

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

EDSON GIL SANTOS JÚNIOR

O JORNALISMO DA FONTE COMO PARTE NECESSÁRIA DE UM
JORNALISMO PLURAL DEMOCRÁTICO – AS ROTINAS DA DIVULGAÇÃO DA
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

PONTA GROSSA
2015

EDSON GIL SANTOS JÚNIOR

O JORNALISMO DA FONTE COMO PARTE NECESSÁRIA DE UM
JORNALISMO PLURAL DEMOCRÁTICO – AS ROTINAS DA DIVULGAÇÃO DA
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

Dissertação apresentada para obtenção do
título de mestre da Universidade Estadual de
Ponta Grossa, Área de Processos
Jornalísticos.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Lúcia Becker

PONTA GROSSA
2015

Ficha Catalográfica
Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

Santos Júnior, Edson Gil
S237 O jornalismo da fonte como parte
necessária de um jornalismo plural
democrático - as rotinas da divulgação da
Assembleia Legislativa do Paraná/ Edson
Gil Santos Júnior. Ponta Grossa, 2015.
170f.

Dissertação (Mestrado em Jornalismo -
Área de Concentração: Processos
Jornalísticos), Universidade Estadual de
Ponta Grossa.

Orientadora: Prof^a Dr^a Maria Lúcia
Becker.

1.Jornalismo da fonte. 2.Assessoria de
imprensa. 3.Comunicação pública.
4.Assembleia Legislativa do Paraná.
5.Jornalismo plural. I.Becker, Maria
Lúcia. II. Universidade Estadual de Ponta
Grossa. Mestrado em Jornalismo. III. T.

CDD: 070.4

EDSON GIL SANTOS JÚNIOR

O JORNALISMO DA FONTE COMO PARTE NECESSÁRIA DE UM
JORNALISMO PLURAL DEMOCRÁTICO – AS ROTINAS DA DIVULGAÇÃO DA
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

Dissertação apresentada para obtenção do título de mestre na Universidade Estadual de
Ponta Grossa. Área de Concentração: Processos Jornalísticos

Ponta Grossa, 16 novembro de 2015.

Profa. Dra. Maria Lúcia Becker - Orientadora
Doutora em Ciências da Comunicação
Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG

Profa. Dra. Cíntia Xavier
Doutora em Ciências da Comunicação
Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG

Profa. Dra. Cristiane Brum Bernardes
Doutora em Ciência Política
Centro de Treinamento, Aperfeiçoamento, Formação da Câmara dos Deputados –
CEFOR



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM JORNALISMO
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO (Mestrado) EM JORNALISMO

ATA N° 007

ATA DE APRESENTAÇÃO E DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM JORNALISMO DO
PÓS-GRADUANDO **EDSON GIL SANTOS JUNIOR** NA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA

Aos dezesseis dias do mês de dezembro de dois mil e quinze, às 9:00 horas, na sala do Portal Telemidiático de Ciências Sociais e Humanidades (Sala A-17. Bloco A, Campus Central UEPG), sob a presidência da Profª. Drª. Maria Lúcia Becker, em sessão pública, reuniu-se a Banca Examinadora da apresentação e defesa da dissertação de Mestrado em Jornalismo do pós-graduando **Edson Gil Santos Junior**, formada por Maria Lúcia Becker (orientadora, UEPG), Profª Drª Cintia Xavier (UEPG) e Profª Dra. Cristiane Brum Bernardes (CEFOR), convidada indicada pelo Colegiado do MsJor, na ocasião participando pela modalidade à distância (videoconferência). Iniciados os trabalhos, a presidência informou aos membros da banca e o mestrando as normas que regem a defesa de dissertação e orientou a sequência de fala dos examinadores para arguição. Em seguida, o mestrando apresentou o trabalho intitulado "O jornalismo da fonte como parte necessária de um jornalismo plural democrático – as rotinas da divulgação da Assembleia Legislativa do Paraná". Encerrada a apresentação, arguição e retorno do mestrando aos questionamentos e ponderações dos avaliadores, a Banca considerou o trabalho de dissertação *... Aprovado ...*. A presidência ressaltou que a obtenção dos créditos de Dissertação e a outorga do Título de Mestre em Jornalismo pela UEPG estão condicionadas ao cumprimento das exigências da Banca Examinadora e ao depósito da versão definitiva da Dissertação no formato impresso e em CD na extensão PDF, no prazo de até sessenta dias. A não entrega no referido prazo anula a possibilidade de outorga definitiva do Título e, portanto, o recebimento de Certidão e outros documentos. A solicitação do Diploma está condicionada ao cumprimento das exigências acima mencionadas. Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente ata, que vai assinada pelos integrantes da banca avaliadora.

Ponta Grossa, 16 de dezembro de 2015.

Observação e indicações (se necessário):


Profª Drª Maria Lúcia Becker (Orientadora UEPG)


Profª Drª Cintia Xavier (UEPG)


Profª Drª Cristiane Brum Bernardes(CEFOR)

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaração de Compromisso Ético com a Originalidade Científico-Intelectual

Eu, Edson Gil Santos Júnior, CPF número 008313199-09, RG número 5.951.306-0, responsabilizo-me pela redação do trabalho intitulado: **O Jornalismo da Fonte como parte necessária de um jornalismo plural democrático – as rotinas da Divulgação da Assembleia Legislativa do Paraná**, atestando que todos os trechos que tenham sido transcritos de outros documentos (publicados ou não), e que não sejam de minha exclusiva autoria, estão citados entre aspas, com a devida indicação de fonte (autor e data) e a página que foram extraídos (se transcrito literalmente) ou somente indicados fonte e ano (se utilizada a ideia do autor citado), conforme normas e padrões da ABNT vigentes. Declaro, ainda, ter pleno conhecimento de que posso ser responsabilizado (a) legalmente caso infrinja tais disposições.

Ponta Grossa, 16 de novembro de 2015.



Edson Gil Santos Júnior
RA: 3100114006018

Dedico este trabalho para as mulheres da
minha vida minha filha, esposa, mãe e avó.

RESUMO

O presente estudo se utiliza das práticas laborais do setor de Divulgação da Assembleia Legislativa do Paraná (Alep) e por consequência da TV Sinal, que produzem o conteúdo jornalístico do portal da referida instituição, para traçar um panorama do trabalho prestado para a população e identificar se o trabalho é jornalismo, assessoria de imprensa ou jornalismo da fonte, levando em conta a legislação brasileira vigente, o uso das tecnologias digitais, como a própria mudança de comportamento dos profissionais. Para isso, a pesquisa se utiliza de uma metodologia com diversas técnicas como, por exemplo, análise de conteúdo, observação participante e entrevistas em profundidade para discernir em que momentos o trabalho destes jornalistas pode ser considerado de comunicação institucional ou de comunicação pública, uma vez que o custo desta estrutura é oriundo do contribuinte e não do chefe do poder legislativo. O resultado aponta para um jornalismo da fonte e assessoria de imprensa em transformação na Alep, devido a maior transparência dos dados públicos, como também se utilizando da objetividade como ferramenta para alcançar a credibilidade e assim, em um contexto de jornalismo pluralizado, pela grande demanda de informações disponíveis, se consolidar como referência especializada confiável, frente a outros meios que abordam o tema público legislativo.

PALAVRAS-CHAVES: Jornalismo da Fonte. Assessoria de Imprensa. Comunicação Pública. Assembleia Legislativa do Paraná. Jornalismo Plural.

ABSTRACT

This study uses the labor practices of the diffusion sector of Assembleia Legislativa do Paraná (Alep) and consequently the TV Sinal that produces the journalistic content of the said institution site, to give an overview of the work done for the people and identify if the work is of journalism, media relations or journalism source. Taking into account the current Brazilian legislation, the use of digital technologies such as the change of the behavior of professionals. For this, the research uses a methodology with various techniques, for example, content analysis, participant observation and in-depth interviews to discern in what moments the work of these journalists can be considered a corporate communication or public communication since the cost of this structure comes from the taxpayer and from not the head of the legislature. The result points to a journalism source and media changing in Alep, due to increased transparency of public data, as well as using objectivity as a tool to achieve credibility and so, in a pluralized journalism context, the great demand information available to consolidate as a reliable expert reference, compared to other means to address the legislative public issue.

KEYWORDS: Journalism Source. Press office. Public communication. Assembleia Legislativa do Paraná. Plural Journalism.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	12
1.	A COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE EM TRANSFORMAÇÃO	14
1.1.	DEMOCRACIA, PODER LEGISLATIVO E ESFERA PÚBLICA	14
1.2.	NOVAS TECNOLOGIAS E MEIOS DA FONTE	17
1.2.1.	Visibilidade pelas redes sociais	22
1.3.	MUDANÇAS NA LEGISLAÇÃO	24
1.4.	FORMAS DE FAZER JORNALISMO PARA O CIDADÃO - DEFINIÇÕES E CONCEITOS	26
1.4.1.	Conceito de Jornalismo	28
1.4.2.	Conceito de Assessoria de Imprensa	30
1.4.3.	O Jornalismo da Fonte	35
1.4.4.	Semelhanças e conexões teóricas	40
1.4.5.	Comunicação empresarial, institucional, governamental e política	43
1.5.	O JORNALISMO DA FONTE E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA	45
2.	O ESTUDO NA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ (2014)	52
2.1.	PLURALIDADE DE TÉCNICAS COMO ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	52
2.1.2.	Métodos complementares	55
2.1.1.1.	Base de conhecimento - Pesquisa bibliográfica	55
2.1.1.2.	Análise de conteúdo	55
2.1.1.3.	Análise comparativa	57
2.1.1.4.	Análise documental	58
2.1.1.5.	Identificação do cenário	59
2.1.1.6.	Identificação do perfil profissional	60
2.1.2.	Métodos principais	61
2.1.2.1.	Observação participante	61
2.1.2.2.	Entrevistas em profundidade semiestruturadas	65
2.2.	BREVE ENTENDIMENTO DA ROTINA	69
2.3.	DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA	69
2.4.	O ESCÂNDALO DOS DIÁRIOS SECRETOS	73
2.5	ANÁLISE DE CONTEÚDO – RESULTADOS	78

2.5.1.	Classificação	78
2.5.2.	Codificação	79
2.6.	A demanda de informações e a agenda da mídia	85
2.7.	Panorama de acessos e perfil de usuários nos meios próprios	91
2.8.	Identificação do perfil profissional	97
2.9.	Observando participante	99
2.9.1.	1ª Fase	99
2.9.2.	2ª Fase	114
2.9.3.	Análise da observação das rotinas	123
3.	COMUNICAÇÃO ORIUNDA DA FONTE COMO FERRAMENTA DE CIDADANIA E JORNALISMO PÚBLICO ..	125
3.1.	Critérios de noticiabilidade	125
3.2.	Perfil editorial	127
3.3.	Sistema público de comunicação	128
3.4.	Sistema estatal de comunicação	133
3.5.	Jornalismo da Fonte e a Objetividade	134
3.6.	O Jornalismo Plural	143
	Considerações finais	148
	Referências	152
	Apêndice	162
	Questionário perfil do jornalista	163
	Anexos	166
	Anexo 1 - Página inicial da Alep	167
	Anexo 2 - Agência de Notícias da Alep	168
	Anexo 3 - Hotsites deputados	168
	Anexo 4 - Página da Rádio Sinal (<i>radioweb</i>)	169
	Anexo 5 - Página da TV Sinal no Youtube	169
	Anexo 6 - Página da TV Sinal no portal da Alep	170

INTRODUÇÃO

Com o constante avanço dos meios de informação digitais, o jornalismo passa, nos últimos anos, por uma transformação interna. A profissão se limitava, por um lado, aos jornalistas da redação dos meios de comunicação de massa, que se intitulavam independentes, e, por outro, aos assessores de imprensa, como colaboradores, que produziam para estes meios, representando as fontes de informação.

Os assessores dependiam totalmente dos veículos de comunicação, por não possuírem veículos próprios e também por não serem considerados jornalistas por fração dos profissionais da mídia brasileira, que julgam parciais as informações divulgadas pelas assessorias, por se limitarem às fontes enquanto instituição.

As novas possibilidades midiáticas e mudanças na legislação, que estabelecem o acesso público às informações governamentais, originam um novo perfil de profissional neste mercado. Diferente das empresas privadas, o setor público divulga, na maioria das vezes, informações de interesse geral da população.

Dentro do setor público, o Legislativo, quando comparado ao Executivo, por exemplo, trabalha de maneira mais independente, por servir a interesses diversos, compostos, na maioria das vezes, por conflitantes correntes políticas, o que possibilita uma pluralidade de fontes, aproximando a prática da assessoria às funções de jornalista. O fato de possibilitar a pluralidade de fontes não é garantia de que isso aconteça, mas pelo aumento no número de servidores concursados, ou do quadro de carreira, nestes meios, bem como uma maior consciência profissional, proporcionalmente, nos dias de hoje, aumenta a credibilidade no conteúdo gerado por estes profissionais.

Na apresentação da hipótese do jornalista da fonte, Sant'Anna (2009) aponta o surgimento de um novo ator no cenário jornalístico, um novo modelo de atuação profissional que trabalha para a fonte de informação, mas, ao mesmo tempo, desempenha funções semelhantes a dos jornalistas dos meios clássicos de informação.

Os pensadores do jornalismo no Brasil, como no exterior, ainda não concluíram as discussões sobre a possibilidade de o assessor de imprensa ser considerado jornalista ou não, mas em virtude das inovações tecnológicas nos meios de comunicação, bem como das mudanças na legislação brasileira, a figura de um novo ator na profissão já pode ser vislumbrada e até sistematizada.

Nos deparamos com um profissional híbrido, que trabalha para a fonte de informação mas realiza funções de jornalista, na produção de conteúdo para meios próprios de mídia, disponíveis para a população em geral, por canais predominantemente digitais.

Neste contexto, diversas indagações são possíveis, como por exemplo: Somente o que é divulgado pelos meios de comunicação de massa poder ser considerado jornalismo? A objetividade é encontrada nos meios de comunicação clássicos? E nos meios da fonte? Em ambas as frentes podemos esperar a busca pela objetividade? Os valores notícia são baseados nos interesses da instituição ou na primazia pelo interesse público? A síntese destes questionamentos resulta no problema central deste trabalho que procura saber se é possível o jornalista da fonte em um órgão público legislativo produzir comunicação pública, quando isto é possível e quais são os fatores que interferem para esta possibilidade.

Para isso, este estudo contextualiza o jornalismo da fonte com o jornalismo institucional, partindo do pressuposto que pelo fato de o corpo técnico do setor de comunicação institucional das casas legislativas ser mantido com recursos públicos, presume-se encontrar um conteúdo norteado pelo preceito da comunicação pública que proporcione cidadania através da informação que é de direito a população receber e de dever dos órgãos públicos publicizar.

O presente trabalho utiliza-se da observação presencial das rotinas laborais, na análise das atividades e dos conteúdos gerados no setor de Divulgação da Assembleia Legislativa do Paraná, bem como de entrevistas quantitativas e qualitativas com seus profissionais de jornalismo em busca de responder tais questionamentos.

1. A COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE EM TRANSFORMAÇÃO

1.1. DEMOCRACIA, PODER LEGISLATIVO E ESFERA PÚBLICA

Para se estudar a forma de comunicação em um parlamento e o porque de a comunicação efetuada por esta instituição pública se diferenciar da realizadas pelas demais instancias dos Poderes instituídos, é interessante brevemente ter uma noção da premissa principal que alicerça o parlamento, a democracia.

A democracia, de acordo com Bobbio (1997, p.18) é um conjunto de regras (primarias ou fundamentais) que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões coletivas e quais são os procedimentos. Dessa forma, as decisões são tomadas por indivíduos autorizados a tomá-las em nome de seus membros.

Segundo Bobbio, a democracia moderna, nascida como democracia representativa, deveria ser caracterizada pela representação política, isto é, por uma forma de representação na qual o representante, sendo eleito a trabalhar pelos interesses da nação, não pode estar sujeito a um mandato vinculado a interesses próprios. O princípio sobre o qual se funda a representação política é a antítese exata do princípio sobre o qual se funda a representação dos interesses, no qual o representante, devendo perseguir os interesses particulares do representado, está sujeito a um mandato vinculado aos seus próprios interesses.

No Brasil, o sistema de democracia representativa faz com que os cidadãos elejam seus representantes através do voto e, assim ao invés de administrarem os assuntos públicos em uma democracia direta, confiam a seus representantes esta responsabilidade. Por isso, na democracia representativa, as eleições não decidem sobre questões públicas (como referendos e plebiscitos, por exemplo), mas sim sobre quem irá decidir as questões públicas.

É neste contexto que aparece o Poder Legislativo, como forma de representar a vontade da população diante do Poder Executivo. Bobbio cita ainda Locke e Rousseau, que atestam que o Poder Executivo deveria ainda ser subordinado ao Legislativo, que seria soberano em suas deliberações.

Dessa forma, para não ter que exercer a democracia constantemente em toda e qualquer situação e, assim poder desenvolver suas atividades particulares, o cidadão delega a seus representantes a função de decidir e gerenciar o que é de pertencimento público. Ficando assim, isento de destinar muito do seu tempo à esfera pública, podendo então dedicar-se à esfera privada, como aponta Alverga, (2003), em sua dissertação em Ciência Política.

A noção de liberdade negativa em Locke fica caracterizada quando este autor estabelece que o Governo é limitado pelo consentimento da população governada (Locke, 1973:78), não podendo o poder público exorbitar das prerrogativas que lhe foram atribuídas pelo povo. (ALVERGA, 2003, p. 140)

Para Barros, o Parlamento, enquanto instituição representativa em um contexto democrático tem como função promover e defender o princípio constitucional da publicidade¹ dos atos da administração pública. Segundo ele, a democracia para acontecer precisa dos direitos de liberdade que só funcionam se as ações do governo forem esmiuçadas, julgadas e criticadas quando tornadas públicas.

A atuação do Parlamento é fundamental para o fortalecimento da esfera pública, entendida como espaço no qual as demandas e reivindicações sociais são exteriorizadas. Isso porque a visibilidade institucional, a transparência política e a interação social constituem elementos indispensáveis para o fortalecimento desta esfera pública e, por extensão, da democracia. (BARROS, 2015, p. 183)

De acordo com Habermas (1997, p.14), o Estado é o poder público, e a ele cabe promover o bem comum. Por outro lado, o sujeito da esfera pública é o público, os cidadãos, que têm necessidade de se informar, pois somente através da informação adquirida, serão capazes de se manifestarem, demonstrando-se portadores de opinião pública e, por sua vez, se tornando então integrantes da esfera pública.

Em virtude disso, assuntos de interesse público, se dada a devida publicidade pelo Estado, têm por consequência legitimar o poder público, enquanto Estado que tem a prerrogativa de desenvolver as ações para o bem público e publicizar estas ações, demonstrando onde são aplicados os recursos públicos, bem como se o bem público está sendo administrado competentemente e de maneira transparente.

Como princípio da publicidade, ao mesmo tempo se modifica a idéia de esfera pública politicamente ativa e a sua função efetiva, mostra-se no fato de a ligação ainda pretendida pelo liberalismo de discussão pública e norma legal se dissolver e não mais ser pretendida. O conceito liberal de norma legal, em que Executivo e Justiça estão comprometidos na mesma medida, ainda que não do mesmo modo, implicava nos momentos de universalidade e de verdade (justiça - o justo). A sua estrutura espelha a da esfera pública burguesa, pois, por um lado, o caráter genérico das leis em sentido estrito só está garantido enquanto a autonomia intata da sociedade como esfera privada permite excluir da matéria tratada legislativamente certos interesses muito especiais, limitando o trabalho de codificação às condições gerais necessárias ao equilíbrio desses interesses. (HABERMAS, 1997, p. 210)

É através da publicidade do que é de interesse público que a opinião pública é formada. Habermas salienta que a força da opinião pública desapareceu em decorrência de

¹ Constituição Federal - Art. 37: A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

interesses privados privilegiados que a adotaram para si a fim de se auto-representarem através da publicidade.

Segundo ele, o consenso fabricado não tem muito em comum com a opinião pública, com a concordância final após um laborioso processo de recíproca "*Auikldrumç*", pois o "interesse geral", à base do qual é que somente seria possível chegar a uma concordância racional de opiniões em concorrência aberta. (HABERMAS, 1997, p. 228)

Para Habermas, considerando a publicidade representativa ao invés da crítica, o conceito de esfera pública é excludente, ao ponto que não há um debate voltado ao todo, mas sim a uma classe elitizada na sociedade. O jornalismo praticado pelas fontes de informação públicas deve ir contra esta corrente, na busca de transmitir a informação de forma acessível a todos.

Por outro lado, o Poder Legislativo passa por uma crise de legitimidade nas últimas décadas, e esta falta de credibilidade prejudica o regime democrático (BARROS, p. 189), uma vez que o Parlamento é o órgão estatal responsável pela representação das minorias no Estado, pela expressão das opiniões existentes na sociedade e pela fiscalização do governo.

Neste contexto, para fortalecimento do Poder Legislativo e por consequência do regime democrático, Barros aponta que é inevitável que se estabeleça a comunicação entre a instituição e seus diversos públicos, possibilitando que a comunicação institucional assuma um caráter cada vez mais público, baseado na Teoria Deliberativa e considerando que o interesse deste Poder é pautado pelo interesse público.

Democratas deliberativos e participativos apontam a necessidade de criação de ferramentas que possibilitem a participação da população nas decisões políticas. O principal ponto da teoria deliberativa consiste na inclusão popular no processo político (FERREE *et al.*, 2002, p.300), isto é, a ênfase na participação política e na democratização dos processos decisórios. (BARROS *et al.*, 2015, p. 191)

Matos (2009, p. 53) aponta que o interesse geral e a utilidade pública das informações que circulam na esfera pública são pressupostos da comunicação pública. Para ela, seria preciso estipular critérios objetivos para definir o interesse e a utilidade das informações trocadas pelos agentes, sob pena de o debate político privilegiar questões que representem o interesse de um ou mais públicos específicos, desvirtuando, já na origem, qualquer utilidade que se queria que seja pública.

A interação da sociedade, na esfera pública, com o Estado, ampliou-se nas últimas décadas em virtude dos *chat*, fóruns, *e-mails* disponibilizados por órgãos governamentais, bem como, nas redes sociais, como ilustrado no próximo tópico.

1.2 NOVAS TECNOLOGIAS E MEIOS DA FONTE

Como destaca Noleto Filho (2014, p. 16), a esfera pública encontra-se em transformação, condicionada pelas dinâmicas dos fluxos de informação que crescentemente atuam em escala global. Segundo ele, este espaço público mundial se apresenta diferente do que conhecíamos anteriormente em contáveis meios de comunicação. Atualmente, com perfil fragmentado e polifônico,

[...] as agendas políticas e aspirações de segmentos sociais e grupos de pressão e interesse – menos ou mais privilegiados ou desfavorecidos em termos de recursos materiais e humanos – disputam, um tanto caoticamente, o apoio e a opinião dos cidadãos. (NOLETO FILHO, 2014, p. 17)

De acordo com o pesquisador, com a multiplicação de fontes de informação, as audiências se fragmentaram, e as mídias sociais contribuem para um mundo mais conectado. Para Noleto Filho, este fenômeno cria uma esfera pública mundial mais pluralista e democrática, que, em tese, tem potencial para desafiar e contribuir quanto às relações de dominação e alienação, expandindo consideravelmente o tamanho da arena de debates públicos na qual é possível discutir temas de interesse geral e formar opiniões, em uma hiper-realidade, como sustentou Baudrillard (GIDDENS, 2005, p. 375).

A visão da internet nas mãos de vários conglomerados de mídia entra em um nítido contraste com a ideia de um domínio eletrônico livre e irrestrito proposta pelos pioneiros da internet há alguns anos. [...] As fusões de mídia e o avanço tecnológico certamente expandirão a forma de organização e de distribuição das comunicações e do entretenimento. [...] Os argumentos a favor da internet livre e aberta baseiam-se em importantes convicções quanto ao valor de um espaço público irrestrito no qual as ideias possam ser compartilhadas e discutidas (GIDDENS, 2005, p. 387).

Encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (BRASIL, 2014), foi realizada pelo Ibope com mais de 18 mil pessoas entre 5 e 22 de novembro de 2014, por meio de entrevistas domiciliares. Como principal característica, manteve-se a representatividade nacional da pesquisa de 2014, com uma amostra em cada um dos 26 estados brasileiros, além do Distrito Federal.

Dados da pesquisa apontaram que os brasileiros passam mais tempo navegando na internet do que assistindo TV. Porém, a televisão ainda se mantém como meio de comunicação mais utilizado; o rádio continua o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros; e os jornais são os veículos mais confiáveis.

De acordo com a pesquisa, 48% dos brasileiros utilizam a internet, e o uso de telefones celulares para acessar a internet já compete com o uso de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente, considerando o uso de redes sociais influenciando esse resultado. O uso cresceu de 26% para 37% em um ano.

O estudo aponta ainda que 76% das pessoas acessam a internet todos os dias, com uma exposição média diária de 4h59 de 2ª a 6ª-feira e de 4h24 nos finais de semana. Eles estão em busca, principalmente, de informações (67%) – sejam elas notícias sobre temas diversos ou informações de um modo geral.

A pesquisa registrou que 92% dos brasileiros estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o Youtube (17%), Instagram (12%) e Google+ (8%). O Twitter foi mencionado por apenas 5% dos entrevistados.

Em relação ao uso de plataformas digitais de leitura de jornais, 79% dos leitores admitiram ter maior acesso na versão impressa, e apenas 10% em versões digitais. Sobre as plataformas digitais comerciais, os dados demonstram que não é alto o nível de confiança das pessoas nas notícias e propagandas presentes na televisão, rádio, jornais, revistas, sites, blogs e redes sociais. Na média, 41% disseram confiar sempre ou muitas vezes nas notícias presentes nesses suportes midiáticos, e 33% nos anúncios de publicidade.

A Secom quis saber também sobre o uso das plataformas de internet do poder público. Porém, foi efetuada a pesquisa apenas nos websites do governo federal no Poder Executivo. Segundo o estudo, apenas 25% dos usuários entraram em contato por e-mail, formulários eletrônicos, chats, redes sociais, fóruns de discussão ou de consultas públicas nos últimos 12 meses. Na edição 2014 da mesma pesquisa, não foi revelada a quantidade de usuários de sites públicos.

No entanto, em recente levantamento, da Coordenação de Participação Popular da Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Câmara dos Deputados, através do Relatório da Participação Popular (2014), demonstra que no Poder Legislativo esta participação se torna cada vez mais expressiva, superando a marca de 7 milhões de pessoas que interagiram com a Câmara no ano de 2014, nove vezes mais do que em 2013.

De acordo com o Relatório, as participações por enquetes no Portal da Câmara foram a diferença mais significativa, pois em 2013 foram registradas 541.688 votos e em 2014 totalizou 6.525.149 votos nas enquetes elaboradas pela Casa.

Somente a enquete que tratou do projeto de lei do Estatuto da Família, do deputado Anderson Ferreira (PR-PE) superou a marca de 4,5 milhões de participações e mais de 1,5 milhão de vezes a notícia foi acessada na Agência Câmara.

A Agência Câmara aumentou de 12.532 comentários no Portal da Câmara, em 2013, para 43.548 em 2014. Já o canal de mensagens Fale Conosco teve uma irrisória queda comparada a 2013, de 14.703 para 14.270.

O que chama a atenção, considerando o que será discutido teoricamente, é relacionado com as redes sociais. De acordo com o levantamento, as interações nas redes sociais da Câmara dos Deputados aumentaram em 680% de um ano para outro. Em 2013, as redes sociais registraram 61.360 interações e 2014 foram 417.564. O Facebook totalizou 367.219 interações e 96 mil fãs, enquanto o Twitter registrou 50.345 interações e 520 mil seguidores.

Já de acordo com pesquisa realizada pelo Centro de Estudos sobre Tecnologias de Informação e Comunicação (Cetic), do Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI), entre setembro de 2013 a fevereiro de 2014, em uma amostra de 16.887 entrevistas realizadas em 350 municípios, constatou-se que atualmente 30,6 milhões de domicílios contam com pelo menos um computador, entre eles, 27,2 milhões tem acesso a internet, contabilizando 85,9 milhões de usuários de internet.

O Ibope Media aponta que o Brasil está acima da média mundial quando o assunto é busca por informações na internet. Para 47% da população brasileira, a web é a primeira fonte procurada, enquanto que, para o restante do mundo, esse percentual registra uma média de 45%.

Dados como estes fortalecem a utilidade da produção do jornalismo da fonte. O advento da *Web 2.0*² possibilitou uma equiparação tecnológica de transmissão pela rede com as empresas de comunicação e, em certos casos, uma agilidade até maior em colocar no ar a informação, do que a registrada pelos meios tradicionais, por ter o acesso a plataformas instantâneas de atualização contínua e não ficar na dependência de uma grade de programação.

O avanço tecnológico, quando se trata de equipamentos de última geração que facilitam a produção de material jornalístico, como também o advento da *Web 2.0*, reforça a discussão de uma ruptura em funções que antigamente eram apenas uma, pois possibilita o jornalismo efetuado pela fonte, sem que este dependa dos meios de comunicação para sua publicação.

² É o termo utilizado desde 2004 para definir a segunda geração de internet (web), que possibilita através desta plataforma, uma maior interação e participação dos usuários.

As mídias são utilizadas como porta de acesso à informação antes dispersa por amplos portais eletrônicos de governo. Quando o foco de estudo se concentra na carga cognitiva de dados sobre políticas públicas disponível ao usuário que se sirva do perfil de um governo nas mídias sociais para se informar, a questão de pesquisa se torna investigar qual é, afinal, a qualidade da informação sobre gestão pública à qual as mídias se tornam instrumento de acesso. (ROTHBERG; VALENÇA, 2014, p. 12)

O poder público atualiza suas ferramentas de comunicação, acompanhando as novas tecnologias e as novas tendências midiáticas, para além de transmitir os dados oficiais para os distribuidores de informação: com veículos próprios, se apropria de interfaces utilizadas pelos meios de comunicação. Esta adaptação à realidade pós-moderna deixa de ser unilateral e, agregada à não passividade completa dos usuários, já percebe, mesmo que ainda de maneira tímida, a manifestação popular nos meios digitais. Assim, os sites de órgãos públicos no ciberespaço são um canal de interação entre governantes e governados³.

Os processos interativos estão em diversos campos da comunicação contemporânea e podem ser percebidos de diversas formas. Essa é a essência da sociedade pós-moderna, ser interativa, pois a passividade já não faz parte do seu perfil comportamental. (RENÓ, 2011, p. 75)

A maneira de atrair e principalmente de prender a atenção do leitor/espectador/usuário não é mais a mesma de 20 anos atrás. Aliadas à fluidez do ciberespaço, comentada por Bauman (2001) e às convergências entre as antigas e novas mídias, as novas tecnologias proporcionam ao usuário uma experiência em comunicação e interação.

Além disso, como comenta Jenkins (2009, p.38), as novas tecnologias midiáticas permitem que o mesmo conteúdo flua por vários canais diferentes e assuma formas distintas no ponto da recepção, o que possibilita ao usuário uma gama de opções de canais de informação considerada inviável nas mídias antigas, como o jornal, rádio ou TV, mas de acordo com o autor, sem que isso prejudique os outros meios existentes, pois cada um tem o seu papel.

O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. (JENKINS, 2009. p. 41)

De acordo com Jenkins (2009, p. 46) a interatividade faz crer na promessa desse novo ambiente de mídia, que provoca expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos.

³ Discussão efetuada pelo autor no artigo sob o título “A comunicação pública, a utilização das novas mídias e o reflexo na informação que chega ao cidadão: O caso da Câmara Municipal de Palmeira – Paraná” no XVI Seminário de Inverno de Estudos de Comunicação, UEPG, 2013.

Inspirados por estes ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura.

Por um lado a convergência representa uma oportunidade de expansão dos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outras plataformas, Por outro lado, convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou erosão em seus mercados. Cada vez que deslocam um espectador, digamos da televisão para a internet, há risco dele não voltar mais. (JENKINS, 2009, p. 47)

A informação na internet se utiliza da hipertextualidade para compor o conteúdo. De acordo com Renó (2011, p. 58), o hipertexto é definido como um ambiente não linear, que oferece ao usuário a possibilidade de criar seus caminhos de arquitetura de leitura. Na hipermídia, apresentam-se diversos hipertextos de formas diferentes, reunindo uma diversidade de informações midiáticas (foto, vídeo, som etc).

Ainda afirma Renó que, a partir da *Web 2.0*, a leitura deixou de ser meramente contemplativa e o usuário teve a possibilidade de definir seus caminhos e, assim, buscar as informações da maneira que lhe for pertinente. Percebe-se que um dos fatores da não linearidade da leitura no ciberespaço é a fragmentação da informação em links. Nesta perspectiva, os dados ficaram independentes no meio virtual.

Renó explica que não é preciso ler tudo para se chegar ao significado, ou seja, cada fragmento deve ter seu significado por si só, sua independência significativa. Mas essa leitura fragmentada só é possível com os pontos de ligação entre as ramificações ou desdobramentos do mesmo assunto ou obra e, neste contexto, é imprescindível a existência dos links.

Tanto pela publicidade dos atos oficiais, como pela transparência do trabalho efetuado, a proposta da Assembleia Legislativa do Paraná aparentemente visa a levar ao cidadão o máximo de informação possível, e o ambiente virtual possibilita dar vazão a esta gama expressiva de informações pela ferramenta da internet. Seguindo o conceito da fragmentação que se completa por uma obra no seu todo, o canal se utiliza de uma grande quantidade de *links* que ramifica o conteúdo e que futuramente estarão interligados.

Para Gosciola (2008), o *link* é o responsável pela ligação dos conteúdos, sem o qual os conteúdos seriam apenas informações isoladas, pequenos memorandos relatando fatos isolados. Com os *links*, não há mais a necessidade de um assunto ter início, meio e fim, pois o usuário definirá a quantidade de informação que o saciará.

Renó (2011, p. 59) discorre sobre a estrutura hipertextual em um sistema de nós que oferece escolhas ao usuário de acordo com sua necessidade ou vontade. Segundo o autor, esses nós, interligados por links, juntam os fragmentos e fazem convergir os caminhos, que

podem ser múltiplos, em todos os momentos ou em alguns, de acordo com a estrutura proposta.

Juntamente com o material para jornais e rádios, no caso os releases com fotos dos acontecimentos, a Assembleia Legislativa do Paraná também alimenta o portal com notícias e disponibiliza um banco de áudios para a imprensa, que pode ser usado para os programas de rádio, como também para uma parcela da população que queira escutar os principais assuntos discutidos em plenário, como fora dele.

Além do recurso em áudio, o internauta pode acessar ao vivo, em vídeo, direto do site da Alep, a transmissão das Sessões Ordinárias, Extraordinárias e Solenes da Assembleia Legislativa do Paraná pela TV Sinal, que conta ainda com uma grade de programação diária.

Aproveitando da possibilidade de convergência das mídias, o uso da modalidade em vídeo, tanto no canal a cabo (TV Sinal) como no portal da Alep, viabiliza divulgação das informações de modo independente da com a imprensa, que já foi devidamente abastecida com textos, fotos e áudios durante a semana, mas sim, focado no cidadão, no público internauta.

A intenção do conteúdo do site é atrair a atenção dos internautas e fazer com que a população conheça mais o trabalho legislativo. Além de todos os serviços descritos anteriormente, o site oferece material explicativo e educativo do funcionamento da Alep, como a Ordem do Dia, Comissões Permanentes e Diários da Assembleia, entre outros canais de informação que estão à disposição dos internautas.

A Alep oferece uma página independente vinculada ao Portal para cada deputado tenha condições de individualmente prestar contas de seu trabalho para a população. Conhecido como Hotsites, estas páginas específicas não são produzidas pelos profissionais da Divulgação da Casa, mas sim pela assessoria de cada parlamentar.

Além disso, o próprio Portal explica que cada Hotsite é de domínio do respectivo deputado, não tendo a instituição responsabilidade pelo conteúdo publicado nestes espaços.

1.2.1. Visibilidade pelas Redes Sociais

As novas tecnologias possibilitaram o alargamento dos portões, não apenas pelo fato da grande demanda de informações, mas também pela descentralização do acesso aos dados, que eram antes editados e difundidos nos *media*, após a triagem do Sr. Gates, responsável

pelo *Gatekeeper*⁴, isto é, repórter ou editor de veículo de comunicação que seleciona a partir de critérios pré-estabelecidos, perfil editorial ou mesmo valores pessoais, o que será publicado ou não, restringindo até temas de interesse público, em virtude do entendimento deste Portão.

Atualmente, pelo aparato tecnológico, as fontes contam com espaço garantido para publicação nestes veículos da fonte e ganham espaço na agenda pública através das redes sociais e dos *gatewatchers*⁵.

De acordo com Bruns (2011), os *gatewatchers* ou replicadores, são elementos fundamentais neste processo, pois pulam por cima do portão, se conectando diretamente com as fontes de informação e difundem estes dados na rede. Com isso, a comunicação pública ganha, considerando estes multiplicadores que compartilham aquilo que observam, ignorando os critérios e valores do Sr. Gates dos veículos de massa.

[...] a mídia on-line especialmente possibilitou que as audiências – ou mais exatamente os usuários – pulassem por cima das publicações noticiosas para conectar diretamente com as organizações, as instituições e os indivíduos que lhes interessam – para acompanhar em primeira mão os comunicados de imprensa e as afirmações públicas dos governos, dos políticos, das empresas das ONGs e das outras figuras da vida pública. (BRUNS, 2011)

Atualmente, nas redes sociais, alguns veículos oficiais ou empresas, por sua assessoria de comunicação se tornam também *gatewatchers* e disparam neste espaço de interação, as informações pela ótica oficial, oferecendo a leitura do conteúdo, e assim, estimulando o debate e a multiplicação de acessos por ser uma leitura indicada.

Para Canavilhas (2012), o *gatewatcher* emerge assim como um elemento central num ecossistema midiático onde a fragmentação motivada pela multiplicação de fontes e o excesso de informação obrigam os media a disputarem a atenção dos leitores, como também os assuntos anteriormente não valorizados pela grande mídia, hoje rompem com o *Gatekeeper*. “Ao seleccionar uma notícia colocando um *link* na sua página, o *gatewatcher* está a dar uma indicação de leitura, pelo que deverá ocorrer um aumento no número de leitores dessa mesma notícia”, aponta Canavilhas.

Bruns (2011) avalia que, nesta nova realidade, os papéis dos jornalistas industriais, tanto como os da fonte e dos usuários das notícias estarão se conectando e se misturando em

⁴ A Teoria do Gatekeeping aponta que um acontecimento passa por diversos portões (*gates*, do inglês), antes de se tornar notícia, bem como depende de diversos fatores que variam desde os critérios de noticiabilidades, como do perfil editorial e valores pessoais dos editores. O conceito que surgiu na década de 50 é trabalhado de maneira mais atual pela pesquisadora Pamela Shoemaker (2011).

⁵ O conceito de *Gatewatcher* ou *Gatewatching* remete ao público a função de avaliador e replicador de conteúdos jornalísticos ou não, por e-mail, blogs e redes sociais, referenciando a informação reproduzida para seus respectivos contatos. Esta teoria tem como seu precursor o pesquisador australiano Axel Bruns, mas também é objeto de pesquisa do espanhol João Canavilhas.

alguns casos, em pontos de conexão e cooperação entre os jornalistas profissionais e os cidadãos.

Em um passado não muito distante, os e-mails e blogs, e agora com mais força as redes sociais, são disseminadores de informação de modo que, após o terceiro compartilhamento, as variáveis de alcance já dificultam o controle de audiência. Com isso, o pesquisador australiano define que o jornalismo se tornou uma atividade com a participação da massa.

As plataformas da mídia social como o Facebook e o Twitter servem para acelerar ainda mais a velocidade em que as matérias noticiosas são compartilhadas, debatidas e as vezes desacreditadas; elas tornam sempre mais difícil que uma organização noticiosa reivindique a propriedade de uma matéria ou que mantenha a agenda noticiosa; elas atuam como um canal para as conversações imediatas mais ou menos públicas entre os jornalistas participantes, usuários das notícias e outros atores públicos associados a matéria, e ao fazerem isto fornecem um novo espaço vital e visível para a troca de opiniões relativas às notícias, fora do controle de qualquer organização noticiosa tradicional. (BRUNS, 2011)

A participação popular neste processo potencializa ainda mais o jornalismo efetuado pela fonte, que se torna um ponto de referência para o usuário quando necessita checar a veracidade de uma informação compartilhada na rede, bem como as publicadas nos veículos de comunicação. Além disso, a replicação possibilita o aumento da audiência do que é publicado pela fonte de informação em seus veículos próprios, oferecendo ainda mais independência a estes meios.

Para o jornalismo convencional, estes usuários podem ser considerados consumidores de informações, mas também de fontes, considerando diversas notícias que se originam do que é publicado nas redes. No caso do jornalismo da fonte, eles são apenas consumidores, pois podem debater, mas nunca saber mais do que a fonte sobre o conteúdo que é publicado.

Dessa forma, conteúdos até então rejeitados pelos *media* são publicados nos veículos da fonte e, por consequência, remetidos a um novo mecanismo de replicação que amplia a audiência da publicação e a possibilidade de presença dos temas no debate público.

1.3. MUDANÇAS NA LEGISLAÇÃO

Diferente do jornalismo feito pelo Poder Executivo, o jornalismo no Poder Legislativo e Judiciário tem como papel fundamental subsidiar a população com informações, que são de interesse público, com dados dotados de veracidade para, então, se for do entendimento dos receptores das mensagens, eles se mobilizarem na busca de seus direitos.

O exemplo oferecido pelos jornalista da Câmara dos Deputados e do Senado provava ser possível uma pratica de assessoria de imprensa preocupada com o valor público da informação. E não se tratava de um caso isolado: Também na iniciativa privada, a rebeldia jornalística plantava experiências inovadoras. (CHAPARRO, 2011, p. 15)

O art. 48 da Lei Complementar n. 101/2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), que trata da divulgação, inclusive em meio eletrônico, da gestão fiscal do Poder Público, determina que:

Art. 48. São instrumentos de transparência da gestão fiscal, aos quais será dada ampla divulgação, inclusive em meios eletrônicos de acesso público: os planos, orçamentos e leis de diretrizes orçamentárias; as prestações de contas e o respectivo parecer prévio; o Relatório Resumido da Execução Orçamentária e o Relatório de Gestão Fiscal; e as versões simplificadas desses documentos.

Já a Lei de Acesso à Informação (LAI) prevê que a divulgação dos atos da administração, que sejam de interesse público, deve ser feita independentemente de solicitações e viabilizada pela tecnologia da informação para o fomento da cultura da transparência. Resgatando Groth (2011), o critério da Publicidade, defendido pelo autor, tornam públicos os conteúdos que podem ser conhecidos por todos.

Art. 3º Os procedimentos previstos nesta Lei destinam-se a assegurar o direito fundamental de acesso à informação e devem ser executados em conformidade com os princípios básicos da administração pública e com as seguintes diretrizes:
 I - observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção;
 II - divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações;
 III - utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação;
 IV - fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública;
 V - desenvolvimento do controle social da administração pública.
 (Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011)

Agregado a todos estes fatores, mais um critério de Groth (2011), a Universalidade, é contemplada pelo fato de as informações divulgadas pelos órgãos estatais serem de interesse público, pois de alguma forma afeta a vida de todos, ou da maioria dos cidadãos. Muitas vezes, os dados divulgados pelo poder público não são de simples entendimento pela população, daí a importância do profissional em jornalismo para deixar estes dados técnicos mais acessíveis, se não para a população em geral, pelo menos para o maior número possível de pessoas, inclusive para os jornalistas dos meios de comunicação de massa.

O manual da Lei de Acesso à Informação (LAI) para Estados e Municípios (2013, p. 9) sugere o uso de uma ‘Linguagem Cidadã’ na comunicação entre a Administração Pública e a população, isto é, uma linguagem clara e objetiva, como a efetuada no jornalismo,

principalmente na tradução de dados técnicos, de difícil entendimento por diversos nichos da população.

Mais recente ainda que a LAI, a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil, conhecida como Marco Civil da Internet, em seu capítulo IV, apresenta mais obrigações ao poder público no desenvolvimento da internet no país, bem como na acessibilidade do cidadão em mecanismos de governança multiparticipativa, transparente, colaborativa e democrática.

A Lei estabelece como diretriz a promoção da racionalização dos serviços de governo eletrônico entre os diferentes poderes e âmbitos da federação, como também nos diversos setores da sociedade. Dessa forma, deve promover a publicidade e a disseminação de dados e informações públicos de forma aberta e estruturada.

No campo da comunicação para a democracia, o Marco Civil estabelece ainda como obrigação do poder público, a acessibilidade a todos os interessados, independentemente das capacidades físicas-motoras, sensoriais, intelectuais, mentais, culturais e sociais, como fortalecimento da participação social nas políticas públicas. Com isso, promover a inclusão digital e reduzir as desigualdades de acesso a informações entre as regiões do país.

1.4. FORMAS DE FAZER JORNALISMO PARA O CIDADÃO – DEFINIÇÕES E CONCEITOS⁶

Parte-se do jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas por volta do século XIX, em que segundo Traquina (2005, p.34) deixa de priorizar em panfletos propaganda e passa a fornecer como principal conteúdo a informação (*penny press*), em que o fato tinha mais espaço do que a opinião.

O pesquisador português aponta que vários fatores contribuíram para fazer do século XIX a época de ouro da imprensa, como a evolução do sistema econômico, avanços tecnológicos, fatores sociais e a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade no rumo à democracia.

Um fator muito importante para a época, também apontado por Traquina, foi a escolarização da população com a instituição de escolas públicas aumentando o número de consumidores dos jornais e a urbanização, bem como, tempos mais tarde, de um

⁶ As definições tratadas neste tópico do trabalho foram previamente publicadas pelo autor, juntamente com BECKER, M. L., no capítulo “Assessoria de imprensa e jornalismo da fonte: novas práticas desafiam a teoria”, do livro Perspectivas da Pesquisa em Jornalismo: Agenda processos produtivos. PONTES, F. S.; XAVIER, C.; MORAIS, C.W.J. (Org.), 2015.

reconhecimento e legitimação por parte do Estado, quando nominado de Quarto Poder, juntamente com os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

No decorrer do século XX o jornalismo é subdividido e se especializa em assuntos específicos, o que aproxima os profissionais das redações das fontes de informação para conseguir mais facilmente os dados para a prática jornalística. Ao mesmo tempo, inspirados pelo trabalho do ex-jornalista Ivy Lee, as fontes contratam representantes para um contato específico com os jornalistas das redações, no fornecimento de matérias primas de dados e para serem gestores de crises e da imagem de seus assessorados.

Ainda no século XX um gigantesco muro separava os jornalistas de redação dos representantes das fontes, pré-determinando-se o que seria a função de cada um, bem como a independência entre uma área e outra: o assessor se comunicava com a imprensa, e esta tinha a liberdade de reportar a informação transmitida de acordo com o perfil editorial do veículo de comunicação. Dessa forma, o público teria informação única e exclusivamente dos veículos tradicionais, clássicos ou comerciais de comunicação.

Estes meios, através dos séculos, foram exaltados por defenderem os interesses dos cidadãos, mas também criticados por manipularem a informação por determinação de classes hegemônicas, com o intuito de dominação, fator este que gerou diversos estudos por grande parte do século XX.

Contextualizando o século XXI ao que disse Traquina sobre os fatores que possibilitaram o período de ouro da imprensa no século XIX, pode-se dizer que o momento também é propício para uma transformação no campo do jornalismo.

No setor público, especificamente, entre os vários fatores contemporâneos que facilitam o acesso plural à informação de diversas fontes (comerciais ou não), estão os avanços tecnológicos, o sistema econômico que possibilita uma maior acessibilidade à compra de equipamentos eletrônicos que dão acesso à internet, fatores sociais como a escolarização que favorece o manuseio destas plataformas que disponibilizam informações e a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade rumo à democracia, mas principalmente na obrigação de fontes de informações do setor público disponibilizarem os dados para a imprensa e diretamente para a população através de veículos próprios.

