

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CAMPUS SÃO CARLOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES
E SISTEMAS PÚBLICOS

JOSÉ VALMEI BUENO

A HIPERMÍDIA COMO VIABILIZAÇÃO DA ÉTICA NA
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL: PROPOSTAS DE UM MODELO
DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO NO
IFSULDEMINAS

São Carlos – SP.
2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CAMPUS SÃO CARLOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES
E SISTEMAS PÚBLICOS

JOSÉ VALMEI BUENO

A HIPERMÍDIA COMO VIABILIZAÇÃO DA ÉTICA NA
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL: PROPOSTAS DE UM MODELO
DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO NO
IFSULDEMINAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos como requisito para a obtenção do título de Mestre em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos.

Orientação: Professora Dr^a. Maria Cristina Comunian Ferraz.

Co-Orientação: Professor Dr. Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco.

São Carlos – SP.
2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

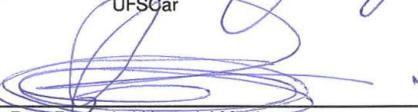
Pró-Reitoria de Pós-Graduação
Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos

Folha de Aprovação

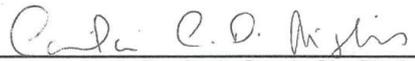
Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato José Valmei Bueno, realizada em 01/03/2018:



Prof. Dra. Maria Cristina Comunian Ferraz
UFSCar



Prof. Dr. Andrei Venturini Martins
IFSP



Prof. Dra. Camila Carneiro Dias Rigolin
UFSCar

Certifico que a defesa realizou-se com a participação à distância do(s) membro(s) Camila Carneiro Dias Rigolin e, depois das arguições e deliberações realizadas, o(s) participante(s) à distância está(ão) de acordo com o conteúdo do parecer da banca examinadora redigido neste relatório de defesa.



Prof. Dra. Maria Cristina Comunian Ferraz

É dever fundamental do servidor público:
[...] tratar cuidadosamente os usuários dos
serviços, aperfeiçoando o processo
de comunicação e de contato com
o público.
(Brasil, 2014)

Agradecimento

Gratidão é o sentimento no qual compartilhamos os méritos de nossas conquistas com quem conosco sonhou e lutou para atingir o horizonte almejado. Gratidão é reconhecer as pessoas integrantes da “teia” de relações estabelecidas naturalmente e que nos guindaram até onde precisaríamos chegar. Gratidão é olhar para o caminho percorrido e reviver na alma, afetiva e humildemente, o auxílio daqueles que indicaram o percurso correto, amorosa e gratuitamente.

Gratidão...

A Deus, pela vida, entusiasmo, determinação, oportunidade e discernimento; à minha orientadora, professora Doutora Maria Cristina Comunian Ferraz, pela firmeza científica, pelo compartilhamento da sabedoria, pelo impulsionamento intelectual e pela abertura aos mistérios da pesquisa. Sua personalidade permeável, acessível e acolhedora são lições de humanidade e de humildade; ao meu co-orientador, professor Doutor Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco, pela lucidez intelectual, pela motivação profissional e por ter-me apresentado às personalidades, fontes do pensamento jornalístico hipermidiático no Brasil; aos membros da Banca, professora Doutora Camila Carneio Dias Rigolin e Professor Doutor Andrei Venturini Martins, pela honestidade, sinceridade e disponibilidade para as correções e avaliações da pesquisa, bem como pela prontidão.

Gratidão...

À minha esposa, Daniela, pelo amor, encorajamento, generosidade e cuidado; à minha mãe, Terezinha, pelo afeto, educação, preocupação e zelo incondicionais; aos meus irmãos, pela confiança e apoio; aos meus enteados, pelo respeito e amizade; aos demais familiares, pelo estímulo; aos amigos, pelo incentivo.

Gratidão...

À Universidade Federal de São Carlos, seus professores e técnicos administrativos, por ter-me acolhido e amparado, a fim de que este propósito chegasse a um bom final; ao IFSULDEMINAS, em especial aos servidores Jornalistas e Diretores Gerais dos *campi*, pela oportunidade de aprofundamento e de construção do saber.

Gratidão eterna...

Ao meu pai, Mário dos Santos Bueno, pela inspiração ética, pelo companheirismo nesta trajetória, porque junto a Deus tornou-se ainda mais próximo a mim.

RESUMO

BUENO, José Valmei. **A hipermídia como viabilização da ética na administração pública federal: propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico no IFSULDEMINAS.** 2017. 176 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos) – Pró-reitoria de Pós-graduação, Universidade Federal de São Carlos – São Carlos, 2018.

A Ética das organizações e sistemas públicos exige a construção de mecanismos de relacionamento abertos, transparentes e democráticos entre a Sociedade e o Estado. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) contemporâneas favorecem a interatividade entre o cidadão e as instituições federais. Um dos meios mais eficientes para travar uma comunicação plural entre os indivíduos e as organizações públicas é o conteúdo jornalístico disponibilizado nos *sites* institucionais. No século XXI, quando a linguagem hipermidiática mostra um poder vigoroso de influência sobre a sociedade, o Estado não pode abdicar de implantá-la em seus sistemas de comunicação, o que exige da gestão pública uma reorientação cultural no estabelecimento da conversação com os indivíduos. No contexto da aplicação das ferramentas disponibilizadas pelas hipermídias, as informações geradas no seio das organizações públicas não são elaboradas pela lógica do monólogo, mas são construídas pela diversidade das opiniões; e são expostas e edificadas instantaneamente no ciberespaço. Neste contexto, esta pesquisa tem como objeto de análise os conceitos éticos de “aperfeiçoamento do processo de comunicação e contato com o público” e “utilização dos avanços técnicos e científicos” abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e a conexão entre este marco legal, o conteúdo jornalístico veiculado no *site* institucional do IFSULDEMINAS e as TIC contemporâneas. O objetivo é apresentar as hipermídias como viabilização da ética no serviço público por meio de propostas de um modelo de ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático em uma instituição federal de ensino. Para isso, é perseguida a metodologia de pesquisa exploratória, fundamentalmente pela revisão de literatura e por estudo de caso mediante a execução de entrevistas em profundidade. Como resultado, para aprimorar a gestão da comunicação no IFSULDEMINAS visando garantir os princípios éticos do serviço público federal na disseminação de conteúdo jornalístico hipermidiático, obtiveram-se propostas técnicas, culturais e políticas/econômicas para a execução de um Modelo de Ação.

Palavras-chave: Ética. Hipermídia. Administração Pública. Jornalismo. IFSULDEMINAS

ABSTRACT

BUENO, José Valmei. **The hypermedia as ethical viability in the federal public administration: proposals for an action model for the production of journalistic content in IFSULDEMINAS.** 2017. 176 f. Report for Qualification (Master in Management of Public Organizations and Systems) - Pro-Rector of Postgraduate Studies, Federal University of São Carlos - São Carlos, 2018

The Ethics of public organizations and systems require the construction of mechanisms for an open, transparent and democratic relationship between Society and State. The contemporary Information and Communication Technologies benefit the interactivity between citizens and federal institutions. One of the most effective means of stopping plural communication between individuals and public organizations is the journalistic-editorial content built on institutional websites. In the twenty-first century, when hyper-mediatic language shows a powerful power of influence over society, the State can not give up implementing it in its communication systems, which requires public management to re-orient cultural in the establishment of the conversation with individuals. That is, in the context of hypermedia, the information generated within public organizations is not elaborated by the logic of monologue, but is constructed by the diversity of opinions; they are not restricted to certain interest groups, but are exposed and built up instantly in cyberspace. Thus, the state institutions must adapt the language of journalistic content conveyed by institutional portals to the characteristics of this contemporary medium of communication to enhance ethics in the federal public service. The aim of this research is to analyze the journalistic content that was published on the institutional website of Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia from the South of Minas Gerais State, Brazil. (IFSULDEMINAS) apart from the ethical concepts housed in the Code of Conduct of the Federal High Administration, which it will have as its main goals, to present ethical guidelines for the dissemination of hypermedia journalistic content in a Federal educational institution (IF Sul de Minas). For this, the exploratory research methodology will be pursued, fundamentally through literary review and in-depth interviews though. As a result, technical, cultural and political / economic proposals were obtained for the execution of a Model of Action.

