electronic Democracy: Origins, Visions and Questions*”, fala que as tomadas de decisão do público e a sua participação de maneira online, seriam uma das três grandes diferenciações importantes dessa democracia realizada de forma eletrônica, o nos deixa entender, dentro do contexto do presente artigo, que o Twitter, utilizado pelo CNMP, serve para possibilitar uma participação democrática do principal, dentro deste processo de accountability durante o período da pandemia

Analisando o sítio eletrônico do CNMP, observa-se que o órgão está presente em cinco redes sociais. A Tabela 2 abaixo mostra as redes, data de ingresso do CNMP e o número atual* de seguidores.

Tabela 2 - Redes sociais do CNMP.

REDE SOCIAL	DATA DE INGRESSO	SEGUIDORES
Twitter	janeiro-10	58.064
Flickr	janeiro-11	127
Youtube	abril-11	9.840
Facebook	junho-11	173.941
Instagram	fevereiro-18	12.349
total de seguidores		254.321

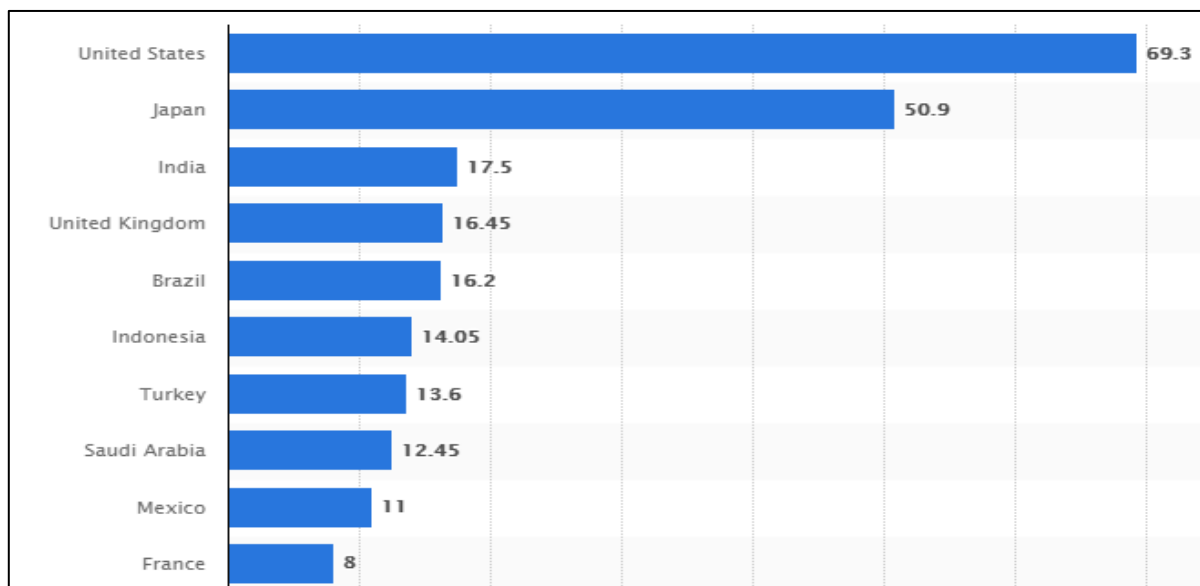
Fonte: elaborada pelo autor com base nos dados de <https://www.cnmp.mp.br/portal/>

Com base nos dados acima, observamos que o Twitter foi a primeira rede social utilizada pelo CNMP. Sendo assim decidimos utilizá-la como elemento de análise e instrumento de comunicação do CNMP. Para tanto, é necessário compreender como o Brasil está presente nesta rede. Com isso, analisamos as informações do site *statista.com*, que apresenta dados diversos sobre uso de redes em todo o mundo.

Segundo o site, o Brasil, em janeiro de 2021 era o quarto país do mundo em número de usuários de Twitter, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, Japão, Índia e Reino Unido, conforme *Gráfico 1*, o que mostra o “mercado digital” amplo e com uma evolução constante e significativa, sendo o único país da América do Sul entre os dez primeiros do ranking e ainda estando em primeiro lugar dentre os países da América Latina, com o México ocupando a nona posição a nível global. Levando-se em consideração todo o continente americano, o Brasil fica atrás apenas dos Estados Unidos da América, que é o país com o maior número de usuários do planeta.