A então assessoria de imprensa, que representava a fonte somente diante dos veículos comerciais, quando se dá conta que pode prestar também um trabalho de comunicação direta com o público, repensa e denomina de diversas maneiras sua atuação. Jornalismo empresarial, governamental, político, público, cívico e da fonte são alguns que serão apresentados a seguir para o entendimento do que será demonstrado neste trabalho.

1.4.1. Conceito de Jornalismo

Primeiramente, para vislumbrar a possibilidade de existência de um novo campo de produção jornalística, será discutido o conceito de jornalismo. Para Kunczik (2002, p.16), o jornalismo é considerado a profissão principal ou suplementar das pessoas que reúnem, detectam, avaliam e difundem notícias; ou que comentam fatos do momento.

Segundo o autor, o jornalista é quem está envolvido na formulação de conteúdo do produto da comunicação de massa, seja na reunião, na avaliação, na apuração, seja no processamento e na divulgação de notícias.

De acordo com o a legislação vigente, que regulamenta a profissão de jornalista, através do Decreto nº 83.284 de 13 de março de 1979:

Art. 2º. - A profissão de Jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

I - redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário;

II - comentário ou crônica, por meio de quaisquer veículos de comunicação;

III - entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada;

IV - planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de Jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada;

V - planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata o item I;

VI - ensino de técnica de jornalismo;

VII - coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação;

VIII - revisão de originais de matérias jornalísticas, com vista à correção redacional e à adequada da linguagem;

IX - organização e conservação de arquivo jornalístico e pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias;

X - execução de distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação.

No entanto, se utilizando de Luis Beltrão, Fraser Bond e Juarez Bahia, Hohlfeldt & Valles (2008) apresentam um panorama do conceito de jornalismo e das principais premissas do campo baseados em um fator não explicitado, que é o interesse público. De acordo com Hohlfeldt & Valles, os autores ressaltam não a transmissão de informações, como dito anteriormente, mas as questões relativas ao interesse geral, isto é, ao interesse público, como norteadores da profissão.

São diversos os autores que buscaram conceituar o jornalismo. Para Luiz Beltrão, jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum. Já para Fraser Bond, jornalismo significa, hoje, todas as formas nas quais e pelas quais as notícias e seus comentários chegam ao público. Juarez Bahia conceitua jornalismo como o registro e a apreciação dos acontecimentos de interesse geral, a transmissão de

informações, fatos ou notícias, com exatidão, clareza e rapidez, conjugando pensamento e ação. (HOHLFELDT; VALLES, 2008, p. 60).

De maneira mais completa e atual, Lage (2014) aponta que em um conceito amplo, o jornalismo é atividade de natureza técnica caracterizada por compromisso ético peculiar, com isso, o jornalista deve saber selecionar o que interessa e é útil ao público, bem como buscar a associação entre essas duas qualidades, dando à informação veiculada a forma mais atraente possível, mas não esquecendo de ser verdadeiro quanto aos fatos e fiel quanto às ideias de outrem que transmite ou interpreta.

Lage defende ainda que o jornalista deve admitir a pluralidade de versões para o mesmo conjunto de fatos, como também, deve se orientar em compromissos éticos com relação a prejuízos causados a pessoas, coletividades e instituições por informação errada ou inadequada a circunstâncias sensíveis.

Já o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), em seu artigo 1º, coloca como direito fundamental do cidadão o direito à informação, abrangendo o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação, mas em seu artigo 2º, novamente é evidenciado o interesse público.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas;

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não governamentais, deve ser considerada uma obrigação social;

V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.

Pelo entendimento desta proposta, ainda amparado por Lage (2014), o jornalista continua sendo um jornalista não importando se presta serviço para uma instituição midiática ou para outras instituições que, de alguma forma, utilizem a ferramenta do jornalismo.

O jornalista que trabalha em instituição não midiática, quer produzindo órgãos internos (*house organs*) ou destinados a públicos externos (*news letters*), quer intermediando o contato com veículos jornalísticos, deverá divulgar honestamente os fatos e os pontos de vista da instituição sem necessariamente se comprometer com eles, da mesma forma que o advogado defende seu cliente sem assumir o ônus de presumível culpa: será visto e de verá assumir - se como porta - voz, não como autor do discurso. O limite, nesses casos, é a exceção de consciência, situação excepcional que impossibilita a relação de confiança, envolve valores religiosos, morais ou éticos de grande relevância e leva à ruptura do relacionamento

profissional e, em alguns casos, à delação de procedimentos julgados iníquos – algo como o que levou o analista de informática Edward Snowden a denunciar, em 2013, a máquina de espionagem internacional montada na Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos. (LAGE, 2014, p. 3)

Levando em conta o pensamento de Lage, juntamente com o Código de Ética, é importante salientar que o jornalista, seja de veículo de comunicação ou da fonte de informação, deverá divulgar honestamente os fatos e pontos de vista.

Além disso, os jornalistas não podem admitir serem impedidos por nenhum tipo de interesse, nem mesmo o da fonte, de transmitir a informação com retidão, considerando ainda que os assuntos tratados por ele são de interesse público, alicerce fundamental para o fazer jornalístico.

1.4.2. Conceito de Assessoria de Imprensa

Até o final do século passado, tudo o que se tratava de comunicação, em instituições públicas ou privadas, era de responsabilidade do assessor de imprensa. Este profissional assessorava a fonte e a imprensa, sendo um vínculo entre as partes, divulgando o que era de interesse da fonte de informação e auxiliando a imprensa na obtenção de conteúdo.

Este contato com a imprensa se dava principalmente na elaboração do *press-release*, mas se estendia a outras ações como a confecção de *press-kits*, agendamento de entrevistas coletivas ou exclusivas e acompanhamento na elaboração de materiais televisivos, fotos, entre outros serviços que facilitassem à imprensa fazer seu trabalho. Além disso, podemos também citar a comunicação interna e externa para pequenos públicos.

Desde os primórdios da assessoria de imprensa, fundada por Ivy Lee, fica muito claro que o trabalho do profissional que representa a fonte teria como objetivo divulgar as informações do órgão ao qual trabalha por intermédio dos meios de comunicação de massa. No entanto Lee diferencia este trabalho com perfil jornalístico da publicidade, se legitimando como assessoria de imprensa, uma função para auxiliar o jornalista da redação a conseguir de maneira facilitada a informação desejada.

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito as claras. Nós pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isso não é uma agencia de anúncios. Se acharem que o nosso assunto fica melhor na seção comercial não o usem. Nosso assunto é exato - Ivy Lee, 1906 na “Declaração de princípios” do que poderiam ser consideradas hoje, as atividades de relações públicas e assessoria de imprensa. (MAFEI, 2012, p. 5)

Pelo sentido literal, a denominação assessor de imprensa remete àquele que auxilia a imprensa nos assuntos relacionados à fonte de informação, como também, àquele que auxilia a fonte em seu contato com a imprensa, como sugere Di Bella (2011), no gerenciamento de informações que serão disponibilizadas para os meios de imprensa, que novamente gerenciarão o que será publicado.

A administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação é competência das assessorias de imprensa, colaborativas no processo de divulgação e produção contínua das notícias. São elas as mediadoras entre as organizações e a mídia, tendo como incumbência principal, abastecer de informações relevantes os veículos de comunicação social, com sugestões de pauta do que pode vir a se tornar uma notícia nas páginas de jornais e revistas, por exemplo. (DI BELLA, 2011, p. 20)

No entanto, mais recentemente para grande parte dos pesquisadores, o trabalho do assessor de imprensa é mais amplo, atribuindo-se ao profissional a função de gerenciar também as informações que serão divulgadas diretamente ao público, assumindo o papel de jornalista em meios próprios. De acordo com a pesquisadora americana que desenvolveu um manual de assessoria de imprensa baseada na comunicação social da Casa Branca, cabe ao setor de assessor de imprensa de um órgão público toda a comunicação do órgão em questão.

Os assessores de imprensa do governo, portanto, têm vários papéis. Ao lidar com o público e a mídia, são defensores da posição do governo, explicando os méritos das ações oficiais. Corrigem informações erradas, tentam melhorar a interpretação e o entendimento das informações existentes e se comunicam diretamente com a mídia e, por meio das mídias sociais e de seus sites, com o público sobre seus programas e planos. Também são defensores da mídia perante o governo, retransmitindo as necessidades dos jornalistas, como o interesse em fazer uma reportagem sobre um assunto que as autoridades do governo possam estar ou não preparadas para discutir, e retransmitindo as preocupações dos cidadãos, como itens selecionados nas mídias sociais. Em certo sentido, os porta-vozes quase sempre fazem trabalho de jornalista, coletando informações para a imprensa e traduzindo o que os especialistas do governo têm a dizer para a mídia. (SULLIVAN, 2012, p. 3)

Ainda na visão de Di Bella (2012, p. 31), é justamente este acúmulo de funções em jornalísticas na assessoria de imprensa que a equipara a outras atividades do campo, como as desenvolvidas nos periódicos impressos, na rádio e na televisão. De acordo com este pensamento, ocorreu nas últimas décadas uma expansão de atividades dentro da área de comunicação, de forma que a atuação do jornalista assessor não se restringe apenas em redações, isto é, na confecção de *releases*, mas em uma enorme variedade de funções gerenciais de comunicação, como a edição de publicações e de conteúdo para internet, divulgação, marketing político, publicidade e, ainda no tradicional relacionamento com a imprensa. Assim, a área de assessoria de imprensa passou a consolidar-se como um dos

quatro principais campos de atuação do jornalista, ao lado de periódicos, do rádio e da televisão.

A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) admite que o trabalho da assessoria de imprensa se expandiu, o que remete a uma necessidade atual de repensar e de subdividir funções:

Esse novo comportamento é fruto da própria transformação da sociedade que exige o amadurecimento de nossas organizações e impõe que se dê satisfação aos seus vários públicos e à comunidade em geral. A evolução também impulsiona o jornalista a buscar qualificação e competência para agir com sucesso num segmento cada vez mais competitivo (FENAJ, 2007, p. 7).

Esta comparação pode parecer equivocada, considerando que atualmente pelo fato de a fonte contar com canais próprios específicos de rádio, TV e periódicos, incluindo a internet e as redes sociais, os trabalhos são distintos da assessoria de imprensa, por mais que seja provido pela fonte. Estes meios das fontes se utilizam da assessoria de imprensa interna para pautar suas atividades.

Além disso, pode-se notar que, em grande parte do discurso de Sullivan (2012), o papel do assessor de imprensa é de trabalhar como canal de comunicação entre a fonte e a imprensa, e não tem como foco principal a relação entre fonte e o público em geral. Mais adiante, Sullivan afirma que cabe à assessoria de imprensa governamental apenas supervisionar a comunicação interna e externa do órgão.

Mesmo com as controvérsias teóricas, é consenso nas orientações da Federação Nacional dos Jornalistas Fenaj (2007, p. 10) que os trabalhos da assessoria de imprensa devem ser coordenados e executados por jornalistas diplomados.

No entanto, no mesmo Manual, a Fenaj conceitua a assessoria de imprensa, remetendo ao profissional a responsabilidade de manter a credibilidade e um bom relacionamento com os meios de comunicação.

Um trabalho continuado de Assessoria de Imprensa permitirá à empresa criar um vínculo de confiança com os veículos de comunicação e sedimentar sua imagem de forma positiva na sociedade. Nesse sentido, no Brasil, quem costuma coordenar esse tipo de serviço são profissionais formados em jornalismo. Eles é que determinam o que é ou não notícia para ser enviado para a imprensa. (FENAJ, 2007, p. 7).

Esta talvez seja a fronteira entre o jornalismo e a assessoria de imprensa, que a Fenaj não conseguiu delimitar com precisão em seu manual. Pois, quando é dito que o jornalista deve “sedimentar sua imagem (da empresa ou instituição ao qual ele trabalha) de forma positiva na sociedade”, a função se distancia do conceito de jornalismo, se aproximando das relações públicas. Caldas também comenta sobre isso:

Nas assessorias de imprensa, públicas ou privadas, a preocupação que move os profissionais é, em última instância, a conquista de uma imagem positiva da instituição perante a opinião pública. O desafio dos profissionais de comunicação das assessorias é portanto, não só construir, mas consolidar essa imagem. (CALDAS, 2011, p. 324)

Se considerarmos o assessor de imprensa como jornalista, da mesma forma, no manual escrito por Sullivan (2012, p. 3) o equívoco aparece quando a autora diz que os assessores de imprensa “são defensores da posição do governo, explicando os méritos das ações oficiais”. De acordo com os preceitos vistos anteriormente, o jornalismo deve ser dotado de exatidão, clareza e rapidez, mas principalmente, deve se pautar sempre pelo interesse público e não pelos interesses do governante, ou da empresa que contrata o assessor.

Porém, um conceito pertinente a ser lembrado neste momento é o do *spin doctoring* amplamente discutido por Ribeiro em sua tese de doutoramento como em outras publicações. Segundo ele (2015, p.8), o *spin doctor* é aquele que influencia o repórter dos meios clássicos, na forma que a notícia deve ser publicada.

Mesmo que genuinamente animada por uma vontade de servir a causa pública, a política é sempre um exercício de conquista e manutenção do poder. E nesse exercício entra o *spin doctoring*, que, grosso modo, mais não é do que um conjunto de ações ou técnicas tendentes a moldar a informação dos media a determinados interesses políticos. (RIBEIRO, 2013, p.11)

Dessa forma, o *spin doctor*, ou assessor de imprensa, ou porta voz, tem como função influenciar o profissional dos meios tradicionais de mídia, com a versão que interessa à fonte, prezando pela instituição ou assessorado e não pelo interesse público, o que este trabalho, baseado em outros autores anteriormente citados, aponta como comunicação ou jornalismo institucional e jornalismo de influência.

Sant’Anna define como jornalismo de influência a relação entre jornalistas e a fonte de informação que, caso não apresente independência da primeira com a segunda parte, pode transformar o meio tradicional de jornalismo em um apêndice da fonte, isto é, em um instrumento de propaganda.

De maneira geral, no jornalismo a relação fonte-jornalista pode suscitar interesses e satisfações para os dois lados. Entre jornalistas e fontes é factível a existência de uma relação de identidade e complementaridade, pelas quais os dois polos comungam os mesmos objetivos e as mesmas realidades e colaboram de maneira sistemática e intencional na produção jornalística. (SANT’ANNA, 2009, p. 511)

Em virtude disso, acredita-se que o assessor de imprensa desempenha uma função de jornalista, contanto que o que seja produzido seja de interesse público, e os princípios da

profissão sejam levados a sério, bem como, que a notícia não seja vista como mercadoria, ou como mecanismo de influência da opinião pública.

O cultivo da ética deve ser preservado, seja no processo de produção da notícia original, seja em sua adaptação para a veiculação. Os princípios comuns, dos ideais do jornalista, que movem esses profissionais devem nortear as ações cotidianas. Além disso, sempre colocar-se no lugar do receptor-leitor para observar o interesse público na informação. Notícia não é necessariamente um produto a ser vendido, embora possa, em algumas circunstâncias assumir esta conotação. (CALDAS, 2011, p. 323)

Após este debate conceitual, pode-se dizer que o trabalho do assessor de imprensa, ao visar à sedimentação de forma positiva da imagem da fonte de informação, não seria capaz de prezar plenamente pela exatidão nos dados informados. Além disso, o profissional tem por obrigação divulgar o que é de interesse da fonte, o que nem sempre coincide com o interesse público.

Por estes fatores apontados, pode-se afirmar que o trabalho do assessor de imprensa se limita à função de um assessoramento entre a fonte de informação e a imprensa. Mesmo assim, de acordo com o Fenaj, deve ser desempenhada por um profissional formado em jornalismo, mas isto não quer dizer que o trabalho efetuado possa ser conceituado como jornalismo.

1.4.3. O Jornalista da Fonte

As demandas laborais dos assessores de imprensa aumentaram e novas atribuições foram se consolidando como funções destes profissionais. Este aumento na demanda de trabalho é comentado por Adghirni:

O novo jornalista é um profissional híbrido com perfil de camaleão, ora identificado com as rotinas da redação, ora como assessor de imprensa, ora como jornalista / funcionário. Também pode estar “produzindo conteúdos” para um site na Internet, numa empresa privada, numa ONG ou atuando no contexto da “advocacia” de causas públicas e/ou sócio-humanitárias. Talvez nem exerça mais funções típicas do jornalismo (cobertura, redação, edição e editoração), mas tenha-se tornado um profissional de alto nível e bem remunerado, cuja especialidade é a de ser um ‘articulador’ junto à imprensa. (ADGHIRNI, 2004).

A hibridização dita por Adghirni é demonstrada por Sant’Anna nesta transformação do perfil profissional destes atores em três níveis.

a) Ao nível dos conteúdos jornalísticos, por meio de uma mescla de gêneros informáticos e comunicacionais – hibridização de discursos.

- b) No que tange às estruturas, via hibridização das estruturas informativas – pela qual fonte e veículo adotam uma única personalidade e a utilização das ferramentas de imprensa e de assessoria de imprensa se confundem em um mesmo espaço.
- c) Ao nível do território profissional dos jornalistas, que assume novos contornos e fronteiras – hibridização do espaço profissional. (SANT’ANNA, 2009, p. 227)

Em virtude disso, não apenas o jornalismo, mas a comunicação social no ambiente público legislativo ainda passa por significativas mutações. Isso acontece em razão das mudanças tecnológicas na forma de produzir, transmitir e receber informações, bem como pela recente legislação que exige a transparência e possibilita uma maior participação popular no processo democrático.

Com estas transformações, o até então assessor de imprensa atualmente produz conteúdos nos moldes do jornalismo clássico, cumprindo rotinas parecidas e utilizando-se de meios de comunicação da fonte de informação para estabelecer um canal direto com o cidadão.

Desta forma, o cidadão não precisa mais recorrer exclusivamente aos veículos da mídia para saber o que acontece no âmbito público, pois estes órgãos já contam com veículos próprios de informação e estabelecem comunicação diretamente com a população.

Esta postura das fontes, em contar atualmente com veículos próprios na internet, impresso, rádio e TV, gera a necessidade de profissionais que atendam uma demanda parecida com a dos veículos da mídia. Este novo contexto remete a uma reflexão sobre esta prática por ser produzida pela fonte, mas ter características de jornalismo, bem como por suas rotinas profissionais estarem mais próximas da função do jornalista do que das tradicionalmente exercidas pelo assessor de imprensa ou pelo relações públicas.

Este suposto profissional híbrido serve a uma organização, submetido à fonte de informação, mas ao mesmo tempo, desempenha funções diferentes dos assessores de imprensa e semelhantes aos profissionais da mídia, produzindo conteúdo para veículos próprios, não apenas para a imprensa, e sim para o público em geral.

Por mais que outros autores discorram sobre esta multifuncionalidade do assessor de imprensa, foi com a hipótese do jornalista da fonte, do pesquisador pioneiro a tratar do assunto no Brasil, Francisco Sant’Anna (2009), que esta nova perspectiva começou a ser discutida de modo mais aprofundado.

Sant’Anna (2009, p.161) relata que a transformação da assessoria de imprensa em mídia da fonte se iniciou no processo de produção. Segundo ele, se abandonava o conceito formal de notas oficiais e se inseria o *lead* e o *sublead* nos textos enviados à imprensa. Para o

autor, o passo está diretamente ligado à criação de espaços laborais aos moldes das redações em seus diversos tipos de mídia e, em seguida, de veículos próprios de comunicação com o cidadão. Tal mudança introduziu na fonte de informação profissionais de diversos segmentos.

Para Sant'Anna (2009, p. 164), as equipes da fonte, ao invés de contarem apenas com assessores de imprensa, empregam redatores, repórteres, diagramadores, fotógrafos, entre outros profissionais existentes apenas nos veículos clássicos de jornalismo. Segundo ele, o modelo da fonte com redações completas configura estes meios sob as mesmas lógicas operacionais da imprensa tradicional, com hierarquização e divisão de tarefas semelhantes. Com isso, a informação institucional deixa de ser função do assessor para ser produzida por diversos profissionais, em todas as mídias possíveis atualmente.

É importante frisar que, de acordo com Sant'Anna, nos meios de jornalismo da fonte é produzido jornalismo, pois não há relações públicas ou publicitários envolvidos, bem como não existe uma produção de conteúdos em formatos publicitários. Ele explica que a técnica redacional empregada não é, na maioria dos casos, a da potencialização da lógica do produto, neste caso, da instituição.

Em virtude disso, o fato de inexistir a presença de profissionais doutros campos comunicativos, associado à percepção corporativa de que jornalismo é uma atividade de serviço público, constitui um ponto de ancoragem muito forte e que se reflete no perfil informativo. Levar ao conhecimento do cidadão os fatos e as explicações que ele ignora corresponde à missão da maioria dos jornalistas.

Sant'Anna (2009, p. 220) aponta três paisagens informativas. Uma delas nas redações dos meios clássicos de produção de jornalismo, também conhecidos como meios comerciais de comunicação por se manterem na maioria das vezes através da venda de anúncios publicitários e que podem ser nos mais diferentes formatos, como TV, rádio, impresso, internet, entre outros que as novas mídias suportarem. A segunda paisagem seria a assessoria de imprensa, que representa a fonte de informação em um contato direto com os modelos de veículos descritos na primeira paisagem. E por fim, a terceira paisagem neste cenário, de iniciativa da fonte de informação, que se utiliza das informações que seriam passadas à imprensa, para gerenciar veículos próprios com conteúdo monotemático.

Pesquisador da Câmara dos Deputados, Barros (2015, p. 184) considera que um dos objetivos dos veículos próprios de mídia da fonte, além do princípio constitucional da publicidade, seria a contraposição à agenda negativa da mídia privada sobre o Poder Legislativo, o que comunga com os preceitos da comunicação institucional e o que Sant'Anna define como jornalismo de influência.

Porém, Sant'Anna alega que a existência do jornalismo da fonte, por uma questão de credibilidade neste contato direto com a população e por uma constante transformação nos veículos da fonte, principalmente os legislativos, se utilizam dos paradigmas da comunicação pública, se aproximando a cada dia mais desta forma mais isenta de noticiar o que acontece no Poder Legislativo, sem que corram o risco de serem surpreendidos com informações contraditórias dadas pela mídia tradicional.

Sant'Anna (2009, p.513) aponta ainda que as mídias da fonte se veem obrigadas a se manterem enquadradas nos preceitos do jornalismo, sob pena de perderem a credibilidade, de jogarem por terra o esforço, inclusive financeiro, de se comunicar diretamente com a sociedade.

[...] a ação informativa praticada pelas mídias legislativas é considerada como um jornalismo detentor de um perfil informativo equilibrado. Tal classificação pode implicar em considerá-lo como neutro ou legalista, uma vez que ele não agrega nenhuma reflexão ou opinião do jornalista àquelas emitidas pelas próprias fontes . (SANT'ANNA, 2009, p. 513)

Da mesma forma, os veículos tradicionais também se transformam com a existência deste novo ator midiático, em uma busca maior pela isenção também visando à credibilidade junto ao público consumidor de mídia, que atualmente também é mais crítico e tem a possibilidade de confirmação da informação acessando os veículos da fonte.

Assim, os veículos de comunicação enquanto quarto poder fiscalizam os outros poderes de cunho governamental, mas, por outro lado, com as informações cedidas pelos outros três poderes, a população, maior interessada nas ações de seus representantes, incluindo a imprensa, tem condições de monitorar, comparar e apurar o senso crítico a partir do que se informa em ambas as formas de mídia, convencional ou da fonte.

Além disso, os veículos da fonte se adaptam a esta realidade não apenas na busca de transparência dos atos, mas de conquistar mais público.

As informações ganharam tratamento editorial , visual e estético semelhante ao trabalho executado pela imprensa. Surgiram os *house organs*, publicações institucionais nos formatos de jornais e revista. As novas tecnologias reduziram os custos do ato de informar, as publicações alcançaram grandes tiragens e o jornalismo institucional ultrapassou a fronteira da comunicação impressa, chegando-se à mídia audiovisual e eletrônica. Os novos avanços tecnológicos se mostraram favoráveis a descentralização e ao pluralismo de conteúdo. (SANT'ANNA, 2009, p. 219)

Para o autor, assumindo características operacionais semelhantes aos meios de comunicação de massa, seria possível cumprir com o objetivo de superar a barreira dos públicos internos, alcançar a sociedade como um todo e, sem correr o risco de ser filtrado

pelos *gatekeepers*, cumprir com o princípio constitucional da publicidade, bem como oferecer de maneira atualizada a versão dos fatos pela ótica da fonte.

Sant'Anna (2009, p. 505) questiona, na conclusão de seu livro, se o jornalista da fonte seria um jornalista qualquer, com as mesmas características de um jornalista de redação dos meios tradicionais, e aventa a possibilidade da existência de um novo modelo de profissional, oriundo da assessoria de imprensa, com características dos jornalistas dos meios comerciais, mas inserido em um novo *habitat* laboral.

Para Sant'Anna (2009, p. 507), uma das contribuições do aparecimento do jornalista da fonte seria a ruptura do modelo oligopolizado, que privilegiava determinados segmentos em detrimento de outros, nos meios de comunicação brasileiros. Esta mudança possibilita um jornalismo mais democrático: mesmo com a pouca visibilidade ainda dos meios da fonte, atualmente o cidadão tem diversos canais da fonte para checagem da informação divulgada pelos meios tradicionais.

Em tese, novos atores midiáticos contribuem para democratizar a circulação da informação no seio da sociedade, ampliando o leque de emissores, a abordagem editorial e a temática divulgada. A opinião pública que emana da sociedade dispõe assim de um volume mais amplo de informações, o que propicia ao cidadão novas condições de intervenção na esfera pública (SANT'ANNA, 2009, p. 507)

Após todos os fatores apontados, o presente estudo propõe uma reflexão sobre a formalização da divisão de tarefas entre os profissionais de assessoria de imprensa e do jornalismo da fonte no Poder Legislativo, considerando que conceitualmente apresentam diferenças expressivas, bem como contam com rotinas produtivas distintas e ainda, nos ambientes parlamentares podem se utilizar da pluralidade de fontes.

Atualmente, de acordo com o Manual de Assessoria de Imprensa da FENAJ as assessorias de comunicação são divididas da seguinte forma:



Fonte: O autor.

Neste molde, todas as funções que não desempenhadas pelos setores de publicidade e propaganda e relações públicas, seriam atribuições do assessor de imprensa.

O presente estudo discute a possibilidade de que o jornalista da fonte, nos veículos legislativos, desenvolve um trabalho jornalístico que não é o mesmo dos veículos clássicos, pelo vínculo empregatício com a fonte de informação, mas que, por outro lado, baseado no fato de as informações serem de interesse público, se enquadra no conceito de jornalismo, desde que livre de interesses particulares da fonte.

Sistematizando este pensamento, pode ser obtida a seguinte equação:

**Rotina laboral de jornalista + veículos próprios de mídia (disponibilização de acesso à população sem intermédio da imprensa) + possibilidade de pluralidade de fontes + primazia do interesse público + vínculo com a fonte de informação
= jornalismo da fonte**

Desta maneira, no âmbito dos setores de comunicação do Poder Legislativo, a proposta deste trabalho é buscar elementos que caracterizem a existência deste profissional, de modo a não considerá-lo mais como assessor de imprensa, ou jornalista-assessor. Como demonstra o organograma desta nova proposta:



Fonte: O autor.

A criação de um novo campo para a área da comunicação institucional ou da fonte não faz com que se veja este novo perfil de profissional de maneira ingênua, pelo termo jornalista ao invés de assessor. Sant'Anna aponta que as mídias das fontes não eliminam a desigualdade da capacidade informativa, nem dos veículos clássicos, nem dos próprios veículos.

Como também vê a objetividade jornalística, que será tratada de maneira aprofundada no decorrer deste trabalho, como ferramenta para direcionar interesses em ambos os lados. Porém, proporcionando ao leitor / espectador mais opções de canais para que tenha a possibilidade de consumir informações de diversos veículos e formar sua própria opinião, com o que Sant'Anna chama da perda da hegemonia midiacentrista, por parte dos veículos tradicionais.

No entanto, não é porque este estudo analisa meios de comunicação da fonte, que se posiciona a favor deste novo perfil profissional como libertador de uma mídia tradicional tirana e manipuladora. O presente trabalho demonstra que há interesses dos dois lados, tanto na mídia das fontes, quanto na forma mais antiga de mídia conhecida. Porém, a existência destas novas maneiras de transmissão de informação possibilita ver um mesmo assunto de mais de uma perspectiva.

Para Sant'Anna (2009, p. 180), em tese, o jornalismo estaria desprovido de segundos interesses e o compromisso seria com o público leitor / espectador. Assim, as outras modalidades informativas estariam compromissadas em promover seus produtos, ideias, imagem etc. O compromisso do profissional de imprensa seria com a verdade dos fatos, enquanto que o dos vinculados ao jornalismo institucional seria subordinado aos interesses das fontes empregadoras.

Em vez disso, o pesquisador aponta que o jornalista de redação também é subordinado aos interesses das fontes empregadoras.

Para o jornalista, contrariar os interesses do empresário da notícia, ou resistir às exigências editoriais superiores pode representar a perda do emprego, o congelamento da carreira e até uma inclusão em uma lista negra – não formalmente escrita – onde os empregadores relacionam os profissionais como problemáticos. (SANT'ANNA, 2009, p. 221)

Isso não quer dizer que estes veículos das fontes por si só promovam o jornalismo público ou o jornalismo cívico, mas o contexto plural de mídias das fontes ao lado dos meios tradicionais possibilita este cenário mais democrático no campo da informação.

1.4.4. Semelhanças e conexões teóricas

A cada matéria jornalística, uma realidade é construída. No material produzido tanto pela assessoria, quanto pelo jornalista da fonte, este mesmo processo de construção também acontece. Por isso, faz-se interessante abordarmos o conceito de acontecimento, explorado por Meditsch (2010) e Rodrigues (1993).

Meditsch (2010) cita o semiólogo argentino Verón (2003), que demonstrou como uma cobertura jornalística pode construir um acontecimento. Segundo Verón, os acontecimentos só existem porque os meios o elaboram.

O autor lembra ainda do posicionamento de Alsina (1989), que alega que os acontecimentos são construídos através das práticas discursivas. Partindo deste princípio, fatos que puderem ser construídos ou reconstruídos através da prática discursiva podem ser considerados uma construção da realidade.

Baseado nesta premissa, os assessores de imprensa já constroem versões da realidade que são enviadas para a grande mídia, que as reconstrói se acharem necessário, adicionando mais informações de outras fontes, criando outra versão, ou não, da mesma realidade.

Porém as fontes agora também contam com jornalistas, que, para meios próprios de comunicação e de livre acesso a qualquer pessoa, são os emissores, sem intermediários no processo jornalístico. Sendo, assim, totalmente responsáveis pela publicação que fizerem.

Tanto o assessor de imprensa, quanto o jornalista de redação e o jornalista da fonte estão intrinsecamente ligados ao fator acontecimento. Partindo do raciocínio de Rodrigues (1993), o acontecimento nada mais é do que aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade de fatos virtuais. As três categorias de profissionais têm como função noticiar o que aconteceu.

Segundo ele, o próprio discurso do acontecimento emerge como acontecimento notável, sendo o segundo acontecimento denominado pelo autor de metaacontecimento, que é provocado pelos discursos jornalísticos. As notícias publicadas pelo jornalismo da fonte, bem como as enviadas pelas assessorias de comunicação, geram outras notícias nos meios jornalísticos clássicos.

Ao relatar um acontecimento, os media, além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo, o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo. Este novo acontecimento não é mera locução; realiza um ato ilocutório. Os atos ilocutórios não estão apenas sujeitos a valores de verdade ou falsidade, de adequação ou não adequação ao estado das coisas relatado; estão também subordinados aos valores inerentes à credibilidade e a sinceridade do locutor; à clareza e a obscuridade da exposição; à justeza dos juízos formulados, à coerência dos argumentos aduzidos, à capacidade para levar o (s) outro (s) à satisfação de um pedido, a resposta de uma pergunta, à aceitação da convicção, à do reconhecimento ou apreço, do conselho dado, do aviso, da saudação. (RODRIGUES, 1988).

A discussão sobre o que é acontecimento no jornalismo remete a outro fator importante na compreensão de uma reformulação da profissão, como readequação do trabalho do assessor de imprensa, e por fim, da existência do jornalista da fonte como função

reconhecida por terem especificidades das outras duas funções do jornalismo, já legitimadas: a diferença entre a demanda de publicação apresentada pelas fontes e as condições apresentadas pela imprensa (espaço e critérios de noticiabilidade).

Chaparro (1996), em seu artigo *Jornalismo na Fonte*, que apresenta um manual de assessoria de imprensa, aponta, em estudo feito há cerca de 20 anos, que a quantidade de material de assessoria de imprensa não utilizado pelos veículos de comunicação era muito grande, o que demonstra uma oferta de informações fornecidas pela fonte maior do que a capacidade de gerenciamento dos meios. De acordo com o autor, todo este esforço das assessorias, na maioria dos casos, não saía das redações e muito menos dos envelopes que eram enviados pelas fontes.

Atualmente, a oferta de informações por parte das fontes continua expressiva, a grande diferença é o aproveitamento dos materiais. Quase a totalidade das fontes conta, hoje em dia, com *websites* próprios que possibilitam a divulgação de informações, mesmo daquelas que não circulam nos meios de comunicação. Os portais ou *websites* institucionais são canais de informações específicos, temáticos e, considerando os de interesse público, disputam a atenção dos leitores / internautas com os veículos tradicionais.

Isso não quer dizer que as fontes não necessitem da imprensa para divulgar suas ações, mas sim que o material não aproveitado por ela também é publicado, embora com uma menor visibilidade. Com os próprios meios digitais, as fontes ganham mais independência nas suas publicações, passando a contar com o acesso direto ao público.

Fotos, matérias em texto, *radioweb* e vídeo em um portal de informação, ou uma agência própria de notícias, assim como os perfis, canais e páginas em redes sociais, remodelam o trabalho da assessoria de comunicação, cuja função, há menos de duas décadas, era a de um agente que sugeria pautas para a imprensa ou marcava entrevistas de seus assessorados com a mídia tradicional.

Considerando a teoria do *Newsmaking*, no que trata do conceito de valores-notícia (PADILHA, 2012, p. 4) apontado por Mauro Wolf, mesmo que estes critérios apresentem certa homogeneidade no interior da cultura profissional, o autor garante que eles não continuam os mesmos, apresentando um dinamismo no decorrer do tempo.

Os valores-notícia preveem a existência de um conhecimento consensual sobre o que cerca o fato, coincidindo a visão do profissional com a do público. Um exemplo disso, é a afirmativa de que “os jornais avaliam a atualidade pelo fato de uma notícia ser atual para eles próprios, assumindo que, se o é, sê-lo-á também para o público” (WOLF *apud* PADILHA, 2012).

E ainda afirma que

A maioria dos fatos, salvo nos casos de interesses outros, para ganhar o status de notícia devem ter atributos primários, que se impõem como *mister* aos demais. São eles notadamente: atualidade, relevância, imprevisibilidade, repercussão e interesse coletivo. (PADILHA, 2012).

Com a internet, pouco se perde, podendo-se arriscar que grande parte do que é produzido ganha espaço na mídia, nem que seja na própria mídia da fonte. Este aumento na vazão de informações acaba por aumentar também a largura da barragem que ainda filtra e seleciona o que é notícia, como apontado por Padilha (2012). Neste contexto, as mídias sociais são importantes espaços de replicação do que é publicado pelas mídias da fonte, aumentando a visibilidade do conteúdo.

1.4.5. A comunicação empresarial, institucional, governamental e política

Algumas modalidades de comunicação se aproximam da comunicação pública. Para prosseguimento da discussão teórica, é importante conceituar a comunicação empresarial, institucional, governamental e política.

De acordo com Lemos & Del Gáudio (2011, p. 281), o jornalismo empresarial tornou-se um campo importante no mercado de trabalho para jornalistas que incorpora às publicações características técnicas como os conceitos de notícia e objetividade, vistos como instrumentos de credibilidade.

Já a comunicação institucional é definida por Monteiro (2009), quando referencia Zémor. Para ela, esta forma tem como objetivo levar a público o papel da instituição, afirmando sua identidade e sua imagem. Bernardes (2010, p. 213) afirma que este trabalho institucional não pode ser definido como jornalismo, pois mesmo que sejam úteis para a população, não atendem os critérios do jornalismo. Porém salienta que, na maioria das vezes, são produções híbridas, com alto teor institucional, mas que apresentam alto teor informativo de utilidade pública.

A pesquisadora trata especificamente do jornalismo institucional, que tem como objetivo principal a disseminação de informações sobre determinada instituição. Segundo ela, o poder de decisão dos rumos da produção jornalística não depende do jornalista, mas sim do comando da organização. Neste caso, trata-se de defender os interesses do emissor e não do público.

Em contrapartida, a tese de doutoramento de Bernardes (2010), sobre a Câmara dos Deputados, afirma que este jornalismo institucional oriundo das mídias legislativas apresenta

diferenças institucionais que possibilitam a prática jornalística pelo caráter parlamentar da instituição, que, por ser composta de representantes eleitos pela população, deveria ter como prioridade o interesse comum, e não o da instituição. Para a autora, o serviço jornalístico deve ser prestado para a sociedade.

Além disso, a pesquisadora diferencia o conteúdo elaborado pelo Poder Executivo em relação ao do Legislativo, pela pluralidade partidária, pois para o Executivo o mandatário é apenas um e a corrente político-partidária também.

Outro fator determinante apontado por Bernardes, que é confirmado por Sant'Anna no Senado Federal, é que grande parte dos jornalistas atuantes nestas casas legislativas são servidores públicos concursados. Bem diferente da realidade da Alep que será abordada de maneira mais aprofundada posteriormente, mas que conta com apenas dois profissionais efetivos em um universo de mais de 20 jornalistas, considerando tanto do setor de Divulgação da instituição, como da TV Sinal.

Essa relação também é comprovada no estudo de Machado & Moreira (2005).

Há órgãos mais autônomos e outros mais dependentes do poder central, de partidos e de personalidades. Os jornalistas públicos concursados tendem a sentir-se mais funcionários do público” e “sem patrão”, enquanto os ocupantes de cargos em comissão tendem a apresentar mais preocupação com “eficiência” e “resultados”, citando menos a categoria do “interesse público”. (MACHADO; MOREIRA, 2005, p. 122)

Um dos entrevistados na Alep evidencia o perfil editorial da Divulgação, mas demonstra que ser um servidor efetivo o deixa mais a vontade para exercer a profissão e seu papel como jornalista na fonte de informação.

Eu acho que dá um pouco mais de segurança sim. Sinto-me mais a vontade, talvez seja algo até psicológico. No entanto, acho que atualmente os concursados ou não estão fazendo o mesmo tipo de cobertura hoje, o mais jornalística possível. Agora, a gente não embarca em política partidária. Para isso, os deputados têm seus *hotsites* para esta finalidade e lá eles se posicionam. O que fazemos na Divulgação da Casa é relatar os fatos. O deputado X propôs tal projeto, tantos projetos foram aprovados, tantos foram rejeitados este é o nosso trabalho. A política partidária fica por conta dos assessores dos deputados. Nós fazemos a parte institucional, relatando os fatos acontecidos, sem tomar posição. O placar das votações já é o posicionamento dos deputados. Não avançamos disso. (Depoimento ao pesquisador – A3E)

Brandão (2006) define como comunicação governamental aquela praticada pelo governo, visando à prestação de contas, engajamento da população nas políticas adotadas e reconhecimento das ações promovidas no campo político econômico e social. Monteiro (2009, p.38) ainda define a comunicação política que, segundo ela, está relacionada aos processos eleitorais, utilizando de métodos publicitários. A autora acredita que a fronteira

entre estes quatro tipos de comunicação é muito tênue com a comunicação pública, pois esta incorpora características destas modalidades descritas.

No entanto, as outras formas privilegiam a imagem da fonte, enquanto a comunicação pública deve se guiar pelo interesse geral e não o privado, atendendo, assim, as questões públicas, pois é um direito da sociedade tomar conhecimento e obrigação do Estado divulgar.

1.5. JORNALISMO DA FONTE E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

De acordo com Groth (2011), os critérios de noticiabilidade do jornalismo se caracterizam pela Periodicidade, Universalidade, Publicidade e Atualidade. Estes critérios podem também se encaixar na nova demanda profissional direcionada para o jornalismo da fonte com o intuito de realizar comunicação pública.

Da mesma forma que no jornalismo, no jornalismo da fonte, a Periodicidade e a Atualidade são fatores intrínsecos ao cotidiano dos profissionais, pois o material produzido deve ser atual e a falta de periodicidade nas publicações prejudica o meio de comunicação, adormecendo o interesse do público, fazendo com que percam o anseio de acessar novamente o referido canal de informação.

Com a legislação vigente, outro critério sugerido por Groth (2011) se legitima no jornalismo efetuado pela fonte enquanto utilidade pública. Como já discutido anteriormente, a Publicidade, o tornar público, além de ser um dos critérios do jornalismo segundo Groth, é uma exigência da Lei de Responsabilidade Fiscal e Lei de Acesso a Informação atualmente no Brasil, pois, assim, os órgãos públicos utilizam a comunicação para inserir o cidadão no contexto político-econômico tanto das cidades, como do estado ou mesmo da federação.

Contextualizar estes critérios de noticiabilidade a legislação se faz necessário para tratar da comunicação governamental ou pública, pois ainda no campo da assessoria de imprensa já conta com bibliografia específica e remete o serviço como instrumento da agenda pública e forma de prestação de contas ao cidadão dos atos dos governantes (*accountability*).

A Comunicação Governamental pode ser entendida como Comunicação Pública, na medida que ela é instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provocar o debate político. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (BRANDÃO, 2006, p. 6).

Esta interação maior com a população está presente também na corrente teórica francesa da comunicação pública apresentada por Zémor (2009), em que a informação de interesse geral tem origem na utilidade pública.

Assim como a disponibilização dos dados públicos é mais do que a promoção de serviços, as campanhas que veiculam mensagens revestidas de um caráter cívico ou socialmente consensual têm sua origem na utilidade pública. Elas são instituídas e fixadas dentro do interesse da coletividade. (ZÉMOR, 2009, p. 217)

Em virtude disso e partindo do pressuposto que este jornalismo da fonte é custeado pelo contribuinte e não pelo agente político, bem como, baseado em Zémor (2009), que atesta que a comunicação pública é de utilidade pública, é importante a colocação de Rosen (2003, p. 80), quando trata do Jornalismo Cívico e da objetividade desinteressada como ferramenta para qualquer comunidade política democrática, que deveria ser uma das diretrizes no trabalho deste novo profissional, no incentivo à participação popular na política.

O autor salienta que o jornalismo público vem de uma visão de democracia participativa, com o jornalismo na construção de um espaço público mais vibrante e na resolução de problemas da comunidade.

[...] o jornalismo precisa ser mais público, isto é, nas suas palavras, “mais a favor de um reino de discussão pública com sentido” (Rosen, 1991,p.268). Escreve Rosen: “Podemos tentar encontrar maneiras de interessar um maior número de cidadãos na vida pública ao mesmo tempo que tornamos a vida pública mais interessante. (TRAQUINA; MESQUITA, 2003, p. 14).

Por outro lado, Zémor vê como um desafio uma maior participação da população pela fraca cultura cívica da sociedade.

No entanto, o apelo para participar da vida política, ou a chamada clássica versando em torno de direitos e deveres do cidadão estão se mostrando cada dia mais fracos e hoje é um desafio que se coloca para a classe política e para os responsáveis políticos. Constata-se atualmente um fraco nível de cultura cívica, uma espécie de “déficit” cívico que torna insuficiente todos os esforços da comunicação neste sentido. (ZÉMOR, 1995, p. 9)

Porém, Traquina e Mesquita (2003, p. 35) defendem que, mesmo o problema da questão pública sendo intelectual, não são os intelectuais que poderão resolvê-lo. Os autores discorrem ainda sobre o ideal de comprometimento cívico e citam que as primeiras escolas universitárias de pós-graduação procuravam “treinar homens numa cultura mental que os prepararia para carreiras no serviço público, para os deveres da vida pública em geral, ou como jornalistas públicos”. Como salientam os autores (2003, p.45), o jornalismo pode e deve desempenhar um papel de fortalecimento da cidadania, no melhoramento do debate público e no reviver da vida pública.

Machado e Moreira (2005) atribuem outra definição para o jornalismo público. Segundo as autoras, o jornalismo público brasileiro, no século XXI, deve considerar diversos fatores, como a instituição de um novo modo de administração pública, as especificidades do modelo brasileiro de assessoria de imprensa, predominantemente jornalístico, o insuficiente mercado de trabalho das empresas jornalísticas tradicionais e o crescimento da crítica à mídia, que fomenta um jornalismo “cívico” ou “público”. Sendo assim, de acordo com as autoras, propicia condições de uma valorização do princípio do público, e não do estatal, como modelo para a comunicação pública.

O estudo desenvolvido por Machado e Moreira (2005) ouviu 52 profissionais da área e aponta como jornalistas públicos os profissionais de assessorias e agências de notícias como a Agência Câmara, Agência Senado e Agência Brasil, e salienta que a tendência é que, cada vez mais, a qualidade do jornalismo também dependa da qualidade técnica e dos valores éticos dessa categoria que atua no serviço público.

A quase totalidade dos comunicadores é formada por jornalistas, o que nos autoriza a utilizar a expressão “jornalistas públicos” neste trabalho: 92% têm formação em jornalismo e 4% estão cursando jornalismo. São também experientes, considerando que 68% têm mais de 10 anos de profissão e que, entre os jornalistas, 94% haviam atuado em redações anteriormente. (MACHADO; MOREIRA, 2005, p. 120)

O jornalismo público pode e deve ser convergente com a comunicação pública, considerando que os profissionais que trabalham nas instituições legislativas prestam serviços aos representantes da população e, por consequência, representam a pluralidade ideológica / partidária.

Uma nova perspectiva é necessária nos estudos sobre a comunicação, não à volta de conceitos novos e desafiadores, mas à volta de novos e desafiadores relacionamentos com os que estão fora da disciplina e que partilham o objetivo geral de “tornar as coisas públicas”. (TRAQUINA; MESQUITA, 2003, p. 54).

O pensamento democrático no jornalismo da fonte presente em instituições públicas pode também ter como coluna de sustentação premissas do jornalismo público, como expõe Rothberg (2011, p. 174), que aponta a prática jornalística com o objetivo de advogar pelo fortalecimento da democracia, mas sem definir quais correntes da luta democrática merecem mais atenção e sim as demandas públicas e sociais, bem como, de que forma o poder público está trabalhando para fechar estas lacunas, o que deixa mais evidente a fronteira entre os profissionais da Câmara dos Deputados das relações públicas e jornalistas.

Enquanto os servidores de relações públicas e dos setores administrativos acham que os veículos legislativos devem servir para melhorar a imagem da Câmara dos

Deputados, os jornalistas acham que as mídias legislativas devem levar informações relevantes para a população brasileira, o que inclui informações negativas da própria instituição e de seus integrantes. (BERNARDES, 2010, p. 193).

Concordam Machado & Moreira com os dados da pesquisa realizada com jornalistas integrantes da Rede Brasileira de Comunicação Pública.

A compatibilidade entre a defesa da imagem institucional e a preservação do interesse público é possível “sempre” ou “frequentemente” para 75% dos pesquisados, o que demonstra que os jornalistas públicos imaginam não haver diferenças entre os interesses das instituições em que trabalham e o interesse público. (MACHADO; MOREIRA, 2005, p. 121)

Rothberg (2011, p. 9) comenta a experiência do Reino Unido, com a *British Broadcasting Corporation*, conhecida mundialmente como BBC. A rede de TV e rádio é estatal, e ao mesmo tempo autônoma em sua produção de jornalismo, com total independência, prestando contas apenas para o Parlamento inglês. De acordo com matéria da Folha de São Paulo (2004), os diretores da rede são nomeados pela rainha, a partir de indicações do governo, por quatro anos, renováveis.

De acordo com a Folha, a rede com 26 mil profissionais, tem oito canais de rádio, oito de TV e sites de internet. A programação é feita em 43 línguas e não tem propagandas. A receita anual (dados de 2004) era de cerca de R\$ 12,5 bilhões, originada de uma taxa paga por proprietários de aparelhos de TV.