Keywords: Ethics. Hypermedia. Public Administration. Journalism. IFSULDEMINAS

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Modelo de Análise de Investigação.....	14
Quadro 2 – Áreas para Entrevistas (Jornalistas)	19
Quadro 3 – Áreas para Entrevistas (Diretores Gerais).....	19
Quadro 4 – Protótipo de Diálogo.....	46
Quadro 5 – Modelos Comunicacionais.....	49
Quadro 6 – Rede de Difusão de Conteúdo.....	69
Quadro 7 – Propostas para um Modelo de Ação.....	111
Quadro 8 – Arquitetura da Página de Conteúdo Jornalístico.....	124

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
Abert	Associação de Emissoras de Rádio e Televisão
Andifes Superior	Associação Nacional dos Dirigentes de Instituições Federais de Ensino Superior
ANJ	Associação Nacional de Jornais Princípios Éticos
Aner	Associação Nacional dos Editores de Revistas
ASCOM	Assessoria de Comunicação
ASCOM's	Assessorias de Comunicação
CAAE	Certificado de Apresentação para Apreciação Ética
Cefet's	Centros Federais de Educação Tecnológica
CEP	Comissão de Ética Pública
EAD	Educação a Distância
Fenaj	Federação Nacional dos Jornalistas
IBGE	Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística
IFES	Instituições Federais de Ensino Superior
IF's	Institutos Federais
IFSULDEMINAS	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
LAI	Lei de Acesso à Informação
<i>Mass Media</i>	Meios de Comunicação Social
<i>MEMEX</i>	<i>Memory Extension</i>
NTIC	Núcleo de Tecnologia da Informação e Comunicação
PDI	Plano de Desenvolvimento Institucional
PRONATEC	Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
RSC	Reconhecimento de Saberes e Competências

RedeIFES	Plataforma de Permuta de Conteúdo Audiovisuais das Instituições Federais de Ensino Superior
SACI	Sistema de Apoio à Comunicação Integrada
Secom	Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República
TIC	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UFMT	Universidade Federal do Mato Grosso
Ufop	Universidade Federal de Ouro Preto
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFSCar	Universidade Federal de São Carlos
Uneds	Unidades Descentralizadas de Ensino
<i>WEB</i>	<i>World Wide Web</i>
<i>WWW</i>	<i>World Wide Web</i>

Sumário

INTRODUÇÃO.....	7
1. Apresentação.....	7
2. Objeto da Pesquisa.....	10
3. Pergunta da Pesquisa e Hipóteses	11
3.1. <i>Hipótese central</i>	11
3.2. <i>Hipóteses complementares</i>	11
4. Objetivos.....	12
4.1. <i>Objetivo geral</i>	12
4.2. <i>Objetivo específico</i>	12
5. Estrutura.....	12
6. Procedimentos Metodológicos.....	13
CAPÍTULO I: DIRETRIZES ÉTICAS DO SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL	22
1.1. O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo	22
1.2. Antecedentes históricos do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal	25
1.3. Exame sobre o sentido da ética.....	27
1.4. As hipermídias no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.....	38
CAPÍTULO II – HIPERMÍDIA COMO POTENCIALIZAÇÃO PARA UMA COMUNICAÇÃO ÉTICA	41
2.1. O termo Hipermídia	41
2.2. Características da Hipermídia.....	42
2.2.1. <i>Hipertextualidade</i>	42
2.2.2. <i>Interatividade</i>	44
2.2.3. <i>Participação e Ação</i>	45
2.3. As Hipermídias aplicadas ao Jornalismo	47
2.4. A ética e o jornalismo hipermidiático no serviço público	52
2.5. Hipermídia como viabilização da ética: uma visão estratégica do serviço público.....	59
2.6. Processos de decisão ética no jornalismo público hipermidiático	63
CAPÍTULO III: ESTUDO DE CASO - O IFSULDEMINAS	66
3.1. O Portal de Notícias do IFSULDEMINAS.....	67
3.1.1. <i>Conteúdo jornalístico hipermidiático do site institucional no contexto do Código de Ética Profissional do Servidor Público do Poder Executivo Federal</i>	69

Categoria A - Quanto à Interatividade	71
Categoria B - Quanto à Instantaneidade.....	79
Categoria C – Quanto à Perenidade/Memória e mecanismo de “Busca”	82
Categoria D – Quanto à Convergência e à Multimídia lidade	83
Categoria E – Quanto à Hipertextualidade.....	85
Categoria F – Quanto à Personalização.....	87
Categoria G – A relação entre ética e aplicação dos recursos de hipermídias	88
Categoria H – Quanto às limitações	93
Categoria I - Quanto às motivações	96
<i>3.1.2. Conteúdo jornalístico hipermidiático do site institucional e rotina de trabalho....</i>	<i>98</i>
Categoria A – Quanto à linguagem usual no <i>site</i>	98
Categoria B – Compreensão do Público à linguagem.....	100
<i>3.1.3. Conteúdo jornalístico hipermidiático do site institucional e estratégias coletivas ético-profissionais</i>	<i>101</i>
Categoria A – Benefícios de se considerar as hipermídias como estratégicas.....	101
Categoria B – Do “jornalismo distribucionista” para o “jornalismo colaborativo”	103
Categoria C – As hipermídias nos processos de decisão	106
CAPÍTULO IV: PROPOSTA DE UM MODELO DE AÇÃO PARA A IMPLANTAÇÃO DAS HIPERMÍDIAS NO SITE DO IFSULDEMINAS	109
4.1. Propostas Técnicas.....	111
<i>4.1.1. Adotar a produção de materiais audiovisuais e aplicá-los junto às reportagens escritas</i>	<i>112</i>
<i>4.1.2. Equipar as ASCOM’s com estúdios de gravação de vídeo e de áudio</i>	<i>112</i>
<i>4.1.3. Aplicar mecanismos de Jornalismo de “fonte aberta” ou “open source”</i>	<i>113</i>
<i>4.1.4. Publicar “aba” para recepção de material jornalístico produzido pelo cidadão</i>	<i>114</i>
<i>4.1.5. Abrir campos para a publicação de opinião dos usuários no rodapé da notícia.</i>	<i>114</i>
<i>4.1.6. Aplicar mecanismos de filtro e de moderação nos espaços de participação do internauta</i>	<i>115</i>
<i>4.1.7. Elaborar um Projeto de Extensão, fundamentado no conceito de “Jornalismo Colaborativo”</i>	<i>116</i>
<i>4.1.8. Adequar o site institucional aos sites governamentais brasileiros</i>	<i>117</i>
<i>4.1.9. Disponibilizar o conteúdo do site em plataformas para dispositivos móveis</i>	<i>119</i>
<i>4.1.10. Categorizar o mecanismo de “Busca”</i>	<i>119</i>
<i>4.1.11. Trabalhar o conteúdo do site em link com as mídias sociais.....</i>	<i>120</i>

4.1.12. Adotar plataformas de acesso à informação para as pessoas com deficiência, introduzindo ferramentas de personalização e de inclusão	120
4.1.13. Desenvolver ou aprimorar softwares para a edição de conteúdo jornalístico hipermediático	121
4.1.14. Implantar o sistema “SACI”	122
4.1.15. Aplicar nova Arquitetura da página de conteúdo jornalístico	123
4.2. Propostas Culturais	125
4.2.1. Estudar e pesquisar as técnicas hipermediáticas	125
4.2.2. Promover campanhas pedagógicas conectando os princípios defendidos pelo Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal à aplicação dos recursos tecnológicos de hipermídias	126
4.2.3. Promover cursos de atualização em legislação	127
4.2.4. Promover o serviço conjunto entre os setores de TIC e ASCOM	128
4.3. Propostas Políticas/Econômicas	129
4.3.1. Ampliar a equipe de servidores da ASCOM	129
4.3.2. Instituir um Grupo de Estudos em Hipermídias	130
4.3.3. Elaborar uma Resolução para normatizar o uso das hipermídias	131
4.3.4. Criar uma rede de comunicadores	131
4.3.5. Integrar à RedeIFES	132
CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138
APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE PESQUISA COM OS JORNALISTAS	148
APÊNDICE B - INSTRUMENTO DE PESQUISA COM OS DIRETORES GERAIS.....	154
APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DOS JORNALISTAS.....	156
APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DOS DIRETORES GERAIS	161
APÊNDICE E – FORMULÁRIO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO	166
ANEXO – A - AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA	169

INTRODUÇÃO

Uma investigação é, por definição, algo que se procura. É um caminhar para um melhor conhecimento e deve ser aceite como tal, com todas as hesitações, desvios e incertezas que isso implica (Quivy; Campenhoudt, 2005, p.31)

1. Apresentação

A informação jornalística sempre esteve presente em minha história pessoal. Recordo-me, ainda criança, ouvir notícias por um antigo rádio disposto sobre um armário de madeira, sintonizado por minha mãe quando ela despertava nas madrugadas para auxiliar meu pai nos preparativos para o trabalho em uma jazida de minério no Sul de Minas Gerais.

As notícias de São Paulo ou de outra grande cidade do Brasil chegavam ao interior de Minas Gerais pela Rádio Capital e pela Rádio Globo e deixavam meus ouvidos de menino espantados por aquele mundo diferente da realidade ao meu alcance. As vinhetas, os *spots* e as participações “ao vivo” dos repórteres durante os boletins jornalísticos fascinavam pela atenção despertada. O interesse e a curiosidade aguçada por aquele ambiente de notícia foram fulminantes e me fizeram abraçar a vocação de Jornalista.

Em 2013, após entrar em exercício no serviço público federal como Jornalista do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas (IFSULDEMINAS – *Campus* Inconfidentes) percebi a necessidade de adequação da linguagem dos serviços de jornalismo desta instituição pública, veiculados no *site* institucional, à vertiginosa influência

das hipermídias, sobretudo em relação ao público atendido pela organização formado por uma geração nativa digitalmente¹ (PRENSKY, 2001) ou pela civilização do espetáculo (LHOSA, 2013)². Ao observar esta produção, nota-se que o conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS, predominantemente caracterizada pela difusão de textos e de fotografias, se enquadra no período denominado pelos pesquisadores como “Primeira Geração do webjornalismo”³ (BARBOSA, 2007; SCHWINGEL, 2008), enquanto as TIC contemporâneas já fornecem várias ferramentas para a veiculação de um conteúdo mais interativo, permitindo uma comunicação democrática, colaborativa e participativa (LEÃO, 1999; FERRARI, 2007; BUGAY, 2008).