* O número de seguidores foi contabilizado até o dia 31 de maio de 2021, tendo em vista este ser o limite temporal da pesquisa realizada, a fim tornar os dados homogêneos em relação ao lapso temporal utilizado.

Gráfico 1 – Uso de redes sociais no mundo.



Fonte: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>.

Pelos dados apresentados, observamos que o Twitter se apresenta como uma excelente ferramenta de aproximação, contato, entre as instituições políticas e a população em geral no Brasil, ficando evidente a importância da presença nestes meios de comunicação, como uma forma de prestação de contas com o público.

3.4 O Twitter como instrumento de accountability extra institucional do CNMP e a Covid-19

Conforme mencionado anteriormente, o uso de uma rede social, por um órgão público como o CNMP, pode ser entendido como uma forma de accountability extra institucional. Neste sentido, buscamos identificar o Twitter como uma ferramenta de aproximação do público com o CNMP no período da pandemia

Para analisar os dados da conta no Twitter do Conselho Nacional do Ministério Público, @cnmp_oficial, foi realizado uma raspagem de dados obtidos através da ferramenta *Python*. O período de dados coletados foi de 18 de janeiro de 2010, data da primeira postagem da conta, até o dia 31 de maio de 2021, tendo gerado assim, o montante de 8483 tweet neste período.

Como o recorte temporal deste trabalho é a partir do início da pandemia, filtramos os dados a partir do dia 11 de março de 2020, onde chegamos a um total de 2041 tweet neste período. Ou seja, 24,06% de todas as postagens da conta, foram realizadas num período de pouco mais de 13 meses, conforme Tabela 3 abaixo:

Tabela 3 - Número de tweets do @cnmp_oficial.

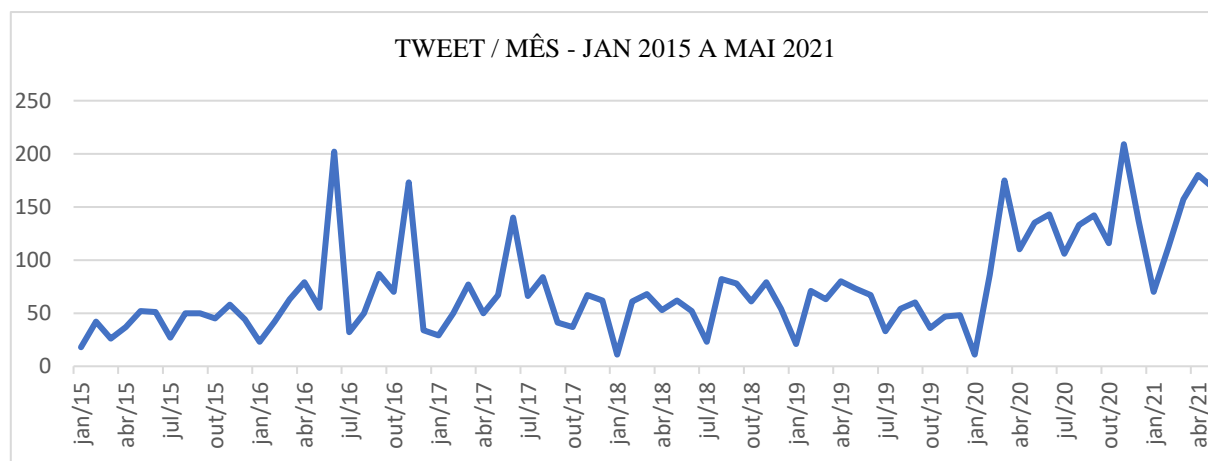
PERÍODO	QUANT. DE MESES	Nº DE TWEET	%
18 jan. 2010 a 10 mar. 2020	122	6442	75,94%
11 mar. 2020 a 31 mai. 2021	15	2041	24,06%
TOTAL TWEET		8483	

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados obtidos no Twitter com raspagem de dados *Python*.

Observa-se que entre janeiro de 2010 e fevereiro de 2020 o que corresponde a 122 meses, a média de postagens/mês da conta era de 52,80. Após o início da pandemia, no período entre março de 2020 até maio de 2021, a conta passou a publicar em média 136,06 tweets/mês, o que corresponde a um crescimento de 257,7% no volume de postagens.