No caso da BBC⁷, por se reportarem ao Parlamento ou pelo fato de seus diretores serem indicados pela rainha, os profissionais podem ser considerados assessores? O mesmo já acontece com a Radiobrás, com uma mudança em seu perfil no fazer jornalismo.

O que mudou fundamentalmente é que a comunicação agora é considerada uma política pública. Assim como o governo deve prestar serviços em outras áreas consideradas básicas e fundamentais, ele também tem de dar informação ao cidadão. A comunicação é direito básico e tem de ser suprida pelo serviço público", complementa o diretor de jornalismo da Radiobrás, José Roberto Garcez. (NASCIMENTO, 2004)

No âmbito governamental, podemos dizer que a legislação direciona uma comunicação pública aos moldes do jornalismo público, ou mesmo como uma política pública, mas pelo viés da transparência na gestão governamental.

A comunicação de governo tem de ser vista como política pública, fundamental e necessária, já que o Estado é responsável pela administração e desenvolvimento de uma série de serviços públicos. [...] Esses órgãos precisam executar suas ações finalísticas e torna-las públicas, seja pela contratação de mídia paga, seja pela utilização de mídia espontânea. (MARTINEZ, 2011, p. 207).

⁷

O modelo de gestão de comunicação da BBC será novamente abordado neste estudo.

Em virtude disso, o jornalismo público não é entendido nesta pesquisa como o modelo de jornalismo público norte americano, que tenta resolver por ele mesmo os problemas da sociedade. Na visão deste trabalho, o jornalismo público ou cívico tem como missão incentivar a participação popular no civismo, na vida política e pública, como agente modificador da sociedade e não tomando partido em um discurso puramente contraditório, em um jornalismo intransigente como aponta Lage.

A tese do jornalismo voltado para a defesa intransigente de uma causa vai além do fenômeno histórico que a originou e da consequente instrumentação pelos agentes econômicos. A aristocracia, no princípio (sem êxito), e, logo em seguida, organizações revolucionárias de base declaradamente proletária e movimentos culturais contestadores cuidaram de copiar o espírito do jornalismo combativo e visionário do pós-renascimento. (LAGE, 2014, p. 6).

Da mesma maneira que o jornalismo da fonte não deve ser submisso aos governantes, efetuando-se um jornalismo independente para o cidadão, o jornalismo público por si só não deve ser revolucionário e combativo, a militância pela causa defendida pelo profissional não pode ser maior que o compromisso com a informação. Com isso, não deve tomar para si as funções de entidades representativas da sociedade, ou por sua influência promover modificações na sociedade.

Tanto a comunicação pública, quanto o jornalismo público têm um papel de informar na busca de proporcionar condições para o exercício da cidadania a todos. Segundo DUARTE (2009, p. 112), a cidadania implica mobilização, cooperação e formação de vínculos de corresponsabilidade para os interesses coletivos, e a regra da luta pela inclusão são as expectativas e opiniões conflitantes e não o consenso de vontades.

A autora aponta que é por isso que as lutas mais recentes por direitos políticos, civis e sociais ajudaram o Brasil a ampliar a noção de cidadania enquanto um direito universal, não restrito a grupos ou classes sociais, definindo o cidadão como sujeito capaz de interferir na ordem social em que vive, participando das questões públicas, debatendo e deliberando sobre elas.

A comunicação e cidadania são conceitos interligados, cujo crescimento e aperfeiçoamento reforçam a existência mutua. Comunicação deve ser plena a tal ponto que possa oferecer ao cidadão condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autônoma, emancipar-se e compreender-se, de modo a fomentar uma capacidade de organização e mobilização dos sujeitos que consistirá, em última instância, na concretização de uma cidadania ativa, fruto do aprendizado, da produção coletiva de saberes, capaz de romper formas de exclusão e opressão e encontrar caminhos e modelos próprios de organização da vida coletiva. (DUARTE, 2009, p. 113)

Considerando os dados da pesquisa de campo realizada a Alep através das entrevistas, como conversas informais com os jornalistas da instituição, por mais que a incerteza pairasse entre os profissionais, se o trabalho desempenhado era jornalismo ou assessoria de imprensa, grande parte dos profissionais da Alep acreditava que faz Comunicação Pública. Quando questionados se consideravam seu trabalho como Comunicação Institucional ou Comunicação Pública, as repostas se direcionavam mais para a segunda opção, pois segundo a maioria dos entrevistados, as informações produzidas no setor eram de utilidade pública, pois eram decisões que influenciavam o dia a dia dos cidadãos.

Toda a nossa pauta, a pauta da instituição é de interesse público. Eventualmente os interesses são mais localizados, mas os mais diferentes assuntos que são discutidos aqui mesmo que segmentado como em áreas específicas como da saúde, educação, segurança, meio ambiente, são de interesse público, ou pelo menos a maioria. Pois o que é proposto e decidido pela Alep reverbera na população paranaense. (Depoimento ao pesquisador – A4C)

Outro jornalista da Alep acredita que a comunicação produzida é pública, mas também institucional:

Acho que os dois. Interessa para a Casa para manter sua credibilidade, sua respeitabilidade, a confiança que a população tem nela, ser o mais verdadeira e sincera possível. Com isso, interessa divulgar as informações reais, como interessa para a população saber do que está acontecendo. Vejo a Lei da Transparência como algo fundamental neste processo. O cidadão pode pesquisar e acompanhar os dados. É bom para a Casa, bom para o legislativo e bom para o cidadão. (Depoimento ao pesquisador – A3E)

O jornalismo, a assessoria de imprensa e o jornalismo da fonte entrelaçados com os conceitos de jornalismo público e comunicação pública se considerado apenas a abordagem teórica já apresentam relações significativas para um cenário contemporâneo dos veículos próprios das instituições legislativas. No entanto, vale a pena diferenciar cada perfil profissional para uma melhor sistematização das funções.

Uma síntese teórica neste momento da pesquisa aponta que o jornalismo propriamente dito é efetuado somente pelos profissionais dos meios clássicos.

Por isso, pode-se afirmar que o assessor de imprensa não faz jornalismo, pois tem na natureza de sua função a defesa dos interesses do assessorado, agindo, por vezes, como um spin doctor, buscando intervir e influenciar no trabalho do jornalista dos meios tradicionais de mídia, como um porta-voz e não como um jornalista.

Já o jornalista da fonte aparece neste novo cenário midiático, especificamente no Poder Legislativo, como um emissor de informação, dos atos das instituições e seus respectivos atores sociais, no caso, os deputados, de maneira direta ao cidadão.

De acordo com autores consultados, o conteúdo produzido por estes meios da fonte deve ser mais informativo que interpretativo, o que remete ao entendimento de que estes profissionais, mesmo atendendo ao interesse institucional, devem priorizar o interesse público no que é noticiado. Sendo assim, não caberia a esta produção de conteúdo jornalístico influenciar, mas sim, informar, publicizar, em formato de notícia.

O próximo capítulo trará dados empíricos baseado no estudo efetuado no Poder Legislativo paranaense no ano de 2014.

2. O ESTUDO NA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ (2014)

2.1. PLURALIDADE DE TÉCNICAS COMO ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Para escolher a metodologia adequada para realização de uma pesquisa é de extrema importância ter ciência do objeto que será pesquisado, pois é através do objeto que o pesquisador vislumbra as possibilidades metodológicas.

O objeto do presente estudo está na verificação da hipótese do Jornalista da Fonte apresentada por Francisco Sant'Anna (2009), que aponta o surgimento de um novo ator no cenário jornalístico, um novo modelo de atuação profissional que trabalha para a fonte de informação, mas, ao mesmo tempo, desempenha funções semelhantes à dos jornalistas dos meios clássicos de informação. Sant'Anna se utilizou da comunicação do Senado Federal para seu estudo.

Da mesma forma, esta pesquisa utiliza do setor de Divulgação da Assembleia Legislativa do Paraná, com o objetivo de analisar se o jornalismo da fonte, através dos canais diretos de comunicação da instituição com o cidadão através da internet, e sem a participação da grande mídia, pode ser considerado assessoria de imprensa, jornalismo institucional ou público, ou até ambos, e assim como em quais situações estas modalidades acontecem.

Inicialmente, foi efetuada uma pesquisa bibliográfica para verificar o que já havia sido produzido de literatura específica sobre jornalismo, jornalistas da fonte e comunicação pública, em âmbito nacional, bem como, no estado do Paraná.

Visto que já existem estudos sobre o tema na esfera federal, em ambos os parlamentos, a proposta do presente estudo tem o intuito de compreender o papel deste novo ator no cenário jornalístico considerando as novas mídias, bem como distinguir o que atualmente é efetuado pelo jornalista da fonte e o que continua sendo de atribuição do assessor de imprensa, utilizando a comunicação elaborada pela equipe de profissionais da Alep.

Posteriormente, o intuito foi explorar os veículos de comunicação próprios da Alep, incluindo as redes sociais, para identificar para que público é destinado o material produzido, isto é, para a imprensa? Para o cidadão? Ou para ambos? Além disso, os horários das publicações foram avaliados para ter uma primeira impressão das rotinas produtivas, bem como foram analisados os termos mais utilizados nos títulos, para se ter noção dos assuntos mais abordados no material produzido.

Analisado o conteúdo, iniciou-se a pesquisa de campo com a identificação de cenário e perfil do profissional, a observação participante das rotinas profissionais e, por fim, as

entrevistas, para juntamente com os dados obtidos nas outras etapas, entender o funcionamento dos setores de comunicação da instituição, com o intuito de compreender o papel deste novo modelo profissional do jornalismo, em face do Poder Legislativo e suas especificidades.

Os métodos de pesquisa em jornalismo ainda estão em processo de consolidação. Com isso, a investigação do fazer jornalístico, das relações de consumo de informação, entre outros fatores ligados a esta área da comunicação social utiliza de metodologias de outras áreas do conhecimento, principalmente da Sociologia e da Antropologia. Os estudos em jornalismo adotam metodologias desenvolvidas em pesquisas das Ciências Sociais, adaptando-as ao contexto do jornalismo.

Vale ressaltar que o método de investigação é escolhido deliberadamente pelo investigador, mas sempre com base em seu objeto da pesquisa. No caso do jornalismo, o uso de apenas uma metodologia limitaria o pesquisador na obtenção e análise de dados que consigam revelar de forma adequada e suficiente o objeto de pesquisa para a conquista de resultados mais precisos, como aponta Arrueta (2012).

Portanto, a questão, Comunicação, como uma disciplina de conhecimento, é caracterizada por um objeto de estudo multidimensional e interdependente com outros campos do conhecimento para alcançar uma abordagem abrangente e necessária para os seus problemas. (ARRUETA, 2012, p. 7)

Neste trabalho especificamente, a aplicação de uma única metodologia não daria conta de analisar a hipótese de configuração de um novo perfil profissional no âmbito do jornalismo, identificando-o na Assembleia Legislativa do Paraná, com a possibilidade de generalização para outros órgãos legislativos no Brasil.

Assim, diversas técnicas foram empregadas na composição de uma estratégia metodológica que pode ser dividida em metodologias principais e complementares para poder responder três importantes questionamentos a que a pesquisa se propõe.

- Que jornalismo (conteúdo) é produzido pela ALEP?
- Que profissionais (perfil) fazem jornalismo para a ALEP?
- Como é feito o jornalismo na ALEP por estes profissionais?

Como eixo principal do que se propõe este trabalho, está a observação participante e as entrevistas em profundidade realizadas na Alep com o intuito de entender as rotinas produtivas e suas especificidades. Vale salientar que o exemplo paranaense serve de base na busca de entender o trabalho do jornalista no âmbito legislativo em geral, considerando suas especificidades.

No entanto, para imergir nas rotinas laborais da Alep sentiu-se a necessidade de utilizar técnicas complementares para um maior entendimento do comportamento dos profissionais de imprensa do Poder Legislativo paranaense. Assim, o trajeto metodológico realizado abrange os seguintes passos:

Métodos complementares

- Pesquisa bibliográfica
- Análise de conteúdo
 - Exploratória – inventário e classificação (portal da Alep)
 - Comparativa – comparação com dois jornais impressos
- Identificação do cenário
- Identificação do perfil do profissional (questionário)
- Pesquisa documental

Métodos principais

- Observação participante
- Entrevistas em profundidade

O uso de diversos procedimentos não significa fragmentação da pesquisa em partes estanques, mas sim que o resultado obtido por meio de cada abordagem será analisado de maneira integrada, de forma a contribuírem umas com as outras no resultado final, como sugere Arrueta (2012).

O ponto de contribuição foi a determinação de ações e procedimentos envolvidos na produção do conhecimento científico, a partir de um horizonte de "pluralismo metodológico". É, reconhecendo a necessidade de pensar operacionalmente a partir de diferentes formas de abordar o mesmo objeto de estudo, a fim de abordá-lo a partir de perspectivas complementares. Não é a empregar métodos e técnicas como ferramentas heterogêneas independentes; pelo contrário, o objectivo é o de validar os resultados globais triangulados (ARRUETA, 2012, p. 10)

Partindo deste pressuposto, cada metodologia complementar auxilia na compreensão do eixo principal da pesquisa. A análise bibliográfica fornece referencial teórico e metodológico para a compreensão das demais etapas. A análise de conteúdo traz um entendimento inicial do que é produzido no setor de Divulgação da Alep, bem como sobre o que é mais relevante nesta produção e dá uma ideia, ainda que vaga, da rotina produtiva.

As identificações de espaço e do perfil do profissional possibilitam ter uma noção do ambiente, do perfil socioeconômico e intelectual do jornalista. Por fim, com base no conjunto de informações gerais sobre os produtos publicados, o quadro de profissionais e a estrutura física disponível, estão obtidas as condições para a busca de elementos que propiciem a compreensão das rotinas de produção do setor de Divulgação da Alep, o que é feito com a observação participante, que acompanha o trabalho dos profissionais no seu dia a dia, enquanto a entrevista em profundidade serve para sanar dúvidas sobre o desenvolvimento dos trabalhos, como também sobre as tensões ocorridas durante a jornada de trabalho.

2.1.1. Métodos complementares

2.1.1.1. Base de conhecimento - Pesquisa bibliográfica

A intenção de utilizar deste método de pesquisa é, primeiramente, a de reconhecer o ponto em que está o conhecimento do objeto no Brasil, considerando ser uma recente proposta de atuação profissional, baseando-se em Santana (2009), Adghirni (2004) e Bernardes (2010), como também, contextualizando com outras correntes teóricas que permitiram a aproximação do jornalismo, da assessoria de imprensa, e finalmente com o jornalismo da fonte, em uma discussão que busque a compreensão deste fenômeno atual. Além disso, discutir a Comunicação Institucional e Pública, finalmente como se enquadra na perspectiva de um Jornalismo Plural.

2.1.1.2. Análise de Conteúdo - Análise exploratória (inventário e classificação)

Trata-se de um método complementar que tem por objetivo identificar os produtos disponíveis para a imprensa e para a população em geral, nos espaços mantidos pela Alep na internet.

Esta etapa teve como base a realização de uma análise exploratória, de forma a verificar a composição dos vários produtos e a forma como as notícias estão distribuídas nas diferentes plataformas. Os documentos utilizados para a pesquisa foram constituídos pelo portal da Alep e suas ramificações entre site de vídeos, fotos e redes sociais, como também pelos espelhos dos três telejornais da TV Sinal (Sistema Integrado de Notícias da Assembleia Legislativa).

De acordo com o modelo de Zicman (1985), a análise de conteúdo acontece em duas etapas de categorização, primeiramente a de inventário e depois a de classificação. Na

primeira, fez-se um levantamento do que os veículos da Alep oferecem de conteúdo jornalístico em seus canais. Feito o mapeamento dos produtos existentes, passou-se à classificação em dois grupos, o que reúne elementos que aproximam o material produzido da assessoria de imprensa e o que teria características de uma produção de jornalismo da fonte.

Com isso, esta etapa tem como intuito discutir se o trabalho se resume à assessoria de imprensa, enquanto agência de notícias, ou se há um esforço em fazer com que o que é noticiado atinja diretamente o cidadão, sem o intermédio da mídia convencional, ou mesmo se contempla as duas situações em uma terceira categoria.

No segundo momento, a análise compreende a presença e frequência das mesmas informações nos distintos meios. Para isso, são utilizadas as indicações metodológicas de Masip e col. (*apud* PALACIOS 2011, p. 82) que define a multimidialidade como conjunto de unidades de caráter informativo autônomo (um artigo, um vídeo, uma fotografia, uma infografia etc.) com título independente.

De acordo com o autor, se uma fotografia ilustra uma notícia, não é considerada como unidade informativa autônoma. Uma galeria de fotografias ou de vídeos é considerada como uma única peça. O recorte temporal para esta etapa da pesquisa se deu entre os dias 02 e 06 de junho de 2014, com as publicações nas diversas plataformas de comunicação da Alep disponíveis em seu portal.

Para fazer a verificação da presença dos assuntos nos diversos meios, a metodologia se baseia também em Masip e col. (*apud* PALACIOS 2011, p.82), utilizando-se o título da peça para fazer a comparação entre os distintos meios ou grupos. Segundo ele, a referência é o título da notícia ao qual se vincula a peça (fotografia, vídeo...). Na sua ausência, indica-se qualquer elemento que permita identificar a peça, por exemplo, a legenda.

Outro critério da análise de conteúdo foi utilizado. Segundo Bardin (2011, p. 133), a codificação corresponde à transformação, através de regras pré-definidas, de dados brutos do texto, por agregação, recorte ou enumeração, de modo a permitir a configuração de índices para análise, na descrição de características pertinentes ao conteúdo.

Foram avaliados os conteúdos publicados em todos os meios de comunicação da Agência Sinal, tendo como ponto de partida o Portal, passando pelas diversas mídias, de rádio, vídeo, texto, fotografia e redes sociais e encerrando com os espelhos dos jornais da TV Sinal.

2.1.1.3. Análise Comparativa

A análise comparativa foi efetuada em dois momentos. Em uma etapa da pesquisa, a comparação aconteceu com o intuito de identificar semelhanças e diferenças no noticiado pelo jornal Gazeta do Povo e o site da Alep no período da série Diários Secretos.

Em outro momento, a pesquisa comparou os dados da etapa exploratória com o que foi publicado nos dois jornais impressos de maior tiragem no Paraná para saber o quanto a Alep conseguiu agendar estes periódicos.

Diários secretos

Com o intuito de entender a situação do jornalismo produzido pelo setor de Divulgação da Alep antes e depois do escândalo dos Diários Secretos, sentiu-se a necessidade de uma pesquisa documental nos arquivos do jornal Gazeta do Povo, durante grande parte do ano de 2010. Com os dados coletados, as informações foram cotejadas com as declarações de servidores da Alep.

Em 2010, a Alep passou por um momento delicado quando, através da imprensa, deflagrou-se um escândalo intitulado pelos veículos de comunicação denunciante (Gazeta do Povo e RPCTV) como ‘Diários Secretos’.

A série de reportagens, produzida aparentemente sem o conhecimento dos setores de comunicação da Casa, a partir de pesquisa nos Diários Oficiais da Alep, revelou diversas irregularidades na administração da Assembleia.

Conteúdo da Alep nos jornais

Os dados da análise de conteúdo da Alep foram utilizados ainda em uma nova etapa da pesquisa que visou a avaliar o grau de agendamento efetuado pela Agência Sinal, através de sua assessoria de imprensa e em que proporção isso ocorria em publicações dos dois jornais com maior circulação no Paraná, no caso, a Gazeta do Povo e a Folha de Londrina.

Nesta etapa, foi utilizado o método comparativo entre os conteúdos divulgados pela Alep, avaliando se ocorreu e como ocorreu o fenômeno agendador nos dois jornais. O método comparativo também é baseado na proposta de Marques de Melo (1972), elucidada por Machado (2010, p. 13) na análise comparativa de periódicos baseado em Jacques Kayser

através da dissecação dos jornais, na sua análise crítica e comparativa, capaz de propiciar a criação de uma ciência da imprensa.

O método comparativo que foi aplicado também é explicado por Schneider e Schmitt (1998):

A comparação, enquanto momento da atividade cognitiva pode ser considerada como inerente ao processo de construção do conhecimento nas ciências sociais. É lançando mão de um tipo de raciocínio comparativo que podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e descontinuidades, semelhanças e diferenças, e explicitando as determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais. (SCHNEIDER e SCHMITT, 1998, p. 1)

De acordo com eles, o método das variações concomitantes, não deve ser considerado como uma simples técnica de trabalho utilizada para fazer analogias entre dois ou mais fatos, estabelecendo diferença e semelhanças entre eles, mas sim, baseado em Durkheim, através deste método se oferece a possibilidade de demonstrar que cada efeito corresponde a uma causa. Para isso, a necessidade de comparar variações regulares se faz mais útil que as isoladas.

2.1.1.4. Análise documental – Google Analytics, Facebook e Youtube

Duas metodologias foram utilizadas para obter os resultados de audiência propostos. Primeiramente utiliza-se da pesquisa documental em relatórios cedidos pelo setor de Divulgação da Alep, para em seguida, proceder uma análise quantitativa dos dados extraídos de sistemas eletrônicos de audiência de sites e redes sociais.

Atualmente um documento pode ser entendido como algo escrito, em formato de imagem, áudio, vídeo ou arquivo digital que sirva como prova de dado estatístico, científico ou de acontecimento. Baseado em diversos autores, Silva (2009), esclarece o conceito de documento para possibilitar o uso dos relatórios cedidos pela Alep.

Segundo Ramos (2013), a Ciência Social empírica que se utiliza de métodos quantitativos (estatística) está preocupada com resultados gerais e coletivos. Para ela, os resultados das pesquisas quantitativas são dados empíricos, características da realidade social, que precisam ser integrados teoricamente, da mesma maneira que integramos qualquer observação empírica numa análise sociológica.

Nesta pesquisa, os dados estatísticos coletados dos relatórios da Alep serão apresentados de maneira descritiva, considerando que não foi encontrado outro estudo científico publicado até o momento com dados similares em outro período.

A quantificação tem sido bem sucedida e ainda mais hoje com auxílio dos recursos da informática. O argumento de que seja impossível medir características psicológicas, por exemplo, vem sendo refutado pela evidência. A inteligência, atitudes, classe social, realização pessoal vem sendo eficazmente medidas. (RAMOS, 2013, p. 57)

Com a autorização da direção geral do setor de Divulgação da Alep foram repassados para o pesquisador relatórios referentes ao sistema Google *Analytics*. De acordo com a empresa Google, o Google *Analytics*⁸ é um serviço de análise de tráfego da web que monitora, qualitativa e quantitativamente, o tráfego web no tempo, vindo de diferentes fontes para uso principalmente de editores de sites da internet, os responsáveis de marketing e os referenciadores de internet.

Segundo a empresa, o Google *Analytics* se baseia em diferentes fontes para elencar os resultados. Primeiramente dos motores de busca (Google, Bing), listando as palavras-chave (consultas) utilizadas pelo usuário para visitar diferentes páginas do website analisado.

Outro método do *Analytics* é o levantamento em outras páginas da web, isto é, que indicam os sites ou páginas geradoras de tráfego para o site analisado. É registrado o tráfego direto, que reflete a porcentagem de usuários da Internet que digitam diretamente o endereço de um site no seu navegador.

A Divulgação da Alep cedeu também dados de audiência extraídos do Facebook Insights, uma ferramenta do próprio Facebook que fornece aos desenvolvedores e proprietários de páginas, métricas sobre o conteúdo. De acordo com Araújo (2013), com este recurso também gratuito, é possível compreender e analisar as tendências sobre o uso e dados demográficos, bem como o consumo e geração de conteúdo.

Mesmo com contas também no Twitter e GPlus, a Divulgação da Alep disponibilizou apenas os dados do site através do Google *Analytics* desde 2011 até o momento da pesquisa empírica da observação das rotinas produtivas da Alep nos dias 02 a 06 de junho de 2014.

2.1.1.5. Identificação do cenário

Ainda como ferramenta complementar para a pesquisa, a identificação de cenário visa a inventariar a estrutura em que são realizados os trabalhos jornalísticos de assessoria de imprensa e de jornalismo da fonte na Alep. De forma descritiva, baseado em visita acompanhada de registro fotográfico, este momento da pesquisa faz um levantamento básico da estrutura disponível para a execução das tarefas.

⁸ Google. <https://www.google.com/analytics/standard/features/>

Além disso, uma das perguntas do questionário quantitativo entregue aos profissionais da Alep agrega dados a esta etapa, pois demonstra como os jornalistas observam as instalações e se estas, no entendimento deles, são adequadas para as rotinas produtivas.

2.1.1.6. Identificação do perfil do profissional

Este momento da pesquisa apresenta o resultado quantitativo de um questionário aplicado a todos os jornalistas do setor de Divulgação da Alep enquanto instituição excluindo, portanto, os profissionais lotados nos gabinetes dos parlamentares, com perguntas idênticas, em que se buscou nas respostas a possibilidade de traçar um esboço do perfil dos profissionais de jornalismo no âmbito do legislativo estadual. Os questionamentos visam a trazer uma noção socioeconômica e intelectual do jornalista.

Baseado no modelo utilizado por Santana (2009) questionou-se sobre a qualificação, preferências, rotinas e a relação do entrevistado com a profissão, em um questionário com 13 perguntas que foram respondidas por 15 dos 17 jornalistas por formação, considerando que um estava em férias e outro optou por não responder o questionário. Oito destes jornalistas eram da Divulgação da Casa e os nove restantes da TV Sinal.

Além disso, foi questionado sobre carga horária trabalhada e valor da remuneração, no caso dos jornalistas contratados pela empresa que presta serviço terceirizado para a TV Sinal, de propriedade da Alep, considerando que tanto no caso dos cargos comissionados, quanto no dos servidores efetivos da Casa, o valor das remunerações está publicado no site da Alep, no Portal da Transparência.

O questionário foi aplicado na segunda temporada da observação realizada na Alep, depois até da maioria das entrevistas em profundidade. Esta técnica foi utilizada porque nas entrevistas qualitativas foram notadas divergências no posicionamento dos entrevistados e, desta forma, a pesquisa teria dados quantitativos que dariam suporte para entender a visão dos profissionais, com o intuito de traçar um perfil do jornalista que trabalha em uma instituição do Poder Legislativo.

Apenas um dos 17 jornalistas que receberam o questionário se negou a responder. Para não gerar constrangimento entre as partes, os motivos não foram questionados pelo pesquisador.

2.1.2. Métodos principais

2.1.2.1. Observação participante

De acordo com Agrosino (2009, p.56), a observação é o ato de perceber as atividades e inter-relações de pessoas em um cenário específico, requer pouca ou nenhuma interação do pesquisador com o indivíduo ou grupo estudado e esta técnica pode ser denominada como participante e não participante. Para o autor, pode ser considerada não participantes ou não intrusiva, a técnica em que os informantes não sabem que estão sendo observados.

O método de observação não participante seria possível se os indivíduos ou grupos não tivessem conhecimento de que suas ações estão sendo objeto de estudo, como em um local público, uma sala de espera de um aeroporto, um restaurante, uma loja, mas de forma que não seja necessário explicar e muito menos obter permissão das pessoas observadas.

Assim, este trabalho parte do pressuposto de que a partir do momento em que o observado consente e tem conhecimento de que está sendo observado, o observador de maneira indireta, mesmo sem desenvolver as mesmas atividades, interage com o grupo ou indivíduo pesquisado, pois as ações daqueles que são objeto de estudo podem ser diferentes das ações cotidianas por saberem que estão sendo observados. Nestes termos, conclui-se que o método desenvolvido na presente pesquisa é o participante, como esclarece Travancas:

Este termo significa que antes de mais nada o cientista social não se coloca ingenuamente, ou pelo menos não deve se colocar, em relação à sua presença no grupo. Ele deve estar atento ao seu papel no grupo. Deve observar e saber que também está sendo observado e que o simples fato de estar presente pode alterar a rotina do grupo ou o desenrolar de um ritual. (TRAVANCAS, 2006, p. 7)

A observação participante foi realizada em duas etapas, ambas com o consentimento da presidência da Alep e do diretor geral do setor de comunicação da Casa. Na primeira, entre os dias 02 a 06 de junho de 2014, foram acompanhadas as rotinas produtivas tanto do setor de Divulgação que desempenha funções de assessoria de imprensa, como também, da produção do material que alimenta o site da Alep e por consequência a radioweb, redes sociais, Youtube, entre outros meios, além também da TV Sinal.

A segunda etapa aconteceu entre os dias 17 a 19 de novembro de 2014, quando se realizou uma nova pesquisa de campo por meio de observação participante para uma melhor compreensão das rotinas produtivas.

Com respaldo de Travancas (2006), que discorre sobre a maneira de fazer etnografia no mundo da comunicação, utilizou-se em ambas às vezes de um caderno de campo para registros descritivos tanto no setor de Divulgação da Alep, quanto na TV Sinal.

Wolf (1987) também constituiu um aporte teórico-metodológico importante sobre a etnografia, no que diz respeito ao *Newsmaking*, em que o próprio termo remete às rotinas produtivas nas coberturas jornalísticas ou no fazer notícia. Buscou-se compreender o comportamento do profissional enquanto assessoria de imprensa e como organização noticiosa, entrelaçando-se conceitos como os de *gatekeeping* e valores-notícia. Apropriando-se do texto de Rodrigues (2010), a explicação do *newsmaking*, segundo Wolf, elucida o termo para a sua compreensão no método etnográfico.

Para Rodrigues, o *newsmaking* é entendido como todo processo de confecção de uma notícia e por consequência seus graus de noticiabilidade, abrangendo desde critérios ligados à empresa, seus interesses econômicos e políticos, concorrência e cultura profissional do jornalista, como também critérios substantivos vinculados à importância e ao interesse da notícia, como grau das pessoas envolvidas no acontecimento, sua atualidade, polêmica, impacto sobre a nação, interesse humano, bem como diz respeito ao produto e ao meio de comunicação, a exemplo de tempo e espaço, o material disponível e sua compatibilidade com as especificidades dos diferentes perfis de meios de comunicação. Critérios estes explanados anteriormente por Wolf (1987).

Em seu livro *Teorias das Comunicações de Massa*, Wolf atesta a importância da observação participante no estudo de rotinas produtivas, bem como, outros importantes pesquisadores que utilizaram do método etnográfico para o estudo do jornalismo.

Todas as pesquisas de *Newsmaking* tem em comum a técnica da observação participante (de entre os exemplos mais relevantes, posso citar Warner, 1971; Elliot, 1972, Schlesinger, 1978a; Tuchman, 1978; Alvarado – Bunscombe, 1978; Golding-Elliot, 1979; Gans, 1979; Fishman, 1980; Bantz-Mccorkle-Baade, 1981). Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos *mass media*. (WOLF, 1987, p. 167)

Baseado ainda no *Newsmaking*, Agnez (2011) explica a importância de uma análise de conteúdo prévia para a pesquisa etnográfica. Segundo ela, o entendimento do processo de construção da notícia, como também, das rotinas produtivas que serão vislumbradas através da observação e das entrevistas é complementado pela análise de conteúdo. Na proposta deste trabalho, é a partir da análise de conteúdo, agregada à observação, que se elaborou o questionário para as entrevistas tanto qualitativas, quanto quantitativas.

Assim, essas serão as ferramentas basilares desta pesquisa junto ao corpus empírico selecionado, que será complementada com uma análise de conteúdo. Está em conformidade com isso os aspectos metodológicos frequentemente usados nos estudos do *newsmaking*, que pratica a coleta de dados por meio da observação

sistemática de tudo que acontece no ambiente que é objeto de estudo, de conversas informais a entrevistas estruturadas com os profissionais. (AGNEZ, 2011, p. 25)

Vale salientar que em todo o período de observação das rotinas produtivas dos profissionais da Alep foi utilizado um caderno de campo, em que foram registradas as rotinas dos profissionais, que jornalistas e que veículos da Agência e TV Sinal estavam presentes em que acontecimentos e, simultaneamente, como se portavam os diferentes meios próprios (portal da internet, *radioweb* e TV Sinal), nas diversas situações do dia. Sant'Anna, que estudou o jornalismo da fonte no Senado Federal explica a importância do acompanhamento das rotinas produtivas para vislumbrar diferenças entre as funções da comunicação.

A observação das práticas e das representações coletivas destes profissionais destes jornalistas das fontes permite compreender seus paradigmas e rotinas jornalísticas. Permite, igualmente, entender o desenvolvimento desta ação informativa no Brasil e a maneira de como ela se diferencia das outras próximas, tais como a publicidade e as relações públicas. (SANT'ANNA, 2009, p. 20)

Por mais que, primeiramente, a observação acontecesse apenas com um repórter ou equipe, na maioria dos casos os repórteres de outros meios próprios da Casa também acompanhavam o mesmo acontecimento, e suas ações também eram anotadas no caderno de campo, o que facilitou a coleta de dados.

Com frequência, quando não compreendido algum procedimento do jornalista que o pesquisador acompanhara, em momento oportuno era questionado, sem que se configurasse uma entrevista, anotando-se a informação no caderno de campo.

Vale ressaltar, ainda, que a rotina da Alep apresentava uma constância nos dias de sessão e que os veículos distintos têm uma certa autonomia, mas trabalham de forma integrada na cobertura do acontecimento, por isso puderam ser observados os diversos veículos simultaneamente. No entanto o que seria uma primeira temporada meramente exploratória acabou rendendo mais do que se esperava. De acordo com os comentários informais dos jornalistas da Alep, a semana escolhida não contou com qualquer anormalidade em sua rotina.

Durante uma semana, foram efetuados o registro fotográfico, a observação participante e entrevistas em profundidade. Na segunda-feira, das 8h30 da manhã até próximo das 20 horas e na terça-feira pela manhã, das 8h30 até as 12h30, o pesquisador esteve no setor de Divulgação, acompanhando a movimentação e por consequência a produção dos profissionais da agência de notícias, juntamente com a assessoria de imprensa, a *radioweb*, departamento fotográfico e o departamento de internet e mídias sociais.

Na terça-feira no período vespertino e na quarta-feira pela manhã, foi a vez de acompanhar a TV Sinal e a produção referente aos três jornais diários transmitidos pelo canal televisivo. Na quinta e na sexta-feira dividiu sua presença, com turno na TV Sinal e turno no setor de Divulgação. Porém, a cada reportagem, eram encontrados profissionais dos outros setores da comunicação da Casa.

A cada fato para cobrir, o pesquisador acompanhava os profissionais pautados da agência, rádio e fotografia. Em qualquer acontecimento, uma equipe da TV Sinal comumente também fazia a cobertura. Das poucas vezes que aconteceram coberturas simultâneas, o pesquisador, por não pode acompanhar as duas ao mesmo tempo, seguiu de forma fragmentada, mas ao fim, se fazendo presente em ambas, bem como registrando suas especificidades no caderno de campo.

Um fator que facilitou o desenvolvimento da pesquisa foi a receptividade de grande parte dos profissionais, tanto da Divulgação da Casa, quanto da TV Sinal. O clima amistoso se revela nas respostas das entrevistas em profundidade, que, na maioria, tiveram a duração mínima de meia hora, tendo algumas até duas horas de duração.

Mesmo os servidores comissionados, cargos em confiança, aparentemente não tiveram dificuldade de responder questões que, por vezes, poderiam ser melindrosas sobre objetividade e o comprometimento com a fonte no que era noticiado.

Enquanto acontecia a observação, nos momentos em que os profissionais apenas esperariam por situações ou falas para registrarem, foram feitas conversas informais, nas quais eram explicadas ao pesquisador as ações que teriam na cobertura, o que facilitou na descrição das ações no caderno de campo.

No entanto, nas quintas e sextas-feiras, por não ter sessões plenárias e os deputados terem voltado às suas bases, a produção de factual despenca chegando quase a zero. Nestes dias, o setor de Divulgação trabalha com matérias frias, sobre projetos de lei propostos por deputados que apresentaram grande relevância ao interesse público, ou mesmo sobre temas que estariam na pauta na próxima semana para deliberação, ou ainda que seriam discutidos em audiências públicas.

A TV Sinal aproveitava o tempo para a produção de outros programas da grade de programação com reportagens, programas de entrevistas e debates. Em muitos casos, as reportagens efetuadas nas quintas e sextas-feiras pelas equipes da TV não eram pautadas pelo Legislativo Estadual. Para se ter uma ideia, o pesquisador acompanhou na quinta-feira, dia 5 de junho, a produção de dois VTs sobre curiosidades da Copa do Mundo, em Curitiba.

Este foi fator decisivo para que a segunda etapa da pesquisa participante ficasse limitada apenas aos três dias em que acontecem as sessões plenárias. A presença nos demais dias se percebeu ineficaz pela ausência de assuntos factuais relacionados ao Legislativo paranaense.

2.1.2.2. Entrevistas em profundidade semiestruturadas

As entrevistas em profundidade não foram feitas com todos os jornalistas da Alep. No entanto pelo menos um jornalista de cada setor foi entrevistado. As entrevistas foram realizadas com coordenadores dos meios de comunicação que tinham uma visão mais ampla da rotina exercida pelos profissionais, mas as impressões de outros profissionais foram registradas também, na busca de identificar tensões nas rotinas.

Tal critério de seleção das fontes é baseado em Duarte (2005), que afirma que nos estudos qualitativos são preferíveis poucas fontes, mas de qualidade, a muitas, sem relevo. Segundo ele, uma única entrevista pode ser mais adequada para esclarecer determinada questão do que um censo nacional. No entanto ele salienta que é importante considerar que uma pessoa somente deve ser entrevistada se realmente pode contribuir para ajudar a responder a questão da pesquisa.

A entrevista semiestruturada apresenta um prévio planejamento, questionando sobre o funcionamento da estrutura de comunicação da Casa e suas rotinas, limitações políticas e profissionais, entre outros temas relacionados com a pesquisa. No entanto o entrevistado fica livre em seu discurso, e o pesquisador aproveita as respostas para a elaboração de novas perguntas quando necessário.

A exemplo do que é retratado por Travancas (2006, p. 103), as entrevistas para esta pesquisa também foram longas. Este material foi transcrito e enviado para os entrevistados para que conferissem suas colocações e verificassem se não houve equívocos de escrita ou interpretação do pesquisador na transcrição da entrevista.

Não cabe ao pesquisador questionar alguma alteração do entrevistado neste momento do processo, pois a transcrição e a correção, como apontadas por Travancas (2006, 102), é o ponto de vista do nativo, por isso deve estar fiel ao pensamento do entrevistado.

No entanto cabe ao pesquisador analisar e interpretar os dados coletados na entrevista. Nesta fase, deve prevalecer o compromisso profissional e ético.

O pesquisador se engaja no estudo e muitas vezes se coloca como porta voz do grupo investigado, deixando de lado o seu compromisso profissional e ético e

esquecendo que, embora haja um enorme espaço para subjetividade do cientista social neste tipo de pesquisa, dados são formas objetivas e têm vida própria. (TRAVANCAS, 2006, p. 103)

Foram entrevistados quatro repórteres. Entre os jornalistas que participaram das entrevistas em profundidade, pudemos contar com dois da Agência Sinal, um da Rádio Sinal e um da TV Sinal. Em relação a assuntos técnicos, as entrevistas se limitaram ao responsável pela internet e mídias sociais e ao fotógrafo, que não tem a formação de jornalista, mas há muitos anos exerce esta função no setor de Divulgação da Casa.

As entrevistas também foram efetuadas com os coordenadores, para, neste contexto, podermos comparar com as funções dos chefes de redação em um jornal ou emissora de TV, por exemplo.

O coordenador da Divulgação da Casa gerencia os trabalhos da Agência e Rádio Sinal, bem como, das mídias sociais e assessoria de imprensa. Já o coordenador da TV Sinal também foi entrevistado, por se tratar de um veículo submetido às determinações do diretor geral da Divulgação, mas independente, pois tem uma produção diferenciada e com temas além da Alep por contar com uma grade de programação de 12 horas diárias, isto é, o trabalho da TV Sinal não se restringe a noticiar apenas os acontecimentos da Alep.

Além de todos os citados, foi entrevistado o diretor geral da comunicação social da Alep e, desta maneira, foi contemplado um jornalista diplomado representante de cada segmento, exceto o fotógrafo que não tem a formação em jornalismo. Assim, baseado em Silva (2013), buscou-se estrategicamente um panorama geral, obtendo visões de diversos olhares, sendo que a convergência deles possibilitou respostas a questionamentos não respondidos apenas pela observação participante.

Assim sendo, os repórteres são os respondentes-chave pelo indicativo de ser a partir deles que a pesquisa visualizou o fenômeno. Por outro lado, os editores detêm as informações relativas às definições de pauta e de controle das demandas do fluxo de produção de dentro da redação para fora e de fora para dentro. Os diretores, por sua vez, respondem diretamente pelas estratégias do grupo e tem uma visão muito particular das relações estabelecidas entre os funcionários e a empresa, além de estarem diretamente envolvidos com os processos de convergência com a reestruturação da redação tanto em nível tecnológico como de trabalho multiplataformas em ambiente de convergência e de integração das redações. (SILVA, 2013, p. 213).

Esta etapa da pesquisa buscou, então, contemplar grande parte dos representantes de áreas específicas de atuação no jornalismo da Assembleia, para que, do modo mais completo possível, seja possível desenhar um panorama das rotinas dos profissionais, e então entender o perfil deste novo modelo de jornalista no mercado.

Vale ressaltar que a transcrição das entrevistas foi priorizada no decorrer do processo, em virtude de correr risco de alguns entrevistados, lotados em cargos comissionados, não estarem mais lotados na Alep em 2015, pela mudança da Mesa Executiva da Casa, o que dificultaria o contato com estes personagens, e assim, poderia impedir a conferência por parte deles da entrevista transcrita como proposto e justificado teoricamente pelo pesquisador.

Por isso, quando o pesquisador retornou para a segunda etapa na Alep, as entrevistas transcritas foram apresentadas para todos os entrevistados, sendo solicitado para que fosse dado um retorno sobre a legitimidade do material apresentado.

Pelo mesmo motivo, era de suma importância que a segunda etapa da observação participante ocorresse ainda em 2014, pois no ano seguinte, em virtude das eleições, a Alep estaria composta de outros deputados, outros diretores e por consequência, outros jornalistas nos setores de comunicação da Alep, o que comprometeria o andamento da pesquisa, considerando o recorte estabelecido.

Tanto na primeira, quanto na segunda etapa da investigação *in loco*, foi efetuado um registro fotográfico dos ambientes de trabalho da Divulgação e da TV Sinal para, aliado à literatura pertinente, fazer uma identificação de cenário.

Grande parte dos profissionais da Alep, pela distância da residência ao local de trabalho, faziam um horário de almoço reduzido, considerando que almoçavam em restaurantes próximos da instituição. Tal fator facilitou a realização das entrevistas em profundidade com os profissionais, sem que isto atrapalhasse suas rotinas de trabalho, em horário de expediente. Ao todo, nove jornalistas concederam entrevistas em profundidade ao pesquisador.

Na primeira etapa, quatro dos entrevistados concederam entrevista na hora do almoço, dois após o horário de expediente e um em trânsito, no deslocamento para uma reportagem fria de TV. Na segunda etapa, dois profissionais concederam entrevista na hora do almoço.

As entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas somando, cerca de 40 páginas. Todas as entrevistas contam com uma autorização de publicação assinada pelos participantes, também por exigência de normas do Comitê de Ética, com a condição de suas identidades não serem reveladas.

Os entrevistados foram identificados da seguinte maneira:

A – Divulgação / Portal conteúdo
 Diretor de Comunicação - A1C⁹
 Coordenador da Agência Sinal – A2E¹⁰
 Assessor de imprensa / jornalista da fonte – A3E
 Assessor de imprensa / jornalista da fonte – A4C

B – Divulgação / Manutenção Portal e Mídias sociais
 Edição de fotos /mídias sociais – B2C

C – Divulgação / Rádio
Rádíoweb – C1C

D - TV Sinal
 Diretor TV Sinal – D1T
 Repórter – D2T

E – Divulgação / Foto
 Fotógrafo – E1E

As perguntas se basearam no cargo que o profissional ocupava e a função que desempenhava, como também, no tempo que o colaborador tinha de serviço prestado à instituição e ainda opiniões pessoais sobre o próprio papel nos meios de comunicação da Alep. Os jornalistas, somente os graduados, exceto o fotógrafo, foram questionados também sobre as rotinas produtivas, sobre ética, objetividade, comprometimento com a fonte de informação, transparência e a influência político-partidário que incide no jornalismo produzido pela Casa.

Algumas perguntas seguiram um padrão para todos, outras foram específicas para o perfil do cargo e da função exercida, e as demais foram formuladas na hora, considerando algumas respostas que ficaram confusas para o pesquisador ou mesmo que remetessem a outro questionamento pertinente ao assunto.

Para comparação com as informações extraídas dos jornais (Gazeta do Povo), nas entrevistas em profundidade com os servidores de carreira, foi questionado como era a comunicação antes do escândalo dos Diários Secretos. Neste aspecto em especial, notou-se uma boa vontade dos servidores de carreira em discorrer sobre o assunto informalmente, mas a partir do momento que a entrevista começava e o gravador era ligado, a história se tornava mais amena, e a espontaneidade era substituída por cautela em algumas palavras.

⁹ C=Cargo em Comissão (livre nomeação e exoneração).

¹⁰ E=Servidor Efetivo (aprovado em concurso público).

2.2. BREVE ENTENDIMENTO DA ROTINA

Como importante passo da pesquisa, bem como, para entender as rotinas dos profissionais do jornalismo da Alep, buscou-se entender o funcionamento do Legislativo Estadual, baseado no Regimento Interno desta Casa de Leis, o que possibilita uma compreensão da rotina da instituição e, por consequência, seu conteúdo nos distintos canais.

No Paraná, atualmente, 54 deputados estaduais representam a população do Estado, e para o adequado andamento do processo legislativo, todos seguem ao Regimento Interno da Casa, que estabelece regras de como o parlamentar deve proceder na maioria das situações existentes no trabalho de legislador.

De acordo com o artigo 77 do Regimento Interno, as sessões da Assembleia Legislativa são denominadas como preparatórias, ordinárias e extraordinárias. As Ordinárias costumam ser realizadas em todos os dias úteis, de segunda à quarta-feira, com início às 14h30min e duração máxima de 4h30min. Analisando a agenda dos últimos meses, constatou-se que, quando são convocadas Sessões Extraordinárias, elas acontecem neste mesmo período, mas em horários diferentes.

Já o artigo 46 do Regimento estabelece os horários dos encontros das Comissões Permanentes da Casa. Segundo ele, as reuniões acontecem ordinariamente na sede da Assembleia, em dias e horas prefixados, ressalvadas as convocações de Comissões Parlamentares de Inquérito que se realizarem fora da capital. Além disso, em nenhum caso, ainda que se trate de reunião extraordinária, o seu horário poderá coincidir com o da Ordem do Dia da Sessão Ordinária ou Extraordinária da Alep.

Estes eventos, no caso as sessões plenárias, bem como as sessões das comissões permanentes, são os principais geradores de notícias factuais dos meios de comunicação da Alep.

2.3. DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA

Logo na entrada, ao lado esquerdo, uma servidora atua como secretária, telefonista e recepcionista. Não é jornalista, não realiza nenhum trabalho de apuração, em grande parte do tempo transfere ligações aos jornalistas e recepciona os que chegam ao setor.

Ao lado esquerdo desta mesa está localizada a mesa do diretor de redação da Divulgação. Esta função é um cargo de confiança do presidente e é o elo de ligação do setor com o comando geral da instituição. O setor da Divulgação da Alep, no período da pesquisa

era composto pela assessoria de imprensa da Casa, que efetuava a produção de conteúdo para o portal da Alep na internet, a *radioweb*, o canal no Flickr, Youtube, Twitter e Facebook. Fora da estrutura física da Divulgação, cabe ao diretor de comunicação gerenciar também o trabalho efetuado pela TV Sinal.

Já na outra parede, mas no sentido esquerdo da sala, em uma mesa redonda ficam os jornais impressos do dia. Logo ao lado, em outra mesa, um aparelho televisor transmite o canal da TV Sinal por boa parte do dia.