Na observação crítica deste cenário foram surgindo, ao longo do tempo, algumas questões e inquietações. Dentre elas: Como efetivar o protótipo contemporâneo de comunicação pelas hipermídias em uma instituição pública? Como tornar o conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS mais democrático, dinâmico e interativo? Como dar visibilidade às ações cotidianas desta instituição pública pelo uso das ferramentas hipermidiáticas? Que elementos hipermidiáticos podem incrementar o conteúdo jornalístico já oferecido pela instituição pública com a finalidade de empoderar o cidadão? O que os Códigos de Conduta Ética dos Servidores Públicos Federais refletem sobre a nova realidade ofertada pelo ciberespaço?

Como se verifica, as várias indagações sobre o uso das hipermídia no conteúdo jornalístico foram conectadas ao contexto da ética no Serviço Público, temas que particularmente me interessavam.

Nesta intersecção temática, formulou-se, numa perspectiva de pesquisa, um pressuposto segundo o qual a aplicação dos mecanismos de hipermídia nos produtos jornalísticos potencializa e fortalece a ética nos sistemas públicos, enquanto o Jornalista e os gestores executam as orientações de natureza informacional, tecnológica e inovadoras dos processos de comunicação e de contato entre o cidadão e o Estado (BRASIL, 2013). Esta

¹ São jovens nascidos entre 1980 e 1994 que, imersos na cultura das novas mídias, as consideram como parte integral de seu cotidiano e as utilizam de maneira diferencial se comparada às gerações anteriores. As crianças e jovens contemporâneos tendem a ter habilidades em encontrar e manipular informações, a viver imersos em um mundo imagético que os torna *expertises* em analisar imagens/dados visuais. Em um ambiente de transversalidade das TIC, seus “atores em rede”, utilizam hipertexto, multimídia, interatividade, blogs, redes sociais, concebendo-os como verdadeiros agentes transformadores, em um jogo onde produtor e consumidor se plasmam (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCCI, 2014).

² “É a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela dos valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal” (LHOSA, 2013, p.19).

³ Por “Primeira Geração do Webjornalismo” entende as primeiras iniciativas de publicação de notícias pela WEB. Esta prática teve início por volta de 1995, quando as empresas jornalísticas começaram a transpor o conteúdo do jornalismo impresso para a WEB. No Brasil, o Grupo Estado foi um dos pioneiros a utilizar a WEB como parte de seus serviços (SCHWINGEL, 2008).

busca de inovação da linguagem, por meio da implantação de um sistema de hipermídia nos conteúdos jornalísticos, está profundamente relacionada à ética do Serviço Público, pois ele empodera o cidadão e o faz um agente ativo no processo de elaboração e comunicação das decisões das políticas públicas. A ética aqui é então tratada como:

- a) A perseguição e a busca pelo bem do “outro”, pela compaixão e pela solidariedade (ZAJDSZNAJDER, 1994; HONNETH, 2003): o Jornalista e os Diretores Gerais das organizações fomentam a ética em sua função pública quando a coletividade se beneficia de seus conhecimentos, decisões e ações inovadoras;
- b) Um conceito prático gerador de significados, crenças, resultados e hábitos comuns (SANTAELA, 2004; GRADIM, 2008, CASAGRANDE, 2011; GIDDENS, 1994): a informação quando tem significado gera um “*ethos* coletivo”.

Assim as mudanças vertiginosas operadas nos costumes, após a introdução dos avanços tecnológicos nas comunicações e informações, merecem revisões éticas nos comportamentos profissionais do Jornalista, em especial, naquele que se propõe a servir o país, como servidor público, bem como dos diretores das organizações públicas, responsáveis diretos pela gestão da política de comunicação. A consideração sobre as características da sociedade organizada em redes, evidenciada por Castells (1999), é essencial para compreender a cultura das pessoas na busca de diálogo, compartilhamentos e trocas simultâneas de informação. Isto é um imperativo necessário às organizações públicas porque os requisitos de qualidade de um produto, avaliados por um público, se transformam com a evolução da cultura (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2005).

O cenário atual de inovação, de hibridismo e de convergência tecnológica gesta uma sociedade permeada de lógicas, semânticas, comportamentos e práticas reconstruídas a velocidades exponenciais na eminência expansiva das plataformas digitais contemporâneas (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012). Esta conjuntura exige das organizações públicas brasileiras um compromisso com a construção de canais de comunicação eficazes, configurados à cultura contemporânea, capazes de inter-relacionarem os sistemas públicos e a sociedade, consolidando, assim, a democracia, pois os valores democráticos são edificados a partir da liberdade de expressão, de conhecimento, de comunicação e de informação (BRASIL, 1988).

Nos últimos anos, a ética e o diálogo entre o Estado e a Sociedade, num contexto histórico-cultural de introdução das TIC contemporâneas, foram assuntos assumidos como

agenda legislativa brasileira por meio da Constituição Federal de 1988 e a aprovação de diversos marcos legais, dentre os quais o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal (BRASIL, 2013) que, dentre as orientações, aponta o aperfeiçoamento do processo de comunicação e de contato com o público (Capítulo I, Seção II, alínea “e”) como um dos principais deveres do servidor público e, ainda, como uma das vedações aos servidores do Estado a não utilização dos avanços técnicos e científicos ao seu alcance ou do seu conhecimento (Capítulo I, Seção III, alínea “e”). Estes marcos legais são meios para garantir a consolidação da democracia e da cidadania por meio da comunicação, pois estas são conquistadas mediante o acesso aos dados gerados e mantidos pelo Estado e, a partir deles, construído o livre pensamento e a livre opinião dos cidadãos.

Sendo assim, frente a este novo cenário em que as hipermídias ganham importância como mecanismos essenciais de comunicação e de democracia, se introduzem na ética jornalística novos elementos de reflexão e de orientação de conduta profissional. Entretanto, é certo que a esfera do trabalho, muito mais do que simplesmente a aplicação prática de técnicas, sobretudo pelos meios tecnológicos, deve se revestir de valores e princípios públicos que transcendem à técnica. Ou seja, a técnica deve estar a serviço do bem do outro, do qual nós funcionários públicos devemos reverenciar. As noções de valores e de princípios éticos esclarecem e norteiam as capacidades técnicas e gerenciais.

Neste contexto descritivo, a pesquisa apresentada se propõe a um aprofundamento do conceito de ética jornalística impulsionado pelo contexto das hipermídias, apontando uma proposta de modelo de ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático como viabilização da ética no serviço público.

2. Objeto da Pesquisa

A pesquisa tem como objeto de investigação os princípios normativos dos conceitos de “aperfeiçoamento do processo de comunicação e contato com o público” e “utilização dos avanços técnicos e científicos” abrigados, respectivamente, no Capítulo I, Seção II, alínea “e” e na Seção III, alínea “e”, do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, o conteúdo jornalístico veiculado no *site* institucional do IFSULDEMINAS⁴, bem como as TIC contemporâneas como instrumentos para a viabilização da ética no serviço público.

⁴ Conforme “Anexo A” desta Dissertação, houve aprovação da autoridade competente do IFSULDEMINAS para a realização desta pesquisa.

Frente a este recorte, se observarão os comprometimentos e as limitações para a potencialização da ética do serviço público no que tange ao uso das hipermídias no processo de produção do conteúdo jornalístico desta instituição. Como e por que se usa determinada linguagem? Que ações são implementadas para adequar os mecanismos de comunicação ao atendimento do princípio da transparência garantido, especificamente, pelas normas completares do Código de Conduta da Alta Administração Federal? Se propõe, também, a pesquisar como se dá o uso dos mecanismos de comunicação, característicos da sociedade de informação, próprios do século XXI, utilizados para o aperfeiçoamento da cultura da transparência e o consequente cumprimento das responsabilidades pluridialógicas das instituições e sistemas públicos.

3. Pergunta da Pesquisa e Hipóteses

A Pergunta de Partida constitui um primeiro meio para pôr em prática uma das dimensões essenciais do processo científico: a ruptura com os preconceitos e as noções prévias (QUIVY; CAMPENHOUDT, 2005). As reflexões mencionadas na apresentação conduziram à questão norteadora da presente pesquisa:

Como aprimorar a gestão da comunicação no IFSULDEMINAS visando garantir os princípios éticos do serviço público federal na disseminação de conteúdo jornalístico hipermidiático?

Esta indagação fez emergir as seguintes hipóteses:

3.1. Hipótese central

A utilização das ferramentas de hipermídia potencializa a ética profissional dos Jornalistas do serviço público federal.

3.2. Hipóteses complementares

A. Quanto mais se aplica as ferramentas de hipermídia na divulgação dos conteúdos jornalísticos, mais ético é o Jornalista de uma instituição pública, pois as hipermídias potencializam os valores da democracia, da igualdade, da transparência e da participação, próprios da ética da administração pública.

B. A linguagem das hipermídias permite gerar significados para quem produz e para quem acessa a mensagem e, por sua vez, cria novas crenças, valores, hábitos e conteúdos normativos em uma coletividade social;

C. A aplicação dos ambientes de hipermídia permite a aproximação, a interação e a identificação do cidadão com a organização pública, empoderando-o para as relações sociais e democráticas;

D. As hipermídias são implantadas na instituição pública quando os gestores a interpretam como estratégia da ética profissional, para isto é necessário sensibilizá-los, pedagogicamente, acerca dos valores contidos no Código de Conduta da Alta Administração Federal.