Para destacar ainda mais o aumento na frequência de postagens/mês, foi feito um recorte considerando desde o ano de 2015 até maio de 2021, onde observa-se um crescimento acentuado entre os meses de fevereiro e março de 2020, exatamente na data inicial da Pandemia da Covid-19. O Gráfico 2 abaixo deixa esta informação mais evidente:

Gráfico 2 – Frequência mensal de postagens.



Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados obtidos no Twitter com raspagem de dados *Python*.

O aumento das postagens se deu exatamente com o início da instalação do estado de calamidade no Brasil em decorrência da Pandemia causada pela Covid-19, o que mostra que o órgão CNMP buscou, através de sua conta no tweet, levar mais informação ao público em geral.

Mas, quantas dessas postagens realmente tem ligação com a Covid-19? Esta pergunta norteou uma outra análise feita através dos dados coletados, para saber quantas das 2041 postagens realizadas entre os dias 11 de março de 2020 até 31 de maio de 2021, tem relação direta com a covid-19.

Para tanto, foi utilizado o filtro por palavras, dentro da tabela CVS, gerada na raspagem de dados obtida pelo *Python*. Definimos como palavras-chave, os termos Covid, Coronavírus e Pandemia e chegamos a um total de 256 postagens neste período sobre o assunto, o que corresponde a 12.54% do total de tweet no período da pandemia. A Tabela 4 abaixo deixa mais claro esta informação.

Tabela 4 - Número de tweets do @cnmp_oficial no período de mar 2020 a mai 2021.

PERÍODO	QUANT. DE MESES	%
Tweet sobre outros assuntos	1785	87,46%
Tweet sobre Covid-19 (covid, coronavírus, pandemia)	256	12.54%
TOTAL TWEET	2041	100%

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados obtidos no Twitter com raspagem de dados *Python*.

Posteriormente partimos para analisar o número de interações totais das postagens. Definimos como interações totais o somatório de respostas, compartilhamentos e curtidas em cada uma das postagens.

Para verificar o nível de interação entre o público e o CNMP no Twitter, foi realizado uma classificação do Tweets em relação ao número total de interações. A partir de então, foi filtrado os 10% com maior número de interação no período do recorte temporal do trabalho, o que corresponde ao número de 205 tweets, conforme mostra a Tabela 5, abaixo:

Tabela 5 - Número de tweets com maior interação @cnmp_oficial considerando apenas os 10% com maior número.

ASSUNTO	Nº DE POSTAGENS	Nº DE INTERAÇÕES	%
Covid-19	45	653	18,16%
OUTROS	160	2942	81,84%
TOTAL TWEET	205	3595	

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados obtidos no Twitter com raspagem de dados *Python*.

Analisando os dados observamos que dos 205 tweets com maior interação, do CNMP no período, 45 são sobre o tema da Covid-19, que contabilizam 653 interações totais, o que corresponde a 18,16% do total de interações.

4. Conclusão

Com base em todos os dados expostos no presente estudo, observamos que o CNMP, através de sua conta @cnmp_oficial no Twitter, teve um aumento na frequência de postagens desde o início da pandemia, saindo de uma média de 52,80 postagens/mês para 136,06 postagens/mês, ou seja, um aumento na frequência de 257,7%. Neste cenário, foram 256 postagens com relação à Covid-19, de um total de 2041, o que corresponde a 12,54%. Dessas 256 postagens, 45 estão entre os 10% que tiveram maior número de interações totais entre todas as postagens do CNMP no período avaliado, contabilizando 653 interações totais o que equivale a 18,16%.

Nota-se que o CNMP de fato está utilizando a rede social como uma ferramenta adequada de acesso à informação para o público em geral, amoldando-se à ideia da Dra. Helga Almeida (2017) quando aborda o pensamento de Pereira e Sátyro (2016), apresentada no bojo do trabalho, quando citado que o uso de novas tecnologias, em especial as redes sociais de grande impacto, servem para que os atores e instituições políticas possam estar presente no local onde o público está e não ficar apenas esperando que os mesmos busquem esta informação nos canais oficiais, o que aproxima o principal do agente, utilizando-se da rede Twitter como uma forma de aplicação da prestação de contas e transparência, que são algumas das atividades que possuem o caráter accountability.