Ao final do lado esquerdo da sala, encontra-se a mesa do coordenador de jornalismo. É a mesa mais visitada no horário de expediente, uma vez que todos os profissionais deste espaço prestam contas a ele do andamento dos trabalhos. Considerando a inexistência de reuniões de pautas, todos os assuntos, quando necessários, são discutidos exclusivamente com o coordenador. Além disso, é ele que revisa o material e autoriza o envio para a grande mídia e posteriormente a publicação nos veículos próprios da Alep.

No meio da sala, duas mesas de seis lugares, em que três ficam de frente para os outros três, sem divisórias laterais. Neste espaço trabalham sete profissionais, três repórteres, um administrativo, dois responsáveis pelo tratamento das fotografias e as mídias sociais e um fotógrafo. Cada um dos sete tem um computador à disposição, uma impressora multifuncional coletiva e um telefone por lado de mesa. Em três destes computadores estão instalados softwares profissionais de edição de foto, e o fotógrafo conta com equipamento fotográfico profissional digital moderno, com flash de longo alcance.

Aos repórteres, os trabalhos se dividem em editorias específicas em relação aos assuntos factuais e prioritários. Um deles produz o material referente ao plenário, isto é, o que acontece em sessão, os projetos votados, e dependendo da pertinência, as falas dos deputados. Outro cobre a Comissão de Constituição e Justiça (CCJ), os projetos, as discussões e os bastidores, enquanto o terceiro cobre os assuntos institucionais da Casa, cobre questões administrativas ligadas diretamente com à Mesa Diretiva da Alep.

Vale salientar que em 2014, dos 13 servidores da Divulgação, quatro eram concursados, sendo dois jornalistas, um servidor administrativo e outro o fotógrafo. Os demais são cargos comissionados. De acordo com um dos servidores de carreira da Divulgação, o primeiro e único concurso que contratou jornalistas para a Assembleia aconteceu em 1984, em que seis profissionais assumiram como assessores de imprensa.

Um colega nosso quis fazer carreira jurídica e foi aprovado em concurso público para procurador do Estado, já faz mais de vinte anos e depois houve outro colega que faleceu. Hoje somos quatro, como jornalistas efetivos concursados. Destes quatro, dois estão à disposição do Poder Executivo e trabalham na Casa Civil.

Permanecem aqui, de efetivos, eu e A3E, os demais são servidores comissionados. (Entrevista ao pesquisador - A2E)

Aos fundos da sala, uma pequena salinha abriga dois computadores, microfones profissionais, uma mesa de som. Neste local, trabalham dois profissionais para a *radioweb*, dois jornalistas. Os computadores são dotados de softwares profissionais de edição de áudio.

Nossa estrutura é simples, mas atende a nossa atual necessidade de produção de conteúdo. Praticamente tudo o que é produzido pela Divulgação da Casa, fazemos uma versão para rádio que é enviada para cerca de 500 e-mails de rádios e rádios web do Paraná, obtidos com a AERP (Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná). O material produzido por nós recebe a assinatura da Agência Sinal de Notícias. (Depoimento ao pesquisador – C1C)

A sala ampla, com grande espaço vazio em seu centro, está situada em um local estratégico, no saguão que dá acesso à sala da presidência da Casa. A Divulgação está no andar de baixo da sala em que acontece a sessão da Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) e precisamente em cima do corredor que une o prédio da presidência com o que está localizado o plenário.

É neste amplo corredor que o presidente da Casa costuma conceder entrevistas para a imprensa externa e interna, quando se desloca da presidência ao plenário da Casa, no horário da sessão. Por mais que este espaço não seja destinado exclusivamente para o uso da imprensa, ele é utilizado para entrevistas com parlamentares, mas principalmente com o presidente.

Logo após o corredor, no andar superior, aos fundos do plenário está a TV Sinal. O canal a cabo é terceirizado, mas a Alep conta com todo o espaço necessário para a manutenção de uma produtora de conteúdo televisivo. De acordo com o diretor da TV o canal é composto por quatro equipes de repórter e cinegrafista, duas por turno, além de dois auxiliares. Somam-se a estes, quatro editores, sendo dois deles também apresentadores.

Segundo o diretor da TV, que conta com mais de 20 anos de experiência e passou por canais de televisão como a Rede Manchete, Record e Band, todos os profissionais têm experiência em jornalismo televisivo

Todos já trabalharam em televisão. Todos vêm de televisão, muitos com vasta experiência, estamos aqui com um time excelente mesmo. O que tem menos tempo aqui de televisão, tem três, quatro anos. Todo mundo com muita experiência, até porque o edital nos exigia. Montamos um time muito bom, pela própria experiência que a gente tem de mercado. (Depoimento ao pesquisador – D1T)

A estrutura física da TV Sinal é muito semelhante à das emissoras de TV comerciais. Desde o estúdio multitemático para programas e telejornais, os estúdios de edição, de gravação de *off*, camarim para os repórteres e a redação em si, além de um carro da empresa

terceirizada à disposição da equipe em matérias externas. Da mesma forma, os locais de trabalho em que a TV Sinal atua também conta com toda a infraestrutura necessária para uma boa qualidade de áudio e vídeo.

O plenário é o maior exemplo disso, pois conta com três câmeras em tripés fixos uma em cada lateral e outra de frente para a Mesa Diretora, nas costas dos deputados. Uma câmera robótica nas costas da Mesa Diretora capta imagens dos deputados e do público presente nas duas galerias.

Porém, de acordo com o estudo de Alves (2012, p.53), as duas câmeras que dão visão ampla do plenário não são usadas com frequência de uma perspectiva mais aberta com o intuito de preservar a imagem dos parlamentares, devido a própria indisciplina dos parlamentares em conversas e uso de aparelhos celulares enquanto colegas fazem o uso da tribuna em pronunciamentos.

Além da estrutura da TV Sinal para a cobertura ao vivo, uma equipe acompanha a sessão plenária a partir do espaço localizado nas costas dos deputados e abaixo das galerias, também conhecido pela imprensa como “aquário”. Este local é destinado para a imprensa em geral, jornalistas de tvs, rádios, impressos e sites comerciais, mas também é frequentado pelos profissionais da Divulgação, TV Sinal e assessores de imprensa dos deputados.

O aquário se estende de ponta a ponta abaixo das galerias, no fundo do plenário. A metade direita do aquário conta com grande maioria dos jornalistas da imprensa escrita e assessores de imprensa de deputados, já do lado esquerdo ficam, em grande parte os jornalistas de TV e rádio. Em ambos os lados ficam profissionais da Divulgação divididos pela área de atuação dos colegas dos veículos de mídia.

Durante o andamento das sessões, frequentemente os jornalistas chamam os deputados para dar entrevistas no aquário. O ambiente conta com um vidro grosso que separa o espaço do plenário, por isso a nomenclatura de aquário, o que favorece a vinda dos deputados nos momentos dos pronunciamentos dos colegas.

Em todas as entrevistas dadas pelos deputados no aquário, os jornalistas da Casa acompanham as falas na íntegra, gravando em áudio e vídeo, mesmo que o assunto não se encaixe na proposta editorial da Alep, bem como, que o material não seja utilizado. A intenção, com isso, é ter a entrevista na íntegra gravada em caso de uma edição equivocada por parte da imprensa.

A sala de reuniões da CCJ também conta com infraestrutura adequada para a transmissão ao vivo da TV Sinal, bem como o plenarinho.

2.4. O ESCÂNDALO DOS DIÁRIOS SECRETOS

Para analisarmos o atual cenário do jornalismo produzido pela Alep é de suma importância entender mais uma motivação para o trabalho ser desenvolvido da forma como é e com o presente perfil editorial.

Além de outros fatores já apontados, baseados nos modelos da Câmara dos Deputados e no Senado Federal, a Alep teve um acontecimento particular em virtude do chamado escândalo dos Diários Secretos, que de certa forma promoveu a mudança em diversos segmentos da Casa, inclusive no setor que produz jornalismo.

O dia 16 de março de 2010 pode ser considerado como um divisor de águas para a Assembleia do Paraná. O jornal Gazeta do Povo, impresso de maior circulação no Estado, surge com uma manchete que certamente abalou as estruturas do legislativo: “Assembleia encobre metade de seus atos em diários suspeitos”. [...] A reportagem produzida pelo jornal, em conjunto com a RPC TV, afiliada da Rede Globo no estado, descobriu um tratamento obscuro aos diários oficiais da Casa – documentos essenciais para dar mais transparência aos atos dos parlamentares paranaense. (ALVES, 2011)

Até 2010, a história da Alep foi contada na imprensa pela perspectiva de uma Casa de Leis, em que os deputados exerciam suas funções de representantes do povo na esfera estadual, propondo leis e, em nome do cidadão que o elegeu, analisando propostas do Poder Executivo.

As decisões tomadas neste espaço eram o foco do que era noticiado com o auxílio do setor de Divulgação da Casa. No entanto, em 2010, o Grupo Paranaense de Comunicação (da Gazeta do Povo e da RPC TV), nos moldes do jornalismo investigativo, em uma série de reportagens chamada de Diários Secretos, denunciou um esquema de corrupção efetuado por servidores do parlamento estadual.

Nesta situação específica, de acordo com relatos dos servidores da Alep, a grande imprensa, por motivos óbvios, de pouco se utilizou da estrutura da assessoria da Casa, por esta representar os interesses da instituição.

Num setor público como o do parlamento estadual, o jornalismo efetuado pela Gazeta do Povo de modo investigativo pôde ser considerado como jornalismo público, bem como, jornalismo cívico, por mobilizar a população a se posicionar contra a corrupção.

Os deputados se tornaram coadjuvantes, no cenário em que a busca principal era por encontrar culpados dos desvios de recursos públicos e calcular o montante do desfalque. Segundo Lopes & Baran (2014), a série Diários Secretos, da Gazeta do Povo e da RPC TV, analisou 724 edições do Diário Oficial da Assembleia Legislativa do Paraná, publicadas entre

1998 e 2009. O levantamento durou dois anos e desvendou um esquema criminoso de desvio de dinheiro que, segundo estimativas do Ministério Público, pode ultrapassar R\$ 200 milhões. Os recursos públicos, como mostrou a investigação, eram desviados por meio da contratação de servidores fantasmas ou laranjas – muitos dos quais parentes dos envolvidos.

O esquema foi ocultado durante décadas da sociedade, por meio de uma série de entraves criados pela própria Assembleia para a divulgação dos diários oficiais da Casa, onde eram oficializadas as contratações dos funcionários que não trabalhavam. Em protesto, milhares de paranaenses foram às ruas no dia 8 de junho de 2010 para protestar contra a corrupção e pedir mais transparência. A série levou à abertura de 20 ações, dez criminais e dez cíveis. (LOPES; BARAN, 2014)

Por outro lado, baseado em informações dos servidores efetivos da Divulgação, antes de se tornar público o escândalo dos Diários Secretos, o setor cumpria seu papel institucional divulgando o resultado das votações plenárias, mas quanto se tratava de informações administrativas da Casa, o convívio com a administração nem sempre era agradável.

Os diretores passaram a ser praticamente vitalícios, pois permaneceram nos cargos após vinte anos, ou até mais, na direção da sua área. Isso favoreceu ou pode ter favorecido o desenvolvimento de práticas nocivas, ruins, pouco saudáveis. Isso nós conhecemos aqui, infelizmente. Para a assessoria de imprensa isso foi ruim, porque fica fácil de trabalhar quando você pode dizer tudo o que você tem para dizer. As coisas aparecem, os fatos aparecem, com facilidade, e naquele tempo era mais difícil, não se tinha acesso à informação. (Depoimento ao pesquisador - A2E).

Relatos de profissionais apontam que a estrutura do setor era ultrapassada nos primeiros anos do século XXI e o uso de máquinas de escrever ainda era habitual. Além disso, a sala da Divulgação se localizava próximo da gráfica, em um lugar de difícil acesso, o que demonstrava um descaso muito grande da direção da Alep com o setor de imprensa, mas outros setores também eram carentes de tecnologia, fato que pode ser creditado tanto à falta de comprometimento como ao intuito de manter a Alep em um sistema obsoleto de propósito para favorecer a corrupção.

Os equipamentos, a tecnologia, eram muito primitivos. Nós usávamos a máquina de escrever, a datilografia, como essas máquinas que você ainda pode ver ali em cima (aponta para três máquinas de escrever antigas guardadas em cima de um armário na sala da Divulgação da Casa), bem diferente do que temos hoje. A Assembleia do Paraná foi assim uma das últimas a se informatizar, também, porque não interessava aos gestores daquela época essa informatização. Porque a informatização, querendo ou não, ela leva a um trânsito mais fluente das informações. Não tem mais aquela coisa centralizada, controlada por um burocrata que só ele sabe estoques de materiais da Assembleia, só ele sabe da situação das contas à pagar, enfim, de todo processo administrativo. Com informática, com internet, há uma sensível e importante modificação. (Depoimento ao pesquisador - A2E).

Na época, uma matéria da Gazeta do Povo também apontava para a falta de tecnologia.

A Assembleia não é totalmente informatizada. E a dificuldade de encontrar documentos é grande. Fichas funcionais que mostrem o histórico de alguns servidores estão perdidas. Ao que parece, também não há uma lista atualizada dos bens móveis da Assembleia. Sem controle de patrimônio, equipamentos e mobiliários adquiridos podem sumir sem que ninguém dê falta deles. Deputados reclamam que há privilégios, como parlamentares que conseguem estrutura e gabinetes maiores. (BREMBATTI; KOHLBACH, 2011).

Este descaso acontecia também por parte da direção da Casa em relação à imprensa, pois, de acordo com as fontes entrevistadas, nem sempre se conseguia passar as informações, principalmente as administrativas, solicitadas pelos veículos de mídia. Em alguns casos, são citadas até atitudes grosseiras dos cargos de direção com os profissionais da Divulgação quando interpelados em assuntos que não queriam tornar de conhecimento público.

A imprensa me ligou certa vez para saber quantos carros havia na frota da Assembleia, eu não sabia quantos, daí procurava quem soubesse para passar a informação. Quando encontrava o diretor da Casa, a resposta era “quem quer saber?” “ah, então manda tomar naquele lugar”. Então ser jornalista da Casa em uma situação dessas era simplesmente horrível. Era muito complicado. (Depoimento ao pesquisador - A2E).

As informações que circulavam entre servidores de carreira da Casa, não apenas da Divulgação, apontam o ex-deputado, já falecido, Anibal Cury, como precursor de um sistema autoritário que possibilitou a entrada e manutenção de servidores como o ex-diretor da Alep, Abib Miguel, condenado com base na acusação do Ministério Público do Paraná (MP-PR) de ser o mentor do um esquema de desvio de recursos públicos do Legislativo estadual.

De acordo com a Gazeta do Povo, os profissionais de imprensa foram condicionados a um novo regramento para trabalhar na Casa, informando que de acordo com o Estatuto dos Servidores Estaduais, há restrições para entrevistas com a imprensa, os jornalistas não poderiam transitar em ambientes que não fossem do plenário ou os gabinetes dos deputados, isto é, não poderiam circular pela área administrativa. Desde então, os jornalistas, para usufruir do espaço destinado à imprensa, também conhecido como aquário, têm que estar credenciados. Medidas estas que insultaram a categoria na época.

Em nota divulgada ontem, o Sindicato dos Jornalistas do Paraná repudiou o informe de credenciamento que a Assembleia distribuiu nesta semana aos jornalistas que fazem a cobertura dos trabalhos da Casa. No documento, o Legislativo estadual afirma que o credenciamento foi feito com base em sugestões do próprio sindicato. A entidade, porém, criticou as normas estabelecidas pela Assembleia, afirmando que “rechaça o modelo proposto, por entender ser restritivo, no que tange ao exíguo prazo apresentado – o credenciamento iria apenas até o dia 25 de setembro –; à exigência de uma identificação nominal; e ao reduzido número de profissionais

admitidos por veículos”. Além disso, o sindicato classifica como estranho o fato de a proposta original “não ter sido acatada em sua íntegra” e de a Assembleia tentar envolver a entidade “como avalista dessas restrições”. O sindicato informou ainda que já solicitou uma nova audiência com a coordenadoria de divulgação da Casa para voltar a discutir o assunto. (GAZETA DO POVO, 2010)

Por meio de liminar, o ex-diretor da Alep tentou ainda impedir o jornal de publicar notícias que envolviam o nome dele, mas a liminar foi negada pelo Poder Judiciário.

Devido ao desinteresse partidário no assunto, e em meio ao escândalo, enquanto a Alep se calou, a população se mobilizou em manifestações em diversas cidades do Paraná. O principal protesto aconteceu em 8 de junho de 2010.

O Paraná saiu às ruas para dar uma resposta aos escândalos da Assembleia Legislativa. Na Boca Maldita, em Curitiba, milhares de paranaenses pediram ética, ouviram discursos de representantes de diversas entidades e, num momento emocionante, cantaram o Hino Nacional. No interior, protestos movimentaram 15 cidades. Para o cientista político Ricardo Costa Oliveira, a manifestação lembra as Diretas Já e torna inviável a permanência da Mesa Diretora da Assembleia. (OLINDA; GALINDO, 2010).

As mobilizações sociais não conseguiram derrubar a Mesa Diretora da Alep, que tinha como agentes políticos que a princípio deveriam ser penalizados, o presidente da Casa, Nelson Justus, enquanto gestor, e Alexandre Curi, como primeiro secretário, responsável pelo setor administrativo da Alep.

No entanto, considerando a pressão popular, ainda em 2010, o deputado Nelson Justus iniciou mudanças na estrutura da Casa, bem como, no setor de Divulgação e na forma de o parlamento prestar contas à sociedade.

De acordo com os jornais e com as entrevistas com os servidores da Alep, com o deputado Valdir Rossoni assumindo como presidente, mudanças mais drásticas aconteceram e o setor de Divulgação, que foi melhor valorizado, mudando até a sua localização para próximo da presidência. O que demonstra a intenção de buscar transparência administrativa, como também de limpar a imagem da Casa após o escândalo dos Diários Secretos.

O deputado Valdir Rossoni (PSDB) assumiu ontem a presidência da Assembleia Legislativa do Paraná prometendo mudanças que, se implementadas, podem enfim trazer transparência ao Poder Legislativo paranaense. Numa entrevista exclusiva, concedida horas depois de ser eleito presidente da Assembleia, o tucano adiantou que vai demitir 50% dos funcionários comissionados da administração da Casa, que não vai manter nenhum diretor da antiga gestão no cargo e que a gráfica da Assembleia será lacrada e fechada para nunca mais rodar o Diário Oficial do Legislativo. Era na gráfica que, segundo denúncias da Gazeta do Povo e da RPC TV, na série de reportagens Diários Secretos, eram “fabricadas” decisões que permitiram o desvio de até R\$ 100 milhões por meio da contratação de servidores fantasmas e “laranjas”. (KOLBACH; GARCIA, 2011)

De acordo com os servidores da Divulgação, para o jornalismo da Casa o avanço também foi significativo na questão da transparência administrativa. Após a posse de Rossoni, era grande o compromisso em transmitir as informações da Casa, mas não apenas as relacionadas ao processo legislativo, mas de forma a prestar contas, era constante a cobertura dos atos da presidência, bem como, da gestão da Alep.

De 2011 para cá, o que aconteceu, após o escândalo dos ‘Diários Secretos’. Foi eleita uma Mesa Executiva que fez o movimento pendular, exatamente em oposição ao que tínhamos antes. Com erros e acertos, não estou dizendo que é perfeita (a gestão atual), mas ela teve o mérito de ter rompido uma situação que se instalou e que era centralizadora, que controlava a informação, mudando substancialmente, para um processo mais aberto, mais transparente. A transparência é um ideal a ser diariamente perseguido.

Claro que a transparência não é uma coisa absoluta, não podemos dizer que também somos absolutamente perfeitos neste quesito, mas sem dúvida que evoluímos muito e estamos em processo de evolução. (Depoimento ao pesquisador - A2E).

A situação também foi comprovada pelo lado do profissional da imprensa que cobria as sessões plenárias da Alep, como relata Alves (2013). Segundo a autora, foram instalados computadores com acesso à internet para uso dos jornalistas, além de uma máquina de café expresso. A diretoria de comunicação estabeleceu a obrigatoriedade de identificação para acesso ao comitê de imprensa através de credenciamento prévio, tanto para os profissionais de veículos externos, como para os assessores de imprensa dos parlamentares e dos veículos internos.

A medida contribuiu para o controle na circulação de pessoas e proporcionou mais conforto para os profissionais que cobrem as sessões plenárias. Em toda a história da ALEP o acesso ao comitê de imprensa era liberado e permitia que assessores de outras áreas e até mesmo visitantes circulassem no espaço destinado para o trabalho jornalístico. (ALVES, 2013).

Por isso, baseado em um modelo autoritário e centralizador, mesmo após a abertura democrática no país, é como se o setor de Divulgação da Alep tivesse parado no tempo e pego carona nos novos conceitos legais de comunicação e dos recentes suportes tecnológicos a partir de 2010. Pois é a partir deste momento, que o profissional obtém uma maior valorização e liberdade profissional.

2.5. ANÁLISE DE CONTEÚDO - RESULTADOS

Para entender qual é o perfil laboral dos profissionais que trabalham na produção de conteúdo da Alep, foi efetuada uma análise de conteúdo¹¹, dividida em Classificação e Codificação¹². Neste momento, o objetivo era saber para quem era produzido o conteúdo, isto é, para a imprensa, para o cidadão ou para ambos.

2.5.1. Classificação

Considerando como **Grupo 1** os produtos destinados à imprensa, **Grupo 2** os produtos destinados ao cidadão e **Grupo 3** os produtos que podem ser destinados a ambos), a produção da Alep se classifica da seguinte maneira:

Radioweb: Produção gravada em áudio para uso principalmente da imprensa, com transmissão ao vivo das Sessões Ordinárias. Não conta com programação. Relevância enquanto agência de notícias. **(Grupo 1)**

Flickr: Ferramenta utilizada para compartilhamento de fotografias em alta resolução, presume-se uma utilização prioritária, mas não exclusiva da imprensa. **(Grupo 1)**

TV Sinal: O canal contempla, no decorrer da programação, produções variadas, como telejornais, programas de entrevista, debates, programas educativos, de cidadania, cultura, utilidade pública e memória histórica. Além do canal a cabo, pode ser assistida em tempo real através do Portal da Alep uma programação das 12 horas até às 24 horas, diariamente. São 21 programas destinados ao cidadão, juntamente com as transmissões ao vivo das Sessões. Entre estes programas, há três jornais com produção própria de 25 minutos de duração. O foco principal é o dia a dia na Alep, mas visto de perspectivas diferentes. **(Grupo 2)**

Instagram: Nos moldes de rede social, a ferramenta não tem como interesse a imprensa, mas sim, por meio da imagem, compartilhar com a população o dia a dia da Alep. **(Grupo 2)**

Agência de Notícias: Material em texto com foto como ilustração, de maneira parcial, trazendo apenas o lado da fonte. Ao final do texto, o contato da assessoria de imprensa. O

¹¹ Cabe lembrar que como o estudo deste trabalho foi desenvolvido em 2014, com outra composição administrativa da Alep, a página descrita apresenta outro formato do que o atual, em virtude disso, no ANEXO, estão às figuras que demonstram como era o layout do portal da Alep neste período.

¹² Este levantamento foi publicado preliminarmente no artigo sob o título “Assessoria de Imprensa e Jornalismo da Fonte: um mapeamento do conteúdo da comunicação pública da Assembleia Legislativa do Paraná” na Revista Comunicação Pública, Vol.10 nº19, Lisboa, 2015.

conteúdo aberto pode ser utilizado como fonte de informação pela imprensa como também pelo cidadão. **(Grupo 3)**

Facebook, Google Plus, Twitter: Redes sociais que são o elo entre o Portal da Alep e o cidadão, podendo ser consideradas também como um termômetro usado pela imprensa para uma noção da repercussão do que é noticiado, com base na quantidade de ‘curtidas’, compartilhamentos e comentários. **(Grupo 3)**

YouTube: O canal, criado em 17 de dezembro de 2012, contava com 140 inscritos e 43.231 visualizações até 29 de novembro de 2014, são cerca de 18 mil visualizações a mais que em pesquisa realizada em 26 de abril do mesmo ano, quando foram registradas 24.814 visualizações dos vídeos publicados e 79 inscritos no canal. Nos primeiros três meses de 2014, a maioria dos vídeos não passou de 40 visualizações, tendo vídeos com apenas duas visualizações, mas uma pequena parcela chegou a receber de 80 a 150 visualizações, o que remete ao entendimento de que não é produzido para o uso exclusivo da imprensa. **(Grupo 3).**

2.5.2 Codificação

A codificação foi um segundo momento da pesquisa, com a intenção de avaliar o que foi produzido, isto é, quais os principais assuntos tratados pela Divulgação da Casa.

Agência Sinal

Entre os dias 02 e 06 de junho, a Agência Sinal trouxe um total de 27 publicações distintas, incluindo seus desdobramentos, mas sempre com conteúdo novo. Destas, 16 notícias são factuais (59%) e oito (29%) divulgaram evento ou discussão futura pela Casa, enquanto três eram notícias melhor trabalhadas de projetos de lei que entraram na pauta na semana.

Nas 27 matérias publicadas na semana analisada, a palavra Assembleia apareceu em pouco mais de 37% dos títulos, enquanto a palavra deputado, ou mesmo a referência direta ao nome de algum deputado foi registrada em quase 33% dos títulos, ao lado da palavra Comissão, considerando também a sigla CCJ (Comissão de Constituição e Justiça) e CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito), presente também em 33% dos títulos. Vale ressaltar que o segundo e o terceiro item se repetem em alguns títulos, por isso o empate. O restante está dividido entre projetos de lei, homenagens, audiências públicas, lançamentos de publicações relacionadas com a política ou com a Alep.

Rádio Sinal

Das notícias publicadas, 70% tiveram versão para a Rádio Sinal, sendo a maioria publicada no máximo uma hora depois de sua disponibilização na Agência. Se publicada a notícia pela manhã, ou início da tarde, o boletim de rádio era apresentado apenas no final da tarde, entre 17 e 18 horas.

De acordo com os profissionais da Casa responsáveis pela Rádio Sinal, não há uma urgência na publicação e envio deste material, considerando-se que os programas jornalísticos em rádio costumam ser transmitidos pela manhã e no horário do almoço, tendo, assim, um *deadline* diferente dos jornais impressos e das emissoras de TV. A lista de e-mails da Rádio Sinal ultrapassa os 400 contatos em rádios de todo o Paraná.

O profissional da *radioweb* entrevistado também avalia seu trabalho nas condições que a instituição proporcionava na época, como somente um assessor de imprensa especializado em rádio. Segundo ele, é assim que ele se vê, considerando que sua produção é focada em atender as rádios, não em fazer conteúdo próprio para o site. O profissional explica que as publicações no site servem para as rádios interessadas que por algum motivo não receberam o conteúdo por e-mail.

Com isso, ele não descaracteriza a possibilidade da população paranaense ouvir no site o que publicam, mas o principal foco é a multiplicação feita pelos veículos de comunicação, principalmente do interior que não tem condições de cobrir os fatos na ALEP.

O rádio ainda é um veículo multiplicador com um alcance muito expressivo, pelo próprio perfil do rádio, chegamos em locais aonde os jornais e a internet não chegam, por isso a importância de um trabalho dedicado para esta área do jornalismo pela Alep. O material que produzimos, dependendo da relevância, é transmitido na Voz do Brasil, como também, nas rádios do Senado e Câmara Federal, estes fazem no âmbito do rádio, jornalismo da fonte. (Depoimento ao pesquisador – C1C)

Redes Sociais

Em relação às redes sociais, a replicação é o mecanismo utilizado para chamar a atenção do internauta para o material jornalístico que aparece ou será publicado no Portal. O Facebook replica 51% do que é publicado, enquanto no Twitter está presente 94% do conteúdo, considerando a replicação das notícias publicadas no site, como também os anúncios de agenda ou início de Sessão, convidando o internauta a assistir a transmissão ao vivo ou mesmo comunicando que existe um espaço no *site* da Alep para que possa ser acompanhada a agenda da instituição. Alguns títulos não são replicados no Twitter, mas, em

compensação, outros convites aos internautas acontecem por esta rede social – em tempo real ou não –, sem serem vinculados ao Portal ou mesmo a outras redes.

De acordo com Oliveira (2009), dentre as muitas possibilidades do *Twitter* como ferramenta de comunicação está a cobertura jornalística. Para ele, estas coberturas possuem como característica principal a velocidade com que a informação pode ser emitida, mesmo que em apenas 140 caracteres, pois quando adicionados *hiperlinks* direciona os leitores para as páginas da fonte de informação.

O que desejamos mostrar aqui é o processo de potencialização das mídias através do *Twitter*. Em primeiro lugar, por funcionar como um “streaming do cotidiano” de milhões de pessoas, os fatos jornalísticos podem acontecer e ser propagados por qualquer indivíduo no ciberespaço. O fluxo de informação é ininterrupto, não necessariamente síncrono e geralmente é público. (OLIVEIRA, 2009).

O *Instagram* conta com uma quantidade ínfima de publicações: apenas 40% do que é noticiado na semana. Da mesma forma a rede social da Google, o GPlus, com a mesma porcentagem, mas em assuntos diferentes. Nestas redes sociais, não se faz notar uma motivação lógica na maneira que os conteúdos são replicados.

E-mail

A assessoria de imprensa da Alep envia diariamente *releases*, fotos e áudios somente para os veículos de comunicação. Até agosto de 2014, a Alep enviava em forma de Newsletter um resumo das principais notícias da semana da instituição para usuários cadastrados.

Registro fotográfico

Para uso direcionado a profissionais da imprensa, ou mesmo como banco de imagens da instituição, o *Flickr* contou com 121 inserções de imagens na semana de análise, sendo 96% das publicações referentes às matérias do dia e o restante anunciando eventos a se realizar.

Os principais eventos da semana são as sessões plenárias, que contam com uma produção maior de imagens. Do total, 47% das imagens publicadas são das Sessões, 24% da Sessão da CCJ, 23% de duas CPIs que aconteceram durante a semana e 5,78% referentes a outros eventos que aconteceram na Alep.

TV Sinal

Pode-se dizer que o canal de televisão do Legislativo paranaense é a mais legítima demonstração do jornalismo da fonte. Denominado TV Sinal, foi inaugurado em dezembro de 2007 de acordo com a regulamentação da Lei Federal nº 8.977/95 (Lei do Cabo). Criado com o objetivo de informar os cidadãos sobre as atividades desenvolvidas pelos deputados estaduais e promover a transparência do Poder Legislativo, o canal fez sua primeira transmissão em 18 de dezembro de 2007.

Tanto a produção como a geração do conteúdo do canal legislativo são realizadas por uma empresa terceirizada por meio de licitação. A empresa responsável atualmente é o Grupo Malucelli, que também é repetidora do Canal Band no Paraná. Mesmo terceirizada, a TV Sinal não é independente, mas sim vinculada à Diretoria de Comunicação da Assembleia Legislativa, subordinada diretamente à Mesa Diretora.

Em 2011, a TV Sinal passou a integrar a agência de notícias do Poder Legislativo, formada por plataformas de comunicação web (mídias e redes digitais), rádio web, além da redação de *releases*, a fim de ampliar de maneira convergente a divulgação diária das ações do Legislativo.

Desde então, para suprir uma carência de alcance para todo o Paraná, considerando que a TV Sinal não é em todos os municípios um canal de TV aberto, mas sim, a cabo, ou via satélite, o setor de Divulgação da Casa optou em transmitir a programação simultaneamente também na *Web*, no Portal da Alep, com o intuito de tornar mais acessível o conteúdo produzido para o cidadão.

Além da transmissão simultânea, a Alep conta ainda com um canal no Youtube. Neste espaço, não é publicada toda a programação, isto é, todos os programas que compreendem uma grade de 12 horas de transmissão. No Youtube são publicados apenas os conteúdos relacionados diretamente com o processo legislativo, como a reunião da Comissão de Constituição e Justiça, as Sessões Plenárias e as Sessões Solenes. Relacionados com o jornalismo, são publicados todos os VTs produzidos sobre o processo legislativo que são veiculados nos telejornais da TV Sinal. Os jornais não são publicados na íntegra no canal do Youtube.

Segundo o Portal da Alep, a TV Sinal tem como carro-chefe a exibição das sessões plenárias ao vivo – de segunda à quarta-feira, a partir das 14h30 e também repete a transmissão das Sessões no período da noite. A maior parte da grade de programação tem relação com o Legislativo paranaense.

No dia 07 de maio de 2014, o Youtube registrou 3.240 visualizações no vídeo da Sessão Plenária, em 26 de agosto mais 436, também no vídeo da sessão plenária do dia. O mesmo se repete nos dias 27 de outubro, com 227 visualizações, no dia 28 de outubro com 391 e 03 de novembro com 237 visualizações.

Em todo o ano de 2014, apenas um VT produzido pela TV Sinal e publicado no Youtube superou as 200 visualizações, obtendo 252. O VT tratava da aprovação, na CCJ, da lei que autorizava o porte de armas para agentes penitenciários em horário de serviço. Em seguida, vem o VT que mostrava a aprovação em plenário da lei que possibilitava o governo do Estado conceder um desconto de até 10% no Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), com 190 visualizações.

Codificação - TV Sinal¹³

Dos 18 assuntos diferentes transmitidos nos jornais da programação da TV Sinal, no período analisado, sete deles entraram na grade logo na segunda-feira. Entre os temas do dia, dois trataram de atos da presidência, um da CCJ (que na semana de estudo foi antecipada para a segunda-feira, ao invés da terça-feira como de costume), um sobre uma homenagem feita pelos deputados e outro divulgava um evento que aconteceria durante a semana. Além desses, um discorria sobre um projeto de lei protocolado na semana, de iniciativa de um deputado e apenas um era factual do plenário, por se tratar da aprovação de um veto a um projeto de lei de iniciativa do Executivo.

Na primeira edição do Sinal Informa, ao meio-dia e meia, um dos VTs faz um resumo dos três dias da semana anterior, em cerca de dois minutos para cada um dos três dias em que acontecem as sessões plenárias. No Sinal Informa - Segunda Edição e no Sinal Informa da Noite é veiculado um resumo da Sessão, o mesmo colocado ao final da transmissão ao vivo.

Este resumo é feito pelo repórter que cobre as sessões plenárias em forma de *stand-up*. Tais resumos são reaproveitados nos telejornais da tarde e noite, reeditados com imagens e até sonoras, no dia em que acontece a Sessão e na primeira edição do Sinal Informa do dia seguinte.

Na terça-feira, foram registrados quatro VTs reprisados de segunda entre os nove materiais contidos nos espelhos dos jornais. Na quarta-feira, um VT reprisado do dia anterior, dois novos assuntos. Na quinta-feira, cinco novos temas, entre eles duas comissões criadas,

¹³ Levantamento apresentado inicialmente em artigo sob o título “Jornalismo da fonte nas mídias digitais e na TV da Assembleia Legislativa do Paraná” no XII Encontro Paranaense de Pesquisa em Jornalismo, UEPG, 2014.

uma para divulgação de evento em uma cidade próxima à capital, uma matéria fria de economia, com nenhuma ligação direta com o Poder Legislativo, com 5 minutos e vinte segundos de duração, mas produzida pela TV Sinal e duas repetições da quarta-feira.

A sexta-feira, pela distância do factual que encerra na quarta-feira, apenas uma matéria nova na programação do dia, que discorria sobre um projeto de lei protocolado por um deputado. Três assuntos eram noticiados pela segunda vez, outros dois, noticiados pela terceira vez na semana e, enquanto um dos assuntos pela quarta vez aparecia na grade dos jornais da TV Sinal.

Entre os dias 02 e 06 de junho de 2014, foram registradas 70 inserções, entre notas cobertas, VTs e *stand-ups*, nos três jornais da TV Sinal, sendo 16 matérias na segunda-feira, 15 na terça-feira, 11 na quarta-feira, 14 na quinta-feira e 14 na sexta-feira. Nesta contagem, foram registradas as repetições do mesmo VT em edições diferentes dos jornais, bem como, em dias diferentes da sua primeira aparição.

Considerando neste período as 38 inserções de temas distintos por dia, assim como os desdobramentos durante a semana, constata-se que as Comissões da Casa geraram a maioria dos assuntos divulgados na semana, com 41,8%. Na categoria “Comissões” estão incluídas as comissões permanentes e especiais da Alep.

As votações em Plenário vêm em seguida, com 23,7%, estando presentes em todos os noticiários por intermédio dos resumos da Sessão, ou dos resumos da semana. Empatados com a divulgação de eventos, dentro ou fora da Casa, estão os atos da Presidência, com 15,7%. Logo após, com 10,5%, estão os projetos protocolados pelos deputados que passam pelo *gatekeeper* da Divulgação da Alep, por serem avaliados pelos jornalistas como de interesse público. Com apenas uma inserção (2,6%), aparecem tanto a categoria “Homenagem”, como a “Não definida”, em virtude do assunto não ter nenhuma relação com o Legislativo estadual.

Um ponto interessante na análise, considerando o papel do contexto televisivo na internet, está no uso da ferramenta do Youtube para o arquivamento e disponibilização da produção da TV Sinal, cujo acesso pode acontecer sete dias por semana, 24 horas por dia, sem as restrições da grade de programação do veículo televisivo.

2.6. A DEMANDA DE INFORMAÇÕES E A AGENDA DA MÍDIA

Outro fator importante para ser questionado nas novas teorias do jornalismo acontece no suporte para a atual demanda de informação. No entanto, os pensadores do agendamento apontam que a agenda pública é escassa, o que conseqüentemente limita também a agenda da mídia, gerando uma situação de competição entre os temas. Para McCombs (2009) existe um estreito limite no tamanho da agenda pública tanto pela questão de tempo, quanto pela capacidade psicológica das pessoas, o que se reflete na agenda pública como um todo.

Na agenda da mídia, o fator espaço é mais elementar e restrito ainda, considerando os tamanhos reservados para conteúdos dos assuntos nos jornais impressos, no rádio e telejornais, em constante competição com as publicidades, que custeiam os meios de comunicação e produzem estes conteúdos, bem como, o leque de outros assuntos que competem por posições nesta agenda.

Tanto a hipótese do Agendamento, como a Teoria do *Gatekeeping* funcionam como ferramentas de gerenciamento de informação em que os *gatekeepers* controlam, modelam, enquadram (*framing*) e sugestionam (*priming*) a opinião pública, bem como, o que terá visibilidade na mídia ou não. Segundo Shoemaker (2011), são os *gatekeepers* que determinam aquilo que se torna a realidade social de uma pessoa, sua forma particular de ver o mundo. O que os *gatekeepers* não deixam passar pelo portão acaba não existindo para uma quantidade expressiva da massa.

Dessa forma, podemos afirmar que tanto o agendamento quanto o *gatekeeping* são baseados na subjetividade, em que a seleção dos temas é fundamentada em critérios de valores-notícia¹⁴, mas, também, em valores pessoais dos profissionais ou mesmo do perfil editorial no veículo. Assim, sugere-se o entendimento que a agenda da mídia é subjetiva em suas escolhas, seguindo critérios de noticiabilidade.

Por este motivo, na competição por um espaço na agenda midiática, muitos assuntos de interesse público acabam perdendo para temas que dão mais audiência, para assuntos de interesse do público.

¹⁴ Os valores-notícia são critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público (...) Os valores-notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos. (GOLDING; ELLIOT *apud* WOLF, 1987).

De acordo com Sant'Anna (2009, p. 212) é grande o volume de informação produzida no setor público que é de interesse público ou pelo menos de grupos específicos. Sendo assim, o pesquisador aponta que o jornalismo clássico não responde as demandas de informação, nem representa de forma equilibrada a pluralidade de interesses da sociedade brasileira.

Ele questiona os critérios de noticiabilidade e comenta que os profissionais de jornalismo que trabalham na fonte apresentam um grande descontentamento com a agenda midiática e que, para resguardar o interesse público, veem nos meios próprios da fonte a possibilidade de democratizar a informação, ficando disponível a todos.

O descontentamento com o critério de seleção – ou exclusão – praticado em especial com a abordagem (não) concedida aos temas de seus interesses – tanto sob o aspecto quantitativo quanto o qualitativo incita o desejo de alterar tal realidade. Um novo padrão de construção da agenda midiática pode ser fruto da utilização de táticas de interferência na construção da informação; ou de forma mais radical, falando-se diretamente à opinião pública. Contorna-se, assim, a imprensa e seus filtros para construir um espaço midiático próprio. (SANT'ANNA, 2009, p. 212)

Desta maneira, pelo advento tecnológico possibilitado pela *Web 2.0*, mesmo que ainda dependente dos meios de comunicação, a fonte consegue cumprir com a legislação no aspecto da transparência, pois como relata Sant'Anna (2009, p.46), para os produtores destes conteúdos informativos, esta técnica traz dos benefícios imediatos. Segundo ele, a transmissão de informações ao espaço público, se torna garantida, independentemente dos critérios dos *gatekeepers* da imprensa tradicional. Além disso, serve de elemento de pressão sobre a agenda desta mesma imprensa. Um tema divulgado pelas mídias das fontes tende a não ser ignorado pelos *mass media*, principalmente em se tratando de assuntos socialmente sensíveis.

Análise comparativa com os jornais impressos

Com os dados obtidos através de análise de conteúdo no período de 02 a 06 de junho de 2014 do Portal da Alep por sua Agência de notícias, de maneira comparativa também foi analisado como estas notícias agendaram os dois jornais com maior tiragem no Paraná: a Gazeta do Povo e a Folha de Londrina.

De acordo com a Associação Nacional dos Jornais (ANJ), a Gazeta do Povo, em 2012, a Gazeta do Povo ocupava a 24ª posição entre os jornais mais lidos no Brasil, com uma circulação média de 42.786 exemplares, com uma variação negativa de -2% com o ano anterior. Em 2013, o periódico caiu para a 29ª posição com uma circulação média de 41.235 exemplares e uma variação de -3,36% com o ano anterior.

Já a Folha de Londrina em 2012 ocupava a 33ª posição no ranking nacional com uma média de circulação de 32.394 exemplares, com uma variação de -2% com o ano anterior. Em 2013 a variação também foi maior, com uma queda de 4,87%, comparado com o ano anterior. Com isso, a média de circulação despencou para 30.817 e sua colocação no ranking para a 39ª posição em âmbito nacional.

Três fatores motivaram a pesquisa comparativa ocorrer com jornais impressos. Primeiramente, pela facilidade de manuseio de edições anteriores através dos sites de ambos os periódicos. O segundo fator se dá pela importância de ambos os periódicos no cenário midiático paranaense, como também nacional e, por fim, o terceiro fator, considerando que a eficiência do conteúdo publicado no meio impresso, ainda mais com as ferramentas on-line se assemelham nos resultados com a televisão, como aponta Alsina (1993, p.48) quando cita McCombs.

Em seu estudo inicial, McCombs e Shaw (1972) não diferenciaram o meio da televisão e da imprensa, dando-lhes a mesma eficiência. Outras pesquisas têm procurado diferenciar, embora os resultados ainda não sejam muito convincentes. Em alguns casos, a televisão parece ser mais eficaz do que o jornal, enquanto em outros o inverso. Por exemplo, em assuntos locais, os jornais têm uma influência mais forte, enquanto em questões nacionais corresponde a televisão uma maior eficácia. (ALSINA, 1993, p.48 – tradução nossa)¹⁵

Codificação dos dados

Agência Sinal, o agendamento na Gazeta do Povo e Folha de Londrina

Três são os espaços utilizados para a coleta de dados desta pesquisa. A capa, para se ter noção da importância atribuída pelo jornal para o fato. A matéria interna, pois desenvolve o assunto com o objetivo de informar de maneira mais aprofundada e também as colunas Notas Políticas da Gazeta do Povo e Informe Folha da Folha de Londrina.

Nestes espaços, de maneira resumida, juntamente com outros assuntos relacionados com a política em âmbito local e nacional, ambos os periódicos noticiam o que acontece na Alep, utilizando do material produzido pela Divulgação da Casa, ou por outros meios, como

¹⁵ “En su estudio inicial, Mc COMBS y SHAW (1972) no diferenciaban el medio televisivo e la prensa, otorgándoles la misma eficacia. En otras investigaciones se ha pretendido diferenciarlos, aunque los resultados no parecen todavía demasiado convincentes. En algunos supuestos la televisión parece ser más efectiva que el periódico, mientras que en otros es a la inversa. Por ejemplo, en los asuntos locales los periódicos tienen una influencia más fuerte, mientras que em temas nacionales le corresponde a la televisión una mayor efectividad. En cualquier caso, es evidente que no es posible considerar todos los medios como iguales. Cada medio cumple dentro del ecosistema comunicativo una función propia. Quizás, una de las mayores preocupaciones, y de los más importantes retos para el futuro de la teoría de la comunicación, sea la descripción y explicación de la estructura comunicativa de forma global y diferenciada. No hay que quedarse en simples aforismos intuitivos como el que afirma que la radio informa, la televisión ilustra y la prensa explica.”

assistindo a sessão plenária ao vivo presencialmente, pela TV Sinal, pelo site, ou mesmo, outra forma desconhecida pela pesquisa.

No dia 02 de junho, o jornal Folha de Londrina não foi agendado nenhuma vez pela Alep, neste dia, o periódico também não conta com a coluna Informe Folha. No entanto, o jornal Gazeta do Povo, traz na coluna Notas Políticas uma nota que anuncia que na semana em questão seria votado o projeto de lei do Poder Executivo que apresentava a destinação dos recursos vindos do petróleo. Cabe ressaltar que este assunto foi abordado pela Divulgação da Alep na sexta-feira, dia 30 de maio, às 14h25 com o título “Destinação de recursos provenientes da exploração de petróleo ou gás natural será votada na segunda-feira (2)”.

No dia 03 de junho, terça-feira, o volume de informações aumenta e a Gazeta do Povo já repercute a votação sobre a destinação dos recursos do petróleo em uma matéria titulada como “Alep aprova destinação de verba do petróleo para educação e saúde”. Além disso, nas Notas Políticas teve destaque também uma nota divulgando que, na quarta-feira, seria apresentado o relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que investigava irregularidades nos pedágios das estradas concessionadas no Paraná. A nota contou com foto creditada a Sandro Nascimento, fotógrafo da Divulgação da Alep, do deputado Douglas Fabricio, relator da CPI.

Ainda no dia 03, uma nota também tratava do repasse de imóveis do governo do Estado ao Parana Previdência para a construção de delegacias cidadãs. Uma frase do presidente da Casa, Valdir Rossoni, fechou a página de Notas Políticas sobre o então presidente do Supremo Tribunal Federal, Joaquim Barbosa “A história de vida desse homem é brilhante. De faxineiro a presidente do STF.” Tal afirmação foi retirada de release enviado pela Casa, às 17h47, da segunda-feira, dia 02 de junho.

Na Folha de Londrina, duas matérias davam visibilidade à Alep, uma delas tratava também da CPI do Pedágio e a outra sobre um projeto de lei proposto pelo Legislativo e vetado pelo governador, mas que tal veto foi derrubado pela maioria dos deputados. A matéria aponta que faziam três meses que isso não acontecia. A Gazeta do Povo não noticiou nada sobre o veto.

Os assuntos da CPI do Pedágio e Parana Previdência foram agendados na segunda e na terça-feira pela Divulgação da Alep, bem como, a derrubada do veto do governador ao projeto de lei proposto pelo Legislativo.

Dia 04 de junho, a Gazeta do Povo estampa já na capa uma chamada sobre a conclusão da CPI do Pedágio, com matéria interna. Nas Notas Políticas o periódico comenta a rápida sessão plenária acontecida no dia anterior que coincidentemente era dia de jogo

amistoso da seleção brasileira de futebol. Além dessa, outra nota discorreu sobre uma emenda apresentada pelo Partido dos Trabalhadores (PT) ao projeto que ampliava o número de cargos comissionados no Ministério Público do Estado. Na Folha o destaque também foi dado à CPI do Pedágio, também com chamada na capa. No entanto, na coluna Informe Folha, nada foi dito relacionado a Alep ou aos deputados neste dia.