4. Objetivos

4.1. Objetivo geral

Apresentar proposta de um modelo de ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático no IFSULDEMINAS, a partir dos conceitos éticos abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal como viabilização da ética jornalística de uma instituição federal de ensino superior.

4.2. Objetivo específico

Estudar e sugerir elementos para a criação de uma política de comunicação pública orientando e incentivando o uso das ferramentas de hipermídia como meio de fortalecimento e potencialização da ética no serviço público.

5. Estrutura

Esta pesquisa está estruturada em cinco seções. A primeira seção destina-se ao delineamento da investigação por meio das apresentações do objeto de análise, da instituição pesquisada, do método, os objetivos do trabalho e as hipóteses vislumbradas. Se evidencia o “Modelo de Análise de Investigação”, adotado como viés para a obtenção dos resultados propostos.

Na segunda seção se formula uma abordagem teórica acerca das Diretrizes Éticas do

Serviço Público Federal, determinadamente o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e os seus antecedentes históricos. Se esboça um breve exame sobre o sentido da ética a partir de uma interpretação filosófica pragmática e se reflete sobre sua aplicação no serviço público.

A terceira seção é destinada a apresentação das hipermídias como espaço para a potencialização da comunicação ética. A revisão de literatura caracteriza as hipermídias como nova forma de comunicação e como o jornalismo público deve adequar às demandas de linguagem deste tipo de mídia. Indica o jornalismo hipermidiático como forma de consolidação da cidadania e da democracia, além de corresponder a uma forte ferramenta de potencialização da ética no serviço público, sobretudo quando os gestores aplicarem este mecanismo estrategicamente e considerá-los essenciais nos processos de decisão.

A quarta seção aprofunda o tema por meio do Estudo de Caso do *site* do IFSULDEMINAS. Se averigua o tipo de linguagem estabelecido por este veículo de comunicação e a relação estabelecida pelos Jornalistas e Diretores Gerais dos *campi* da organização entre as normas do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e as hipermídias. Se investiga, também, a conjuntura da rotina de trabalho destes profissionais acerca das TIC contemporâneas e as práticas coletivas ético-profissionais no referente às novas maneiras de produção jornalística sob o prisma estratégico nas tomadas de decisão organizacional.

A quinta seção está reservada para a indicação de propostas de implementação das hipermídias no *site* do IFSULDEMINAS, por meio de um Modelo de Ação, como resposta à cultura contemporânea de maneira a permitir o acesso fácil, imediato, participativo, dialógico e integral às informações produzidas pelo órgão governamental estudado.

As considerações finais indicam os elementos mais relevantes decorrentes deste trabalho, bem como as principais contribuições da investigação para a ética das organizações e sistemas públicos, no contexto das hipermídias.

6. Procedimentos Metodológicos

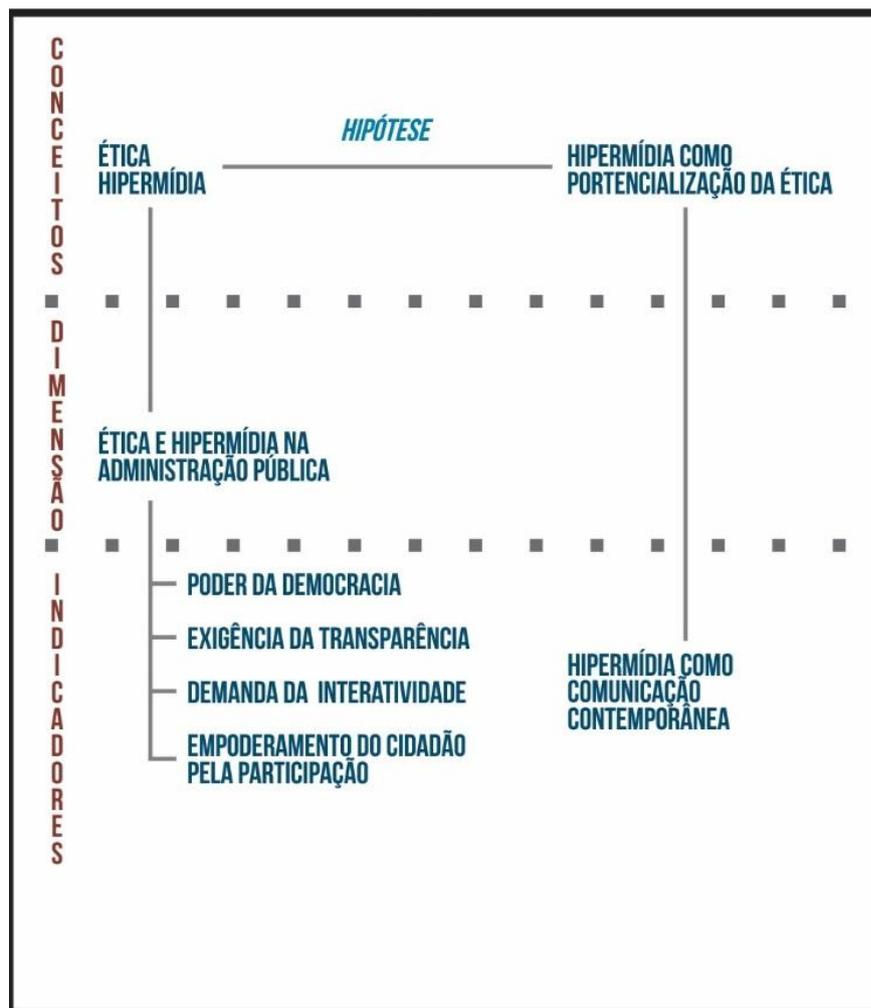
A metodologia adotada para a efetivação da pesquisa está alicerçada no uso do Modelo de Análise de Investigação proposto por Quivy e Campenhoudt (2005) e do Método de Análise de Conteúdo concebido por Laurence Bardin (1977), além da Matriz Analítica proposta por Baiocchi e Ferreira (1972).

Para Quivy e Campenhoudt (2005, p.31), “uma investigação é, por definição, algo que se procura. É um caminhar para um melhor conhecimento e deve ser aceite como tal, com todas as hesitações, desvios e incertezas que isso implica”. Eles acrescentam, também, o papel do responsável pelo projeto de investigação, quais sejam:

- A. Conceber o conjunto do projeto;
- B. Coordenar as operações com o máximo de coerência e eficácia;

O **Quadro 1** (abaixo) ilustra o Modelo de Análise de Investigação proposto por Quivy e Campenhoudt aplicado a esta pesquisa. Segundo esses autores, a construção do “Modelo de Análise” passa necessariamente pela “conceptualização”, ou seja, a elaboração dos conceitos fundantes da investigação. “Sem ela é impossível imaginar um trabalho que não se torne vago, impreciso e arbitrário” (QUIVY E CAMPENHOUDT, 2005, p.111). Este Modelo de Análise é aplicado a esta pesquisa da seguinte maneira:

Quadro nº 1 - Modelo de Análise de Investigação



Elaborado pelo autor (Baseado em QUIVY; CAMPENHOUDT, 2005)

São considerados basilares da pesquisa a compreensão sobre os “conceitos” de ética e hipermídia. Estes dois conceitos são tratados a partir das “dimensões” ou do enfoque da Administração Pública. Os “indicadores” de que há conexão científica possível entre os dois conceitos balizadores da pesquisa são:

- **O poder da democracia na sociedade contemporânea:** A democracia, a igualdade de direitos, a liberdade, a diversidade, a participação e solidariedade constituem os grandes valores éticos da sociedade contemporânea, pois eles são capazes de abrir um espaço público de diálogo em uma sociedade globalizada (AMORIM, 2000);
- **A exigência da transparência pelos cidadãos:** No contexto de construção de uma governança da comunicação, a transparência e o compartilhamento da informação pública são critérios para a prestação de um serviço ético. Os cidadãos exigem da administração pública processos e procedimentos claros (ANGÉLICO, 2012);
- **A demanda pela interatividade expressa pelas TIC contemporâneas:** Com a ação e a participação possibilitadas pelas hipermídias, o protótipo comunicacional tradicional formado por emissor, mensagem e receptor sofre uma reorientação. As TIC contemporâneas inauguram uma nova maneira de comunicação caracterizada pela forma circular, interativa e participativa (BRAMBILLA, 2005; PRIMO; TRÄSEL, 2006);
- **O empoderamento do cidadão pela participação nas decisões das políticas públicas:** Ao longo dos anos, a sociedade brasileira avançou na conquista de direitos e de deveres. Se no passado a administração pública era caracterizada por relações clientelistas e patrimonialistas, quando alguns cidadãos gozavam de privilégios, atualmente a sociedade organiza os sistemas políticos, econômicos e legislativos pela participação e pela isonomia (PAULA, 2005);

A conexão entre os conceitos “ética” e “hipermídias” e a consideração dos indicadores impulsionam para a formulação da hipótese central desta investigação: as hipermídias

potencializam a ética na administração pública, enquanto são ferramentas fortemente penetradas nas formas de comunicação da sociedade atual.