Em suma, este trabalho mostra que o Twitter pode ser uma excelente forma de accountability extra institucional, já que se trata de uma plataforma não oficial, mas que, conforme dados apresentados, vem se aproximando do público em geral e antecipando informações que antes o público só teria acesso caso houvesse a curiosidade e possibilidade de acesso aos meios institucionais.

Outrossim, com o objetivo de auxiliar em pesquisas futuras que abordem sobre o mesmo tema, sugere-se que seja realizado uma análise sobre a atuação dos órgãos de controle além do ministério público, e se os mesmos estão utilizando as TIC's como ferramenta de accountability, garantindo assim o direito constitucional ao acesso à informação.

Referências

- Alexy, R. (2015). *Teoria dos Direitos Fundamentais*. (2a ed.) Malheiros Editores
- Almeida, H. N. (2017). *Representantes, representados e mídias sociais. Mapeando o mecanismo de agendamento informacional*. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade Federal de Minas Gerais. <http://hdl.handle.net/1843/BUOS-AU3JRN>
- Arantes, R. B. (1999). *Direito e política: o Ministério Público e a defesa dos direitos coletivos*. RBCS. 14(39), página inicial-página final. <https://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v14n39/1723.pdf>
- Barral, W. O. (2010). *Metodologia da pesquisa jurídica*. Del Rey
- Bobbio, N. (1986). *O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo*. Tradução: Marco Nogueira. Paz e Terra
- Castells, M. (2015). *A Galáxia da Internet Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Tradução: Maria Borges. Zahar

- De Araujo, G. D., et al. (2020). *Análise exploratória de dados do Twitter: compreendendo as conexões da informação de saúde durante o surto da febre amarela em 2017*. BRAJIS. <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/10179/6731>
- Duarte, J., & Barros, A. (2005) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. Atlas
- Eisenberg, J. (2003). *Internet, democracia e República*. Dados. Revista de Ciências Sociais, (pp.491-511). <https://doi.org/10.1590/S0011-52582003000300003>
- Filgueiras, F. (2011). *Além da Transparência: Accountability e Política de Publicidade*, (pp. 65 – 94). Lua Nova. <https://doi.org/10.1590/S0102-64452011000300004>
- Kerche, F. (2007). *Autonomia e Discrecionalidade do Ministério Público no Brasil*. DADOS – Revista de Ciências Sociais, (pp. 259 -279), Rio de Janeiro
- Menezes, M. (2016). *Atuação da CGU e a Qualidade da Democracia no Brasil: uma análise da fiscalização nos municípios*. 40º encontro da ANPOCS, Caxambú.: <https://anpocs.com/index.php/papers-40-encontro/st-10/st08-9/10213-atuacao-da-cgu-e-a-qualidade-da-democracia-no-brasil-uma-analise-da-fiscalizacao-nos-municipios/file>
- O'Donnell, G. (1998). *Accountability horizontal e novas poliarquias*. (pp.27-52) Lua Nova
- Pansieri, F. (2017). *Conselho Nacional do Ministério Público*. Enciclopédia jurídica da PUC-SP. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/69/edicao-1/conselho-nacional-do-ministerio-publico>
- Silva, S. P., Bragatto R. C., & Sampaio, R. C. (2016). *Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Folio Digital. Disponível em: <https://doi.org/10.24328/2017/61012.88/14>
- Teixeira, L., & Cordeiro, R. (2013). *Accountability Horizontal no Brasil: uma Análise do programa de fiscalização dos Sorteios Públicos no Estado da Bahia*. 37º Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro. http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/68/2013_EnANPAD_APB2319.pdf
- Vedel, T. (2006). *The Idea of Electronic Democracy: Origins, Visions and Questions: Origins, Visions and Questions*. Parliamentary Affairs, (pp.226 – 235). Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01475858v2>
- Xavier, F., et al. (2020). *Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19*. São Paulo: IEA. <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3499.016>
- Xavier, R. (2011). *Accountability e as suas Múltiplas Abordagens: um Balanço Teórico*. XXXV Encontro da ANPAD, <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APB649.pdf>
- Yin, R. K. (2021). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. (2a ed.): Bookman