No dia 05, a Gazeta do Povo não noticiou nenhuma matéria específica relacionada com a Alep, a instituição apareceu apenas nas Notas Políticas do periódico, em uma delas que tinha como título ‘Trote pelo telefone’. A chamada tinha por objetivo satirizar o acontecido do dia na Alep, em que alguém efetuou diversos trotes telefônicos para deputados, dizendo que o presidente queria falar com o parlamentar com urgência na presidência da Casa. Após diversos deputados se dirigirem à presidência, o imbróglio só se desfez na sessão, quando o presidente Valdir Rossoni, após alguns deputados tentarem falar com ele no Plenário, irritado dizer que se quisesse falar com alguém, ele mesmo ligaria diretamente. O episódio não foi comentado pela assessoria de imprensa da Alep.

O mesmo aconteceu com a Folha de Londrina que em nota no espaço Informe Folha, tituló o acontecido como ‘Forças Ocultas’, pois foi a resposta irônica de Valdir Rossoni, quando perguntado pela imprensa sobre a autoria dos trotes telefônicos.

De acordo com Santos (2001, p.95), as fontes de informação se organizam para publicitar interesses próprios, garantindo acesso a enquadramentos específicos de um acontecimento e não apenas uma simples menção ou cobertura. O autor comenta ainda (2001, p. 100) que as fontes tem um interesse visível em publicitar os fatos positivos sobre a instituição, mas guardam os problemas no domínio secreto.

Frequentemente, as fontes conseguem incluir suas mensagens e enquadramentos nas notícias, desenvolvendo algumas estratégias que estimulem o apetite dos jornalistas. Em especial, as fontes oficiais, que jogam com o fator da falta de tempo dos jornalistas, oferecem recursos como exclusivos, dossiers de informação e fotografias. Por outro lado, através de fugas de informação sobre a sua acção e de outras fontes, censura ou omissão de factos, as fontes tentam controlar a realidade social dos acontecimentos, através da definição dos dados envolvidos. (SANTOS, p. 99)

Ainda no dia 05, a Gazeta do Povo, nas Notas Políticas discorreu sobre a formação e uma Comissão Especial da Agenda Paraná, em dois momentos, que explicaram que a Comissão tinha como objetivo reunir documentos para apresentar à Presidência da República. O assunto também foi explorado em duas notas pelo outro periódico analisado. Na coluna Informe Folha, com o título ‘Melhorar a relação’, de maneira como se a formação da

Comissão pudesse beneficiar o contato da União com o Paraná, como também, dos deputados fazerem reivindicações pontuais.

Enquanto a Gazeta do Povo se limitou as duas notas relacionadas à Alep, o periódico londrinense abordou em sete das oito notas da coluna, tratando ainda da instauração da CPI da Saúde Psiquiátrica e de desdobramentos, bem como a repercussão, da CPI do Pedágio com a fala do presidente da Associação Brasileira das Concessionárias de Rodovias (ABCR).

No dia 06 de junho, a Gazeta do Povo repercutia a CPI do Pedágio, que apresentou dados sobre a cobrança de CPMF cobrada indevidamente dos usuários pelas concessionárias desde 2008, considerando que o valor ainda estava presente na tarifa, mesmo a cobrança não acontecendo mais pelo governo. A matéria que teve chamada na capa do periódico e foi feita a partir do relatório final da CPI, pois estes dados não foram trabalhados pela Divulgação da Casa. Já a Folha de Londrina não dedicou nem uma linha para a Alep neste dia.

Pela segunda vez na semana a Alep conquistava espaço na capa da Gazeta do Povo, enquanto na Folha de Londrina o mesmo foi alcançado uma vez apenas. De acordo com McCombs (2009, p. 87). A capa é um importante espaço para o agendamento do tema, como também, que a matéria em questão tenha outros recursos para chamar a atenção do leitor.

No dia 09 de junho, nenhuma notícia divulgada pela Alep conseguiu espaço nas páginas da Gazeta do Povo, nem mesmo nas Notas Políticas e o mesmo aconteceu com a Folha de Londrina que também não registrou nada, ainda mais considerando que nas -segundas-feiras o periódico não conta com a coluna Informe Folha.

Dessa forma, dos 27 temas inéditos pautados pela Alep, dez deles foram utilizados pela a Gazeta do Povo (37%), sendo o assunto da CPI do Pedágio usado duas vezes, bem como, do petróleo, restando apenas seis temas distintos usados pelo periódico (22%). A Gazeta do Povo publicou ainda sobre dois temas não pautados pela assessoria de imprensa da Casa, um sobre os trotes telefônicos e o outro sobre os horários de funcionamento da Casa em dias de jogos da Copa do Mundo, aprovado em requerimento e divulgado anteriormente.

Já a Folha de Londrina publicou 11 vezes assuntos relacionados com a Alep e repetiu somente o tema da CPI do Pedágio, as dez restantes foram materiais inéditos, nove deles pautados pela Assembleia (33%), exceto o assunto do trote telefônico que vazou de outra fonte.

2.7. PANORAMA DE ACESSOS E PERFIL DE USUÁRIOS NOS MEIOS PRÓPRIOS

O que o internauta quer ver no site da Alep?

Relatório geral

De acordo com o Google *Analytics*, desde o final do ano de 2011, quando a Alep iniciou o monitoramento de alcance com o sistema, até o dia 10 de junho de 2014, foram registradas 3.341.757 visualizações de páginas do portal, entre elas, 2.445.442 de visualizações de páginas únicas, isto é, uma única página pode ser visualizada muitas vezes em uma mesma visita, desta forma, é registrado por usuário apenas uma vez que ele visualizou página específica.

Em todo o período, o tempo médio em cada página é de um minuto e cinquenta e seis segundos (1m56s), a taxa de rejeição é de 39,64% dos usuários, porém de acordo com a Google, a taxa de rejeição é o percentual de sessões de uma única página, ou seja, sessões nas quais a pessoa saiu do site na página de entrada sem interagir com ela.

Segundo a empresa, diversos fatores contribuem para uma alta taxa de rejeição. Por exemplo, os usuários podem sair do site pesquisado na página de entrada se houver problemas de design ou dificuldade de uso. No entanto, pelo fato dos temas serem variados e o público ser de interesse fragmentado de diversos grupos da população, outro fator pode ser dos usuários também poderem sair do site depois de visualizar uma única página, caso eles tenham encontrado a informação desejada nela e não tenham interesse em acessar outras páginas.

Outro recorte solicitado para o setor de Divulgação da Alep foi entre os dias que foi realizada a observação participante das rotinas laborais da comunicação da Casa. Ao todo foram registradas 27.970 visualizações de página e 20.694 visualizações de páginas única e o tempo médio em cada página se repetiu de um minuto e cinquenta e seis segundos (1m56s).

Um fator interessante na avaliação de um recorte mais específico, está no gráfico de acessos durante a semana que acompanha os trabalhos realizados em Plenário da Alep. O gráfico aponta quase dez mil acessos na segunda-feira, diminuindo gradativamente e na quarta-feira reduzindo-se a aproximadamente cinco mil acessos. Na quinta e sexta-feira, dias que não ocorrem sessões plenárias a quantidade de acessos despencam, e no sábado o número de acessos é ínfimo comparados ao início da semana.

Tabela 1: Visualizações do Portal da Alep

	2011 a 2014		06 a 09 de junho 2014	
Visualizações de página	3.341.757		27.970	
Visualizações de página única	2.445.442	73,17%	20.694	73,98
Tempo médio	1'56		1'56	
Taxa de rejeição	39,65%		39,65%	

Fonte: O autor, com dados do Google Analytics Alep – relatório cedido pelo setor de Divulgação da Casa

Os relatórios de acessos apresentam os 10 assuntos mais acessados pelos internautas e das 3.341.757 visualizações de páginas do portal, 1.165.674 foram da página inicial do site e notícias *linkadas* neste espaço, o que corresponde a 34,88%. Em segundo lugar está a pesquisa legislativa, espaço que é dedicado à pesquisa das proposições em tramitação e proposições já convertidas em normas legais, com 292.628 acessos de final de 2011 a meados de 2014 com 8,76%. Na terceira posição está a ordem do dia com cerca de 142 mil acessos, o que significa 4,25% do total no portal.

O relatório geral apresenta alguns itens duplicados que complicaram a análise. O *link* do canal Conheça os Deputados vem na sequência com aproximadamente 80 mil acessos, isto é, 2,40% do total. Porém, na 8ª posição tem outro critério descrito como deputados/conheça com 42.344 (1,26%), somando-se 122.673 resulta no equivalente a 3,67% dos registros de acessos.

O interesse específico no jornalismo da Casa vem em 5º lugar na preferência dos usuários. O quesito sala de imprensa/noticias contou com 63.746 visualizações de página, o que corresponde a 1,91% dos acessos. Porém, considerando que na 10ª posição tem um campo destinado a imprensa/noticia com 29.140 (0,87%), que se somados, às notícias o total passa para 92.886, o que representa 2,78% dos acessos.

O mesmo acontece no estudo geral com a TV Sinal, pois aparece duas vezes, uma como sala de imprensa/tv_sinal, em 7º lugar, com 42.604 (1,27%) e na outra, imprensa/tvsinal/assista, em 9º lugar, com 35.491 (1,06%). Somando os dois espaços, pode-se dizer que os acessos destinados à TV Sinal chegou em 78.095 (2,33%).

Relatório semanal

Baseado em outro relatório, mas este pelo período de uma semana no ano de 2014, alguns critérios são reorganizados de forma a comprovar as duplicidades diagnosticadas no relatório anterior.

Das 27.970 visualizações de páginas do portal, 9.303 foram da página inicial do site e notícias linkadas neste espaço, o que corresponde a 33,44%. Em segundo lugar está a pesquisa legislativa com 3.396 (12,14%) acessos. Na terceira posição está a ordem do dia com cerca de 1.785 mil acessos, o que significa 6,38% do acessado no portal.

As duplicidades da análise do relatório geral foram sanadas para esta etapa. O *link* do canal Conheça os Deputados vem na sequência com aproximadamente 1.459 mil acessos, isto é, 5,22% do total. O interesse específico no jornalismo da Casa volta em 5º lugar na preferência dos usuários e o campo destinado a imprensa registra 1.130 acessos o que corresponde a 4,04%. Em concordância com o relatório geral, na sequência aparece sem a duplicidade a TV Sinal pela internet com 961 (3,44%) acessos.

Os diários da Alep que, no relatório geral, estavam na 6ª posição com 51.171 (1,53%) dos acessos, caíram para a 7ª posição na análise da semana, com 360 (1,29%) acessos. As últimas três colocações, duas delas são relacionadas à Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) e a outra (10ª) é a agenda parlamentar da instituição.

Tabela 2: Preferências Portal Alep

	2011 a 2014	%	06 a 09 de junho 2014	%
Total	3.341.757	100%	27.970	100%
Página inicial	1.165.674	34,88	9.303	33,44
Pesquisa Legislativa	292.628	8,76	3.396	12,14
Ordem do Dia	142.000	4,25	1.785	6,38
Conheça os Deputados	122.673	3,67	1.459	5,22
Notícias	92.886	2,78	1.130	4,04
TV Sinal	78.095	2,33	961	3,44
Outros assuntos	1.447.801	43,33	9.936	35,34

Fonte: O autor, com dados do Google Analytics Alep – relatório cedido pelo setor de Divulgação da Casa

TV Sinal no Youtube

Além dos acessos pelo portal na transmissão, a produção em vídeo da TV Sinal também é vista no Youtube. Até 26/04/2014, o canal contava com 79 inscritos e 24.814 visualizações dos vídeos publicados. Neste espaço estão as sessões plenárias na íntegra, como notícias separadas por temas em formato de VTs, *stand ups* e reportagens. Porém, os noticiários da emissora não são armazenados na íntegra.

Nos primeiros três meses de 2014, a maioria dos vídeos não passaram de 40 visualizações, chegando a ter vídeos com apenas duas visualizações. No entanto, uma pequena parcela chegou a receber de 80 a 150 visualizações.

Pouco mais de um ano depois do levantamento destes dados, em 26/07/2015, de acordo com a página do Youtube da Alep, 325 usuários estão inscritos e foram registradas 77.877 visualizações.

Vale salientar que, em virtude do impasse entre governo do Estado e os professores da rede estadual, a quantidade de acessos aos vídeos das sessões plenárias registraram ápices não vistos até o momento no canal do Youtube da Alep. Em dias de maior tensão foram registrados até 26/07/2015, 2.026 acessos na sessão plenária de 19/05/2015 e 4.334 acessos no vídeo da sessão plenária de 29/04/2015¹⁶. A soma destes dois dias é cerca de um quarto do obtido em um ano e meio de existência do canal de dezembro de 2012 a abril de 2014.

Tabela 3: Inscritos e visualizações no Youtube

	17 dez 2012 a 26/04/2014	26/07/2015
Internautas inscritos	79	325
Visualizações	24.814	77.877

Fonte: O autor, com dados da página da Alep no Youtube

No Facebook

Até o dia 26 de abril de 2014, a Alep contava, em sua página no Facebook, com 2.171 curtidas, 122 falando sobre os assuntos postados e 183 visitas, além de um usuário no Google Plus, com 47 seguidores e mais de 57 mil visualizações. No Twitter, conta com 2.963

¹⁶ No dia 29 de abril de 2015, enquanto no plenário da Alep, os deputados estaduais votavam medidas propostas do Executivo, consideradas impopulares por promover mudanças no regime próprio de previdência dos servidores estaduais, na Praça Nossa Senhora de Salete, localizada em frente à Assembleia, um confronto entre manifestantes e a Polícia Militar deixava muitos feridos. O massacre ocorrido com os servidores públicos, em maioria professores, teve visibilidade internacional.

seguidores e mais de 3.500 publicações. No Instagram, estão registrados 134 seguidores e mais de 370 postagens, enquanto no *Flickr*, utilizado para *download* de imagens em alta resolução, comumente usado pela imprensa, quase 30 mil imagens foram publicadas.

Além dos interesses do internauta demonstrados pelo *Google Analytics*, o perfil do usuário também pôde ser avaliado através do relatório de curtidas da página da Alep da rede social Facebook. Ser fã da página da Alep no Facebook facilita o usuário receber atualizações no *feed* de notícias¹⁷.

Em 10 de junho de 2014, dos 2.225 fãs da página da Alep no Facebook, 1.108 eram da capital do estado e a quantidade cai significativamente para os fãs do interior do Paraná. Entre os principais municípios do estado, Maringá aparece com 50 fãs, São José dos Pinhais com 49, Londrina com 48, Cascavel com 45, Paranaguá juntamente com Ponta Grossa com 42, Guarapuava com 36, São Paulo, no estado de São Paulo, com 29 fãs, mais que Foz do Iguaçu com 25 fãs. Como na tabela a seguir:

Tabela 4: Fãs Facebook / cidades

Curitiba	1.108
Maringá	50
São José dos Pinhais	49
Londrina	48
Cascavel	45
Paranaguá	42
Ponta Grossa	42
Guarapuava	36
São Paulo (capital)	29
Foz do Iguaçu	25

Fonte: O autor, com dados do Facebook Insights Alep – relatório cedido pelo setor de Divulgação da Casa

De acordo com o perfil dos usuários fãs da Alep no Facebook, 41% são mulheres e 58% são homens. Além disso, da faixa etária de 13 a 17 anos 0,7% são do sexo feminino e 1% do masculino. A paridade acompanha na faixa etária de 18 a 24 anos com 6% entre as mulheres e 8% dos homens.

A faixa etária com a maior quantidade de usuários aparece entre os 25 e 34 anos. De acordo com o Facebook, compreendidos nestas idades, 18% são homens e 12% mulheres.

¹⁷ O *Feed* de Notícias é uma lista atualizada constantemente com histórias de pessoas e Páginas que você segue no Facebook. As histórias do *Feed* de Notícias incluem atualizações de status, fotos, vídeos, links, atividades de aplicativos e curtidas. Fonte: <https://www.facebook.com/help/210346402339221> Acesso em 13 jun. 2014.

Entre os 35 aos 44 anos, as usuárias do sexo feminino apresentam uma queda de 1% e dos homens de 3%. Na faixa etária dos 45 aos 54 anos cai para 8% o percentual de mulheres e 9% o de homens.

A partir dos 55 anos a queda é maior, pois dos 55 aos 64 apenas 5% são homens e 2% mulheres, e a partir dos 65 anos foi registrado pelo sistema 1% de mulheres e 2% de homens.

Um ano após o levantamento destes dados cedidos pela Alep, a página da instituição no Facebook conta com 6.912 fãs.

Tabela 5: Perfil de gênero / faixa etária no Facebook

	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	+ 65
Mulheres	0,7%	6%	12%	11%	3%	2%	1%
Homens	1%	8%	18%	15%	6%	5%	2%

Fonte: O autor, com dados do Facebook Insights Alep – relatório cedido pelo setor de Divulgação da Casa de 2011 a 2014

Avaliação da audiência

Os dados apontam que é crescente o interesse da população pelas demandas políticas que ocorrem no setor público, inclusive nos parlamentos em ambas as esferas. Considerando o estudo na Câmara dos Deputados pode-se acreditar que estes meios da fonte de informação desenvolvem ferramentas para atrair a atenção do público e que já se pode perceber um retorno destas ações.

No caso da Alep, fica claro o interesse no factual dos acontecimentos da Casa, considerando a maioria dos acessos acontecerem na página inicial. A consulta da legislação vigente, como a ordem do dia para se saber o que será votado é uma ferramenta que se demonstra importante em um portal legislativo com uma quantidade expressiva de acessos comparada a outras áreas do portal.

Estes dados gerais foram acompanhados pelos profissionais da Casa no decorrer dos meses, e alterações na estrutura do site aconteceram para facilitar o acesso do usuário às ferramentas que eram mais utilizadas e atrair um maior número de visitas.

Na teoria, a gente não tinha conhecimento sobre o que os usuários procuravam em nosso portal, se era a ordem do dia e a pesquisa legislativa, não sabíamos o que mais as pessoas buscavam. Em versão anterior do site, a pesquisa legislativa e ordem do dia ficavam quase no rodapé da página. Ou seja, descobrimos com estes dados o que mais acessavam. Então não tinha porque estas ferramentas ficarem no final de página sendo que eram mais acessadas. Só tivemos este conhecimento a partir de

quando o *analytics* foi indexado na nossa página. Dessa forma, começamos a medir o que as pessoas buscavam mais. (Depoimento ao pesquisador - B2C)

As porcentagens destinadas ao jornalismo, medidas pela quantidade de acessos diretos pela página inicial, pela página da sala de imprensa, tanto ao material escrito como o televisivo, através da transmissão ao vivo e no canal do Youtube demonstram que a linguagem jornalística e cidadã é a mais procurada pelo usuário do portal da Alep.

Além disso, os dados demonstram que as redes sociais através da replicação de informações têm forte influência na audiência do site, principalmente do público com idade entre 25 e 44 anos de ambos os sexos, com pequena variação entre eles.

As informações mais recentes facilmente disponíveis através das páginas do Facebook e do Youtube da Alep demonstram um aumento expressivo no primeiro semestre de 2015.

Considerando os dados do Youtube a quantidade de usuários inscritos passou de 79 para 325, isto é, um aumento de 411%. As visualizações do canal também deram um salto de 24.814 para 77.877, o que corresponde a 313% de aumento. No Facebook a quantidade de fãs também aumentou de 2.225 para 6.912, sendo registrado um aumento de 310%.

2.8. IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DO PROFISSIONAL

No mês de novembro de 2014 foi aplicado um questionário a todos os jornalistas profissionais presentes e que prestam serviço para a Divulgação da Alep, isto é, para a assessoria de imprensa, a agência sinal, o site, a *radioweb*, as redes sociais e a TV Sinal.

Questionou-se sobre a qualificação, preferências, rotinas e a relação do entrevistado com a profissão, em um questionário com 13 perguntas que foram respondidas por 15 dos 17 jornalistas por formação, considerando que um estava em férias e outro optou por não responder o questionário. Oito destes jornalistas eram da Divulgação da Casa e os nove restantes da TV Sinal.

O setor de imprensa da Alep demonstrou a busca pela experiência. Nenhum dos jornalistas tinha menos de 20 anos, dos demais, 26,6% tinham até 30 anos, 33% até 45 anos e 40% tinham mais de 45 anos.

A qualificação foi outro ponto abordado e 46,6% do conjunto tinha somente a graduação, 40% tinham especialização e apenas 13% tinha mestrado. Nenhum deles tinha doutorado. No entanto, 33% dos entrevistados eram graduados ou cursavam outra graduação. Ao todo, 60% fizeram ou faziam curso de direito, 20% cursou agronomia e 20% e publicidade.

Quanto à faixa salarial, 33,3% ganhavam o piso salarial, essa fatia é referente aos funcionários da TV Sinal que são terceirizados e, de acordo com entrevista com o diretor de jornalismo do canal, a empresa cumpria com a legislação na remuneração dos colaboradores. Além do mais, para o restante dos servidores tanto os de cargos comissionados, quanto os efetivos, os salários estão disponíveis no portal da transparência da instituição. Para estes, 20% recebia até R\$ 5 mil, 40% até R\$ 8 mil e apenas um, no caso, 6,6% acima de R\$ 15 mil.

Em relação à experiência anterior à Alep, foram identificados profissionais polivalentes, que já tinham trabalhado em diversos modelos de veículos de comunicação. Dos 15 entrevistados e de forma aleatória, oito já tinham trabalhado em jornalismo impresso, oito já tinham trabalhado em TV ou produtora de TV e oito já tinham trabalhado com assessoria de imprensa ou agência de comunicação. Apenas quatro destes profissionais tinham passado pelo rádio, como também, apenas quatro tinham trabalhado em sites de notícias.

70% dos entrevistados trabalham na Alep porque gostam do que fazem, 20% motivados pela ideologia, para cumprir um papel importante na sociedade e 10% trabalham na função apenas pelo salário. Além disso, apenas 20% acreditam que a estrutura da Alep não atende a demanda de trabalho. No quesito tecnológico 73,3% dos entrevistados acreditam que a Alep dispõem de recursos necessários para fazer jornalismo multiplataforma, enquanto 26,6% acreditam que não.

Entre oito assuntos expostos no questionário, baseado nas rotinas dos profissionais, cobrir as sessões plenárias é, na opinião dos jornalistas, o mais importante, seguido pelas reuniões das comissões permanentes e só então vem os assuntos relacionados com a Mesa Diretora da Casa. Em relação à preferência, cobrir as sessões plenárias continua sendo a atividade com maior predileção pelos profissionais, mas, desta vez, seguido pelos assuntos relacionados à Mesa Diretora e audiências públicas.

Quando questionados se as 30 horas semanais, determinadas em convenção coletiva pelo Sindicato dos Jornalistas do Paraná, são suficientes para que o jornalista dê conta do volume de trabalho diário da Alep, ocorre uma divisão da Casa. 60% acredita que dá conta de efetuar toda a demanda de trabalho dentro das 30 horas, enquanto outros 40% acredita que não.

Outro placar apertado é a opinião dos profissionais em relação ao tipo de jornalismo que é produzido na Casa. 53,3% acredita que o jornalismo efetuado na Alep tenta influenciar a população, enquanto 46,6% julga o trabalho efetuado pelos profissionais como isento, ou pelo menos com a busca pela isenção.

Além disso, 33% dos profissionais disseram que as questões político-partidárias não interferiam em nada no jornalismo produzido por eles na Casa, 13,3% alegaram que estas questões dificultavam o fazer jornalismo, enquanto 53,3% apontaram uma interferência média, mas que não chegava a comprometer o profissionalismo.

Mesmo considerando a publicação do que se produz em veículos próprios da Alep graças à internet, bem como, a replicação desta produção nas redes sociais, não limitando o trabalho ao agendamento e aos critérios do *gatekeeping* dos meios de comunicação comerciais, 53,3% dos profissionais entrevistados acreditam que ocupam a função de assessor de imprensa na Casa, enquanto 46,6% veem sua função como jornalistas da fonte de informação.

Sant'Anna (2009) faz uma análise pertinente a esta situação, mas na esfera federal, considerando que o estudo do pesquisador teve como foco o Senado.

O jornalista das MFSF (Mídias da fonte do Senado Federal) está submetido a um modelo de produção da notícia com liberdade limitada. Um modelo que não permite a expressão de pontos de vista ou análises pessoais. Seu trabalho é fortemente hierarquizado, sujeitos a normas regimentais daquela Casa do Parlamento e à hierarquia interna às redações. A produção de conteúdo segue as normas jornalísticas, a um padrão de noticiabilidade. [...] Em termos de estilo jornalístico, o discurso jornalístico consiste preferencialmente, em um relato seco, objetivo dos dados, sem análise de caráter pessoal, mas devendo contemplar a diversidade ideológica e a partidária existente no parlamento. (SANT'ANNA, 2009, p. 429)

2.9. OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

2.9.1. Primeira Fase

Segunda-feira (02/06/2014)

O horário agendado para o início da pesquisa, previamente com o diretor de comunicação da Alep era às 9 horas, mas neste horário nenhum jornalista estava no local. Apenas a secretária, que chegara atrasada, por volta das 9h10.

Foi questionado o horário de funcionamento e ela comentou comigo que os jornalistas chegavam por volta de 9h30 considerando que o expediente sempre se estendia além da jornada normal do restante da Alep em virtude do fechamento das matérias e eventos que aconteciam no período da noite.

Na segunda e na terça-feira da semana que foi realizada a observação participante, um dos jornalistas da divulgação ainda estava de férias, em virtude disso, um dos dois

profissionais da *radioweb* cobriu os assuntos que seriam função do servidor em vacância. Além disso, outro profissional tinha consulta médica naquela manhã, sendo dois, portanto, os desfalques naquele turno.

Os profissionais que chegavam liam jornais tanto nas versões impressas quanto online, a TV era ligada na TV Sinal. Considerando inicialmente o funcionamento como uma redação, ainda mais pela quantidade de sete jornalistas em um sistema hierárquico e com funções pré-estabelecidas, era esperada logo no início da manhã uma reunião de pauta, o que não aconteceu.

De acordo com Bernardes (2011), que desenvolveu estudo sobre o jornalismo institucional da Câmara dos Deputados, mesmo em veículos da fonte, a reunião de pauta tem sua importância em virtude de sintonizar os profissionais nos assuntos que serão trabalhados na semana, ou mesmo no dia.

A pauta, no jornalismo, é o primeiro processo que estabelece uma organização para o caos dos fatos do mundo. Nela transparecem as visões que orientam a prática e as regras que conduzem a rotina do trabalho jornalístico. Essa rotinização é necessária porque os produtores precisam enfrentar situações inesperadas com rapidez e, por isso, as decisões são, de certa forma, codificadas previamente. (BERNARDES, 2011, p. 54)

Porém a realidade apresentada pelo diretor de comunicação da Alep é diferente, considerando a proposta local e mais limitada quanto aos assuntos. Segundo ele, as reuniões de pautas não agregavam muito, uma vez que os jornalistas tinham funções específicas e cobriam áreas pré-determinadas como se fossem repórteres de editorias distintas.

Não trabalhamos com reuniões de pauta, pois consideramos estes encontros improdutivos, considerando que a Alep conta com acontecimentos rotineiros, bem como, apresenta uma programação prévia de tudo o que acontece, como por exemplo, audiências públicas, reuniões de comissões da Casa, as visitas ao presidente e as sessões plenárias, entre outros eventos solenes. (Depoimento ao pesquisador – A1C)

O coordenador conversou pontualmente com dois servidores sobre duas pautas anunciando eventos para o dia seguinte. Uma das notas apenas comunicava a mudança de dia da sessão da CCJ da terça-feira para a segunda-feira. Outro repórter fazia uma nota sobre as CPIs que tinham eventos marcados para o dia seguinte.

Ainda pela manhã, o coordenador de jornalismo, após ler as notas produzidas, liberara para a publicação. Enfim, tudo que é publicado no portal passa pelo crivo do coordenador, norma da direção da Divulgação.

Na TV Sinal, o repórter auxiliava e o editor na edição de dois VTs produzidos no final de semana, no noroeste do estado com o presidente da Casa, em eventos que tinham ligação

com a Alep. Segundo a conversa dos jornalistas, o então presidente, Valdir Rossoni, também esteve em um evento do seu partido político, mas este não teve cobertura da TV Sinal.

A produção do final de semana foi ao ar na primeira edição do noticiário Sinal Informa - 1ª edição, ao meio-dia e meia. Um detalhe importante de salientar é que os produtores trabalham apenas no período da tarde.

O horário de almoço não tem uma regra. Os jornalistas começam a sair a partir das 11h30, mas demoram cerca de 40 minutos para retornar, nenhum dos profissionais almoça em casa, pois de acordo com conversas informais, não teria tempo hábil, em virtude da distância da entre a Alep com suas residências.

Considerando este fator, a entrevista com o responsável pelo portal e redes sociais, bem como, com o fotografo do setor de divulgação, foram efetuadas no horário de almoço.

No período da tarde, logo às 13h20, os profissionais da imprensa da Casa estavam em frente da sala das Comissões Legislativas, em que acontecem e são transmitidas ao vivo as sessões da CCJ. O local é adequado para a transmissão ao vivo e a gravação em padrões televisivos tanto no critério de iluminação, quanto de áudio. Uma câmera fixa e duas móveis transmitiam a sessão pela TV Sinal.

A Sessão da CCJ inicia pontualmente às 13h30 e encerra às 14h30 horas. Além da transmissão, conta com a cobertura do repórter da TV Sinal, de um repórter do portal, um da *radioweb* e o fotógrafo.

Por volta de 14h15 outra equipe, com a mesma formação de profissionais, espera em um amplo corredor entre o prédio da presidência e o prédio do plenário, a passagem do presidente da Casa, que em muitos casos não declara nada, mas, esporadicamente, utiliza-se do espaço para dar alguma informação administrativa da Casa, ou mesmo, alguma informação pertinente à Sessão que está prestes a se iniciar. Em algumas vezes, a fala do presidente da Casa entra ao vivo, em outras, dependendo das circunstâncias, somente no noticiário da noite.

De acordo com um dos profissionais do rádio, a intenção de estar no local juntamente com a imprensa externa na passagem do presidente em direção ao plenário se dá pelo fato do presidente divulgar informações relevantes em momentos similares que não tinham sido previamente divulgado pela Casa, ou mesmo, alguma informação decidida momentos antes de se dirigir ao plenário. Por isso, para não levar furo dentro de casa, a importância de sempre estar presente neste momento.

Enquanto isso, no plenário, um dos repórteres da TV Sinal faz, ao vivo, um resumo das últimas notícias da manhã, como também, apresenta o que consta na ordem do dia, que

será votado pelos deputados. Este *programete*, denominado internamente como “Esquenta” serve para a sessão plenária não iniciar abruptamente dentro da programação.

A gente chama internamente de “esquenta”, que é justamente para esquentar a sessão. O *programete* ao vivo traz alguns dos principais assuntos que já foram noticiados no jornal (Sinal Informa – 1ª Edição), mas que de alguma forma vão ser discutidos na sessão. “Olha, hoje vão ser votados tais e tais projetos, vai acontecer isso, isso e aquilo”. Às vezes vem algum secretário de Estado para prestar contas do quadrimestre, então já faz esta antecipação do que vai acontecer na sessão logo em seguida e faz a passagem.

Então o repórter fica como aquele repórter de campo, que aguarda as seleções entrando em campo, “e agora gente, já estamos chegando na mesa dos deputados, já estão, já tem quórum e tal,” e imediatamente ele diz “Olha, agora vai começar a sessão”. (Depoimento ao pesquisador – D1T)

No horário da sessão plenária, os profissionais da Casa ficam divididos entre os dois aquários. Um dos profissionais fica no aquário da direita, que reúne, em sua maioria, os jornalistas dos meios impressos e assessores de imprensa. Já o profissional do rádio e a TV Sinal ficam no aquário esquerdo, em que costumam trabalhar os veículos da imprensa televisiva e radiofônica, este espaço costuma ser mais barulhento, com muitas conversas entre os profissionais.

Em diversos momentos da sessão, os deputados, quando chamados, ou quando de interesses deles, vão até o aquário da esquerda para conceder entrevistas. Este é outro momento que a equipe da Casa se demonstra vigilante ao trabalho da imprensa externa, mas não com interesse de cercear o trabalho e, sim, de não serem surpreendidos por informações divulgadas pela grande mídia que a imprensa da Casa não tenha conhecimento.

A sessão plenária durou cerca de uma hora e vinte minutos. Três deputados fizeram uso da palavra na tribuna, e um deles foi aparteado. Em discussão: o veto do governador Beto Richa a um projeto de lei aprovado pela Casa anteriormente. Três deputados de oposição, contrários ao veto e dois de situação, sendo um deles contrário ao veto. O presidente também se pronunciou, discorrendo sobre a homenagem que faria para o então presidente do Supremo Tribunal Federal, Joaquim Barbosa.

Ao fim da sessão, os dois repórteres do portal, juntamente com o profissional do rádio e o fotógrafo voltam para o setor de Divulgação. No entanto, a equipe da TV Sinal permanece e, do plenário, o repórter grava o *programete* “Resumo da Sessão”, que apresenta uma síntese do que foi votado no dia.

Da mesma forma que é feita a gravação de uma passagem, o “Resumo da Sessão” é efetuado pelo repórter baseado nas votações da sessão. Com a lauda da ordem do dia em

punho, o profissional discorre sobre o resultado das deliberações como um repórter esportivo descreve o resultado dos jogos do final de semana.

O “Resumo da Sessão” não costuma demorar mais que dois minutos.

Com nenhum outro evento no dia, os jornalistas concentram-se na elaboração das matérias. A partir das 16 horas só se ouvia som dos teclados. Às 16h20, um dos repórteres libera a matéria da CCJ para revisão do coordenador, em poucos minutos é autorizada a publicação por parte do responsável pela alimentação do portal.

Este momento intermediário, entre o acontecimento e a publicação, também é o espaço temporal para que os profissionais responsáveis pela manutenção do portal e das redes sociais efetuem o tratamento das imagens e a respectiva publicação no Flickr, independentemente da matéria, pois quando a matéria for publicada, o *link* da página do Flickr é inserido ao final do texto da matéria.

O sistema em rede interna facilita esta comunicação entre os jornalistas, promovendo um sistema de produção nos moldes industrial taylorista, em que cada trabalhador, respeitando a hierarquia, passa a exercer uma atividade específica no sistema para a obtenção de um produto final.

Os jornalistas da *radioweb* também se utilizam deste sistema, pois, com as sonoras editadas, utilizam da produção dos repórteres do portal para sintetizar e transformar o texto em linguagem de rádio para, então, com as sonoras criar as notícias que serão enviadas para as rádios e postadas no portal.

Neste primeiro dia de acompanhamento dos trabalhos e avaliando com o produto final publicado, identificou-se que, mesmo com uma riqueza em falas dos deputados durante a sessão plenária, apenas em uma matéria creditada à assessoria de comunicação da presidência da Casa, aparecem aspas na fala de um dos deputados, no caso, o presidente. Nem os assuntos tratados com o uso da tribuna, como, na discussão sobre o veto foram abordados nas matérias produzidas pela Casa.

Foi meio que um consenso entre os jornalistas da Divulgação, nas entrevistas concedidas, que o relato objetivo não prestigia a fala dos deputados, porque, segundo alguns deles, seria humanamente impossível dar voz aos 54, caso todos quisessem falar.

O que acontece é tentarmos nos distanciar de questões partidárias e políticas, pois, considerando uma Casa política, imagina dar voz, ao mesmo tempo, para os 54 deputados que pensam de formas diferentes. Então nos distanciamos, mas sem deixar de nos envolvermos com os assuntos que acontecem na Casa. Buscamos a isenção, tentando tratar os assuntos de modo objetivo. (Depoimento ao pesquisador – A4C)

Por outro lado, outro jornalista entende que a função do deputado em questão é fator determinante para a visibilidade do mesmo. Ele aponta, que mesmo, a assessoria de imprensa ou os veículos da fonte da Casa, têm a obrigação de atender a todos os deputados por igual, respeitadas as diferenças e reconhecidas as peculiaridades de cada parlamentar. Ele defende que a Assembleia é multifacetada, tem várias cores políticas e a imprensa da Casa não deve ter cor partidária. “Atendo o presidente da Assembleia, atendo o deputado mais acanhado, mais tímido e minoritário, do mesmo jeito”. Porém o jornalista relata que o presidente da Mesa Executiva recebe uma atenção especial pela função administrativa desempenhada.

Óbvio que o presidente da Assembleia, pela posição que ele tem, ele toma iniciativas que outros deputados não tomam, porque compete a ele tomar, ele é o presidente da Assembleia, ele é o chefe do Poder. Em razão disso ele terá mais visibilidade que os outros, mas esta visibilidade não é a assessoria de imprensa da Casa que deu para ele, mais sim os próprios deputados que o elegeram presidente. E qualquer um que seja presidente vai ter responsabilidades, vai ter bônus e ônus correspondentes ao cargo, entre eles a maior visibilidade.

O presidente fala coisas que, ditas por outros deputados, não são necessariamente notícia, mas ditas por ele são, porque ele fala em nome do Poder Legislativo. Ele tem esta procuração que lhe foi dada pelos demais deputados. Em virtude disso, na prática, ele aparece mais. (Depoimento ao pesquisador – A2E)

A última matéria foi liberada pelo coordenador pouco antes das 17h40, logo em seguida foram publicadas as matérias do dia na *radioweb*. Foram produzidas ao todo sete matérias para o portal, sendo quatro de iniciativa exclusiva da divulgação da Casa e três com o apoio da assessoria dos deputados.

Após o envio por e-mail das matérias em texto, foto e áudio, da inserção do conteúdo escrito e radiofônico no site, os profissionais que atendiam os veículos digitais postaram também no Youtube a sessão da CCJ, a sessão plenária e as principais matérias que a TV Sinal tinha produzido e editado até o momento.

Vale salientar que as matérias depois de postadas no portal eram replicadas no Twitter, Facebook e Google+.

Neste dia, o pesquisador acompanhou o fechamento da jornada de trabalho da Divulgação, não estando presente no fechamento da TV Sinal.

Terça-feira (03/06/2014)

De acordo com o comentário dos profissionais, a terça-feira costuma ser o dia com mais atividades na semana. Em virtude disso, os profissionais estavam antes das 9 horas no setor de Divulgação da Casa. A demanda maior na terça-feira foi constatada durante o

acompanhamento do dia. Para observar de diferentes perspectivas, a cada evento a cobrir o pesquisador acompanhava um profissional diferente. Na segunda e na terça-feira, apenas a equipe da TV não foi acompanhada constantemente pelo pesquisador.

Já pela manhã, dois eventos aconteciam simultaneamente. O presidente da Alep recebeu a visita do cônsul japonês. Foi realizado apenas um registro, mas reuniu profissionais das diversas mídias da Casa. A cobertura foi efetuada por um repórter do portal, o fotógrafo que cobre a presidência, um profissional do rádio e a equipe de TV esteve rapidamente fazendo algumas imagens.

Ainda às 9 horas aconteceu o evento também agendado pela manhã, que apresentava o relatório da CPI do Pedágio, na sala das Comissões Legislativas. Foi percebida uma quantidade maior de pessoas, como também de profissionais da imprensa externa que estavam no local.

Da mesma maneira, por parte da estrutura da Casa, tinha um repórter do portal, um fotógrafo da divulgação, um profissional do rádio e a equipe de TV no local. Diferente da agilidade demonstrada na cobertura da visita do cônsul japonês, os profissionais não demonstravam pressa neste evento, pois além da morosidade para ser apresentado o relatório final da CPI do Pedágio, o mesmo ainda foi discutido antes de ser aprovado pela maioria de seus integrantes, assunto este que há meses pautava a mídia estadual com seus desdobramentos e tinha até um site específico no portal da Alep.

A grande mídia se fazia presente através da TV Bandeirantes e uma emissora de TV a cabo. O repórter do portal e do rádio ficaram durante toda a explanação do relator e posterior discussão, bem como os profissionais de TV. Somente o fotógrafo, após algumas fotos, se retirou do local para cobrir outro evento que acontecia no mesmo horário.

Ainda pela manhã, acontecia em outro espaço da Assembleia, conhecido como Plenarinho, o II Encontro Internacional das Casas Familiares Rurais. Exceto o fotógrafo que cobriu os dois eventos, outros profissionais cobriam este acontecimento. Mesmo a TV Sinal enviou outro cinegrafista para a captura de imagens que foram cobertas posteriormente com *off* das informações do Encontro.

Foi uma opção do pesquisador não acompanhar este evento na íntegra, pois mesmo com a presença de deputados e autoridades externas à Alep, o evento não estava diretamente ligado ao processo legislativo, se estendeu durante a tarde em horário da sessão plenária e a imprensa interna da Casa só acompanhou o evento pela manhã.

O encontro tratava de um assunto de interesse público, de iniciativa de deputados, mas o Plenarinho foi utilizado para palestras, debates e um balanço da atuação das Casas

Familiares Rurais no Sul do país, mas não estava na agenda deliberativa da Alep, nem das comissões permanentes.

No horário do almoço, o coordenador da Divulgação e o profissional do rádio foram entrevistados pelo pesquisador.

No período vespertino, a rotina se repete pela imprensa no corredor que une o prédio da presidência ao prédio do plenário, mas não se repete pelo presidente da Alep. Neste dia, o presidente da Casa, Valdir Rossoni, solicitou que o deputado Artagão Mattos Leão o substituísse no início dos trabalhos da sessão, em virtude de estar atendendo uma turma de estudantes de uma escola estadual do município de Cruz Machado, no gabinete da presidência. Dessa forma, quando Rossoni passou pelo corredor, a imprensa externa e interna já estava no plenário, em sessão.

Durante a sessão, a rotina foi parecida nos aquários do plenário e o resultado foi semelhante. Dois deputados da oposição e dois da situação se pronunciaram na tribuna, sendo que na fala do deputado Aldemar Traiano ocorreram dois apartes, mas nada disso apareceu no conteúdo divulgado pela Alep.

O deputado Tadeu Veneri concedeu entrevista para a imprensa externa no aquário e teve cobertura de profissionais das mídias internas da Alep, mas nos veículos institucionais nada disso foi publicado ou transmitido. De acordo com informações informais de um dos jornalistas da Casa, a cobertura era obrigatória, mesmo que não fosse utilizado o material apenas para se ter o registro.

Mesmo com uma jornada de trabalho com diversos eventos, a última matéria da divulgação foi publicada às 17h15, em um cenário de duas matérias elaboradas com o auxílio de assessorias de deputados e outras quatro produzidas exclusivamente pelos profissionais da divulgação.

O coordenador da Divulgação da Casa fica responsável em triar e reformular, quando necessário, as matérias que são enviadas pelos gabinetes dos deputados. De acordo com ele, não há uma obrigação para ele usar ou não a matéria de algum gabinete. Ele comenta que, para utilizar o material enviado pelas assessorias ou mesmo dar maior ou menor visibilidade para um projeto de lei enviado por qualquer um dos outros poderes, utiliza-se de critérios como o interesse público.

Hoje tem 11 projetos em pauta. Qual deles afeta a vida de mais pessoas? Qual vai repercutir mais na vida das pessoas, no estado, na cidade? Este será o lide ou o objeto da matéria principal do dia. Os demais projetos também são importantes, mas não terão o mesmo destaque. O governo do estado encaminhou na semana passada projetos de lei que reajustavam os salários do funcionalismo estadual de todos os

órgãos, assim, fez o Ministério Público, o Tribunal de Contas, é lógico que isso atinge mais gente, e é notícia. Qual é o critério político nisto? O critério político é o interesse público, a primazia do interesse público. (Depoimento ao pesquisador – A2E)

Estava previsto ainda para a terça-feira, às 17h30, a primeira reunião da CPI da Saúde Psiquiátrica, presidida pelo deputado Ney Leprevost. Até próximo do horário de início era acirrado o debate do coordenador da Divulgação com o deputado.

Para o parlamentar, o horário ideal era às 17h30 e requeria a presença da mídia interna da Casa para cobrir o evento. Do outro lado, o coordenador, com o consentimento do diretor de comunicação da Casa, comunicou que naquele horário não haveria cobertura, considerando que tanto a Divulgação, quanto a TV Sinal estava em horário de fechamento de material do dia, bem como, considerando que não se sabia a hora de término das atividades da CPI, os jornalistas não estavam autorizados a fazer horas extras, prevendo a elaboração da matéria no mesmo dia, que já teria ultrapassado o horário de *dead line* da imprensa convencional.

Consequentemente, os actores políticos tentam ajustar as suas agendas à dinâmica temporal dos *mass media*. Ou seja, procuram as ocasiões mais propícias para abordar certos assuntos ou agir de determinada maneira, segundo uma lógica de actualidade mediática e tendo em conta os supostos efeitos de promoção política. (RIBEIRO, 2006, p. 59)

O impasse foi resolvido com o reagendamento da reunião para quarta-feira pela manhã.

Quarta-feira (04/06/2014)

No último dia de grande movimento da Alep, a pesquisa mudou seu foco para a TV Sinal. Por serem terceirizados, os jornalistas que trabalham pela manhã estão na redação antes das 9 horas e os cinegrafistas já estão desde às 8 horas para fechar o horário.

O primeiro evento agendado era apenas às 9 horas, na CPI da Saúde Psiquiátrica, antes disso, um dos colaboradores mostrou toda a estrutura disponibilizada pela Alep. Repórter se maquiando, editores se atualizando com as notícias via internet, auxiliares organizando os equipamentos.

Exceto pela ausência de um produtor (pauteiro) na redação no período da manhã, a impressão é de estar em uma redação de TV comercial, tanto pela estrutura, como pelo funcionamento. Técnicos editavam materiais, o programador atendia o que ia ao ar, entre outras similaridades com as emissoras privadas.

Precisamente às 9 horas, a equipe saiu da redação e se dirigiu para a sala das Comissões Legislativas para acompanhar a primeira reunião da CPI da Saúde Psiquiátrica. Da mesma forma que nos outros dias, o evento contava com jornalistas que faziam a cobertura para o portal e para a *radioweb*, bem como, acontecia o registro fotográfico.

A transmissão não era ao vivo como a Sessão da CCJ, então era gravado para utilização das imagens para cobrir com *offs*. De maneira sintetizada, o repórter entrevistou as fontes para resumir as informações passadas em mais de uma hora de reunião. O presidente da Sociedade de Psiquiatria do Paraná estava na reunião e apontou que a saúde mental no Paraná estava abandonada. Pela manhã, esta foi a única pauta a cobrir.

Considerando o horário que encerrou a reunião, para só então gravar as sonoras, o VT da CPI da Saúde Mental foi editado às pressas e entrou ainda no Sinal Informa - 1ª Edição. Neste aspecto, a cobertura da TV Sinal tem um *dead line* diferente do portal e da *radioweb*, ambos alimentados pela Divulgação. Neste dia, o pesquisador acompanhou a edição do VT e a transmissão ao vivo do telejornal às 12h30.

Os VTs deste informativo não ficaram extensos, o da CPI da Saúde Mental, por exemplo, ficou com 2 minutos e 15 segundos, tamanho este que vemos nas TVs comerciais. O VT mais extenso desta edição do telejornal chegou a 3 minutos e 39 segundos.

Para o diretor da TV Sinal, por se tratar de um veículo da fonte, de não depender de anúncios, bem como, ser sua própria “cabeça de rede”, o tamanho da produção não importa, mas sim, a qualidade do conteúdo produzido.

Numa TV aberta você tem o compromisso da grade. Então sabe-se que tem o jornal local com quinze minutos de janela, terminou aqueles quinze minutos, a rede derruba a transmissão local e entra com a programação que vem a seguir. Não temos uma rede que nos derrube, nós somos a cabeça de rede, a gente faz a programação. Em virtude disso, eu não vou limitar o tempo de um VT. A matéria vale o que ela rende. Então, se a matéria ficou atrativa, boa e precisou de três minutos, ela terá. Temos VTs de até oito minutos. Como por exemplo, o Resumo da Sessão. Uma sessão que teve cinco horas de duração, ou quatro horas de duração, você está resumindo em oito minutos. O que vale, o preço da informação, que aconteceu naquela sessão, é esse o critério. O que vale a informação é o tempo que precisa demandar o VT. (Depoimento ao pesquisador – D1T)

No período da tarde, repete-se o ritual no corredor entre o prédio da presidência e o prédio do plenário, mas sem sucesso, pois o presidente nada teve a declarar. O repórter que estava pela manhã cobre a possível fala do presidente e então encerra a jornada de 5 horas, enquanto o outro, que iniciou a jornada mais tarde cobre o plenário.