Para aplicar este conceito metodológico, optamos pela “pesquisa exploratória”. Habitualmente este percurso envolve levantamento bibliográfico e documental, entrevistas e estudos de caso. Para a execução da presente investigação elegemos como trajeto o levantamento bibliográfico e documental (revisão de literatura), bem como Estudo de Caso por meio das Entrevistas em Profundidade (DUARTE; BARROS,2005). “[As pesquisas exploratórias] são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2012, p.27). O produto final deste processo resulta um problema mais esclarecido, sujeito à investigação com procedimentos mais sistematizados.

O percurso técnico para a efetivação do “Modelo de Análise de Investigação” e do “Método de Análise de Conteúdo” desta “pesquisa exploratória” envolve as seguintes etapas:

1. **Revisão de literatura:** Leitura, análise e formulação de sustentação teórica a partir de livros, documentos e artigos científicos referentes aos temas: ética, ética no serviço público, hipermídias e métodos de pesquisa científica. A fundamentação teórica, aqui exposta, está amparada nos seguintes alicerces de argumentação:

Alicerce 1: O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, determinantemente as alíneas “e” da Seção II e III do Capítulo 1, pois estão em consonância com a proposta desta pesquisa, qual seja, a construção de um modelo de ação por meio das hipermídias capazes de viabilizarem uma ação ética do jornalista da instituição pública.

Alicerce 2: A consideração da complexidade do entendimento ético no campo da filosofia, induz à abordagem pragmática sobre a ética, pois nosso interesse se volta para a busca de resultados práticos; o Pragmatismo alimenta o desafio de resolver o problema da articulação entre teoria e práxis, próprio da esfera ética;

Alicerce 3: As diretrizes éticas de uma organização são dadas, predominantemente, pela coletividade e, por isso, são afetadas por fatores contingenciais, em específico os interesses próprios da organização e de seus *stakeholders*⁵;

⁵ *Stakeholders* significa público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma organização. Em inglês “*stake*” significa “*interesse, participação, risco*”. “*Holder*” significa “*aquele que possui*”. É uma palavra muito utilizada nas áreas de comunicação, administração e tecnologia da informação, com a finalidade de designar as pessoas e grupos mais importantes para um planejamento estratégico.

Alicerce 4: Características pessoais, valores e crenças dos decisores influenciam a estratégia de definição das diretrizes;

Alicerce 5: Os critérios para a construção de ambientes de hipermídias em organizações públicas são isomórficos e seguem valores indicados pela ética contemporânea, sobretudo, a democracia, a interatividade, a participação e a transparência;

Alicerce 6: A implantação das hipermídias nos conteúdos jornalísticos dos *sites* das organizações públicas potencializam a efetivação da ética no serviço público;

A opção por estes campos literários está fundamentada na proposta deste estudo, qual seja, apontar um modelo de ação sobre a conduta ética para os comunicadores de instituições de ensino federal, a fim de garantir à sociedade o amplo direito à informação, como critério para o empoderamento cidadão, em um contexto histórico marcado pela Sociedade da Informação, quando se verifica um vertiginoso fortalecimento das hipermídias.

2. **Estudo de caso por meio de Entrevista em Profundidade com o público considerado os *stakeholders***⁶: Segundo Godoy (1995), o estudo de caso busca responder “como” e “por que” certos fenômenos ocorrem. O pesquisador utiliza uma variedade de dados coletados por meio de variadas fontes de informação e a entrevista é uma das técnicas fundamentais da pesquisa. A entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada no âmbito das Ciências Sociais. De acordo com Gil (2012, p.109), “enquanto técnica de coleta de dados, a entrevista é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, creem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram”. Duarte e Barros (2005) reafirmam esta teoria ao defender a ideia segundo a qual as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, analisar, discutir e fazer prospectivas. Dentre os tipos de Entrevista em Profundidade existentes (DUARTE; BARROS, 2005), optamos pela semiabertas, pois elas indicam uma estruturação do roteiro das perguntas ao mesmo tempo em que permitem uma flexibilidade para o entrevistador intervir para obter o aprofundamento das indagações.

⁶ *Stakeholders* significa público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma organização. Em inglês “*stake*” significa “*interesse, participação, risco*”. “*Holder*” significa “*aquele que possui*”. É uma palavra muito utilizada nas áreas de comunicação, administração e tecnologia da informação, com a finalidade de designar as pessoas e grupos mais importantes para um planejamento estratégico (KUROSKI, 2002). Esta pesquisa considerará os jornalistas e os Diretores Gerais de todos os *campi* do IFSULDEMINAS como seus *stakeholders*.

Desta forma, as questões são semi estruturadas e há a necessidade de elaboração de um roteiro flexível. Segundo Duarte e Barros (2005, p.66), “a lista de questões desse modelo tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível. Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle”. A entrevista é efetivada em cinco momentos:

- a. No primeiro momento, os pesquisados (sete Jornalistas lotados em cada um dos *campi* do IFSULDEMINAS e na reitoria, bem como oito Diretores Gerais dos *campi*) recebem um convite via telefone. Posteriormente é enviado, por e-mail, um convite reiterando a participação nas entrevistas, nos quais são anexadas as pautas da entrevista (Ver Apêndices A e B) contendo as perguntas com a finalidade de preparar os entrevistados para o segundo momento desta etapa. Este roteiro é submetido à Plataforma Brasil e aprovado pelo Comitê de Ética da UFSCAR.⁷ “A entrevista por pautas apresenta certo grau de estruturação, já que se guia por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo do seu curso (GIL, 2012, p.112). Junto às perguntas é encaminhado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que é assinado pelos entrevistados (Ver Apêndice C).
- b. O segundo momento é a entrevista individual, “face a face”, com o objetivo de gravar as respostas e os possíveis esclarecimentos. Sobre este aspecto “a gravação, evidentemente, torna os dados obtidos mais precisos” (GODOY, 1995, p. 27).

Segundo o que aponta Gil (2012, p.114):

Essas entrevistas são muito utilizadas em estudos exploratórios, com o propósito de proporcionar melhor compreensão do problema, gerar hipóteses [...] Mas também podem ser utilizadas para investigar um tema em profundidade, como ocorre nas pesquisas designadas como qualitativas.

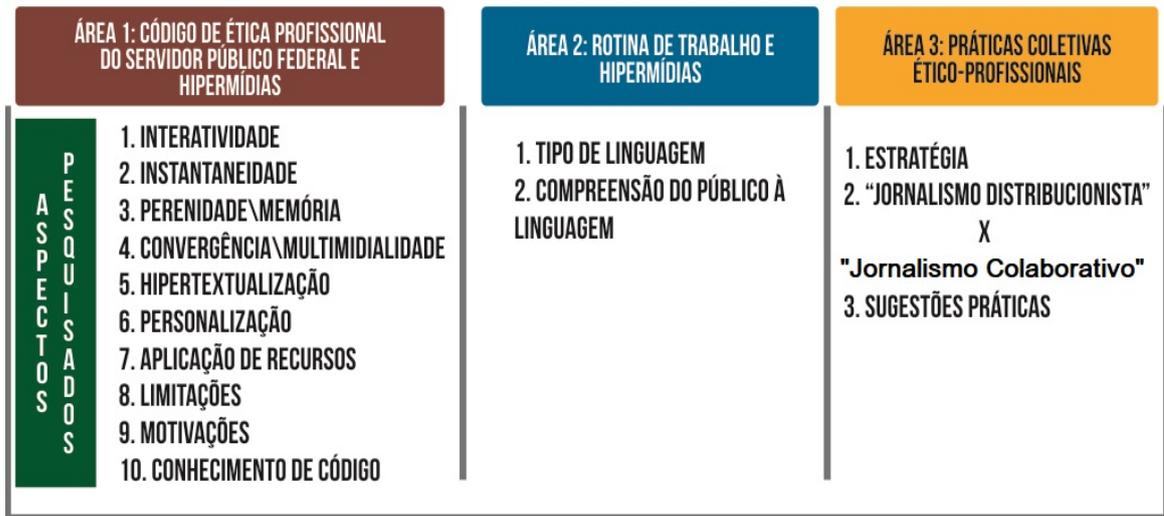
Nesta fase, os entrevistados também assinam o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para a participação na pesquisa.