Logo às 13 horas, o editor e o repórter que cobrirá o plenário combinam o roteiro a ser seguido no “esquenta”, que abrirá a sessão plenária. O repórter leva a lauda com a

programação do *programete* ao vivo, com uma previsão do que pode ser cortado caso a sessão inicie no horário, pois é deixado um espaço para algumas opções de informação em caso de atraso da sessão.

As segundas, terças e quartas, a gente tem outro jornal, para nós não é um jornal, é um pequeno programa que a gente colocou antes da sessão, das duas e quinze até as duas e meia e chama Ordem do Dia, o que a gente notou quando chegou aqui é que a sessão à tarde começava muito abruptamente, você vinha assim de uma série, de uma sequência de programas e de repente, para quem estava em casa abria a tela assim normalmente, invariavelmente se começava da mesma maneira que era do crucifixo atrás de onde fica o presidente ali na mesa diretiva, e abrindo para o plenário. Às vezes a mesa ainda não estava composta, não tinha quórum, a gente sentiu a necessidade de explicar para as pessoas que estavam em casa o que estava acontecendo naquele momento. (Depoimento ao pesquisador – DIT)

Juntamente com a equipe de TV que fica no corredor à espera do presidente, desloca-se a outra equipe que fica no plenário, o “esquenta” é acompanhado pelo pesquisador ao vivo, considerando que a possível fala do presidente já tinha sido acompanhada juntamente com os jornalistas da Divulgação.

Na sessão, um deputado de oposição ao governo e um de situação fizeram uso da palavra, enquanto dois de situação discorreram nas discussões. A matéria que trata da sessão não utiliza as falas dos deputados, mas aprofunda na explicação do projeto de lei que foi aprovado e altera a composição do Conselho Diretor do Fundo Especial de Segurança Pública do Estado do Paraná (FUNESP/PR).

Ao final da sessão, o repórter grava o “Resumo da Sessão” em precisamente 1 minuto e 26 segundos. Algo sucinto apenas apresentando o que foi aprovado em plenário. Ao que parece, a presença do pesquisador atrapalhou o repórter, pois ele teve que regravar mais duas vezes até acertar. De acordo com ele e com o cinegrafista, o repórter está tão habituado que fazia muito tempo que gravava sempre de primeira o “Resumo da Sessão”.

Depois da sessão, outra reunião foi coberta pelos meios da Alep. Composta por alguns deputados foi instalada a Comissão Especial da Agenda Paraná pelo presidente da Casa e contou também com as equipes de todas as mídias da Assembleia. Diferente do que vemos com a mídia comercial, o presidente e os demais deputados esperaram a chegada da TV Sinal para iniciarem a reunião.

O espelho da TV Sinal acompanhou a produção da Divulgação, que foi baseada nos fatos que ocorreram na Alep durante o dia. Os VTs que ocorreram durante a manhã tiveram os *offs* regravados com o apresentador do turno, as *cabeças* foram levemente alteradas, mas a edição do VT ficou a mesma. A ordem na escalada mudara em virtude dos fatos mais recentes que ocorreram no período da tarde.

A edição das 18h30 (Sinal Informa 2ª edição) foi ao vivo, mas na edição da noite foi rerepresentada a 2ª Edição, alterando apenas a abertura do telejornal. Vale ressaltar que a TV Sinal não conta com uma equipe de jornalistas para fazer ao vivo o jornal da noite. Por isso, a medida visa também ao cumprimento da legislação trabalhista.

Mesmo o pesquisador não acompanhando presencialmente, na quarta-feira, a produção da Divulgação, constatou-se que a equipe responsável pelo portal da Alep publicou quatro matérias, três das quatro foram produzidas apenas pelos jornalistas do setor. Apenas a notícia publicada na manhã de quarta-feira tinha ligação com a sessão plenária de terça, em que um dos deputados explanou sobre a importância de ciclovias em rodovias nos trechos urbanos, mas foi feita com a colaboração da assessoria de imprensa do parlamentar.

Quinta-feira (05/06/2014)

A diferença foi percebida logo na chegada à Alep, comparado com os dias que antecederam e estimasse que apenas 30% das pessoas transitavam pelos corredores. Geralmente, nas quintas-feiras, os deputados estaduais voltaram para suas bases e, com eles, parte de seus assessores, sendo assim justificado o esvaziamento na sede do Poder Legislativo Estadual.

Este esvaziamento certamente incidiria diretamente na produção de jornalismo da Casa, uma vez que os geradores de notícia não se faziam presentes no local. Considerando que por mais um dia o pesquisador acompanharia o trabalho da TV Sinal, estavam agendadas duas pautas sobre a Copa do Mundo. Curitiba receberia alguns jogos do evento esportivo.

A primeira pauta tratava da penúltima Copa do Mundo realizada no Brasil em 1950. A equipe foi buscar o personagem em casa e o levou para o estádio Dorival de Brito, onde aconteceu a entrevista sobre o evento realizado no passado. O personagem tinha 90 anos e assistira jogos da Copa neste estádio.

Na pauta, diversas informações sobre a Copa de 1950 e sobre o estádio da Vila Capanema, em que aconteceram os jogos. A entrevista não saiu como o esperado e pela idade do personagem os comentários não acompanharam o clima pré-copa comentado no carro pela equipe de reportagem. Em uma de suas frases, o personagem disse que não torceria para o Brasil ganhar a Copa em virtude de discordar do governo. No entanto, considerando que a entrevista teve quase meia hora de duração, muita informação pôde ser aproveitada.

Em virtude da Copa do Mundo de 2014 que se aproximava, a equipe encontrou com uma equipe de reportagem do canal mexicano TV Asteca que, sem saber que pauta produzir,

considerando que faltava mais de uma semana para o início da competição, acompanhou os profissionais da TV Sinal para a segunda pauta da manhã.

A segunda pauta da manhã aconteceu em uma rua decorada, no bairro do Abranches, em Curitiba. A pauta se limitava a isso, uma rua decorada pelos moradores para a Copa do Mundo. Porém, às vésperas do evento, o momento em toda a mídia era noticiar o torneio mundial.

O pesquisador aproveitou para entrevistar o repórter no deslocamento entre uma pauta e outra.

De acordo com a direção do canal de TV, estas produções visam a preencher a grade de programação, considerando que apenas os assuntos legislativos não davam conta de preencher 12 horas de programação diária.

Então nesses dias a gente pega um projeto de lei que foi apresentado por um deputado que vai disciplinar, ou que pretende disciplinar, alguma coisa em restaurantes, casas de espetáculos, uma conotação assim, a gente até aproveita para fazer essas produções fora, enquetes e tudo mais e centrar fogo também na produção dos outros programas que a gente tem aqui. Jornalístico, a gente tem programas de turismo na região metropolitana, a gente tem programas de grandes reportagens, isto também quer dizer, isso também demanda certo tempo. Então a gente aproveita também quinta e sexta para fazer a produção desses outros materiais. (Depoimento ao pesquisador – D2T)

Para o repórter entrevistado, em coberturas como estas, fora da Alep é que ele consegue se sentir um jornalista, pois, para ele, o trabalho que faz dentro da instituição, considera como assessoria de imprensa e, nestas produções externas, que o jornalismo aparece como TV pública.

Eu acho que um trabalho que a gente realiza dentro da Assembleia Legislativa, o dia-a-dia, acaba sendo assessoria de imprensa. Televisão, mas uma assessoria de imprensa em televisão. Isso porque temos restrições. Mostramos o lado bom, mostramos tudo o que os deputados estão fazendo, mas o lado bom. Mas considerando que temos outros programas na grade, conseguimos incluir o jornalismo. (Depoimento ao pesquisador – D2T)

O repórter entende como assessoria de imprensa seu trabalho desempenhado dentro da instituição, como também por restrições sobre as quais preferiu não aprofundar. No entanto, entende sua função no ambiente legislativo como uma maneira de divulgar o trabalho dos deputados e não o que interessa para a população.

Quando a gente trata da política em si dentro da Assembleia Legislativa, com os deputados é uma assessoria de imprensa, mostramos e divulgamos o trabalho deles, e do jeito que eles querem, com as nossas limitações. Já quando eu venho pra rua com um trabalho que não é voltado aos deputados, consigo trabalhar mais o jornalismo, o que eu aprendi na faculdade, o jornalismo do dia-a-dia mesmo. (Depoimento ao pesquisador – D2T)

Considerando a afirmação do repórter, pode se constatar que a produção do veículo da fonte da Alep, não apresenta os preceitos da comunicação e do jornalismo público, como define Duarte (2009), que deve ter o cidadão como centro no processo de informação.

A partir deste pressuposto, as articulações entre a cidadania e a comunicação pública são inerentes, pois entende-se a comunicação como um processo dialógico, no qual sua função perpassa pela promoção da ativação para a prática da cidadania. Sem uma participação popular, ou restrita a pequenos grupos, a prática cidadã não existe. (STACHESKI, 2014, p. 32)

Porém, este material não fará parte de nenhum dos telejornais da emissora. A intenção desta produção, sobre o tema Copa do Mundo, é fazer um programa mais elaborado de longa duração.

Na volta à redação, cerca de 14 horas, a jornada do repórter estava acabando e o restante da produção, gravação de *offs* e a edição ficaria para a sexta-feira. A equipe que entrara próximo ao horário do almoço preparava o Sinal Informa 1ª edição com um resumo do que aconteceu na quarta-feira, seguindo o modelo dos telejornais do início da semana.

Para esta equipe ainda ficou a gravação do Resumo da Semana que seria apresentado no lugar dos noticiários da sexta-feira até o domingo. Além deste compromisso, outros programas da grade foram gravados na quinta-feira, como o programa Paraná.doc e o programa Economia Ativa.

O expediente para os jornalistas da TV Sinal se encerrou próximo das 18 horas.

Saindo da TV Sinal o pesquisador foi até a Divulgação da Casa, local onde estava presente a maioria dos profissionais. Apenas três matérias foram divulgadas no portal, e as três tiveram versões para a *radioweb*. Todas eram matérias frias de projetos que entrariam na pauta, bem como, um projeto de lei do governo do estado que solicitava a aprovação de uma abertura de crédito suplementar.

Sexta-feira (06/06/2014)

Na sexta-feira o pesquisador dedicou o turno da manhã para a TV Sinal e o período da tarde para a Divulgação da Alep.

Na TV Sinal, o repórter responsável pela produção da Copa do Mundo utilizou a manhã para a decupagem do material capturado, bem como, para escrever e gravar os *offs*. Ele comentou informalmente que uma produção de um programa nestes moldes não era possível

fazer nas cinco horas da jornada, mas que o prazo para encerrar a edição era a terça-feira seguinte.

No tempo ocioso, enquanto o repórter escrevia o texto para os *offs* do programa, o pesquisador utilizou parte deste período para entrevistar o diretor da TV Sinal. A entrevista durou cerca de duas horas, que, transcritas resultaram em 20 páginas de informações.

Como não acompanharia o profissional do turno da tarde, o pesquisador apenas perguntou o que estava programado para ele no período. Também de maneira informal, ele comentou que um programa de debate com convidados estava previsto para as 14 horas. Além disso, gravaria alguns *offs* para *programetes* da emissora.

Ele completou que sobre especificamente a Alep nada seria feito no dia, considerando a falta de demanda mesmo e a ausência dos deputados na instituição nestes dois dias. A situação já é previsível tanto pela direção da TV como pela direção da Divulgação da Casa.

Esta programação complementar, considerada necessária pelos entrevistados, enfrenta dificuldade na sua produção, principalmente se o foco for o Poder Legislativo. Isto se dá pelo fato de deputados retornarem para a base na quinta e na sexta-feira, como também pelo desinteresse dos parlamentares em colaborar.

Para todos os entrevistados, ou mesmo para os que foram indagados informalmente, este é um problema que não tem uma solução atualmente. Em virtude disso, programas e reportagens sobre outros assuntos fora do legislativo são produzidos para dar conta de fechar a programação de 12 horas.

Neste aspecto, na TV temos uma dificuldade maior, e por isso, acabamos sendo uma bola de neve ao contrario, considerando que não conseguimos produzir o que seria interessante para o público, conseqüentemente a nossa audiência cai.

A nossa audiência sendo pouco relevante, o parlamentar também não dá atenção. Se ele tivesse uma dimensão de que nós temos quatro ou cinco pontos que pudessem ser revertidos em votos, talvez o posicionamento mudasse. Mas, considerando que nossa audiência é de um ponto no máximo, o interesse o parlamentar em participar da programação também é relativamente pequeno. (Depoimento ao pesquisador – A1C)

Voltando para o setor de Divulgação, o pesquisador constatou que os repórteres não saíram por toda a tarde da Alep, muito menos da sala do setor, pois todo o material produzido era interno. Sendo mais preciso, somente um dos jornalistas foi até a TV Sinal juntamente com o fotógrafo para a produção de uma matéria sobre um programa que começaria na emissora, direcionado a estudantes que farão vestibular ou prova do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). O programa é transmitido também na TV Cultura.

Além deste conteúdo, uma matéria fria foi produzida sobre um projeto de lei que foi criado por um deputado estadual que está sendo copiado pela Câmara Federal. As outras duas matérias dizem respeito a acontecimentos programados para a semana seguinte. Uma delas sobre uma homenagem ao Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná que aconteceria na terça-feira e a outra matéria sobre as votações que aconteceriam já na segunda-feira e durante a semana.

Considerando os intervalos improdutivos para a pesquisa, o pesquisador em seu retorno a Alep, optou em não utilizar a quinta e sexta-feira na segunda fase da observação.

2.9.2. Segunda Fase

Segunda-feira (17/11/2014)

Enquanto a primeira temporada na Alep teve um perfil exploratório, o retorno à Casa de Leis do Paraná teve o objetivo de confirmar informações, aplicar o questionário quantitativo e realizar novamente a observação participante dos três dias de trabalhos dos deputados, pela perspectiva do profissional de imprensa da Assembleia.

Desta vez, por uma questão de espaço, o pesquisador se estabeleceu permanentemente na sala da Divulgação, mas acompanhou o trabalho de coleta de informação de toda a equipe de reportagem de todas as mídias da Alep, considerando o fato de cobrirem os mesmo assuntos para as multiplataformas. Apenas da TV o contato na redação ficou mais distante, mas visitas constantes nos intervalos das coberturas foram realizadas para o acompanhamento ser mais eficiente.

Além disso, baseado nas leituras efetuadas neste intervalo, bem como, nas entrevistas transcritas com os profissionais da Divulgação e da TV Sinal, o olhar empregado nesta segunda temporada deixa de ser exploratório, tornando-se mais crítico.

Na semana anterior à visita, em contato por telefone, o diretor de comunicação da Alep disse que seria complicado o pesquisador acompanhar os trabalhos, pois seria uma semana turbulenta pela quantidade de eventos, mas disse para que fosse agendado com o coordenador de jornalismo.

O diretor de comunicação inicialmente parecia reticente com a presença de um pesquisador na estrutura da Divulgação da Casa, mas com o passar do tempo, se demonstrou muito atencioso e prestativo. Assim, aconteceu no primeiro contato, no semestre anterior.

Em contrapartida, o coordenador de jornalismo se demonstrou desde o início um entusiasta do jornalismo e incentivador da pesquisa, pois fora professor na área em faculdades

de Curitiba. Além disso, era servidor de carreira e prestes a se aposentar, o que pode ter ajudado a ter uma maior tranquilidade em auxiliar na pesquisa, sem se preocupar com as consequências dos resultados.

Desta vez, via e-mail, o coordenador de jornalismo da Divulgação disse que a semana teria diversos eventos e que seria interessante o pesquisador acompanhar. Ele acrescentou que, pelo fato de o pesquisador já estar ambientado com o sistema da Casa, sua presença não atrapalharia, além de ser uma experiência interessante para a pesquisa.

O horário de chegada repetiu o da temporada anterior da pesquisa, a partir das 9h15 da manhã. Os profissionais da divulgação primeiramente se atualizavam com o que foi publicado nos jornais, aos moldes de uma redação ou mesmo de uma assessoria de imprensa.

Às 11 horas estava marcado o primeiro compromisso no Plenarinho, em que aconteceria o sorteio dos gabinetes da próxima Legislatura. O repórter do portal acompanhado do de rádio e o fotógrafo se dirigiram ao local. O evento foi curto, mas foi seguido apenas para registro também pela TV Sinal.

O assunto já fez parte do Sinal Informa 1ª Edição e foi publicado no portal pouco antes das 13 horas. Na *radioweb* uma nota também fora inserida logo após o horário do almoço.

Às 13h30 outro repórter foi designado para cobrir a vinda de jovens de um programa articulado entre o Ministério Público do Paraná e o Legislativo Estadual que visitaram a Alep. O itinerário coordenado pelo setor de cerimonial passou pela presidência da Casa, momento que foi coberto pela equipe da Divulgação.

A TV Sinal acompanhou o grupo tanto na Sessão Plenária, quanto em visita no Ministério Público do Estado, mas não acompanhou na visita ao presidente da Casa, pelo fato de contarem apenas com duas equipes. Uma já estava posicionada, juntamente com a imprensa, para a fala do presidente antes da sessão, e a outra no plenário para o “esquenta” e início da sessão.

Desencontro de informações

Pouco antes de iniciar a Sessão, pela primeira vez o pesquisador acompanhou uma fala do presidente no corredor que dá acesso entre o prédio da presidência e o plenário. Valdir Rossoni, presidente da Casa, falou sobre dois temas. Um deles se tratava de um projeto de lei que propunha alterações no Regimento Interno da Casa, entre eles, a extinção da comissão Geral. O outro assunto foi relativo ao sorteio de gabinetes dos deputados.

No canal do Youtube foi publicada apenas a parte da fala que discorria sobre o sorteio de gabinetes, mas foi deixado, acredita-se que de maneira não proposital a seguinte frase “conseguimos fazer a reforma agrária que muitos não acreditavam também...”.

Vale salientar que as alterações o Regimento Interno também era um assunto desacreditado que fosse para a votação em 2014, em virtude de mexer com interesses dos deputados da base governista, entre eles a extinção da Comissão Geral, que só aconteceu em fevereiro de 2015, após a ocupação da Alep por professores, servidores do Estado, que protestaram tanto sobre o mérito de medidas consideradas impopulares, impostas pelo governador, como também pelo fato de estas medidas não serem encaminhadas para as comissões permanentes da Casa e serem votadas as pressas.

Em matéria publicada no portal da Alep, baseada na declaração do presidente, com o título “Projeto com alterações no Regimento Interno pode ser votado ainda neste ano” e elaborada pelos assessores de imprensa da presidência e não da Casa, destacava o interesse da presidência em colocar o projeto em votação.

No entanto, enquanto acontecia a sessão plenária, no aquário destinado à imprensa, o deputado Pedro Lupion, presidente da comissão parlamentar, desde 2013, criada para promover as alterações no Regimento Interno concedeu entrevista para a imprensa, contando também com a imprensa da Casa, em que comentou acreditar que as alterações seriam votadas ainda 2014.

O VT veiculado na TV Sinal e publicado no canal do Youtube da Alep em nenhum momento comentou sobre o que o presidente da Alep dissera sobre o assunto. Uma nota na *radioweb* também foi divulgada e utilizou apenas a fala de Rossoni, acompanhando a matéria do portal da Alep.

Enfim, a versão da Divulgação (rádio e portal) ficou diferente da versão da TV Sinal, o que demonstra que, mesmo seguindo uma mesma linha editorial, os veículos trabalham de forma independente. Como comenta o diretor de comunicação da Casa.

A TV, aparentemente, funciona separada. As relações com a TV são suplementares. Em uma eventualidade de ausência, eles nos fornecem o material, mas no normal, eles fazem a mesma cobertura que a Divulgação. Eles acompanham todos os eventos da Casa, todas as sessões plenárias e, na íntegra, fazem cobertura do plenário. Além disso, eles têm uma grade de programação complementar que são os telejornais e os programas de entrevista. (Depoimento ao pesquisador – A1C)

Coberta por dois repórteres a sessão plenária contou com duas matérias. Uma delas geral com o placar das votações e a outra sobre o título de cidadão benemérito que o deputado

Plauto Miró Guimaraes propora para o juiz federal Sergio Moro (responsável pelas investigações da operação Lava-Jato).

No entanto a matéria protagonizada pelo deputado Plauto não foi feita por nenhum dos repórteres que estavam cobrindo o plenário, mas sim, por outro profissional de imprensa da Divulgação e virou notícia no site da Alep após insistência da primeira secretaria da Casa, comandada pelo referido deputado. As informações que a primeira secretaria ficou de passar para embasar a matéria só foram enviadas após as 18 horas.

O pesquisador foi avisado no final da tarde que a TV Sinal faria uma produção, acompanhando uma comitiva formada por deputados membros da CPI e profissionais da saúde, no período da noite em ruas do centro de Curitiba, próximo ao Largo da Ordem. A produção durou cerca de uma hora e meia e os deputados conversaram com moradores das redondezas.

A comitiva encontrou ainda dois frequentadores do Centro de Atenção Psicossocial (Caps) e usuários de crack, que reclamaram que os encontros no Caps uma vez por semana não davam conta de melhorar o acompanhamento do viciado. Como também, faltam vagas na cidade.

O repórter comentou que trabalhar para a TV Sinal é um misto de assessoria de imprensa e jornalismo, que este tipo de material pode ser considerado jornalismo, pois há uma interação com a sociedade, não se limitando apenas às ações dos deputados e ao processo legislativo.

Como esse material que você está acompanhando hoje, porque o jornalismo faz o quê? Leva informação para a população, dessa forma conseguimos trabalhar com outras áreas, outros setores também. Por fim, acredito que façamos os dois, jornalismo e assessoria de imprensa. (Depoimento ao pesquisador – D2T)

Em seu relato, o jornalista aponta que as CPIs, como foi o exemplo relacionado com a saúde psiquiátrica, são um exemplo do fazer jornalismo, principalmente por não ter limitações ou restrições editoriais por parte da direção.

Além disso, o repórter comenta que, dentro da Alep, pouco se entrevista da população, em grande parte os atores são os deputados, o que remete também o repórter às limitações de fontes. No entanto, não era apenas a estas restrições que o repórter se referia, assunto em que foi reticente em vários momentos no decorrer da entrevista dada ao pesquisador.

Quando utilizava o termo restrições ou limitações demonstrava não poder ou não querer aprofundar sobre o assunto. Para o repórter, o jornalismo é feito na TV Sinal...

... principalmente em materiais produzidos nas comissões da Casa, por exemplo, que a gente cobre muito CPI, igual aconteceu na CPI da Saúde ontem que você acompanhou também, a gente pega a fala do deputado e pega a fala população. Tem jornalismo, com certeza tem. Mais vejo pelo lado de assessoria de imprensa, pelas nossas limitações. (Depoimento ao pesquisador – D2T)

O VT ficou com quase 10 minutos de duração.

Esta limitação descrita pelo repórter da TV Sinal é explicada por Sant'Anna (2009) pela ausência do debate plural, também presente nas mídias da fonte do Senado Federal. Segundo ele, mesmo com um discurso de transparência pública e visando a atender o interesse geral, nestes meios oficiais, a pluralidade de fontes, quando usada, acontece somente internamente, entre os deputados.

A falta deste equilíbrio no material jornalístico pelo contraditório, segundo Sant'Anna, é um agente complicador que remete ao jornalismo de influência, em que os conteúdos visam à construção da opinião pública. O defensor do jornalista da fonte comenta sobre a alegação que não existe oposição ou independência na relação jornalista versus fonte, mas que isso não descaracteriza a atividade como jornalística.

Mesmo considerando o jornalismo efetuado pela fonte destas casas legislativas como um jornalismo pago com recurso do contribuinte, e não dos parlamentares, e deveria ser remetido a um jornalismo público, o perfil institucional não possibilita correr o risco de mostrar a opinião do 'inimigo' e que esta visão conquiste o público.

As mídias das fontes pecam editorialmente pela ausência de opiniões contraditórias. Elas se apresentam enquanto canais singulares de difusão de ideias monolíticas, na medida em que não se abrem ao exercício do debate plural, tradicional no jornalismo. [...] Com suas mídias, as fontes objetivam construir convicções que lhe sejam favoráveis e não aos seus oponentes. A ideia de se apresentar como instrumento de democratização ao acesso do mundo midiático só se faz verdadeira para aqueles que chegam a se equipar com tais ferramentas. (SANT'ANNA, 2009, p. 509)

Terça-feira (18/11/2014)

A agenda na Alep iniciou cedo na terça-feira. Já às 9 horas um grupo de estudantes do município de Paranavaí tinha uma visita marcada com o presidente da Casa, no entanto foi uma opção do coordenador não enviar ninguém para cobrir.

Às 10 horas, na sala de reunião das comissões, acontecia mais um encontro da CPI da Saúde Psiquiátrica, a mesma CPI que se iniciou na primeira temporada da observação e que teve a cobertura da diligência pela TV Sinal. A cobertura contou com um profissional de cada mídia, em que foram ouvidos representantes da Secretaria de Estado da Saúde.

Comandada pelo mesmo deputado que era presidente da CPI da Saúde Psiquiátrica, às 11 horas, em outro ambiente da Casa, o Plenarinho, teve início uma audiência pública que tratou sobre a obesidade e cirurgia bariátrica. Por estar com um profissional a menos no período da manhã, a Divulgação enviou apenas os profissionais de rádio e fotografia para cobrir, a matéria para o portal foi produzida em conjunto com a assessoria do deputado organizador do evento.

Sendo assim, um profissional escrevia sobre a CPI da Saúde Psiquiátrica, enquanto outro apurava informações sobre o substitutivo ao projeto de lei do orçamento para Estado em 2015, da Lei Orçamentária Anual, como também, buscava informações sobre a reunião da CCJ que, por determinação judicial, poderia ser fechada, o que não era mais usual na Casa. Além do seu trabalho habitual, ele substituiria o repórter que costumeiramente acompanha a reunião da CCJ que tinha uma consulta médica.

De acordo com o que foi divulgado, a reunião da CCJ seria fechada pelo fato do processo em questão, contra o governador do Estado, tramitar em segredo de justiça no Superior Tribunal de Justiça, e o processo só poderia progredir se tivesse o aval dos deputados em plenário.

Já a TV Sinal cobriu a audiência pública na íntegra e produziu um VT com três entrevistas, que foi utilizado nas três edições do noticiário do canal. O VT ficou com mais de três minutos de duração.

Considerando também como exemplo o VT descrito sobre a diligência da CPI da Saúde Psiquiátrica, o diretor da TV Sinal comenta que por não dependerem de uma rede de televisão, os VTs têm a duração que o assunto render, não se limitando aos dois minutos e meio no máximo, nem ao tempo estipulado para o término do noticiário, que é visto nas TV abertas.

Logo após o horário do almoço, o pesquisador acompanhou o repórter do portal, rádio e fotógrafo da divulgação até a sala de reuniões, encontrando no local com uma equipe da TV Sinal. Foi esperado até o presidente da CCJ solicitar que só permanecessem os deputados e seus respectivos assessores na sala de reuniões.

A TV Sinal fez algumas imagens enquanto os deputados se acomodavam em seus respectivos assentos e o fotógrafo também fez um registro fotográfico. Porém, o teor da reunião nenhum jornalista da Casa ou da TV Sinal pôde acompanhar.

Ao final da reunião da CCJ foi emitido um parecer contrário processamento do governador formulado pelo Supremo Tribunal de Justiça. Divulgado para a imprensa via e-mail e através do portal da Casa por volta das 16 horas, a informação gerou um efeito até

então não presenciado pelo pesquisador, nem descrito na observação até o momento, em que parte da redação da Divulgação se tornara a assessoria de imprensa da Casa.

Tanto o coordenador do jornalismo, quanto o repórter que tentou cobrir a reunião da CCJ assumiram o papel de tirar as dúvidas da imprensa por telefone. Enquanto os demais profissionais produziam os materiais sobre o que acontecera em plenário, estes dois atendiam as ligações da grande mídia.

Nas entrevistas os profissionais alegam que o atendimento à imprensa é diário, mas considerando que o pesquisador utilizou de grande parte do tempo acompanhando os jornalistas da Divulgação na cobertura de eventos da Casa, pouco se viu de um contato efetivo com a imprensa, exceto o envio por e-mail de releases. Neste dia, em virtude da sessão secreta, foi percebido pelo pesquisador um assédio significativo da mídia na Alep enquanto instituição. Nas demais situações, poucas ligações foram presenciadas, mesmo nos períodos que fora acompanhado o trabalho na redação.

O atendimento é diário, pois antes mesmo de serem tratados na Casa, temos uma agenda prévia dos assuntos mais importantes e naturalmente os repórteres e a imprensa em geral que cobre a Casa entram em contato pela manhã para saber da rotina da Casa. (Depoimento ao pesquisador – A4C)

Ao mesmo tempo, foi constatado que a grande mídia tem uma boa relação com os profissionais enquanto assessoria de imprensa da Casa. Os contatos eram feitos sempre de forma muito cordial e atenciosa, e as informações repassadas fielmente ao que foi acompanhado pelo pesquisador na apuração das informações.

Quanto mais fluente for a comunicação, melhor. Quanto mais rápido. Se alguém me ligar agora pedindo informações de algum projeto que será votado, se eu responder no ato para o jornalista, ele ficará impressionado, eles pensarão “eles são bons, eles são competentes”, isso conta pontos para a instituição. Felizmente os jornalistas nos ligam atualmente e conseguimos fazer isso, quase sempre, mas nem sempre foi assim. (Depoimento ao pesquisador – A2E)

A propósito, por se tratar de uma situação incomum na Alep, para um melhor atendimento, neste dia o pesquisador preferiu acompanhar este assunto e não registrar o que se passou na sessão plenária.

Mesmo assim, o pesquisador permaneceu por aproximadamente uns 20 minutos em plenário para ver se a quantidade dos profissionais seria a mesma, e a única alteração era a ausência do repórter que já tratava de dois assuntos na redação e que costumava acompanhar as falas dos deputados no aquário da imprensa televisiva.

Ao final deste dia, outra situação de debate aconteceu na Divulgação. Em sessão foi aprovado um requerimento do presidente da Casa, que solicitava à presidente da República a

indicação do juiz Sérgio Moro para o STF, no posto que recentemente tinha sido deixado por Joaquim Barbosa.

Foi enviada pela assessoria da presidência uma matéria em que, além de demonstrar a vontade de Rossoni que o referido juiz assumisse uma cadeira no STF, o presidente da Casa colocou, em sua fala, a medida como condição para que a presidente da República comprovasse a veracidade da sua intenção de esclarecer o escândalo conhecido como Operação Lava-Jato.

A mesma matéria enviada para a Divulgação da Casa foi divulgada na página pessoal do deputado, que também foi repercutida pela imprensa na época.

“A indicação é para que a presidente da República demonstre aos brasileiros que ela fala a verdade quando diz que quer apuração dos fatos da Operação Lava Jato, comandada pelo juiz”, disse. “Nada melhor do que levar esse ilustre paranaense, que faz um trabalho exemplar para o Brasil, a assumir uma vaga no Supremo por indicação da presidente. Ela daria uma demonstração aos brasileiros que ela é realmente favorável às investigações.” (MARTINS; MASCHKE, 2014a)

O material enviado pela assessoria da presidência não obteve a aval do coordenador de jornalismo da Casa, que questionou com o diretor de comunicação a edição da matéria para que não parecesse partidário o comentário feito pelo presidente da Casa.

Em conversa com o diretor de comunicação, que era um servidor de confiança da Mesa Diretora da Casa, o coordenador (que é um servidor efetivo), salientou que o ator que se pronunciou sobre o assunto não era o presidente da Casa, mas, sim, o deputado estadual de uma corrente partidária de oposição à presidente da República. Em virtude disso, não seria de bom tom, a Alep condicionar a aceitação da sugestão do deputado à vontade da presidente de esclarecer os fatos. No fim, após o ajuste da matéria efetuado pelo próprio coordenador, a matéria foi publicada no portal da Alep da seguinte forma.

O presidente lembrou também que o magistrado já atuou como juiz auxiliar do STF em 2012 e é titular da Vara Federal especializada em lavagem de dinheiro e crime organizado de Curitiba. “Nada melhor do que levar esse ilustre paranaense, que faz um trabalho exemplar para o Brasil, a assumir uma vaga no Supremo por indicação da presidente”, destacou Rossoni. O requerimento foi subscrito por outros 14 deputados. (MARTINS; MASCHKE, 2014b)

No momento que o debate começou, o pesquisador estava em uma das divisórias laborais dos jornalistas, que não era ocupada por profissional ou impressora. Como fazia tempo que o pesquisador não se pronunciava, acredita-se que sua presença nem foi notada pelos protagonistas da conversa, o que demonstra que existe uma busca pelo apartidarismo e pela objetividade na comunicação produzida pela Casa.

Quarta-feira (19/11/2014)

Enfim, o último dia de trabalhos da semana para os deputados estaduais na Alep teve uma manhã agitada. Todo o assédio da imprensa por telefone na tarde anterior se reverteu em uma manhã com a grande imprensa presente na Casa.

A sessão convocada a portas fechadas para votar o parecer contrário da CCJ à autorização de prosseguimento de ação judicial contra o governador, formulado pelo Supremo Tribunal de Justiça foi o grande assunto do dia. Mesmo agendada para as 10 horas, desde as 9 horas já se via a movimentação da imprensa externa no estacionamento da Alep.

Aproveitando a situação, como também, para dar visibilidade à causa, servidores da Alep se manifestaram no corredor ao fundo do plenário, onde estava concentrada a imprensa, para reivindicar uma audiência com o presidente da Casa para a discutir o reajuste salarial para o próximo ano, que não tinha sido proposto pela Alep até o momento. Os servidores demonstravam preocupação com a saída de Rossoni da Alep, após ele obter êxito na eleição para deputado federal.

Em virtude disso, parecia ter muito mais profissionais da imprensa do que realmente tinha. O corredor estava tomado de pessoas à espera da chegada dos deputados.

Em pauta única, os deputados aprovaram o parecer e rejeitaram a continuidade da ação penal contra o governador através do STF, apenas deputados do PT votaram pela continuidade e um dos deputados deste partido se absteve.

Considerando que a sessão foi fechada, o resultado da votação foi obtido na fala do presidente da Casa, não foi comentado na matéria da Divulgação que os deputados favoráveis ao processo eram do PT, isto é, apenas o placar foi divulgado. 40 votos, cinco contrários, duas abstenções.

Imediatamente, toda a movimentação aos fundos do plenário foi transferida para o Plenarinho, onde o presidente da Casa abriu espaço para os servidores se manifestarem. No entanto, nem a imprensa interna, muito menos a externa se interessou pelo assunto, e o local ficou cheio apenas de servidores.

Dois repórteres da Divulgação acompanharam a reunião, mas nada foi publicado pelos meios de informação da Casa.

Ainda pela manhã, o coordenador de jornalismo da Casa se informou por telefone com assessores, sobre os projetos de lei que foram avaliados pela Comissão de Finanças da Alep.

Como a sessão plenária foi antecipada para o período da manhã, a movimentação diminuiu logo após o horário de almoço. Apenas mais uma cobertura foi efetuada, sobre um

curso para mestrandos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná sobre o orçamento público.

Registro fotográfico

O trabalho do fotojornalista ou do fotógrafo nem sempre é percebido no decorrer dos eventos, principalmente porque costumam ser discretos no exercício da função. Como descrito anteriormente, em todos os eventos da Casa pode-se contar com a presença de um profissional deste segmento.

No período da pesquisa, o setor de Divulgação da Alep contava com apenas um fotógrafo, considerando que o outro profissional do setor estava designado a cobrir exclusivamente a presidência da Casa.

Durante o andamento das sessões plenárias, somente os dois fotógrafos da Alep eram autorizados a entrar no plenário ou ir além do espaço delimitado para o público na sala de reuniões da CCJ.

Quando descreve sua própria função, o profissional salienta que deve ficar atento para não perder nenhum momento.

Em hipótese alguma eu posso perder o momento. Cada sessão legislativa, reunião das comissões, sessões solenes, audiências públicas, entre outras atividades da Casa, são eventos relevantes para o presente, como para um registro histórico das decisões do que acontece no Paraná, em virtude disso, a importância de um trabalho fotográfico de qualidade na Casa. (Depoimento ao pesquisador – E1E)

Em entrevista, o profissional relata que trabalha com equipamento de alta qualidade e que a manipulação da imagem acontece apenas de maneira estética, isto é, de forma a melhorar a iluminação da imagem, foco e o enquadramento em casos de pessoas fora de contexto ao fundo da foto.

Tanto o fotógrafo, quanto o diretor de comunicação da Casa disseram que diariamente devem ser publicadas, no Flickr, as fotos de todos os deputados presentes, evitando que a grande mídia utilize fotos de arquivo. O fotógrafo comenta que alguns deputados se sentem incomodados com as fotos durante a sessão e, para não gerar constrangimento ao parlamentar, comenta que não insiste em fazer a foto no plenário daqueles que já fizeram reclamações. No entanto, todos os deputados que fizerem uso da palavra devem ser fotografados, gostando ou não.

O profissional conta que, diferentemente do que vemos em jornais e revistas, quando se trata da imagem de políticos, não é sua função colocar o parlamentar em ‘saia justa’ ou

situação constrangedora. Em virtude disso, ele considera o trabalho como fotojornalismo institucional ou mesmo de assessoria de imprensa da Casa.

A objetividade do discurso pode ser encontrada também no registro fotográfico, isto é, o fotógrafo aponta que a imagem capturada por ele não busca interpretações do leitor, mas, sim, apenas complementar a informação obtida através do texto. Por mais que tenha uma visão privilegiada, comparada a outros fotógrafos, não se busca flagrantes ou formas de maquiar a realidade.

Considero meu trabalho como fotojornalismo, mas visto por outro olhar. Quando cubro uma sessão plenária, por exemplo, cumpro uma pauta, mas esta pauta não é para fazer um furo de reportagem. Não sou RPC, não sou Gazeta do Povo, quem faz furo de reportagem é repórter fotográfico dos veículos comerciais. O intuito deles é registrar o ineditismo, uma polêmica, uma discussão, uma briga, um tiro ou alguma coisa diferente. Quando eu cumpro uma pauta, faço o registro do processo legislativo, dou transparência ao trabalho realizado pela Casa pelos representantes da população, que são remunerados, como toda esta estrutura, com recursos públicos. Esta é a nossa satisfação para população do trabalho dos deputados e dos servidores da Alep e isto é um reflexo da realidade. É a construção da realidade que nos propomos a fazer, pois é o que acontece, por isso, também é jornalismo. (Depoimento ao pesquisador – E1E)

2.9.3. Análise da observação das rotinas

É preciso distinguir o que é assessoria de imprensa, comunicação institucional e comunicação pública. Partindo do pressuposto da comunicação pública, o cidadão tem o direito de saber o que o deputado que ele elegeu, ou mesmo o que ele não elegeu, falou em plenário e isso não é de atribuição da assessoria de imprensa do gabinete expor, pois faz parte do processo legislativo, e a instituição pública poderia então ter a obrigação noticiar. O modelo apresentado pela Alep, por mais completo que seja no campo tecnológico e na diversidade de mídias, apresenta limitações no teor das informações que são divulgadas.

A pluralidade de fontes não é utilizada como poderia, pois os argumentos da oposição e situação não são confrontados nem mesmo para incitar a população a refletir sobre o que está lendo: o resultado da votação é divulgado sem debate, sem questionamento. As mídias internas da Casa não elucidam a discussão, apenas a decisão final dos parlamentares.

Por outro lado, o corpo técnico da Divulgação da Alep define que este perfil editorial apresentado se baseia na objetividade, na publicidade dos dados e não dos posicionamentos explanados pelos parlamentares, pois dependendo de como os discursos fossem utilizados pelos jornalistas da Casa, baseados nas falas dos deputados correriam o risco de ser subjetivos e assim, poderia não oferecer a isenção do jornalismo que se propõem a fazer.

3. COMUNICAÇÃO ORIUNDA DA FONTE COMO FERRAMENTA DE CIDADANIA E JORNALISMO PÚBLICO

3.1. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Para Viseu (2008, p. 225), a noticiabilidade é o conjunto de elementos com os quais as empresas jornalísticas controlam e produzem a quantidade e o tipo dos fatos, entre os quais vai selecionar e gerar as notícias. A combinação destes elementos dirá se os fatos são interessantes, significativos e relevantes para serem noticiados. Viseu aponta que os valores notícia são critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção, isto é, não estão presentes só na seleção de notícias, mas participam de todas as operações anteriores e posteriores à escolha, embora com relevo diferente em cada situação.

O valor notícia (*news value*) referenciado na Agencia Senado de Notícias, por exemplo, prioriza as notícias referentes às tomadas de decisões, em detrimento dos debates temáticos. Neste ponto, ela se vale do mesmo critério da imprensa tradicional, que é regularmente criticada por desconsiderar o debate conjuntural do Parlamento. Internamente este critério é justificado pelo fato de as decisões terem influencia direta na vida dos cidadãos. (SANT'ANNA, 2009, p. 354)

Retomando Viseu e considerando a influência que as decisões dos parlamentares têm na vida dos cidadãos, pode-se utilizar das categorias substantivas para entender os valores notícia do que acontece na Alep. Na subcategoria 'Importância', pode-se estabelecer relação com o que acontece no Poder Legislativo e seus atores, o grau hierárquico dos indivíduos envolvidos no fato, o impacto sobre o estado e o interesse estadual, a quantidade de pessoas envolvidas no fato e a relevância dos desdobramentos do fato.

Bernardes (2011, p. 51) comenta que a noticiabilidade é o conjunto de requisitos que se exige de um fato para que se torne notícia, ou seja, adquira existência pública. Ela acrescenta, que mesmo no âmbito legislativo, não há espaço para noticiar todos os fatos produzidos diariamente pelo Poder. Neste caso, a autora deixa a entender que a notícia é o que interessa e é importante, segundo a avaliação dos jornalistas.

A noticiabilidade, portanto, é definida em conjunto pelos informadores através de um complexo processo de negociação que envolve a instituição como um todo, os profissionais e as fontes de informação (Tuchman, 1983, p.25). A partir dessa negociação são definidas as regras e os métodos para a coleta, seleção e apresentação das informações ou fatos noticiosos. (BERNARDES, 2011, p.52)

Sant'Anna (2009, p. 227) relata que no Senado Federal os processos de seleção e deliberação sobre os temas seguem um padrão operacional que pouco se diferencia da imprensa brasileira como um todo. No caso brasileiro, trata-se de um espaço pouco

democrático por tradição, onde as escolhas editoriais estão restritas a alguns poucos profissionais. O restante segue a pauta, cumpre ordens.

Na Alep, de acordo com a observação, como também pelas entrevistas, os critérios de noticiabilidade estão balizados no interesse público. Direção, coordenação e os próprios redatores têm claro este posicionamento da presidência. Em entrevista ao pesquisador, o diretor geral comentou que existia uma cobrança constante tanto dos deputados de oposição, quanto da situação na maneira que o setor cobria os acontecimentos na Alep, ambos os seguimentos ideológicos reivindicando mais espaço na programação da TV, como no portal da instituição.

O diretor da Divulgação disse que se sentia satisfeito com a insatisfação de ambos os lados, pois, assim, sabia que o setor estava sendo o mais isento possível. Além disso, segundo ele, existia uma grande pressão dos assessores dos deputados para publicar as ações dos parlamentares no portal da Alep, que funcionava para as assessorias de imprensa dos deputados como um veículo de comunicação comercial, que tinha um *gatekeeper* que avaliava se o material enviado tinha condições de ser publicado no meio de informação on-line da Casa. “A questão é: não vamos brigar com a notícia, se não é notícia para o interesse público, não vai ser notícia aqui também”, disse o diretor de comunicação da Alep.

O diretor do setor comentou ainda que para alguns parlamentares a cobertura da estrutura da Casa seria de maior relevância do que o material enviado pelo assessor do deputado encaminhar à imprensa, pela credibilidade que a instituição tem atualmente. Se um material é postado na plataforma da Alep, pode-se contar com um alcance relativamente alto comparado à publicação no site do seu gabinete. O público do site do deputado não seria o mesmo que acessa o site da Alep e passar pelo filtro dos profissionais da Casa poderia ajudar no agendamento da imprensa.

O nosso processo, é o que eu falei, nosso processo é ato administrativo e legislativo da Casa. Os deputados têm os *hotsites* deles, nós não somos assessores de imprensa deles. Diferente do caso do presidente, em que o trabalho existe para destacar as ações dele como presidente e o primeiro secretário da mesma forma. (Depoimento ao pesquisador – AIC)

Porém, tanto o diretor quando o coordenador de comunicação da Casa concordaram que acontecia um tratamento diferenciado para o presidente da Casa e para a Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) e, em ambas as situações, por critérios institucionais.

3.2. PERFIL EDITORIAL

O jornalismo da fonte, mesmo que realizado em um parlamento, onde a pluralidade de fontes é constante e os interesses frequentemente se demonstram conflitantes, apresenta como característica similar às do jornalismo clássico, o perfil editorial.

É através do perfil editorial que um veículo de informações delimita ao profissional, de forma intrínseca e até velada ao olhar do leigo, o posicionamento institucional sobre determinado assunto. Isto é, se um jornal assume um perfil editorial politicamente de oposição a uma proposta de governo, dificilmente seu conteúdo jornalístico fará uma alusão positiva ao mandato em questão.

Da mesma maneira, este comportamento direcionador do posicionamento do veículo de comunicação de um órgão público também é possível por apresentar um gestor institucional que determina um perfil editorial, como nos meios clássicos. No Poder Executivo, em suas diversas esferas, a utilização dos meios próprios para promoção do agente político, e até da manipulação da informação, misturados à informação de utilidade pública parece algo mais normal, até porque se conta apenas com um gestor majoritário e toda uma equipe partilhando de um mesmo interesse político.

Já no Poder Legislativo, por representar diversas correntes político-ideológicas, se teria a impressão de que este tipo de situações não acontecia. Porém, baseado em estudos recentes e na experiência descrita neste trabalho, pode-se verificar que o perfil editorial também está atrelado ao posicionamento do presidente das câmaras municipais, assembleias legislativas, da Câmara dos Deputados e do Senado Federal.

Este perfil editorial, por mais que não apareça explicitamente na fala dos entrevistados, foi constatado em alguns momentos durante a observação. Exemplos disso são as situações presenciadas após a veiculação de informação passada pela primeira secretaria da Casa, após as declarações do repórter de TV quanto às limitações no profissional do exercício da função, assim como no discurso de isenção profissional ao se aterem apenas aos fatos e não aos posicionamentos para a garantia de um jornalismo objetivo.

Pode-se afirmar que as principais características do perfil editorial da Alep no período deste estudo estão baseadas em uma busca pela isenção no que é noticiado com o intuito de manter um bom relacionamento com a imprensa, alicerçado na credibilidade das informações transmitidas enquanto assessoria de imprensa, como também do jornalismo da fonte para a população, nos moldes do conceito de comunicação pública.

No entanto, o fator chave para o jornalista da fonte produzir comunicação pública ou jornalismo público é a independência no exercício da função e, com um agente político no comando, nem sempre isto é possível. Neste estudo, como em outros parecidos em outras esferas governamentais, os preceitos da comunicação pública e jornalismo público estão constantemente salientes no jornalismo da fonte dentro do Poder Legislativo.

3.3. SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO

Em meio a esta discussão, questiona-se o jornalismo da fonte de órgãos públicos quanto à produção de comunicação pública. Partindo do pressuposto que o que estes profissionais divulgam é de utilidade pública, é custeado com recurso público, buscam a isenção e a imparcialidade, tem a oportunidade de utilizar da pluralidade de fontes e com as informações divulgadas promovem a cidadania, poderia se dizer que sim.

No entanto, percebe-se que, mesmo tratando de informações públicas e de interesse público, o fato de a instituição ter um chefe, um mandatário com interesses partidários por ser um agente político, inviabiliza afirmar que a Alep e seu jornalismo da fonte produz de maneira plena uma comunicação pública.

O Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social uma associação civil sem fins lucrativos, que conta o apoio Ford Foundation, desde 2003, e trabalha para efetivar o direito humano à comunicação, bem como a defesa da democracia da comunicação, desenvolveu estudos sobre os sistemas públicos de comunicação.

De acordo com a publicação, *Sistemas públicos de comunicação no mundo: Experiências de doze países e o caso brasileiro* (2009, p. 45), as visões de mídia como aparelho de Estado, deveria existir sem distinção de público e estatal, de forma que não fique como um espaço entre dois polos ao se reservar à independência de mercados e governantes com o intuito de promover o controle democrático e participativo.

O Intervozes aponta na Constituição Federal, no *caput* do artigo 223, uma diferenciação entre os sistemas de comunicação, quando estabelece a concessão de outorgas de sistema de radiodifusão. Para a Constituição de 1988, existem os sistemas privado, estatal e público. Segundo o estudo, os militantes e pesquisadores que participaram da Constituinte atribuem a diferenciação na redação em estatal e público devido ao termo estatal ter certa resistência em virtude das experiências de comunicação providas pelo Estado no período da ditadura militar no país.

O conceito de sistema público permaneceu como letra morta na mais importante norma do país, a designação pública consolidou seu significado associado à independência tanto de mercados, quanto de governos, sendo buscado pelas emissoras educativas como um título para aquelas que conseguissem alcançar esta condição. (VALENTE, 2009, p. 44)

Para Valente, um dos grandes marcos da estruturação do quadro institucional da comunicação pública no país aconteceu com a criação da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), pois se desvinculava da imagem governamental para uma mídia pública.

Especificamente para o Poder Legislativo, segundo Valente (2009, p.273) o fato importante que contribuiu para a estruturação do sistema público de comunicação no país foi a lei nº 8.977 de 1995, que disciplina a televisão por cabo no Brasil, e instituiu a figura dos "canais básicos de utilização gratuita", estabelecendo como obrigação para as operadoras deste tipo de tecnologia de distribuição reservar um espaço para um canal legislativo municipal/estadual, um para a Câmara dos Deputados, um canal para o Senado Federal, um canal universitário, um canal comunitário e um canal educativo-cultural (que deveria ser operado por órgãos que tratam destas áreas nos executivos federal, estadual e municipal). A Assembleia Legislativa de Minas Gerais foi a primeira instituição do Poder no Brasil a ter uma emissora de TV própria.

Na publicação *Contribuição ao II Fórum Nacional de TVs Públicas*, o Intervozes apresenta definições importantes para o entendimento de um sistema público de comunicação. Para os autores (2009, p. 5), o Campo Público é formado pelas emissoras (ou veículos públicos), privados não-comerciais, governamentais e institucionais. Ele se organiza pela necessidade de consolidar uma robusta política para as emissoras (ou veículos) não-comerciais no país, convergindo no projeto de fortalecimento de todas estas modalidades, mas mantendo as especificidades de cada uma delas.

Já o Sistema Público, é definido pelo Intervozes (2009) como aquele formado por instituições estatais criadas especificamente para a exploração de meios de comunicação, com modelo de gestão radicalmente democrático e participativo e composto por instâncias de controle formadas por diferentes setores e representações da sociedade e do Estado, este sempre em minoria neste contexto. A sua estrutura se assemelha à das universidades federais, com autonomia política e de gestão com relação ao Estado, contudo, com financiamento público.

Este sistema público deve ser previsto em lei e obedecer a um conjunto complexo de mecanismos que garantam a independência do veículo de comunicação. Para isso, a composição da direção e conselhos que constituem o modelo de gestão deste sistema deve ser decidida em conferências, ou assembleias a serem realizadas

periodicamente ou, na impossibilidade destas, em procedimentos de escolha democráticos. (INTERVOZES, 2009, p. 6)

Ainda de acordo com o Intervozes, vemos no mundo experiências bem sucedidas de sistemas públicos de comunicação inclusive nos parlamentos. A Alemanha conta com alguns sistemas públicos de comunicação, tendo como principal a emissora pública nacional ZDF, que é líder de audiência, e a ARD que é formada por oito mantenedores de serviços públicos de rádiodifusão. Além destes, o país conta com o Television Phoenix, membro ativo da União Europeia de Radiodifusão e faz a cobertura completa do parlamento alemão.

Na Espanha o sistema público nasceu do sistema privado, pois passou a atender aos interesses do governo no período da Guerra Civil espanhola (1936-1939) com a Rádio Salamanca em 1937, a primeira a ter sido tomada pelo Estado. Porém o sistema público como se conhece hoje no país teve origem em 1973, quando a Rádio Nacional Espanha (RNE) e a Televisão Espanhola (TVE) se fundem para a origem da RTVE.

A RTVE conta com seis canais de rádio e oito de televisão, sendo os de TV dois generalistas e seis temáticos, incluindo o Canal Parlamento voltado à cobertura das notícias do Congresso Espanhol.

A RTVE tem independência do governo e da administração geral do Estado. É gerida (administrativa e politicamente) pelo Conselho de Administração, que exerce o papel de direção executiva através de seu presidente. Além dessa instância, há um Conselho Assessor e um Conselho Informativo, o primeiro para subsidiar o Conselho de Administração nas decisões sobre os veículos do grupo e o segundo para discutir especificamente o jornalismo veiculado nas emissoras. (VALENTE, 2009, p. 122)

Na França, os principais sistemas públicos de comunicação são o *France Télévisions* e a *Résseai France Outre-Mer* (RFO) que conta com um de seus canais temáticos, um específico ao Poder Legislativo, *La Chaîne Parlementaire* (LCP) que faz a cobertura jornalística integral das atividades parlamentares, transmissão das sessões plenárias e programas que visam a explicar as atividades legislativas para a população.

O estudo do Intervozes (2009) mostra ainda no continente europeu a experiência italiana, através do sistema público de comunicação *Radiotelevisione Italiana* (RAI), que está em funcionamento desde 1954, e que possui atualmente quatro canais de televisão generalista e 16 canais temáticos, entre eles o RAI Parlamento que também faz a cobertura televisiva e pela web do Câmara de Deputados Italiano. Mesmo assim, o Parlamento Italiano conta com portais próprios estatais de comunicação chamados de *Camera dei deputati* e *Senato della Repubblica*, que também trazem informações da instituição legislativa italiana.

Compõem ainda o sistema RAI a Rádio GR Parlamento, com a cobertura específica do Congresso Italiano.

A estrutura de gestão da RAI está baseada em apenas um órgão diretor, o Conselho de Administração. Ele tem como função garantir a correta implementação dos objetivos do serviço público e administrar a corporação. É formado por nove membros eleitos, dos quais sete são indicados pela Comissão Parlamentar de Vigilância da RAI e dois pelo Ministério da Fazenda. (VALENTE, 2009, p. 180)

O melhor exemplo de sistema público de comunicação no mundo é a BBC do Reino Unido. Criada em 1922, desde 1927 faz parte do governo britânico. De acordo com o Intervozes, o serviço promovido pela BBC envolve oito canais nacionais, programação regional, dez estações nacionais e quarenta emissoras locais de rádio e um portal, além de serviço internacional que produz conteúdos transmitidos por rádio, TV e internet em 33 línguas.

A BBC conta com seis fins públicos estabelecidos pela Carta Real, que é o regimento interno do sistema de comunicação pública inglês. De acordo com o site da BBC¹⁸, a atual Carta declara que a BBC existe para servir o interesse público e que deve ser "independente em todas as questões relativas ao conteúdo de sua saída, os horários e forma como este é fornecido, e na gestão dos seus assuntos".

A primeira finalidade pública da Carta está diretamente ligada ao jornalismo, "Sustentando a cidadania e sociedade civil"¹⁹, que estabelece produção de notícias de alta qualidade, assuntos atuais e de programação factual para envolver seus espectadores, ouvintes e usuários em questões atuais e políticas importantes.

O canal e portal temático BBC *Parliament* é o único dedicado exclusivamente a política no Reino Unido e faz a cobertura completa no Palácio Westminster, conhecido como a Casa do Parlamento, tanto das ações dos parlamentares da Câmara dos Comuns (equivalente a deputados), como da Casa dos Lordes (equivalente a senadores). O canal que também conta com a emissora de rádio BBC Radio 4, cobre as ações do Parlamento escocês, a Assembleia da Irlanda do Norte, e do conjunto de Gales.

¹⁸ "The current Charter states that the BBC exists to serve the public interest and that it shall be "independent in all matters concerning the content of its output, the times and manner in which this is supplied, and in the management of its affairs". Disponível em: http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howeare/mission_and_values/charter.html Acesso em: 15 out. 2015.

¹⁹ "Sustaining citizenship and civil society: The BBC provides high-quality news, current affairs and factual programming to engage its viewers, listeners and users in important current and political issues." Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howeare/publicpurposes> Acesso em: 15 out. 2015.

A direção do grupo para a execução dessas diretrizes é formada pelo conselho (BBC *trust*) representativo dos interesses dos contribuintes da *licence fee*, a taxa paga anualmente por aparelho de televisão que financia a corporação. O *trust* define a estratégia geral para a BBC, incluindo suas prioridades, e exercita uma visão geral sobre a atuação dos canais e do trabalho segundo órgão de direção: a diretoria executiva é responsável pela operação do serviço prestado pela BBC em conformidade com os propósitos públicos e pelas prioridades elencadas pelo conselho BBC. (VALENTE, 2009, p. 238)

Valente explica que o conselho da BBC é formado por doze membros, um presidente, um vice e dez membros ordinários, contendo representantes dos quatro países que compõem o Reino Unido (Inglaterra, Escócia, Irlanda e País de Gales) e que representam conselhos regionais.

Na América do Sul, Silva (2009, p. 259) apresenta o exemplo da Venezuela que conta apenas com um canal estatal ligado ao parlamento. O mesmo autor mostra um cenário diferente na Colômbia, pois entre os canais operados pelo sistema público RTVC está o Canal A ou *Señal Institucional*, que, além das informações institucionais do governo, ainda trabalha em conjunto com a televisão legislativa do parlamento federal colombiano, o Canal Congresso.

A RTVC é, na verdade, uma espécie de “associação empresarial de organizações nacionais de direito público”, instalada no interior da estrutura organizacional do Estado. Estão submetidos a essa associação os principais canais nacionais de rádio e TV. É o órgão responsável por administrar os canais (televisivo e radiofônico) que estão diretamente vinculados ao patrimônio do Estado, principalmente no nível federal. (SILVA, 2009, p. 107)

No Brasil a experiência de um sistema público de comunicação não é integrada como visto em outros países. O país conta com TVs Educativas e com a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC). Somente nestes meios de comunicação financiados com recursos públicos é que se pode contar com conselhos que definem, entre outras coisas, o perfil editorial dos veículos.

A EBC tem atualmente um conselho curador constituído por 22 membros, sendo 15 membros da sociedade civil, quatro do governo federal, dois membros do Congresso Nacional e um representante dos trabalhadores da EBC. O sistema público conta ainda com representantes da sociedade civil e indicados do governo federal e do Congresso Nacional em outros conselhos deliberativos da EBC.

3.4. SISTEMA ESTATAL DE COMUNICAÇÃO

Todos estes exemplos foram comentados para comparar com o que o Intervozes define como Sistema Estatal (governamental/institucional) que seria composto por todos os veículos geridos/administrados por órgãos/instituições ligados direta ou indiretamente a algum Poder da República (Executivo, Legislativo ou Judiciário). Isto é, outorgas que estejam diretamente ligadas às secretarias de governos ou municípios, os canais do Judiciário e do Legislativo, em nível nacional, estadual e municipal, como também, os meios de comunicação operados por universidades públicas.

A grande diferença entre o sistema público e o governamental ainda é o comando, pois ambos são mantidos com recursos públicos, ambos divulgam informações de interesse público, ambos têm obrigações legais quanto à democracia e cidadania. Porém, o sistema público é regido por um conselho, enquanto o outro por um chefe do Poder e a estes fatores estão diretamente atrelados os perfis editoriais.

No caso do Poder Legislativo, em seu sistema governamental, o perfil editorial atende as determinações do presidente do Poder e sua subjetividade, que pode ou não atender a coletividade, enquanto, no sistema público, o perfil editorial seria deliberado por um órgão colegiado, o que proporcionaria uma possibilidade maior de atender os preceitos objetivos e democráticos.

Nas emissoras legislativas, a gestão é fortemente concentrada nas mesas diretoras de cada Casa, que geralmente indicam um diretor-geral. Estas direções normalmente são trocadas em consonância com a alternância de comando do órgão, que ocorre a cada dois anos no caso da Câmara e Senado. Um avanço, ao menos no plano federal, tem sido a criação de órgãos colegiados, ainda que restritos na sua formação, para a discussão das diretrizes editoriais. Na TV Câmara, o Conselho Editorial é formado pelos Diretores Geral e Executivo da emissora, seis responsáveis pelos Núcleos de Produção e dois representantes dos colaboradores (servidores e terceirizados). No Senado, o órgão é formado pelos coordenadores de núcleos (produção de programas, jornalismo, entrevistas, documentários, criação, programação, arquivo, operações, internet, almoxarifado e administrativo). (INTERVOZES, 2009, p. 7)

Bernardes comenta que a criação de um Conselho Editorial foi aventada na Câmara dos Deputados em 2008, após situações não sadias para o convívio laboral e que a criação de um Conselho garantiria a continuidade dos trabalhos da Casa, não importando a troca de presidente, que sempre teria um representante no colegiado.

As condições para a esfera pública seria a publicidade, com a divulgação pública das informações necessárias para o debate dos temas na esfera, e o debate racional, como meio de garantir que a opinião pública resultante da discussão fosse a expressão não dos conflitos de interesses particulares, mas da síntese de argumentos

com vistas na constituição de uma posição identificada com o interesse geral. (VALENTE, 2009, p. 36).

Porém os jornalistas alegavam nas entrevistas que tal medida faria prevalecer os direitos garantidos dos profissionais para exercer a função sem passarem por nenhum constrangimento. De acordo com um dos entrevistados na pesquisa de Bernardes, “Nenhuma pergunta deveria ser proibida porque nossa atividade pressupõe apuração. O entrevistado pode optar por não responder, mas temos o direito de fazer qualquer pergunta!”. (BERNARDES, 2010, p. 92)

A pesquisadora da Câmara dos Deputados relata, que durante o debate para a criação do Conselho Editorial, as sugestões principais incluíam a presença de representantes da sociedade civil, dos parlamentares e dos profissionais da Secom no colegiado. De acordo com um dos entrevistados, a existência de um Conselho Editorial diminuiria a influência política na comunicação institucional e pública produzida pela Câmara dos Deputados, o que garantiria o exercício da comunicação pública.

[...] um estatuto por escrito, um conselho editorial propriamente dito, *stricto sensu* mesmo, com a participação da sociedade toda, para avaliar a nossa linha editorial, o que a gente está dando, o que a gente não deve dar, ou como que a gente pode dar diferente, o fato de não haver isso tudo formalmente estabelecido acaba nos deixando em situações delicadas. E aí, dependendo de quem estiver na direção, ou quem estiver no poder, quem for presidente da Mesa Diretora, aqui dentro a gente vai sentir uma influência maior ou menor, ou nenhuma. (Depoimento à pesquisadora *apud* BERNARDES, 2010, p. 100)

Porém, de acordo com Bernardes (2010), a proposta não foi aceita pela Mesa Diretora da Câmara dos Deputados sob o argumento de que os deputados já representam a sociedade e, por isso, sabem melhor do que ninguém quais são os interesses e necessidades dela, não sendo necessária a participação de representantes da sociedade civil no Conselho.

Na Alep foi constatado que o modelo instituído não é muito diferente e com isso não se enquadra em um sistema público de comunicação, mesmo que se demonstre o anseio na produção da comunicação pública.

3.5. JORNALISMO DA FONTE E OBJETIVIDADE

Neste ponto da pesquisa, percebe-se a importância da discussão da objetividade no jornalismo, para isso utilizamos os relatos dos profissionais da Alep, contextualizando com literatura pertinente. Neste caso, enquanto jornalismo da fonte, a objetividade demonstra-se ser utilizada não apenas como ferramenta de veracidade, mas sim, como mecanismo para

evitar o enfrentamento interno entre os discursos dos deputados, considerando-se os veículos da Alep como institucionais.

Desta forma, os profissionais noticiam os dados que primeiramente têm prova concreta, mas que também não apresentam a possibilidade de efetuar recortes. Amaral (1996, p.19) define objetividade baseado no dicionário. Segundo ele, objetividade se trata de rigorosa imparcialidade, ou seja, pensamento sem julgamento de valor.

Nosso trabalho é institucional, não entramos em méritos de divergências políticas, divergências entre situação e oposição. A nossa cobertura é extremamente técnica em cima dos atos institucionais, cabendo assim, ao corpo técnico da assessoria dos deputados dar o tom político, que não cabe a gente. Discutimos apenas os acontecimentos da Casa, sem o viés político. (Depoimento ao pesquisador – A4C)

No entanto, em outra definição, a objetividade é relativa ao objetivismo, como uma forma de subjetivismo capitalista que advoga atitudes de isenção ou puramente objetivas. O autor aponta que, para os realistas, a verdade deve ser interpretada como a correspondência com a realidade (objetividade), já para os pragmatistas, a verdade é aquilo que é vantajoso para nós crermos (subjetividade). A subjetividade pode ser entendida como algo do sujeito, carregada de valores pessoais.

Bernardes, em sua pesquisa na Câmara dos Deputados, comenta que este tom oficioso que, em parte, pode proteger o jornalista contra pressões e acusações de partidarismo político, recebe críticas dos próprios profissionais. Segundo ela, apesar de a isenção ser uma das características essenciais exigidas pelo Manual para a cobertura, nem todos os jornalistas concordam com a sua utilização. Um relato de jornalista da Câmara revela que acredita ser a cobertura restrita por não se ouvir todos os lados envolvidos no fato.

Traquina (2005, p. 136) aponta que a profissionalização na comunicação da fonte através dos relações públicas provocou a perda de fé nos fatos, gerando uma aversão por parte dos jornalistas aos RP sob a alegação que esta função ameaçava a ideia de notícia. Segundo o autor,

[...] as notícias pareciam tornar-se menos a reportagem dos acontecimentos e mais a reprodução de um universo de fatos que correspondiam aos interesses especiais dessas pessoas ou organizações que tinham os recursos financeiros para empregar estes consultores". (TRAQUINA, 2005, p. 137)

Neste contexto, Amaral compara a objetividade e subjetividade à física clássica e quântica. O autor explica que a física clássica é precisa, baseada em certezas exatas, podendo ser relacionada com a objetividade. No entanto, a física quântica, termo oriundo de porção, aponta para possibilidades, o que remete a incertezas, por consequência à subjetividade.

Citando Marx, Amaral (1996, p.20) critica a objetividade, sob a alegação que o conhecimento passivo é abstrato e não faz sentido. Considerando a práxis, o homem cria o mundo a partir do momento que age sobre ele. Motta (2008), por exemplo, vê a objetividade como uma estratégia argumentativa para atribuir verdade ao relatado, demonstrando que ocorreu uma busca por representar o real. Neste trabalho narrativo, segundo o autor, as citações são ferramentas para conferir veracidade ao que é contado.

As citações frequentes, por exemplo, conferem veracidade. São utilizadas para dar a impressão de que são as pessoas reais que falam, que o jornalista não está intervindo. Observe, porém, que ao citar, o jornalista pinça da fala da fonte aspectos que pretende ressaltar dando outra dimensão ao discurso, dirigindo a leitura. As citações encobrem muito bem a subjetividade porque o leitor supõe que elas reproduzem literalmente o que a fonte disse e quis destacar. Produzem a sensação de uma proximidade entre a fonte e o leitor. Dissimulam a mediação. (MOTTA, 2008, p. 10)

Segundo Amaral (1996, p. 22), desde a metodologia científica a neutralidade é vista como mito, que expressa o desejo de uma transparência completa do real e um domínio absoluto da razão sobre a natureza e o próprio homem, mas que também é influenciada por valores pessoais adquiridos ao longo da vida, que interagem na forma e recortes de análise dos objetos de pesquisa. Sendo assim, a realidade seria um esforço daquilo que gostaríamos que ela fosse pela escolha de elementos que a comprovassem.

Somos prisioneiros de um sistema de valores adquiridos. Os nossos atos são influenciados, quando não determinados, por nossa maneira própria de ver, sentir, e reagir à ação dos agentes externos. O ser humano vê o mundo por meio de uma espécie de filtro e com base nessa apreciação constrói a sua realidade. (AMARAL, 1996, p. 18)

Como se percebe nas entrevistas, os profissionais da Alep possuem extrema clareza de que o trabalho que fazem é objetivo, pois as fontes, principalmente em plenário, são dados precisos, no caso, os projetos de lei e os respectivos resultados das votações.

Eu acho que não existe a imparcialidade, a não ser que as pessoas conseguissem se despir de suas preferências pessoais, como a gente tira o pijama pela manhã, para vestir uma outra roupa e ir para o trabalho. Acho que na verdade não acontece assim, as paixões nos acompanham, onde quer que a gente vá, levamos junto. O que podemos fazer na hora de trabalhar com o jornalismo, fazendo assessoria de imprensa, por exemplo, é deixar essas paixões em segundo plano e reconhecer que aqui dentro os 54 deputados têm o mesmo valor. Eu posso até achar que algum é melhor que o outro, como eu acho frequentemente que tem deputados bem mais preparados que outros. No entanto, todos eles merecem respeito, devem ser tratados com equilíbrio. (Depoimento ao pesquisador – A2E)

Dessa forma, exclui-se as possibilidades, as variáveis do discurso, e a possibilidade de o texto se tornar subjetivo: o fato limita-se a uma percepção meramente quantitativa que oferece um resultado binário positivo ou negativo à proposição de lei noticiada.

Tantos projetos foram aprovados, tantos foram rejeitados este é o nosso trabalho. A política partidária fica por conta dos assessores dos deputados. Nós fazemos a parte institucional, relatando os fatos acontecidos, sem tomar posição. O placar das votações já é o posicionamento dos deputados. Não avançamos disso. Se um deputado fulano falou mal do governador, outro defendeu, não entramos nisso. Existe um comitê de imprensa e quem quiser cobrir tem total liberdade. Ele se credencia, acompanha a sessão. O jornalista que acompanha, certamente fará uma matéria mais rica de detalhes do que aqueles que não vêm ou mesmo da cobertura oficial que se prende aos fatos formais. Nós apenas relatamos fatos. (Depoimento ao pesquisador – A3E)

O mesmo acontece no material produzido para a *radioweb*, que tem um perfil mais inclinado à assessoria de imprensa, por estabelecer conexão com uma grande quantidade de emissoras de rádio.

Nas matérias enviadas para a imprensa, buscamos ser isentos, tanto para um jornalismo sério, como também, para evitarmos reclamações de grupos políticos. Dentro deste contexto, o material produzido é totalmente informativo, não passando nenhuma interpretação nossa na notícia para não direcionar uma reflexão equivocada do que é noticiado. (Depoimento ao pesquisador – C1C)

Neste aspecto, a busca de objetividade descrita pelos entrevistados fica perceptível e assim, possível até como sustentação de uma forte tentativa de isenção na informação transmitida pela fonte que possibilita remeter a atividade à condição de comunicação pública em sua essência conceitual.

De acordo com Neveu (2006, p.109), a pesquisadora Gaye Tuchman (1972), através de um trabalho etnográfico analisa o papel da objetividade na escrita jornalística. E aponta três características principais para demonstrar a busca pela objetividade. Primeiramente, Tuchman relata o uso intenso de aspas, apresentando os discursos contraditórios. A segunda característica é o uso de fontes institucionais e a terceira seria a tentativa de evidenciar um senso comum entre as partes envolvidas, que remete à neutralidade e demonstra uma suposta falta de pretensão de quem escreve.

Tuchman convida a pensar esta escrita objetiva não tanto como garantia de veracidade ou neutralidade política, mas como um dispositivo de proteção contra as críticas e as perseguições que sofrem os jornalistas. O desenvolvimento de um conjunto de marcadores de objetividade vem antes de qualquer coisa manifestar que, mesmo trabalhando com urgência, eles fizeram tudo para ir às fontes mais confiáveis e coletar diversos pontos de vistas. A escrita vem de alguma forma sugerir que os fatos que falam, e não a subjetividade do redator. (NEVEU, 2006, p. 109)

Os jornalistas da Alep comentam nas entrevistas ao pesquisador que a objetividade no discurso jornalístico faz parte do perfil editorial da instituição, com o anseio de manter a credibilidade, mas também como um dispositivo para não sofrerem críticas dos deputados de oposição e situação. O entrevistado A1C aponta que, mesmo assim ocorrem críticas por parte dos parlamentares sobre a cobertura do setor de Divulgação, porém salienta que a insatisfação ocorreu tanto dos deputados de oposição quanto de situação, o que deixou satisfeita a equipe de jornalistas.

De vez em quando é obvio que existem as cobranças e são naturais. Ninguém nunca está satisfeito, quando tem a reunião de líder, o pessoal de oposição diz que ele não tem cobertura o suficiente, daí o pessoal da situação faz a mesma reclamação. O que é ótimo pra nós, o que deixa evidente que fazemos uma cobertura igual. Porque temos os dois lados reclamando, querendo mais espaço. (Depoimento ao pesquisador – A1C)

Sobre este ponto A1C ainda comenta, “cobrimos tudo e ao mesmo tempo não entramos nas discussões políticos-partidárias. Essa discussão não nos pertence, temos que ter a consciência de que a nossa cobertura deve ser isenta. E o próprio presidente da Casa referenda isso”. A4C, outro entrevistado complementa sobre o assunto com a expressão “não entramos nesta bola dividida”, quando abordado sobre o porque não se relatava os posicionamentos político-partidários nos discursos ocorridos na tribuna, nas sessões plenárias.

Se acontece um debate acalorado na CCJ contra ou a favor em algum processo que interessa ao governo, vamos registrar esse processo da forma isenta e vou dar o resultado final, diferente do que seria uma assessoria parlamentar que eu estaria enfocando o desempenho de A ou B. Na assessoria parlamentar, seria escolhido o lado A ou lado B, dependendo da posição do assessor de imprensa. No nosso caso não. (Depoimento ao pesquisador – A1C)

A objetividade percebida em certos assuntos na Alep indica mudanças no perfil dos profissionais de imprensa aos quais se atribuem valores do jornalismo, negando sua essência nas relações públicas, que originou a função de assessor de imprensa. Por meio da objetividade, refuta a interpretação dos fatos, como sugere Ivy Lee, precursor do trabalho de RP, direcionando-se mais ao entendimento de Traquina.

A objetividade, ou outra designação de uma noção de equilíbrio (balance), está associada pela esmagadora maioria dos cidadãos ao papel do jornalista, e é consagrada nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos profissionais, em particular os que trabalham nas empresas de comunicação social do setor público. Está presente, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas nos países democráticos e o está no centro de toda de uma mitologia que representa os jornalistas em diversas narrativas que ocupam um papel central na cultura profissional. (TRAQUINA, 2005, p. 142)

No entanto, Tuchman (1993, p.74) vê a objetividade na prática profissional como um ritual estratégico de defesa do jornalista. As críticas e as entrevistas com os profissionais da Alep apontam para a mesma direção.

O argumento de Tuchman desperta questionamentos sobre a forma como a objetividade é empregada na Alep no momento da pesquisa, considerando o espaço onde é realizada a pesquisa, isto é, por ser um parlamento. O termo parlamento é oriundo do francês ‘parler’, que significa falar; assim, parte-se do pressuposto de que a principal atividade dos parlamentares seria a fala, ou seja, os discursos, os argumentos.

Considerando isto, pode-se afirmar que os atos de fala dos deputados são os verdadeiros atos políticos e representativos, pois significativa parte da atividade política consiste na representação de nichos populares através dos posicionamentos dos parlamentares e na expressão dessas opiniões.

Se considerados estes fatores, seria de interesse público o conhecimento de quais são as razões que levam um parlamentar a se posicionar favorável ou contrário a um projeto de lei ou no debate de algum assunto polêmico na sociedade no momento. Além disso, questiona-se o quanto esta “objetividade jornalística” apresentada pelo setor de Divulgação da Alep afetaria o direito de os eleitores terem ciência dos posicionamentos de quem eles elegeram.

Por se tratar de um veículo de jornalismo da fonte e sendo esta fonte um parlamento, expor a fala dos parlamentares poderia ser pensado como uma obrigação constitucional de transparência do Poder Legislativo. Partindo destes pressupostos, questiona-se como se pode atender ao interesse público sem incluir na produção jornalística esses fatos políticos?

Porém a complexidade da opção dos profissionais da Alep em limitar suas rotinas aos placares das votações, com o intuito de produzir um discurso objetivo, não se esgota neste suposto cerceamento da informação, pois a partir do momento em que as falas dos deputados aparecessem no conteúdo, possibilitariam a subjetividade nos textos jornalísticos, por valores pessoais, pressões hierárquicas, entre outros fatores. Mesmo com o uso de aspas, como sugerido por Tuchman, o trecho da fala do deputado que será utilizado pelo repórter já pode ser considerado um recorte subjetivo passível de interpretações e críticas.

Já se o conteúdo se basear apenas em dados oficiais, como em quantos deputados votaram contra e quantos a favor em uma proposição, elimina-se a possibilidade de recortes que possam ser mal interpretados. Em virtude disso, os profissionais da Alep defenderam nas entrevistas que os posicionamentos dos deputados são possíveis de serem consultados pela imprensa e pelo público em geral nos respectivos hotspots. Nestes espaços, acessíveis pelo

portal da instituição, fica explícita a linha editorial daquele que reporta a informação, sendo então o posicionamento do parlamentar e não o da Alep.

Por conteúdo, entendo aquelas noções da realidade social que os jornalistas consideram como adquiridas. O conteúdo também é relacionado com as relações interorganizacionais do jornalista, pois as suas experiências com estas organizações levam-no a tomar por certas algumas coisas acerca delas. Finalmente, sou de opinião de que o manuseamento da estória, isto é, uso de certos procedimentos perceptíveis ao consumidor de notícias, protege o jornalista dos riscos as sua atividade, incluindo os críticos. (TUCHMAN, 1993, p. 75)

De acordo com Amaral (1996), os jornalistas encontram alguns obstáculos para que o resultado do material jornalístico seja objetivo e comprometido com a verdade, como o preconceito, interesses materiais, pressa, dificuldade de espaço e tempo e a omissão, que dentre todos, segundo o autor, é o mais imperdoável deles.

Segundo os entrevistados, um fator que incide diretamente na utilização da objetividade no fazer jornalismo na Alep está ligado à credibilidade. Brandão (2011, p. 174) comenta que a reputação na comunicação organizacional está diretamente ligada à imagem da instituição.

Se considerados assessores de imprensa ou jornalistas da fonte, que prezam pela imagem institucional, “a reputação é um valor intangível, estratégico e determinante na vida das instituições”. Uma má reputação é o conceito de algo que caiu em descrédito, que não tem credibilidade. Karam (2004, p. 39) comenta que a credibilidade jornalística está vinculada a objetividade do relato.

Interessa para a Casa manter sua credibilidade, sua respeitabilidade, a confiança que a população tem nela, ser o mais verdadeira e sincera possível. Com isso, interessa divulgar as informações reais, como interessa para a população saber do que está acontecendo. (Depoimento ao pesquisador – A3E)

Outro profissional da Divulgação comenta que, em tempos difíceis na Alep, mesmo antes do escândalo dos Diários Secretos, existia um esforço dos jornalistas da instituição em oferecer credibilidade no que reportavam, e esta busca era reconhecida pelos colegas de profissão.

Nós sempre fomos historicamente muito respeitados pela imprensa em geral, pelas pessoas que fazem a cobertura diária dos trabalhos da Assembleia, mas em alguns períodos a gente viveu mais do crédito pessoal que poderíamos ter com os jornalistas do que por outra razão. Hoje eu acho que esses créditos poderiam ser dados ao próprio modelo, ao diferencial que a gente procurou estabelecer. (Depoimento ao pesquisador – A2E)

Considerando o profissional como um assessor de imprensa, vemos a necessidade de o órgão manter sua reputação com a imprensa, da mesma forma, com os veículos próprios, percebe-se esta obrigação de credibilidade com o público em geral.

A credibilidade conquistada poderá, em momentos de crise, ser utilizada para evitar equívocos intencionais, ou não, gerados pela mídia convencional. Em virtude disso, vimos anteriormente a estratégia da Divulgação da Alep de acompanhar as entrevistas dadas pelos deputados a veículos de imprensa, que poderão ser usadas ou não pelas mídias da fonte. Como comenta o profissional da *radioweb* quando questionado se tudo o que era publicado nas outras mídias era produzido pela equipe de rádio da Casa.

Não, nem tudo rende, mas cobrimos tudo. Estamos em todos os eventos da Casa. Na Sessão Plenária ficamos junto com a imprensa e gravamos as entrevistas que as emissoras de rádio e de TV fazem com os deputados, tanto para ter arquivado, como também, para produzirmos material nosso. O mesmo acontece com a CCJ ou com as CPIs, reuniões importantes da Casa, audiências públicas, sessões solenes ou mesmo visitas importantes ao presidente. (Depoimento ao pesquisador – CIC)

Com isso, pode-se acreditar que este novo perfil de comunicação em órgãos públicos é benéfico também para o jornalismo produzido pela grande mídia, pois, assim, o jornalismo feito pela fonte se aproxima da comunicação pública, dificultando o jornalismo de influência, apontado por Sant'Anna (2009), que é possível também nos meios tradicionais, quando utilizados como um jornalismo 'cão de ataque', de interesses político-partidários, ao invés de jornalismo 'cão de guarda' (*Watchdog*) dos interesses da sociedade, através dos veículos independentes.

Na história contemporânea nacional, não são raros os momentos em que os donos da mídia, para atender interesses próprios ou de terceiros, camuflaram ou ignoraram a realidade dos fatos, difundindo informações deturpadas, ou simplesmente deixando de informar sobre temas que contrariavam as classes hegemônicas. Em algumas situações foram promotores de verdadeiras campanhas de propaganda política, abandonando o dogma jornalístico de objetividade. (SANT'ANNA, 2009, p. 38)

Dessa forma Sant'Anna critica frontalmente a suposta objetividade dos meios de comunicação com objetivos comerciais, o que remete à relevância das mídias das fontes, em deixar a agenda midiática e por consequência a agenda pública mais plural, em contrapartida à imprensa que, apesar de afirmar exercer uma função social, demonstra priorizar o caráter comercial, produzindo e comercializando o que se convencionou chamar de informação objetiva.

O conceito de objetividade surgiu para legitimar as novas funções comerciais da imprensa. A informação destinada à reflexão, à tomada de decisão por parte da opinião pública, se apresenta hoje limitada ao que se denomina mídia de qualidade. (SANT'ANNA, 2009, p. 507)

Bernardes (2010, p.109) pondera para os dois lados e diz que o principal valor estabelecido para os produtos jornalísticos é o da credibilidade, relacionada à objetividade dos relatos e dos atores. Segundo ela, a credibilidade consiste, portanto, no capital social do jornalista. No entanto, partindo do pressuposto que a notícia é faz parte da construção da realidade social, o relato deve ser objetivo e verdadeiro daquilo que acontece e os jornalistas devem ser observadores neutros no processo de produção. Historicamente, porém, é apontado o contrário em muitos fatos transmitidos de forma equivocada para a população.

Por outro lado, Bernardes salienta que a visão que o jornalista tem do profissional de imprensa do setor público não é muito diferente quando o critério é a objetividade. Na visão da imprensa, os detentores do poder, neste caso, os deputados, influenciam nos rumos da notícia publicada.

Os deputados atuam como fontes privilegiadas, público preferencial e como um forte grupo de referência para a produção jornalística. Não só por interferências diretas e pressões políticas, comuns aos informantes de qualquer tipo, em qualquer mídia, mas também por constituírem, em certa medida, os verdadeiros *publishers* dos veículos da Câmara, isto é, atores com razoável poder de definir critérios e modificar rotinas, a exemplo dos diretores ou proprietários de veículos comerciais. (BERNARDES, 2010, p. 111)

Os meios tradicionais criticam a fonte por atender os interesses institucionais, políticos e governamentais, em um jornalismo de influência dos respectivos órgãos do setor público ou mesmo privado. Por outro lado, a imprensa, desde meados do século XX, também recebe duras críticas sobre a manipulação da informação e o uso que prestigia grupos hegemônicos, ou mesmo que apresentam um forte apelo comercial para o convencimento ao consumo.

Da mesma forma, Träsel (2014) discute a objetividade na era da cibercultura em um cenário de crise do jornalismo, em que a objetividade era vista até então de forma estratégica e aponta como ferramenta o jornalismo guiado por dados, aos moldes do que foi descrito pelos profissionais da Alep, se utilizando de dados oficiais quantitativos, em substituição do jornalismo declaratório, como uma noção renovada de objetividade no jornalismo convencional.

A objetividade passa a ser compreendida como a aplicação de técnicas das ciências sociais e da informática às rotinas produtivas das redações, no intuito de substituir o jornalismo declaratório, baseado em fontes humanas, por reportagens cujos fatos são derivados de bases de dados. Essa noção renovada de objetividade também se assenta sobre procedimentos de transparência e difusão do conhecimento sobre as técnicas de JGD²⁰ nas redações e para o público em geral, a partir de um espírito de

²⁰ O jornalismo guiado por dados (JGD) compreende diversas práticas profissionais, cujo ponto em comum é o uso de bases de dados como principal fonte de informação para a produção de notícias. As práticas de JGD envolvem técnicas de reportagem assistida por computador (RAC), visualização de dados, infografia,

cooperativismo cujas raízes remetem ao movimento do Software Livre e Open Source (F/OSS). O ponto de articulação entre a cultura profissional jornalística e a cibercultura parece ser um ethos romântico que opera em ambas. (TRASEL, 2014, p.15)

Esta possibilidade de utilização de dados públicos se dá de duas maneiras. A primeira delas, utilizada anteriormente, aconteceria por meios ilegais, através da ação de *hackers* que, em seu tempo, prestou serviço à sociedade na descoberta de irregularidades e escândalos.

Porém, atualmente, devido ao interesse dos entes governamentais cumprirem a legislação, estes dados são disponibilizados não apenas como conteúdo jornalístico à imprensa e pelos veículos da fonte para o cidadão, mas também podem comprovar as informações publicadas, estando disponíveis nos portais de informação governamental nos três poderes.

Os dados públicos divulgados não apenas no formato jornalístico pela fonte, em cumprimento a lei, o jornalismo de dados para os profissionais dos meios clássicos, bem como, dos profissionais da fonte para um discurso o mais próximo possível de dados concretos documentados, aproxima o jornalismo feito pela fonte de um discurso objetivo, desinteressado e público.

3.6. JORNALISMO PLURAL

De acordo com os argumentos discutidos durante esta pesquisa, mesmo que não de maneira plena e absoluta, a objetividade está presente no fazer jornalismo da Alep em seus veículos próprios. Isto se dá, segundo relatos dos profissionais, por um compromisso com um jornalismo custeado pela população, para evitar críticas dos parlamentares que não compactuarem com a informação divulgada e para garantirem a credibilidade junto a grande mídia, que endossará o que fora divulgado pelos meios da fonte, de maneira complementar e não contraditória, não gerando, assim, dúvidas ao leitor de ambos os veículos, e por fim, a credibilidade com o usuário da plataforma, que utilizará o espaço como referência para confirmar informações que pareçam duvidosas em outros sites ou redes sociais.

criação e manutenção de bases de dados e a política de acesso à informação e transparência pública de governos. Contemporaneamente, outras expressões usadas para se referir a essa especialidade profissional são “jornalismo de dados” (GRAY, CHAMBERS e BOUNEGRU, 2012; PARASIE e DAGIRAL, 2013) ou “jornalismo computacional” (TRASEL, 2014, p. 107)

Além disso, voltamos ao jornalismo guiado por dados²¹, a reportagem assistida por computador²² e o jornalismo de precisão²³, como complemento deste cenário para comprovação das informações divulgadas pela assessoria de imprensa e pelos veículos oficiais da fonte.

Partindo deste pressuposto, os dados governamentais disponibilizados em sua forma pura e não jornalística oferecem ao jornalista dos meios a possibilidade de desviar do conteúdo passado pelo assessor de imprensa e pelo jornalista da fonte, para embasar seu trabalho diretamente nos dados fornecidos pelo ente governamental, que por outro lado, pode reforçar, ou não, o conteúdo divulgado jornalisticamente pelo órgão governamental.

O fato de conceber produtos jornalísticos a partir de bancos de dados deve permitir não apenas para transformar em “fontes” os policiais, os inspetores ou os trabalhadores de serviços públicos, transformando os incidentes de “dados”, mas também deve permitir ao jornalista revelar as realidades que as fontes do governo muitas vezes preferem esconder. Assim, apesar do fato de que os dados são gravados, armazenados e divulgados pelo governo, seu processamento informático permite aos jornalistas se contraporem às estratégias das fontes institucionais. (DAGIRAL e PARASIE *apud* TRASEL, 2014, p. 123)

Neste contexto, o jornalismo produzido pela fonte e o jornalismo convencional, se trabalhados pelo viés do jornalismo público e da comunicação pública, com o interesse de informar o cidadão, terão como recompensa a credibilidade daqueles que se utilizam destas informações.

Assim, visando ao interesse público e utilizando as ferramentas atualmente disponibilizadas para o acesso aos dados, cabe ao profissional de jornalismo dos meios a checagem das informações, ao invés da simples replicação de conteúdo jornalístico vindo da fonte nos meios de comunicação convencionais.

Os números são tomados frequentemente por seu valor de face, em especial quando oriundos de instituições dotadas de credibilidade, como governos e institutos de pesquisa com histórico de confiabilidade. Os cuidados de verificação de informações são análogos aos tomados tradicionalmente na apuração jornalística, na qual não se busca, normalmente, questionar a proximidade de uma declaração ou documento com a realidade, mas atestar sua autenticidade e a precisão com que são representados nas notícias. Esse tipo de crítica parte, na maioria das vezes, de profissionais ligados à informática, economia, ciências sociais aplicadas e outras áreas engajadas diretamente na produção de bases de dados, ou da academia. (TRASEL, 2014, p. 243)

²¹ Segundo o autor, a adoção de políticas de acesso à informação e transparência por governos de todo o mundo. Conhecidos como políticas de “dados abertos” (*open data*) ou “transparência pública” (*open government*), estes mecanismos inundaram a Internet nos últimos anos com bases de dados antes muito difíceis de se obter (ANGÉLICO, 2012). Os jornalistas, portanto, têm hoje a matéria-prima e as ferramentas para o desempenho do JGD disponíveis gratuitamente ou a baixo custo na Internet. (TRASEL, 2014, p.30).

²² *Computer Assisted Reporting*, segunda variação do jornalismo de precisão por Phillip Meyer (1991).

²³ Conceito do pesquisador Phillip Meyer que prevê a elaboração de reportagens jornalística a partir de bancos de dados de maneira interpretativa.

Desta maneira, de acordo com Träsel (2014) pode-se dizer que a análise destes dados e sua constante verificação permite fiscalizar a administração pública em nome dos cidadãos, na defesa do interesse público.

Contudo, são estes mesmo fatores descritos que em um panorama mais macro possibilitará através de um jornalismo plural, efetuado por diversos meios, oriundos de diversos segmentos, um ambiente mais democrático no jornalismo. Serão diversas versões de um mesmo acontecimento e os que conseguirem assegurar este capital social, constituído pela credibilidade, que serão frequentemente consultados e referenciados pela opinião pública.

Seabra (2002), um dos primeiros a falar sobre o jornalismo plural afirma que este tipo de jornalismo não seria um estilo, mas um modelo em que cabem diversos estilos (2002, p.43). Segundo o autor, esta nova realidade altera profundamente o conceito de notícia, pois com esta pluralidade de informações por meio de uma avalanche de dados testemunhados atualmente pela internet, muda o eixo e o controle de quem transmite a informação, rompendo com um paradigma estabelecido por séculos. Citando outros autores, o argumento de Matos (2013) concorda com o raciocínio de Seabra:

Explorando o trabalho de Fraser (1990, p.66), Livingstone e Lunt (1994, 26) afirmam que “os públicos que competem entre si promovem o ideal de paridade participativa [...] do que um único público”, porque a esfera pública “burguesa” requer que as desigualdades de poder sejam transcendidas na busca de um consenso em torno do bem comum, enquanto que a esfera pública pluralista exige o equilíbrio das diferenças, facilitando a representação dos menos poderosos a fim de chegar a um compromisso justo. Podemos entender o “interesse público” aqui sendo formado por múltiplos públicos ou múltiplas esferas públicas (Fraser, 1997; Keane, 1995), cujos interesses e gostos diversos costumam entrar em conflito entre si. A mídia pública precisa ser capaz de atender e responder estas necessidades.

No entanto, o jornalismo plural é considerado como parte de uma crise pela qual passa o jornalismo atual. O ouvidor adjunto da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), Paulo Machado (2009), em texto publicado na Agência Brasil, percebe este novo conceito acima de disputas e a tentativa de influenciar o cidadão.

[...] para cumprir com seu dever de informar é necessária a isenção, o apartidarismo e a imparcialidade de não se deixar capturar pelos interesses em questão. É aí que entra o valor da pluralidade da informação, mostrando que sempre existem muito mais opções e que elas nem sempre são consideradas pelos opositores que protagonizam as disputas – o jornalismo plural é aquele que está acima da disputa e que não tenta convencer o leitor de que essa ou aquela solução seja a melhor, mas que existem múltiplas soluções, cada uma com suas vantagens e desvantagens. (MACHADO, 2009)

Castilho (2011) cita Giddens e o conceito de pluralismo estrutural que segundo ele, acabou dando origem a uma série de estudos na área da comunicação e da imprensa. A teoria

procura focar a realidade da comunicação a partir da análise das suas estruturas e do seu processo de produção de conhecimento.

O pensamento de Giddens segue esta linha no livro *Sociologia* (2005), no capítulo que ele dedica à mídia no processo de globalização da informação através da internet. O pesquisador se mostra cauteloso, considerando a realidade em 2005, em que as grandes empresas de comunicação se fundiam e aumentavam sua influência informativa e avaliando a indústria do entretenimento como uma das grandes vilãs na não ampliação do debate das questões públicas e por consequência do enfraquecimento da democracia.

Consequentemente, o entretenimento triunfará necessariamente sobre a controvérsia e o debate. Essa forma de autocensura por parte da mídia enfraquece a participação dos cidadãos nos assuntos de domínio público e as interpretações que as pessoas têm das questões públicas [...] A ‘cultura do entretenimento’ promovida pelas instituições de mídia está acarretando um encolhimento constante da esfera pública e um enfraquecimento dos mecanismos de democracia. (GIDDENS, 2005, p. 389)

O autor descreve a internet como uma importante ferramenta para a democracia da comunicação, afirmando que a mídia global já possibilita a disseminação geral de pontos de vista como o individualismo, o respeito aos direitos humanos e a promoção dos direitos das minorias.

Segundo Giddens, a concorrência é sinônimo de pluralismo e o pluralismo é bom para a democracia, porém muitos apontam que a pluralidade não seria uma garantia de qualidade e precisão dos conteúdos. Noleto Filho (2014, p. 18) comenta que seria muita ingenuidade supor que apenas pela via tecnológica, se poderá alcançar um estágio ideal de democratização da informação e da comunicação.

Por isso, dez anos depois da análise de Giddens, pode ser notado que o pluralismo não garante precisão nas informações, mas, por outro lado, faz bem para a democracia, não de maneira plena, mas faz bem. O benefício para a democracia está na oferta de diferentes canais de informações, condição em que os meios da fonte, atualmente estão incluídos.

Nesta premissa, retorna-se a Castilho (2011), através da lógica convencional dos negócios que aponta na direção da uniformidade do produto final, no caso a notícia, mesmo que a lógica da produção de informações e de conhecimento sinalize na direção da diversidade.

Segundo Castilho, a avalanche informativa gerada pela internet criou uma enorme diversificação das fontes de informação, colocando a indústria da comunicação diante de um dilema. “Se ela não assumir o pluralismo estrutural, pode ser atropelada pelas novas fontes de informação na internet”, diz Castilho.