- c. O terceiro momento desta etapa é a transcrição das entrevistas para o formato de textos, com o objetivo de analisá-los e interconectá-los à sustentação da revisão de literatura para a confirmação ou não das hipóteses, bem como a formulação e a indicação dos resultados finais. Depois de transcritas, as respostas são enviadas aos

⁷ A aprovação do roteiro de entrevistas pelo Comitê de Ética da UFSCar foi publicada na Plataforma Brasil no dia 18/09/2017. A pesquisa está registrada na Plataforma Brasil sob o número do CAAE: 71485617.1.0000.5504

entrevistados para submeter à análise e validação das informações. A transcrição das gravações é realizada na íntegra pelo pesquisador. Essas transcrições são comparadas para verificar a concordância entre elas e a gravação, garantindo a fidelidade e integridade. As entrevistas com o primeiro grupo considerado *stakeholders* (os jornalistas) versam sobre três áreas, cada qual contendo os aspectos expostos no **Quadro nº 2** (abaixo):

Quadro nº 2 – Áreas para entrevistas com Jornalistas



Elaborado pelo autor

As entrevistas com o segundo grupo considerado *stakeholders* (Diretores Gerais dos *Campi*) relaciona os temas Ética, Gestão e Jornalismo Hipermediático, contendo os aspectos expostos no **Quadro nº 3** (abaixo):

Quadro nº 3 – Áreas para entrevistas com Diretores Gerais



Elaborado pelo autor

d. O quarto momento é destinado à Análise de Conteúdo e segue as orientações apontadas pelos autores Bardin (1977) e Duarte e Barros (2005). Para Bardin (1977, p.38), “a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”. Seguindo raciocínio semelhante, Duarte e Barros (2005) orientam para a necessidade de organizar e estabelecer grupos de temas comuns encontrados nas respostas, agrupando-os em “caixas” ou em “categorias” separadas para se dedicar à análise individual e profunda de cada uma. As “categorias” são estruturas analíticas que agregam o conjunto de informações obtidas a partir da classificação de temas autônomos, porém inter-relacionados. “A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, posteriormente, por reagrupamento segundo gêneros comparativos” (BARDIN, 1977, p. 117).Essas categorias abordarão o conjunto de respostas dos entrevistados denominados nesta investigação, conforme os “Quadros 2 e 3”, de “Aspectos Pesquisados” e pretendem ser um “Prognóstico” (BAIOCCHI; FERREIRA, 1972) sobre a aplicação das hipermídias no conteúdo jornalístico do *site*. A categorização seguirá as seguintes características (BARDIN, 1977, p.120; DUARTE; BARROS, 2005, p. 298):

- exclusão mútua: um elemento incluído na categoria X não pode ser incluído na categoria Z;
- homogeneidade: só devem ser incluídas na mesma categoria unidades de registro da mesma natureza;
- pertinência: o sistema de categorias deve refletir as intenções da investigação;
- objetividade e fidelidade: os procedimentos classificatórios devem ser objetivos, de forma a garantir a fidelidade dos resultados, caso alguém queira repeti-los;
- produtividade: um conjunto de categorias deve fornecer resultados férteis índice de inferências, dados e novas hipóteses.

e. O quinto e último momento é o da inferência ou a redação analítica de cada “Aspecto Pesquisado” ou “Categoria”. A saber:

Informações coletadas nas entrevistas com os Jornalistas:

Categoria Área 1:	Código de Ética Profissional do Servidor Público do Poder Executivo Federal e hipermídias;
Categoria Área 2:	Rotina de trabalho e hipermídias;
Categoria Área 3:	Práticas coletivas ético-profissionais;

Informações coletadas nas entrevistas com os Diretores Gerais:

Categoria Área Única:	Gestão, ética e hipermídias;
------------------------------	------------------------------

A partir do prognóstico encontrado na Análise de Conteúdo, se apresentam as propostas de um Modelo de Ação ou “Soluções” (BAIOCCHI; FERREIRA, 1972) para a potencialização da ética jornalística no portal deste órgão da administração pública federal.

Trata-se da fase mais produtora da pesquisa, pois por “inferência”, entende-se uma operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras. Inferir significa “extrair uma consequência” (BARDIN, 1977, p.39). Assim, nesta fase, há a conexão das mensagens e informações coletadas pelas entrevistas em profundidade à revisão de literatura e, a partir daí, vão ser elaboradas as propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico em uma instituição federal de ensino, o IFSULDEMINAS, objetivo principal deste trabalho.

CAPÍTULO I: DIRETRIZES ÉTICAS DO SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

*A vida sem exame não vale a pena ser vivida.
(Sócrates – Apologia, 38a)*

A pesquisa acerca das propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico em uma instituição federal de ensino está pautada na literatura já existente sobre ética e ética na administração das organizações e sistemas públicos, nomeadamente as alíneas “e” das Seções II e III do Capítulo 1 do Decreto nº 1.171, de 22 de junho de 1994, conhecido como Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, pois estão em estrita conexão com o objetivo deste trabalho.

Este capítulo expõe uma breve reflexão sobre o Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal, além de um exame sobre a ética e o seu desenvolvimento no decorrer dos séculos, sem, contudo, ater-se à complexidade filosófica sobre o tema, sob pena de não aplicá-la ao campo da realidade cotidiana das organizações e sistemas públicos, dada a notória profundidade do assunto. Esta reflexão concisa tem por finalidade esclarecer como a passagem da sociedade tradicional para um modelo cultural fundamentado na liberdade, na democracia, na razão e na cultura tecnológica repercute sobre a interpretação dos valores, sobre a criação de novos costumes e sobre como os agentes públicos podem pensar e definir suas ações neste novo contexto contemporâneo.

1.1. O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo

Em 22 de junho de 1994, o então presidente da República, Itamar Franco, publicou o Decreto nº 1.171 e aprovava o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal. O código de conduta na gestão pública surge como tentativa de regular, orientar e apontar diretrizes de comportamento e ações virtuosas, sobretudo depois da administração pública brasileira experimentar graves problemas, desvirtuamentos e crises éticas, quando interesses particulares de agentes públicos se sobrepuseram ao bem público (BRASIL, 2015).

O estudo do Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal permite dele extrair duas alíneas fundamentais, contidas no Capítulo 1, para a elucidação e aprofundamento desta pesquisa. A saber:

Seção II: Dos Principais Deveres do Servidor Público:

[...] e) tratar cuidadosamente os usuários dos serviços, aperfeiçoando o processo de comunicação e contato com o público;

Seção III: Das vedações ao Servidor Público:

[...] e) deixar de utilizar os avanços técnicos e científicos ao seu alcance ou do seu conhecimento para atendimento do seu mister;

Como se nota, é dever do servidor público o tratamento cuidadoso da sociedade, usuária dos serviços, à medida que aperfeiçoa os processos de comunicação e de aproximação com o público. Ademais a utilização dos avanços tecnológicos e científicos se justapõe à conduta ética do servidor na medida em que ela facilita o acesso aos serviços prestados pela instituição pública, bem como provoca a imersão do cidadão nos processos informacionais das organizações federais.

Sobre a função da normatização da ética contemplada na legislação em questão pode-se destacar a importância de oferecer aos servidores públicos algumas diretrizes de ação, no contexto histórico caracterizado pela comunicação de massa (LÉVY,2000). Chama a atenção o fato de que a publicação do Código investigado data da primeira metade da última década do século XX, quando a Internet ainda estava em fase embrionária. Contudo, o ideário do uso das hipermídias se enquadra na ação de aperfeiçoamento da comunicação e do diálogo entre Estado e Sociedade, fortemente evidenciados nesta legislação.

Nota-se a normatização da ética, por meio de um Código, como atribuição de recomendações e elaboração de normas e prescrições morais, enquanto reflete filosófica e pragmaticamente os conceitos de liberdade, necessidade, valor, consciência e sociabilidade (VÁZQUEZ, 2002). Os Códigos Éticos são, desta maneira, uma ferramenta para se discutir e aplicar os critérios valorativos em situações concretas com que as pessoas defrontam-se, bem

como debater a coerência na aplicação destas ideias e as razões e argumentos a que se deve apelar para justificá-los (MARCONDES, 2007). Daí se compreende a localização da comunicação, da informação e dos avanços técnicos a elas relacionadas no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, pois a promoção da comunicação na rotina e nas estratégias de trabalho depende da inserção da mesma na cultura da organização, vista como viabilização e potencialização da ética. Por isso, os valores éticos devem ser incorporados às políticas e regras, bem como sofrer incentivos (MENDES; ANDRADE JÚNIOR, 2010).

Entretanto, as noções hierarquizadas de Gestão Pública e a impermeabilidade das organizações do Estado frente às reivindicações sociais dificultam a aplicação dos novos processos comunicacionais advindos das TIC contemporâneas. Estas dificuldades de natureza ética na comunicação das organizações e sistemas públicos ocorrem de várias maneiras, dentre as quais, na “falta de um projeto ou de uma orientação. Na forma também do esvaziamento de instituições que perdem a sua capacidade de corresponder àquilo para o que foram criadas” (ZAJDSZNAJDER, 1994, p.16). Ainda de acordo com este autor, a ausência da efetivação da ética no serviço público é decorrente do comportamento imediatista e míope dos que se dedicam à vida pública, além da dificuldade de se obter consensos e da falta de uma ação coletiva continuada e estrategicamente articulada.

O ideário para o estabelecimento de uma comunicação aberta, dinâmica, transparente e participativa entre o Estado e a Sociedade, conforme defendem as alíneas do Código ora pesquisado, é resultado de movimento histórico cuja ética fundamenta-se no fomento da democracia, na eficiência e na transparência dos serviços prestados pelo Estado, sempre permeável à demanda social. O resultado de uma Administração Pública, cujos processos comunicacionais e de contato com o público são sempre aperfeiçoados pela utilização dos avanços técnicos, é o estímulo à liberdade de pensamento dos cidadãos como exposto por Blázquez (1999, p. 225):

A liberdade de pensamento é a capacidade efetiva que todos nós temos para pensar, refletir, imaginar ou sonhar acordados sobre aquilo que nos dê vontade, sem ingerências externas por parte do Estado. [...] A liberdade de pensamento significa que cada pessoa pode pensar, imaginar ou fantasiar sem que nenhuma autoridade alheia à nossa consciência tenha direito de impedi-lo.