A promoção da informação transparente e da comunicação interativa, algumas das principais funções dos *websites*, e que estão ligadas de forma próxima às discussões sobre o relacionamento com a democracia, podem ser vistas refletindo precisamente esses “níveis de competição pluralista, participação política e direitos políticos e liberdades civis que existem dentro de cada sistema político” a que Norris (2001) faz alusão. (Matos, 2013, p. 252)

Dessa forma, em muitos casos a informação divulgada pelos veículos da fonte, evidenciado neste trabalho o Poder Legislativo estadual paranaense, será replicada, tratada, questionada e até produzida em sua totalidade pelos os veículos clássicos de jornalismo concordando ou não com o que foi divulgado pela fonte. Porém, o canal oficial sempre possibilitará a versão da fonte.

Ampliando a visão de Giddens, o produto final da informação atualmente não está no periódico mais conceituado, nem mesmo no *blog* pouco procurado, nos comentários de uma rede social e muito menos limitado ao veículo da fonte de informação. O produto final visto de um panorama democrático é a internet e suas diversas possibilidades e interpretações, proporcionado pela fluidez do ciberespaço discutida por Bauman (2001).

No entanto, a credibilidade do canal de comunicação e a qualidade da informação divulgada certamente influenciará na aceitação do que é noticiado. O fato de os meios de informação oficiais serem fontes de notícias, de terem um sistema profissionalizado de produção, com rotinas laborais muito semelhantes aos profissionais das redações e o resultado final parecido com o dos meios clássicos de jornalismo faz destes canais opções confiáveis para obtenção de informações.

Nesta realidade pluralista, o canal de informação da fonte será mais uma opção, que pode satisfazer ou não o internauta na busca de dados sobre determinado assunto ou mesmo pode nem ser acessado.

Como Norris (2000) sintetiza, para facilitar a competição pluralista, assume-se que os meios de comunicação deveriam agir como fórum de debate cívico. Assim, a mídia deveria servir como um canal que oferecesse oportunidade para o governo e cidadãos ampliarem o diálogo entre si. (MATOS, 2013, p. 235)

Partindo desta premissa, a responsabilidade na obtenção da informação é dividida entre o cidadão, os jornalistas e os meios, pois mesmo o profissional de imprensa mostrando somente um lado do fato, motivado por diversos fatores como o perfil editorial, tempo para produção do conteúdo (*dead line*), entre outros, o cidadão pode checar mais de uma fonte de informação pelos meios de comunicação atualmente disponíveis, em virtude desta fragmentação dos canais existentes atualmente.

Matos (2013, p. 315) também aborda este aspecto e comenta que grupos da sociedade civil e o cidadão politicamente ativo têm se tornado mais independentes da mídia e críticos em relação ao processo midiático. Ela afirma que o cidadão está mais consciente da capacidade de manipulação da grande mídia e de suas posturas ideológicas.

Com isso, a autora vê uma maior democratização da mídia como sendo uma necessidade, ao lado de outras reformas, cuja intenção é alcançar uma maior igualdade econômica e social. Esta reforma já está acontecendo na prática profissional tanto em virtude da transformação dos meios de comunicação, como de o receptor da informação passar a ser não mais apenas um receptor.

Este jornalismo plural, então, não seria visto pela perspectiva de produção de conteúdo jornalístico, mas sim na recepção, pois a pluralidade aconteceria a partir do momento que o internauta se informe em mais de uma fonte informativa. Dessa forma, os diversos veículos, incluindo os da fonte, produziram conteúdo de acordo com seus preceitos profissionais ou perfis editoriais e caberia ao internauta definir, através da credibilidade, os meios confiáveis de informação, pela própria comparação dos meios historicamente com mais credibilidade, ou que comprovem para a sociedade a isenção na informação divulgada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho surgiu do anseio de reunir elementos que comprovassem que o assessor de imprensa era jornalista e fazia jornalismo. O autor deste estudo trabalhou em TV, revistas e jornais impressos, como também, trabalhou como assessor de imprensa de associações, prefeituras e agora em uma câmara municipal.

Por esta experiência profissional, imaginou ter um grande conhecimento no assunto e, com esta visão, percebeu similaridade das funções dos jornalistas e dos assessores de imprensa, considerando a maneira de escrever, o conhecimento do que o público quer ler como saber expor de forma profissional o acontecimento de um fato.

Após todo o levantamento efetuado para esta dissertação, assim como para artigos apresentados em eventos e as discussões efetuadas nas disciplinas do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, a visão obtida no âmbito profissional e fora da academia foi desconstruída e deu lugar a diversos questionamentos que foram apresentados no decorrer deste trabalho.

A intenção deste estudo foi ver de diversas perspectivas o trabalho de jornalismo que era realizado pelo setor de Divulgação da Alep, em virtude disso a metodologia se utilizou de várias técnicas para que se chegasse a este resultado.

Concluiu-se que por mais que o mercado esteja em transformação, com um número cada vez maior de jornalistas sendo demitidos de seus empregos nas redações, e a necessidade então do fortalecimento da categoria junto às assessorias de imprensa, na prática, o assessor de imprensa não é jornalista, por mais que o conhecimento em jornalismo proporcione plenas condições de o profissional desenvolver um excelente trabalho para seu assessorado.

Como o próprio nome já diz, o assessor deve assessorar a imprensa com informações oriundas da fonte e o assessorado no contato harmônico com a imprensa. Com isso, o profissional do jornalismo que trabalha em assessoria, como nos velhos tempos, não deve produzir conteúdo para veículos próprios, apenas ser um canal de comunicação entre a imprensa e a fonte. A função do assessor de imprensa, respeitando a ética profissional, é cuidar da imagem do assessorado perante a imprensa e, por consequência, junto à sociedade através da imprensa.

Por outro lado, o jornalista da fonte tem outra missão no contexto profissional que é fazer jornalismo para os canais de informações da fonte. Este modelo de profissional é um produtor de conteúdo, que tem funções e rotinas parecidas com o jornalista de redação, porém de modo monotemático, considerando a instituição pública para qual se presta o serviço.

Em virtude disso, o jornalista da fonte, como apresentado neste trabalho deve ter um cargo específico no organograma profissional das instituições, principalmente as públicas e, assim, não deve fazer releases, sugerir pautas, não tem como função atender a postura do assessorado ou gerenciar situações de crise comunicacional da fonte, mas, sim, reportar o que acontece na fonte de informação e que seja de interesse público de forma isenta e objetiva.

Tanto nas experiências do Senado Federal quanto da Câmara dos Deputados estas funções apresentam fronteiras bem definidas. Porém, na Assembleia Legislativa do Paraná nem tanto. Os meios de comunicação legislativos na esfera federal, mesmo com a influência das Mesas Diretoras, deixam explícita a diferença em relação às assessorias de imprensa, pois os profissionais da fonte trabalham para produtos específicos do Poder, isto é, canais de informação em rádio, televisão, jornal e internet.

Na Alep, no que se trata do setor de Divulgação da Casa, esta fronteira ainda não está bem clara, e as funções se misturam de forma que nem os profissionais demonstraram saber qual seria o público mais importante, se seria o público próprio, ou a atendimento para à

imprensa. Porém, de acordo com os comentários dos profissionais, ainda predominava o atendimento à grande mídia pelo poder massificante no transmitir a informação.

Os jornalistas da Divulgação da Alep prestavam, no período da pesquisa, um trabalho de cobertura dos eventos como jornalistas da fonte, mas seguiam o *dead line* dos jornais para o envio e publicação das matérias, como também, atendiam a imprensa como assessores de imprensa. No entanto, não tinham um assessorado para cuidar, por isso, trabalhavam como um sistema de agência de notícias, o que permitia fazer um jornalismo da fonte direcionado a isenção pela objetividade.

A TV Sinal, que é terceirizada, demonstrou no período da pesquisa um perfil mais próximo do jornalismo da fonte nos moldes das experiências da esfera federal, pois transmitia jornalismo televisivo no formato e padrão das empresas televisivas, proporcionando transparência ao processo legislativo com a transmissão ao vivo, como também na tentativa de um jornalismo institucional objetivo.

Em virtude disso, conclui-se que, mesmo ainda não sendo totalmente setorizado e acumulando funções com a assessoria de imprensa, a Alep contava, no período da pesquisa, com jornalistas da fonte no âmbito institucional, com produção de conteúdo diário para o público nas mídias digitais e televisivas, que era replicado nas redes sociais, como também, enviado cópia desta produção para a imprensa escrita, televisionada e radiofônica.

O presente estudo serviu também para delimitar mais claramente fronteiras entre o jornalismo da fonte de instituição pública, com a comunicação pública e o jornalismo público. Concluiu-se que, por mais que o jornalista da fonte produza conteúdo para uma instituição custeada com recursos públicos, isso não quer dizer que de maneira plena seja produzida comunicação pública e jornalismo público.

Por outro lado, seria equivocados afirmar categoricamente que este profissional não produz, em grande parte de suas rotinas laborais, notícias de interesse público, de utilidade pública e de maneira objetiva ao ponto de ser considerada comunicação pública, que por vezes estimula o civismo e ainda promove a cidadania nos moldes do jornalismo público.

Foi evidenciado o funcionamento dos sistemas públicos de comunicação, que se diferem dos sistemas estatais por serem regidos por um conselho, que apresenta uma forma mais democrática de comando do meio de comunicação do que o estatal, como são considerados os modelos dos poderes legislativos. Como citado no trabalho, na Câmara dos Deputados foi discutida a possibilidade de criar um conselho gestor da comunicação da Casa, mas não houve a aceitação por parte dos deputados.

No entanto, também não se pode afirmar de forma absoluta que estes aparelhos midiáticos estatais não produzem comunicação pública, pois as informações disseminadas por estes órgãos são de interesse público e, como visto nas diversas experiências legislativas, inclusive na Alep, nem sempre sofrem a censura do chefe do poder, apenas obedecem a um perfil editorial pré-estipulado, transvestido de objetividade para evitar que a estrutura de comunicação da Casa cause conflitos entre os parlamentares.

Neste perfil editorial, a tentativa de fazer um jornalismo objetivo faz com que as falas dos deputados na tribuna não reverberem nos veículos de comunicação da Casa, pois, de acordo com os profissionais da Divulgação, os *hotsites* dos parlamentares, também mantidos com recursos públicos, mas alimentados de conteúdo pelos assessores dos agentes políticos, já fazem este trabalho de noticiar o posicionamento do parlamentar dentro e fora do plenário.

Isso garante a objetividade no jornalismo produzido pela instituição, que trata dos resultados do processo legislativo, como também, a prestação de contas administrativa da Casa.

A objetividade tem outra função importante neste contexto, que aproxima o jornalismo da fonte da comunicação pública, que é a busca incessante pela credibilidade. A intenção é que a isenção da fonte nos dados transmitidos cause um efeito multiplicador da informação, mesmo com a habitual checagem dos jornalistas dos demais meios de comunicação comerciais ou não.

A replicação dos dados oficiais, principalmente em veículos que historicamente conquistaram a confiança do público, demonstra a despreensão de utilizar os meios próprios como ferramenta de influência da opinião pública, tornando-os ferramentas de política pública para a garantia da cidadania através da informação.

Por fim, a credibilidade diariamente conquistada é posta à prova constantemente pela quantidade nunca até hoje vista de informações disponibilizadas na internet, em um momento em que se multiplicam os formadores de opinião, jornalistas ou não, muitas vezes com o conhecimento raso sobre a vida pública de um município, estado ou país, mas que difundem boatos que prejudicam a democracia. Cabe à mídia da fonte ser referência oficial de informações credíveis juntamente com outros veículos comerciais bem conceituados pelo público.

O desafio permanece em relação à forma de se melhorar a mídia pública a fim de torna-la mais comprometida com o interesse público ou, ainda, com os múltiplos públicos e suas necessidades, interesses políticos e diversas identidades culturais. O desenvolvimento destas sociedades emergentes ou transnacionais é um processo que está interligado com vários complexos fatores globais, políticos, econômicos e

culturais. É a discussão da formação e existência de identidades latino-americanas híbridas, e como estas podem se misturar à radiodifusão comercial e à democracia política. (MATOS, 2013, p. 201)

Com isso, os meios próprios da fonte, principalmente aqueles que representam o setor público, ou mesmo no caso do Poder Legislativo, que representa a população, devem ser exemplos na difusão de notícias claras, objetivas, que promovam a democracia e a cidadania. É necessário que, neste contexto de jornalismo plural, o jornalismo que é custeado com recursos públicos seja referência de respeito ao cidadão, na primazia do interesse público e na informação de qualidade.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo entre a informação e a comunicação: como as assessorias de imprensa agendam a mídia. **VII Colóquio Brasil-França**. Porto Alegre: Intercom, 2004.

AGNEZ, L. F. **A convergência digital na produção da notícia**: Reconfigurações na rotina produtiva dos jornais tribuna do Norte e Extra. Dissertação (Mestrado em Estudos de Mídia). Natal, UFRN, 2011.

ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre. Artmed, 2009 (Coleção pesquisa qualitativa, coordenada por Uwe Flick).

ALVERGA, C. F. R. P. de. **Democracia Representativa e Democracia Participativa no Pensamento Político de Locke e Rousseau**. 2003, Dissertação (Mestrado em Ciência Política), UnB, Brasília, 2003. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/1710/1/2003_CarlosFredericoRubinoPolarideAlverga.pdf Acesso em 14 jul. 2015.

ALVES, C. A. O escândalo político-midiático na Assembleia do Paraná: a série “Diários Secretos”. **IV Congresso Latino americano de Opinião Pública da WAPOR** (World association for Public Opinion Research). Belo Horizonte. 2011. Disponível em: http://waporbrasil.ufmg.br/papers/Clicia_Aparecida_Alves_1.pdf. Acesso em 13 abr. 2014.

_____. Diários Secretos: escândalo midiático e mudança institucional na Assembleia Legislativa do Paraná. **Anais do V Congresso da Compolítica**, mai. 2013. Compolítica – Associação de Pesquisadores em Comunicação e Política. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT-03-%C3%94%C3%87%C3%B4-Comunica+%C2%BA+%C3%BAo-institucional-e-imagem-p+%C2%A6blica-Cliceia-Alves.pdf> Acesso em 17 mai. 2014.

AMARAL, L. **A objetividade jornalística**, Porto Alegre: Editora Sagra – DC Luzzatto, 1996.

ARAUJO, L. Como extrair o máximo do Facebook Insights? **Revista Exame.com**. Publicado em 15/10/2013. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/como-extrair-o-maximo-do-facebook-insights> Acesso 4 nov. 2014.

ARRUETA, C. Discusiones acerca de la interdisciplina en comunicación. Aportes para la especificidad disciplinar. **Revista Pensar**. Epistemología y Ciencias Sociales, n. 7, Rosario: Editorial Acceso Libre, 2012.

ALSINA, M. R. **La construcción de la noticia**. 2ª edición. Barcelona: Ediciones Paidós, 1993.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, A; BERNARDES, C; REHBEIN, M. **O Parlamento brasileiro e as novas mídias: balanço da experiência recente da Câmara dos Deputados, Legislativo Pós-1988 – Reflexões e Perspectiva**, Câmara dos Deputados, Brasília, 2015.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BERNARDES, C. B. Critérios de noticiabilidade e pauta da mídia legislativa as Câmara dos Deputados. **Intexto**. Porto Alegre, v. 2. n. 25, p.51-66, dez. 2011. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19831> Acesso em 12 set. 2014.

BERNARDES, C. B. **Política, institucional ou pública?** Uma reflexão sobre a mídia legislativa da Câmara dos Deputados. (Tese) Doutorado em Ciência Política. UERJ, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/12275/politica_institucional_bernardes.pdf?sequence=1. Acesso em 13 set. 2014.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. Uma defesa das regras do jogo. Tradução Marco Aurélio Nogueira, 6ª Edição, Coleção Pensamento Crítico Vol. 63, Editora Paz e Terra, 1997.

BRANDÃO, E. P. Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública. **VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2011.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acesso em 09 set. 2015.

BRUNS, A. **Gatekeeping, Gatewatching. Realimentação em tempo Real: novos desafios para o Jornalismo**. novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, v. 7, n. 2, p. 119-140. 2011. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/49482/> Acesso em 20 jul. 2015.

CALDAS, G. Relacionamento assessor de imprensa / jornalista: somos todos jornalistas! In: DUARTE, J. (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: Teoria e**

técnica. 4ª edição, São Paulo: Atlas, 2011.

CANAVILHAS, J. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN 3.0, 2., 2012, Espanha. **Anais...** Espanha: 2010. Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>>. Acesso em 17 de nov. de 2012.

CASTILHO, C. **Pluralismo estrutural na imprensa**. O que é isso? Observatório da Imprensa, Edição 656, 2011. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/pluralismo-estrutural-na-imprensa-o-que-e-isso/>. Acesso em 07 set. 2015.

CHAPARRO, M. C. Comunicação e Cidadania In: DUARTE, J. (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: Teoria e técnica. 4ª edição, São Paulo, Atlas, 2011.

CHAPARRO, M. C. Jornalismo na fonte. In: DINES, A.; MALIN, M. (Orgs.), **Jornalismo Brasileiro**: no caminho das transformações, Brasília: Banco do Brasil, 1996, p. 132-154.

DI BELLA, P.P.P. **Jornalistas, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa**: Um problema de comunicação, Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2011.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, M. Y. M. Comunicação e Cidadania. In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública**: Estado Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2ª edição, São Paulo: Atlas, 2009.

FENAJ. **Código de Ética do Jornalista Brasileiro** – Brasília: Imprensa 2007, 2007. 2ª Edição.

FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação** – Brasília: Imprensa 2007, 2004. 7ª Edição revista e ampliada.

GIDDENS, A. **Sociologia**, tradução Sandra Regina Netz, 4ª edição, Porto Alegre: Artmed, 2005.

GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias**: do cinema às mídias interativas. São Paulo: Senac, 2008.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**. Fundamentos da Ciência dos Jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. (Biblioteca Tempo Universitário, 76 – Série Estudos Alemães).

HOHLFELDT, A.; VALLES, R. R. **Conceito e história do Jornalismo brasileiro na “Revisa de Comunicação”**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

IBOPE. **Internet é a primeira fonte de informações para 47% dos brasileiros, aponta estudo.** 15/04/2014. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/internet-e-a-primeira-fonte-de-informacoes-para-47-dos-brasileiros-aponta-estudo.aspx>. Acesso em: 25 de maio de 2014.

IBOPE. **Número de pessoas com acesso à internet no Brasil chega a 105 milhões.** 03/10/2013. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-chega-a-105-milhoes.aspx>. Acesso em: 25 de maio de 2014.

IBOPE. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014.** 18/12/2013. Distrito Federal, Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/TV-e-o-meio-mais-utilizado-pelos-brasileiros-para-se-informarem-aponta-pesquisa-do-IBOPE-Inteligencia.aspx>. Acesso em: 24 de setembro de 2014.

INTERNET NO BRASIL, Comitê Gestor da. **Pesquisa TIC Domicílios 2013:** Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil. São Paulo. Disponível em: <http://cetic.br/publicacoes/2013/tic-domicilios-2013.pdf> Acesso em 29 de jun. de 2014.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Contribuição ao II Fórum Nacional De Tvs Públicas,** maio de 2009. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/arquivos/interdoc012sp2ftvp> Acesso 15 jun. 2014.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro,** São Paulo: Paulus. 2009.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Alephe, 2009.

JORNAIS, Associação Nacional dos. **Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano.** 2012-2013. Disponível em: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>

KARAM, F. J. **A ética jornalística e o interesse público.** São Paulo: Summus, 2004.

KUNCZIK, M. **Conceitos de Jornalismo:** Norte e Sul: Manual de Comunicação. Tradução Rafael Varela Jr. – 2ª Edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LAGE, N. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. **Revista Pauta Geral** Estudos em Jornalismo. Ponta Grossa, v.1, n. 1, p. 20-15, jan. jul. 2014. Disponível em: <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/viewFile/6080/3724> Acesso 15 mai. 2015.

LEMOS, C. & DEL GÁUDIO, R. Publicações jornalísticas In: DUARTE, J. (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia:** Teoria e técnica. 4ª edição, São Paulo: Atlas, 2011.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública.** Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.

MACHADO, M. B.; MOREIRA, F. Jornalismo e informação de interesse público. **Revista Famecos,** Porto Alegre, n. 27, 2005. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3328/2586> Acesso 15 set. 2014.

MACHADO, P. **Jornalismo Plural**. Agência Brasil – Empresa Brasileira de Comunicação, Brasília, 2009. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2009-11-20/jornalismo-plural>. Acesso em 14 jun. 2014.

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa**, como se relacionar com a mídia. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

MARTINEZ, M. R. E. Implantando uma assessoria de imprensa In: DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: Teoria e técnica**. 4ª edição, São Paulo: Atlas, 2011.

MATOS, C. **Mídia e política na América Latina** – globalização, democracia e identidade. Editora Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2013.

MATOS, H. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública: Estado Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2ª edição, São Paulo: Atlas, 2009.

MASIP, P. *et al.* Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios. In: PALACIOS, M. (Orgs.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo** - Volume 1: Modelos. 2011. LabCom Books, Portugal. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111202-201110_marcos_palacios.pdf Acesso em 15 jan. 2014.

MCCOMBS, M. **A teoria da Agenda**. A mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

MEDITSCH, E. **Jornalismo e construção social do acontecimento**. Jornalismo e acontecimento. Florianópolis: Insular, 2010.

MEYER, P. **Periodismo de precision**. Barcelona: Bosch, 1993.

MONTEIRO, G. F. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública: Estado Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2ª edição, São Paulo: Atlas, 2009.

MOTTA, L. G. “Análise pragmática da narrativa jornalística”. In LAGO, C., BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf> Acesso 16 jan. 2014.

NASCIMENTO, I. **Público ou estatal? Radiobrás quer superar estigma de órgão oficial e ser fonte de notícia e imagens**. Negócios da Comunicação. Edição 6. 2004. Disponível em: <http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/6/artigo197454-1.asp>. Acesso em: 15 de março de 2015.

NEVEU, É. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

NOLETO FILHO, P. A. **Mídia e Política na Imagem do Congresso**. Temas de interesse do Legislativo. Câmara dos Deputados: Brasília, 2014.

OLIVEIRA, R. Jornalismo em 140 caracteres: o caso “Rafinha Bastos” no twitter In: NICOLAU, M. (Org.). **Revista Eletrônica Temática**. Ano V, n. 12 – Dezembro 2009. Disponível em: http://www.insite.pro.br/2009/Dezembro/nicolau_twitter_multimedia.pdf. Acesso 25 de maio de 2014.

PADILHA, S. **Valores-notícia no webjornalismo**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2012.

PARTICIPAÇÃO POPULAR, **Relatório Anual** (janeiro a dezembro de 2014) – Brasília: Câmara dos Deputados, Secretaria de Comunicação Social / Coordenação da Participação Popular, 2014.

PONTES, F. S.; XAVIER, C.; MORAIS, C.W. J. (Orgs.). **Perspectivas da Pesquisa em Jornalismo: Agenda processos produtivos**. 1ª. ed. Ponta Grossa: Estúdio Texto, v. 1, 2015.

RAMOS, M. P. Métodos Quantitativos e Pesquisa em Ciências Sociais: Lógica e utilidade do uso da quantificação nas explicações dos fenômenos sociais. **Mediações**, Londrina, v. 18, n. 1, p. 55-65, jan./jun. 2013.

RENÓ, D. **Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas**. Como produzir. Tenerife: Editora ULL, 2011.

RENÓ, D. **Periodismo Transmídia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos**. Madri: Editora Fragua, 2012.

RIBEIRO, F. V. M. **Fontes Sofisticadas de Informação: Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005**. Dissertação (Mestrado de Comunicação e Cultura Variante de Jornalismo Político), Porto, Faculdades de Letras da Universidade do Porto, 2006.

RIBEIRO, F. V. M. **O spin doctoring em Portugal: Estudo sobre as fontes profissionais de informação que operam na Assembleia da República**. Tese de Doutoramento em Ciência da Comunicação Especialidade de Estudos de Jornalismo, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal. 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/12817141/Spin_doctoring_in_Portugal._A_study_of_professional_sources_of_information_operating_in_the_Portuguese_Parliament._O_spin_doctoring_em_Portugal_Estudo_sobre_as_fontes_profissionais_de_informa%C3%A7%C3%A3o_que_operam_na_Assembleia_da_Rep%C3%BAblica . Acesso em: 17 set. 2015.

RIBEIRO, F. V. M. **A matriz de comportamento do spin doctor no processo de comunicação política**. Comunicação & Inovação, PPGCOM/USCSv. 16, n. 32 (7-26), São Caetano do Sul. 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/19275589/A_matriz_de_comportamento_do_spin_doctor_no_processo_de_comunica%C3%A7%C3%A3o_pol%C3%ADtica Acesso em: 17 set. 2015.

RODRIGUES, A. D. "O acontecimento". In: TRAQUINA, N. (Org), **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

RODRIGUES, M. R. **O papel da imprensa na qualidade democrática** – Uma análise de possibilidades nos principais jornais nacionais. Tese (Doutoramento em Ciência Política), UERJ, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2012/10/Malena-Rehbein-Rodrigues.pdf>. Acesso em 15 mai. 2015.

ROSEN, J. Para além da objetividade. In: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. (Orgs). **Jornalismo Cívico**. Lisboa:, Livros Horizonte, 2003.

ROTHBERG, D. **Jornalismo público: informação, cidadania e televisão**. 1ª. ed. São Paulo: Unesp, 2011.

ROTHBERG, D.; VALENÇA, A. da S. Comunicação pública para cidadania no avanço das redes sociais oficiais. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. Santa Maria, v. 13, n. 26, 2014. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/animus/article/view/11044> Acesso em 19 ago. 2015.

SANT'ANNA, F. **Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Lisboa, 2006. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf. Acesso em 01 de mai. 2014.

SANT'ANNA, F. **Mídia das Fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro**. Um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal. 1. ed. Brasília: Edições Técnicas do Senado Federal, 2009.

SANTOS, R. Prática Produtivas e relacionamento entre jornalistas e fontes de informação. In: _____. **O Jornalismo português em análise de casos**. Lisboa: Ed. Caminho, 2001.

SANTOS JÚNIOR, E. G. & BECKER, M. L. Assessoria de Imprensa e Jornalismo da Fonte: um mapeamento do conteúdo da comunicação pública da Assembleia Legislativa do Paraná. **Revista Comunicação Pública** [Online], Vol.10 nº 19, Lisboa, 2015. Disponível em: <http://cp.revues.org/1110> ; DOI : 10.4000/cp.1110

SANTOS JÚNIOR, E. G.; BECKER, M. L. Assessoria de imprensa e jornalismo da fonte: novas práticas desafiam a teoria. In: PONTES, F. S.; XAVIER, C.; MORAIS, C.W. J. (Orgs.). **Perspectivas da Pesquisa em Jornalismo: Agenda processos produtivos**. 1ª. ed. Ponta Grossa: Estúdio Texto, v. 1, 2015.

SCHNEIDER, S.; SCHIMITT, C. J. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/373.pdf> Acesso em 13 abr. 2014.

SEABRA, R. Dois séculos de imprensa no Brasil: do jornalismo literário à era da Internet. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Ed. UnB, 2002, p. 31-46.

SHOEMAKER, P. J.; VOS, T. P. **Teoria do Gatekeeping** – seleção e construção de notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, F. F. da. **Jornalismo Móvel Digital: Uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. Tese (Doutorado em Cultura e Comunicação Contemporâneas), Salvador, UFBA, 2013. Disponível em:

<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>
f Acesso em 17 abr. 2014.

SILVA, L. M. da. Publicidade do Poder, poder da publicidade. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009, p. 180-191.

SILVA, S. P. da. Sistema Público de Comunicação da Colômbia. In: INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro**, São Paulo: Paulus. 2009. p. 97-116.

SILVA, S. P. da. Sistema Público de Comunicação da Venezuela. In: INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro**, São Paulo: Paulus. 2009. p. 255-268.

STACHESKI, Denise R. **Comunicação Pública: Idosos e Representações Sociais**. 1. ed. Florianópolis: Editora Combook, 2014. v. 1.

SULLIVAN, M. H. **Uma assessoria de imprensa responsável na era digital**. Bureau de Programas de Informações Internacionais. Departamento de Estado dos Estados Unidos. 2012. Disponível em: <http://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-portuguese/A_Responsible_Press_Office_Book_Portuguese.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2014.

UNIÃO, Controladoria-Geral da. **Brasil transparente: Manual da Lei de Acesso à Informação para Estados e Municípios**, Secretaria de Prevenção da Corrupção e Informações Estratégicas. 1ª edição. Brasília, 2013. Disponível em: http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/transparencia-publica/brasil-transparente/arquivos/manual_lai_estadosmunicipios.pdf Acesso em 15 nov. 2014.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

TRÄSEL, M. R. **Entrevistando Planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil**. Tese (Doutorado em Comunicação Social), PUCRS, Porto Alegre, 2014.

TRÄSEL, M. R. Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 11, n. 1, jan-jun 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p291/27193> Acesso em 23 mar. 2015.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: BARROS, A. e DUARTE, J. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

TUCHMAN, G. A objetividade como ritual estratégico. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teoria e histórias**. Lisboa. Vega. 1993. p. 74 a 90.

VALENTE, J. Concepções e abordagens conceituais de sistema público de comunicação.

In: INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro**, São Paulo: Paulus. 2009. p. 25-46.

VALENTE, J. Sistema Público de Comunicação da Espanha. In: INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro**, São Paulo: Paulus. 2009. p. 117-136.

VALENTE, J. Sistema Público de Comunicação da Itália. In: INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro**, São Paulo: Paulus. 2009. p. 175-194.

VALENTE, J. Sistema Público de Comunicação da Reino Unido. In: INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo – Experiências de doze países e o caso brasileiro**, São Paulo: Paulus. 2009. p. 235-254.

WISEU, A. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, p. 110- 122.

WOLF, M. **Teorias das Comunicações de Massa**. Lisboa: Editora Presença, 1987.

ZÉMOR, P. **La Communication Publique**. PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995. Tradução resumida do livro: Prof. Dra. Elizabeth Brandão. Disponível em: <http://comunicacaopublicafiles.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf> Acesso em 15 nov. 2014.

ZÉMOR, P. As formas da comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública: Estado Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2ª edição, São Paulo: Atlas, 2009.

ZICMAN, Renée Barata. História através da imprensa – algumas considerações metodológicas. *Projeto História*. São Paulo, n. 4, jun. 1985. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12410/8995>. Acesso em 12 de setembro de 2014.

JORNAIS

BARAN, K.; LOPES, J. M. **Caso dos Diários Secretos gerou 15 condenações**, Jornal Gazeta do Povo. Curitiba. Texto publicado na edição impressa de 24 de abril de 2014. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-secretos/caso-dos-diarios-secretos-gerou-15-condenacoes-8mggea9ef4jsy4iaxwfqla1ji?ref=editoria-lista> Acesso em 04 jul. 2014.

BREMBATTI, K.; KOHLBACH, K. **Escândalo da Assembleia em 20 atos**, Jornal Gazeta do Povo. Curitiba. Texto publicado na edição impressa de 20 de março de 2011. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-secretos/escandalo-da-assembleia-em-20-atos-emhaupcolsr808ubjmc6j4ge?ref=editoria-lista> Acesso em 04 jul. 2014.

GALINDO, R. W. **Após 90 dias de denúncias, Assembleia não é a mesma.** Jornal Gazeta do Povo. Curitiba. Texto publicado na edição impressa de 13 de junho de 2010

GARCIA, E. L.; KOHLBACH K. **Empossado, Rossoni promete “revolução” na Assembleia.** Jornal Gazeta do Povo. Curitiba Texto publicado na edição impressa de 02 de fevereiro de 2011.

Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/empossado-rossoni-promete-revolucao-na-assembleia-e4hjos6nzghdgtps1rvu0732m> Acesso em: 14 jul. 2014.

OLINDA, C.; GALINDO, R. **O Dia do Basta.** Jornal Gazeta do Povo. Curitiba. Texto publicado na edição impressa de 09 de junho de 2010. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-secretos/o-dia-do-basta-34x2lofqidtq1dh4ert161d8u?ref=editoria-lista> Acesso em: 14 jul. 2014.

POVO, Gazeta do. **Assembleia barra entrada de jornalistas,** 2010. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/diarios-secretos/assembleia-barra-entrada-de-jornalistas-2mrbrgz00kmwpqwd6ij7caj2?ref=editoria-lista> Acesso em: 04 jul. 2014.

SÃO PAULO, Folha de. Estatal, **BBC tem autonomia e receita garantida,** Mundo, 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft2901200402.htm>. Acesso: 03 de março de 2015.

PORTAL DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

MARTINS, Jaime Santorsula & MASCHKE, Sonia. **Rossoni propõe à presidente Dilma indicação do juiz Sérgio Moro para o STF.** 2014a. Assessoria de Comunicação da Presidência, Disponível em <http://www.alep.pr.gov.br/hotsites/valdir-rossoni/>. Acesso em: 25 nov. 2014.

MARTINS, Jaime Santorsula & MASCHKE, Sonia. **Rossoni propõe à presidente Dilma indicação do juiz Sérgio Moro para o STF.** 2014b. Assessoria de Comunicação da Presidência, Disponível em http://www.alep.pr.gov.br/sala_de_imprensa/noticias/24264-rossoni-propoe-a-presidente-dilma-indicacao-do-juiz-sergio-moro-ao-stf. Acesso em: 25 nov. 2014.

APENDICÊ

**QUESTIONÁRIO - PERFIL JORNALISTA
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ (2014)**

1. **Sua idade está compreendida em que faixa etária?**

- até 20 anos
- até 30 anos
- até 45 anos
- acima de 45 anos

2. **Qual é o grau de instrução?**

- Graduação
- Especialista
- Mestrado
- Doutorado
- Outra graduação, além do Jornalismo. Qual? _____

3. **Qual é a sua faixa salarial?**

- até o piso salarial da categoria
- até R\$ 5 mil
- até R\$ 8 mil
- acima de R\$ 15 mil

4. **Antes da Assembleia você atuou como jornalista em que segmento de veículos?**

- Impresso
- Rádio
- TV ou Produtora de TV
- Assessoria de Imprensa ou Agência de Comunicação
- Site

5. **O que você acha da estrutura do seu local de trabalho?**

- Atende a demanda de trabalho
- Não atende a demanda de trabalho, está defasada

6. **Qual é a sua relação com o cargo que ocupa?**

- Trabalha na função porque gosta do que faz
- Trabalha na função porque o salário é bom

Trabalha na função motivado pela ideologia, para cumprir um papel importante na sociedade

7. Defina em grau de colocação, quais os assuntos você acredita ser importante cobrir na ALEP?

- Sessões Plenárias
- Sessões Solenes ou outros eventos na ALEP
- Comissões Permanentes ou Temporárias
- Assuntos relacionados com a Mesa Executiva
- Audiências Públicas
- Eventos relacionados com o Legislativo, mas fora da ALEP
- Matérias frias sobre projetos de leis propostos pelos deputados
- Assuntos não relacionados com o Legislativo ou a ALEP

8. Defina em grau de colocação, quais os assuntos que mais gosta de cobrir na ALEP?

- Sessões Plenárias
- Sessões Solenes ou outros eventos na ALEP
- Comissões Permanentes ou Temporárias
- Assuntos relacionados com a Mesa Executiva
- Audiências Públicas
- Eventos relacionados com o Legislativo, mas fora da ALEP
- Matérias frias sobre projetos de leis propostos pelos deputados
- Assuntos não relacionados com o Legislativo ou a ALEP

9. Quanto a carga horária trabalhada, você acredita que as 30 horas semanais, determinadas em convenção coletiva pelo Sindicato dos Jornalistas do Paraná, dão conta para atender a demanda do seu setor que você trabalha e que produz jornalismo para a ALEP?

- Sim
- Não

10. No quesito tecnológico: os recursos atendem a demanda do que é necessário no fazer jornalismo multiplataforma?

- Sim
- Não

11. **Você acredita que o jornalismo que produz é um jornalismo isento ou um jornalismo de influência (que influencia o receptor da notícia com um posicionamento oriundo da fonte)?**

Isento

Influência

12. **Em sua opinião, qual é o grau de limitações ou dificuldades no dia-a-dia do seu trabalho baseados em questões políticas?**

Nenhum

Médio, mas que não compromete meu profissionalismo

Expressivo, pois dificulta meu trabalho de fazer jornalismo

13. **Em sua opinião, considerando a publicação do que você produz em veículos próprios da ALEP, graças a internet, bem como, a replicação disso nas redes sociais, não se limitando o seu trabalho ao trabalho e a vontade dos meios de comunicação comerciais, você acredita que sua função é de assessor de imprensa ou de jornalista da fonte?**

Assessor de Imprensa

Jornalista da Fonte

ANEXOS

ANEXO 1 – Página inicial da Alep

www.alep.pr.gov.br

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

TRANSPARÊNCIA

A Assembleia Os Deputados Atividade Parlamentar Legislação Sala de Imprensa

AGÊNCIA SINAL DE NOTÍCIAS

Foto: Sandro Nascimento/Alep (crédito obrigatório)

ORDEM DO DIA

PESQUISA LEGISLATIVA

DIÁRIOS DA ASSEMBLEIA

Assembleia vota na segunda-feira (7) projeto do Executivo para empréstimo de R\$ 250 milhões junto ao BNDES

GALERIA DE FOTOS

ACOMPANHE EM TEMPO REAL

TV SINAL

RÁDIO SINAL

CONHEÇA OS DEPUTADOS

BAIXE AS PAUTAS DA CCJ

CENTRAL DE ATENDIMENTO AO CIDADÃO

ASSISTA

ecoFont®

BAIXAR A FONTE

Para entidades declaradas de UTILIDADE PÚBLICA ESTADUAL

PRAZO PRORROGADO

CPI DO PEDÁGIO

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

04/04 10h43 Audiência pública assinala a passagem do Dia Mundial da Saúde

03/04 15h32 Stephanes Junior destaca a criação da Rede Estadual de Direitos Animais

02/04 17h03 Turini destaca realização de mais uma edição da ExpoLondrina

02/04 16h56 Projeto do Quadro Próprio dos Peritos Oficiais do Estado segue para sanção governamental

02/04 16h38 Audiência pública debate jornada de trabalho de policiais militares e bombeiros

01/04 18h29 Governo do Estado cria Rede Estadual de Direitos Animais

01/04 17h18 Assembleia aprova projeto do Quadro Próprio dos Peritos Oficiais do Estado

BOLETINS DE ÁUDIO

04/04 10h41 Assembleia vota na segunda-feira (7) projeto do Executivo para empréstimo de R\$ 250 milhões junto ao BNDES

03/04 10h53 Rossoni anuncia projeto para anulação da última eleição para conselheiro do Tribunal de Contas

02/04 16h27 Projeto do Quadro Próprio dos Peritos Oficiais do Estado segue para sanção governamental

02/04 18h27 Comissão de Revisão do Regimento Interno aprova relatório final e encerra seus trabalhos

01/04 18h35 Deputados, prefeitos e conselheiros do TCE buscam solucionar impasse na prestação de contas dos municípios

01/04 18h34 Assembleia aprova projeto do Quadro Próprio dos Peritos Oficiais do Estado

PRESTAÇÃO DE CONTAS VISITE A ASSEMBLEIA AGENDA

Relação de Funcionários

Demonstrativo Financeiro Diário

Resultados de votações

Licitações e Contratos

RECEBA NOSSO INFORMATIVO

nome

e-mail

cadastrear

FALE COM O PRESIDENTE

CONFIRA AS COMISSÕES

HOTSITES DOS DEPUTADOS

LEIS ORÇAMENTÁRIAS

MODELOS DE PROPOSIÇÕES

INSTAGRAM

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

Prça Nossa Senhora de Saete, s/n

Curitiba - PR

CEP: 80530-911

Telefone: (41) 3350-4000

A CASA DOS PARANAENSES

Figura 1: Homepage da Assembleia Legislativa do Paraná, extraída por *print screen* da tela do navegador no dia 06 de abril de 2014. A imagem foi editada para caber as três partes que aparecem na tela na navegação.

ANEXO 2 – Agência de Notícias da Alep



Figura 2: Página da Sala de Imprensa da Alep extraída por *print screen* da tela do navegador no dia 06 de abril de 2014

ANEXO 3 – Hotsites deputados



Figura 3: Página que dá acesso aos hotsites, páginas específicas dos deputados estaduais mantidos pela Alep, mas com seu conteúdo alimentado pela assessoria de imprensa de cada parlamentar. A informação em destaque alerta o leitor que as opiniões e informações contidas nestas páginas não são oficiais da instituição, mas sim de cada parlamentar. Imagem extraída por *print screen* da tela do navegador no dia 06 de abril de 2014.

ANEXO 4 – Página da Rádio Sinal (*radioweb*)

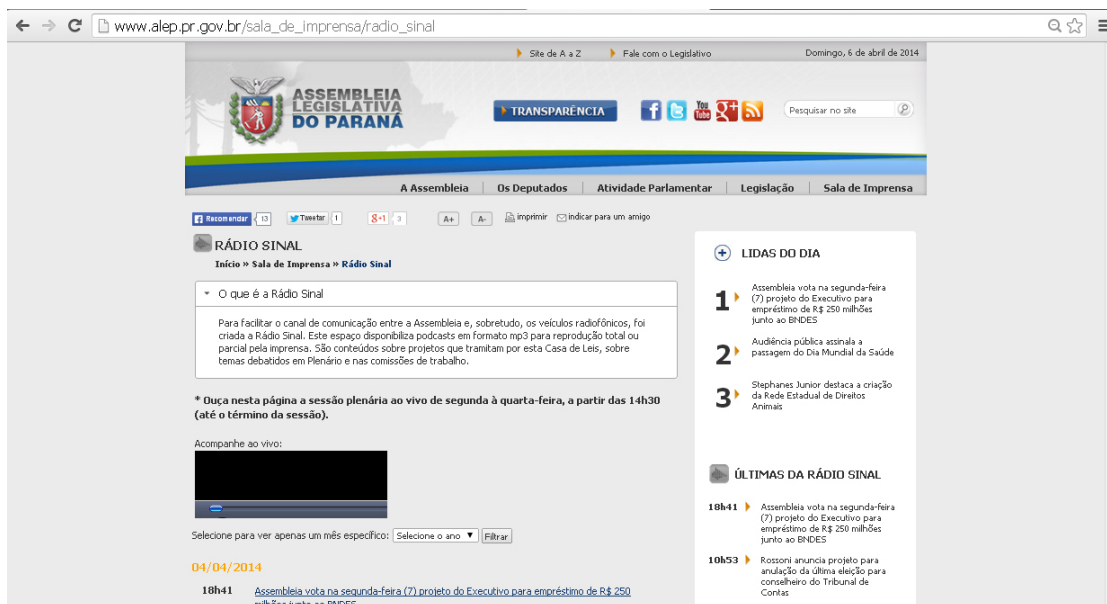


Figura 4: Página específica da Rádio Sinal, *radioweb* da Alep. Além da explicação do que é a Rádio Sinal, o player para transmissão ao vivo e ao lado as últimas notícias publicadas em áudio. Imagem extraída por *print screen* da tela do navegador no dia 06 de abril de 2014.

ANEXO 5 – Página da TV Sinal no Youtube

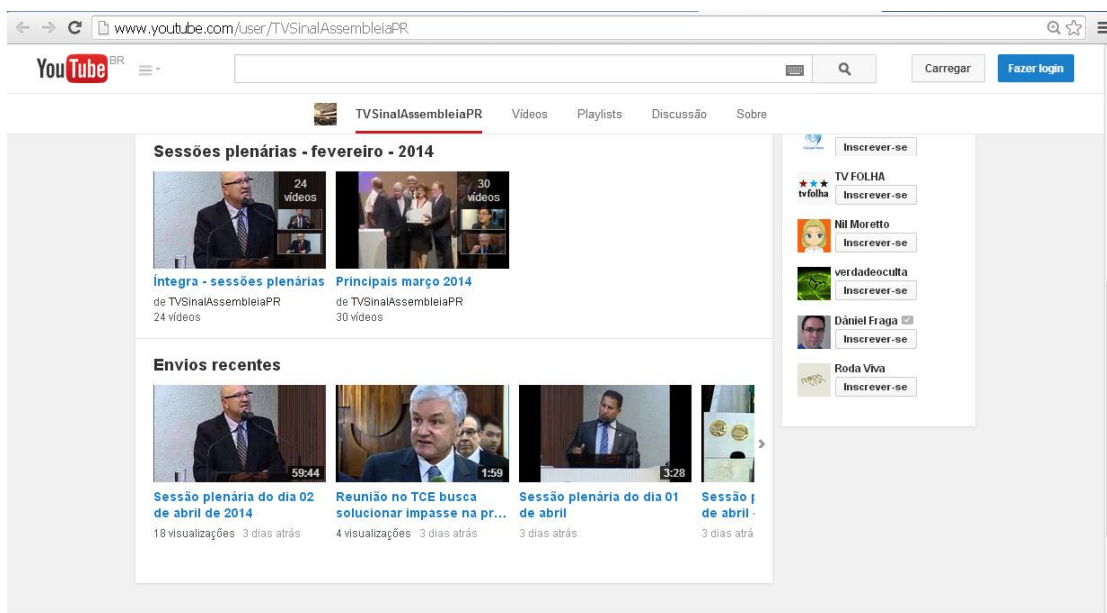


Figura 5: Página da Alep no Youtube e os vídeos postados. Imagem extraída por *print screen* da tela do navegador no dia 06 de abril de 2014.

ANEXO 6 – Página da TV Sinal no portal da Alep

www.alep.pr.gov.br/sala_de_imprensa/tv_sinal

Site de A a Z | Fale com o Legislativo | Domingo, 6 de abril de 2014

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

TRANSPARÊNCIA

f t You Tube g+ s

Pesquisar no site

A Assembleia | Os Deputados | Atividade Parlamentar | Legislação | Sala de Imprensa

Recomendar 51 | Tweetar 120 | +1 1 | A+ | A- | Imprimir | Indicar para um amigo

TV SINAL
Início » Sala de Imprensa » TV Sinal

SINAL
Sistema de Notícias da Assembleia Legislativa

ASSISTA

TV Sinal é o canal de televisão da Assembleia Legislativa do Paraná. Compartilhada com câmaras municipais do Estado, a ALEP é responsável pela produção do conteúdo transmitido entre 12 e 24 horas. Telejornais e programas sobre diversos temas informam o cidadão sobre o que acontece no Legislativo e mostram o trabalho dos deputados. A transmissão é feita por operadoras de TV à cabo, pelo site da Assembleia, e, em Maringá e região, em canal aberto. Confira o canal na sua região em "Sintonize a TV Sinal" e fique por dentro.

VOCE TAMBÉM PODE AJUDAR A MELHORAR O NOSSO SINAL
Envie sugestões - críticas - dúvidas

ASSISTA
As Sessões Plenárias agora estão no YouTube (a partir de 03/02/2014)

CONHEÇA OS PROGRAMAS DA TV SINAL

SINAL INFORMA - 2ª EDIÇÃO | SINAL INFORMA - EDIÇÃO DA NOITE

ÚLTIMOS VÍDEOS

02/04/2014 | 02/04/2014 | 02/04/2014 | 02/04/2014

Sessão plenária do dia 02 de abril de 2014 | Reunião no TCE busca solucionar impasse na prestação de contas dos municípios | Sessão plenária do dia 01 de abril | Sessão plenária do dia 01 de abril - resumo

ÚLTIMOS VÍDEOS

02/04 Sessão plenária do dia 02 de abril de 2014

02/04 Reunião no TCE busca solucionar impasse na prestação de contas dos municípios

02/04 Sessão plenária do dia 01 de abril

02/04 Sessão plenária do dia 01 de abril

INFORMAÇÕES

Confira a grade de programação

História da TV Sinal

SINTONIZE A TV SINAL

Selecione o Município: Almirante Tamandaré (UHF) | Apucarana (UHF) | Apucarana (RCA) | Arapongas (NET) | Arapongas (UHF)

Canal: 00

DICIONÁRIO LEGISLATIVO

Figura 6: Página da TV Sinal. Imagem extraída por *print screen* da tela do navegador no dia 06 de abril de 2014.