Segundo este autor, da liberdade de pensamento decorre a liberdade de informação, entendida como direito de informar e de ser informado, sobre as quais geram a cidadania e a democracia. Estas podem ser promovidas pela utilização dos *mass media*,

contemporaneamente pelas ferramentas hipermediáticas. Ao Estado cabe a responsabilidade de informar ampla e absolutamente o cidadão, tratando-o cuidadosamente e permitindo-lhe construir e expressar livremente sua opinião, o que exige dos organismos públicos um remodelamento das técnicas de contato com a sociedade, como atesta Lévy (2000, p.185):

Uma política voluntarista da parte dos poderes públicos, de coletividades locais, de associações de cidadãos e de grupos de empresários pode colocar o ciberespaço a serviço do desenvolvimento de regiões desfavorecidas explorando ao máximo seu potencial de inteligência coletiva: valorização das competências locais, organização das complementariedades entre recursos e projetos, trocas de saberes e experiências, redes de ajuda mútua, maior participação da população nas decisões políticas, abertura planetária para diversas formas de especialidades e parcerias. Enfatizo mais uma vez que esse uso do ciberespaço não deriva automaticamente da presença de equipamentos materiais, mas que exige igualmente uma profunda reforma das mentalidades, dos modos de organização e hábitos políticos.

1.2. Antecedentes históricos do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal

Nas últimas décadas, as transformações econômicas, culturais, tecnológicas e sociais trouxeram à tona a necessidade de uma reforma na administração do Estado e de construção de um modelo ético de gestão pública fundamentado na interação entre governo e sociedade. Na busca por uma administração mais democrática e dialogante com o cidadão, a reflexão sobre a Ética na gestão pública ganhou força e espaço. A estratégia de desenvolvimento de uma nova administração pública busca superar a ética patrimonialista e autoritária caracterizada pelo predomínio das relações pessoais, pelo uso privado dos bens públicos, pelas práticas clientelistas de troca de favores e por altos índices de corrupção. O modelo burocrático weberiano quis suplantá-la constituindo-se sob a forma de organização racional-legal, caracterizado pela rígida obediência a normas impessoais, estrutura hierarquizada e servidores profissionalizados. Contudo, a burocracia produziu uma estrutura onerosa, isolada da sociedade, voltada para si mesma e impermeável às demandas da sociedade, além de suas intenções moralizantes (AMORIM, 2000).

A sociedade reagiu a este protótipo rígido de gestão. Propostas de transformação do Estado irromperam-se no modelo gerencial, nascido na Grã-Bretanha, no final da década de 1970, com a pretensão de conquistar mais eficiência por meio da redução de custos e retração das atividades do Estado. A inspiração brotou do modelo gerencial da iniciativa privada (PAULA, 2005).

Mesmo com a reforma do Estado, costumes e práticas marcantes do período colonial ainda persistem na esfera pública (PAULA, 2005, p. 141):

A implementação do modelo gerencialista de gestão pública não resultou em uma ruptura com a linha tecnocrática, além de continuar reproduzindo o autoritarismo e o patrimonialismo, pois o processo decisório continuou como um monopólio do núcleo estratégico do Estado e das instâncias executivas e o ideal tecnocrático foi reconstruído pela nova política de recursos humanos. Por outro lado, a despeito do discurso participativo da nova administração pública, a estrutura e a dinâmica do Estado pós-reforma não garantiram uma inserção da sociedade civil nas decisões estratégicas e na formulação de políticas públicas.

Apesar das culturas patrimonialista e autoritária se manterem, o contexto de busca pela aproximação com o cidadão, com o objetivo de fomentar uma gestão pública participativa e transparente, emergiu nos governos pós-ditadura militar (1965-1985), ao menos na formulação de leis, no Brasil, que garantissem a superação de uma cultura administrativa predominantemente personalista para a implantação de uma ética voltada ao bem coletivo. À proposta gerencial, seguiram-se duas propostas: a *Consumerism*, na qual a eficiência, agregou-se a preocupação com a qualidade dos serviços prestados à sociedade e o cidadão passa a ser tratado como cliente; e a *Public Service Orientation* quando se propõe reintroduzir a preocupação com os valores democráticos, incluindo temas centrais como a cidadania, a participação política, a transparência, a *accountability*, a equidade, a justiça e a descentralização, nas quais o cidadão aprende com o debate público (AMORIM, 2000).

Assim, paulatinamente, enquanto a democracia é restabelecida no país, a legislação desloca-se para um eixo de fomento à participação cidadã e a valores como impessoalidade, publicidade, eficiência e transparência. Orientações para os servidores públicos respaldarem suas decisões e ações por condutas inspiradas na preocupação do melhor atendimento à sociedade e ao cidadão são apresentados. Mobilizações sociais, com o intuito de instalar um governo participativo, alcançaram o seu auge já na década de 1960 durante o governo de João Goulart, mas foi reprimida pelo golpe de 1964. Esta ética re-emergiu na década de 1970 e reforçou a proposta de tornar a gestão pública permeável à participação popular. Nesta época, iniciativas para romper com a forma centralizada e autoritária de governo começam a ser experimentadas. O tema da participação popular atinge seu apogeu no momento da elaboração da Constituinte, quando diferentes forças políticas apresentaram suas propostas para a elaboração de um novo referencial das relações entre o Estado e a Sociedade (PAULA, 2005).

A implantação de uma administração pública orientada pela ética dialogante, participativa e transparente seguiu experiências internacionais. No cenário mundial, muitos

países revelam crescente interesse dos poderes públicos aplicarem instrumentos de controle da conduta ética dos servidores públicos e promoverem valores éticos, como também responder às exigências de transparência do processo decisório governamental por imposição da sociedade (CARNEIRO, 1998).

A ética no serviço público é entendida, assim, como instrumento eficaz para a proteção dos direitos fundamentais, dentre eles o da informação, ao identificar a necessidade de estudar as ações dos agentes públicos, sobretudo, no que se refere à efetividade dessas ações sobre o interesse público. A conduta do agente do Estado deve ser dirigida para a consecução do bem comum. Esta perspectiva se relaciona de forma direta com o conceito de democracia e cidadania (MENDES; ANDRADE JÚNIOR, 2010).

Desta maneira, a Constituição Federal (1988) mobilizou o cidadão e a sociedade para o envolvimento ativo na formação e na defesa do interesse público. Para possibilitar o diálogo entre o Estado e a Sociedade, abriu-se o debate acerca das melhores ferramentas para a interlocução entre o serviço público e o cidadão e como desempenhar este diálogo de uma maneira ética. Neste contexto, é que o Decreto 1.171/1994 foi aprovado e, com ele, constituídas as Comissões de Ética em todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal. É necessário destacar a aprovação desta lei como decorrente da aplicação do Artigo 37 da Constituição Federal: “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”.

1.3. Exame sobre o sentido da ética

No atual período da história, quando a razão e a Ciência declinam de seu sentido de positividade, quando a política mostra o seu avesso, quando a arte perde sua direção de ordenamento do sentir-pensar e harmonizar, quando as organizações públicas buscam restabelecer credibilidade, quando a tecnologia comanda a Ciência e a Economia comanda a política, o emudecimento salta como a característica da ética na contemporaneidade. Em tal contexto, a humanidade ingressa na pós-modernidade e vive-se a experiência fundamental do enfraquecimento de qualquer padrão maior, da descrença em relação às organizações e às propostas de virtudes profissionais e humanitárias (ZAJDSZNAJDER, 1994).

A crise ética da contemporaneidade pode ser retratada como a discrepância entre o excesso de poder e a escassez de orientação, de norteamento e de diretrizes para a utilização deste poder. A liberdade de escolha conduz a um estado de incertezas e de ambivalência dos

juízos morais: um fenômeno a ser corrigido (BAUMAN, 1997). Esta é a época do oferecimento de uma plenitude de vida dentro da qual não há solidez. Na atualidade, vive-se a experiência de uma liberdade ilimitada concedida pela ausência de padrões que se imponham como ocorreu na antiguidade, quando a expressão “ética” começou a ser cravada, debatida, esclarecida e entendida.

Vem da Grécia clássica (século V a.C.) e da antiga Roma o sentido original da palavra ética. Ela evoca de sua ortografia, “*Ethos*”, para os gregos e “*Mores*”, para os romanos, a ideia de bem, de caráter, de índole natural, de temperamento, de hábito e de costumes capazes de inserir o ser humano no convívio com a sociedade. Estas duas expressões buscam captar uma semântica complexa, polifacetada e plural, conforme aponta Zajdsznajder (1994, p.71) sobre o conceito de “ética”:

1. Um conjunto de normas codificadas ou não sobre como devem se conduzir as pessoas e as instituições nas diversas situações que se apresentam a vida, servindo para distinguir o que é um bom ou um mau comportamento e estabelecendo de algum modo o que seria um comportamento correto e ideal;
2. Um conjunto de ideias acerca de como deve ser conduzida a vida humana para que seja considerada boa ou feliz;
3. A maneira como as pessoas e instituições comportam-se realmente na prática;

Também segundo este autor, a compreensão sobre ética pode ser conduzida à análise de como ocorrem a reflexão e o raciocínio quando os seres humanos tomam decisões ou resolvem agir, segundo o que é correto ou incorreto, no sentido de bom ou mau. À ética cabem também reflexões sobre a origem das normas, o seu fundamento e a sua justificativa (ZAJDSZNAJDER, 1994)⁸.

Assim, etimologicamente, o significado da palavra ética busca uma aproximação do comportamento do ser humano daquilo a que os primeiros filósofos denominaram “Bem Supremo”⁹. Por isso, em sua raiz, o termo tem conotação fortemente religiosa e assim vigorou especialmente na Antiguidade e na Idade Média. As regras e as normas de como viver e agir nas antigas sociedades provinham dos deuses ou de Deus; eram transcendentais à humanidade.

⁸ Se o autor tende a apresentar o significado da palavra “ética” como “normas”, cabe a crítica segundo a qual as “normas” se ajustam ao entendimento sobre o que é “moral”. A expressão grega “*ethós*”, compreendida enquanto temperamento e índole do indivíduo pode se ajustar à reflexão e à análise sobre as normas e as leis de uma sociedade. Ética é, então, o posicionamento comportamental de uma pessoa frente às regras de uma sociedade.

⁹ Platão (428-348 a.C.) é um dos primeiros grandes pensadores gregos a introduzir em sua obra o tema da Ética, enquanto apresenta o sábio como o personagem que, tendo atingido a visão ou a contemplação do “Bem Supremo”, pela ascensão de sua alma até o plano mais elevado e mais abstrato do real, é capaz de agir de forma justa e de conhecer a Verdade, a Justiça e a Beleza e, portanto, ter a sua conduta orientada pela Ética (Marcondes, 2007).

Havia, portanto, um universo fixo que era o fiador dos modos de existência ética. A conduta humana deveria ser uma cópia ou uma derivação do Supremo Bem. Os preceitos éticos, para serem seguidos, precisavam ser apresentados como leis divinas ou cósmicas, pré-estabelecidas pela natureza (SILVA; POZZOLI, 2009). A expressão “ética” traz em si o sentido do exercício das virtudes e do ajuste do comportamento pessoal e coletivo a este “Bem” transcendente ao ser humano.

A concepção de ética como um valor transcendente está fortemente arraigada no pensamento medieval. Pode-se ilustrar esta concepção analisando a filosofia do livre arbítrio de Agostinho de Hipona (354-430). A argumentação de que o livre-arbítrio fora dado ao homem, para viver retamente, declina de um outro princípio: o da justiça divina. Para Agostinho, se o homem não tivesse livre-arbítrio, não seria merecedor do castigo, já que seu pecado não seria culposo. Caso o livre-arbítrio tivesse sido dado para levar o homem a pecar, Deus não poderia castigá-lo. Logo, é necessário que o livre-arbítrio tenha sido dado ao homem unicamente com o objetivo de torná-lo reto, e que o prêmio ou o castigo recaem sobre o homem com justiça (COSTA, 2007). Desta forma, usufruindo do livre arbítrio, o ser humano pode orientar sua conduta para a aproximação ou para o distanciamento do “Bem Supremo”.

Contudo, no decorrer dos tempos, a humanidade viria a se perguntar: os valores éticos são transcendentais à natureza humana ou eles podem ser adquiridos, ensinados e configurados à contingencialidade de um contexto cultural e histórico? É a ética um valor imanente ou transcendente à natureza humana? (MARCONDES, 2007).

Mesmo no período da Antiguidade e da Idade Média, quando a defesa da ética como valor absoluto e universal é relevante, debates sobre as questões do relativismo histórico e cultural dos critérios éticos estão explícitos. O diálogo travado entre Sócrates e Mênon¹⁰, exposto por Platão (2001, p.19), é revelador neste sentido:

Mênon: Podes dizer-me, Sócrates: a virtude é coisa que se ensina? Ou não é coisa que se ensina mas que se adquire pelo exercício? Ou nem coisa que se adquire pelo exercício nem coisa que se aprende, mas algo que advém aos homens por natureza ou por alguma outra maneira?

Sócrates: [...] Corro o risco de que penses que sou algum bem-aventurado – pelo menos alguém que sabe se a virtude é coisa que se ensina ou de que maneira se

¹⁰ O ponto de partida da obra de Platão denominada *Mênon* é o questionamento sobre se é possível ensinar a virtude. A resposta de Platão é negativa, pois segundo o filósofo grego ou o ser humano já a traz em si ou nada será capaz de incuti-la. Ela é inata. Contudo, encontra-se adormecida nas pessoas e a tarefa do filósofo é despertá-la. Por traz do conceito de “despertar” pode-se considerar a existência do elemento histórico-relativista, pois se esta teoria é verdadeira é certo que a “virtude” será “despertada” a partir dos valores e crenças impostos por aquele período histórico e cultural.

produz -; mas estou tão longe de saber se ela se ensina ou não, que nem sequer o que isso, a virtude, possa ser, me acontece saber, absolutamente.

A dúvida, ou a fluidez, ou a flexibilidade, ou a abertura à opinião contraditória do personagem Sócrates, neste opúsculo platônico, acerca daquilo que é ética viajam pelos séculos e provocam rupturas e alterações no entendimento da virtude enquanto um elemento já posto, fixo, pré-estabelecido e dado *a priori* pelo transcendente¹¹.

No percurso da história, em decorrência da introdução de novos valores como são a hegemonia da razão, no período moderno, e mesmo a ausência de padrões de comportamento, próprio da pós-modernidade e da contemporaneidade, a ética transcendente dá lugar às regras de conduta imanentes, isto é, construídas a partir de fenômenos próprios do ser humano, como luta por autoconservação, consciência de si e do outro, reconhecimento, interesses, poder, amor, habilidade para elaboração normativa e solidariedade (HONNETH, 2003). A ética teocêntrica é substituída por uma ética antropocêntrica¹³. A modernidade impõe uma forma diferente de problematizar a existência em sociedade livrando-se das hierarquias da dominância e da submissão inerentes àquela ordem. A modernidade deixa de lado a premissa da hierarquia cosmológica e a partir deste divórcio podemos vislumbrar a abertura para a cidadania e para a igualdade, as quais ainda são objeto de disputa nos dias atuais (BORGES, 2013).

Assim, diferentes hermenêuticas éticas surgiram no decorrer do tempo, como a Ética Idealista, a Ética Realista, a Ética Existencialista e a Ética Pragmatista, própria da contemporaneidade. Configurados à proposta prática desta pesquisa, esboçaremos brevemente uma revisão acerca do concernente à Ética Pragmática, pois sua argumentação defende os testes e as provas das afirmações que envolvem valor, além de aferirem uma ética pela comunicação. Na visão pragmática, os objetos têm valor neutro em si mesmos e os julgamentos morais não devem ser baseados na ação feita e sim nos resultados da ação (BARGER, 2011).

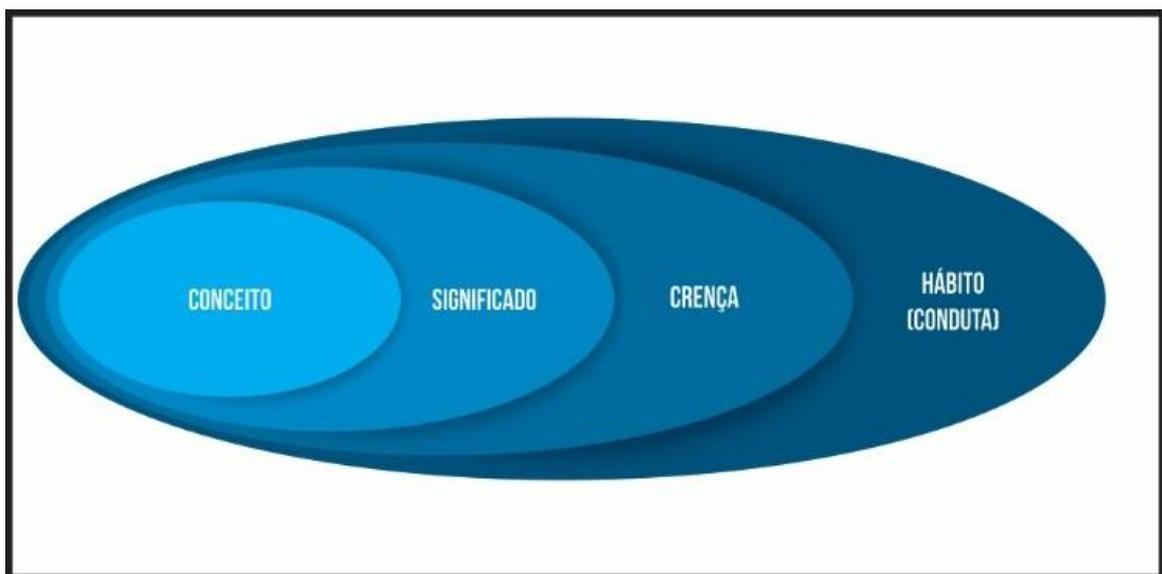
¹¹ Sabe-se da diferença originária entre os termos “ética”(ethós) e “virtude” (areté). A expressão grega “ethós” se aplica aos valores que permeiam uma cultura. Já o termo grego “areté” explica a competência, a capacidade operacional e profissional de cada pessoa. Na reflexão proposta por esta pesquisa, verifica-se uma complementação entre os dois termos, na medida em que a “areté” do Jornalista é comunicar e seu “ethós” é fazer a informação ser democratizada. Ou seja, quanto mais o Jornalista exercer sua competência e potencializar sua capacidade profissional pelos recursos das hipermídias, mais ético será o seu trabalho, pois a sociedade tomará posse das informações de forma participativa, crítica e colaborativa.

¹³ Por “ética teocêntrica” entendem-se as condutas e os valores fundamentados nos princípios religiosos. A palavra “teocêntrica” significa “Deus no centro”. Por “ética antropocêntrica” entendem-se as condutas e os valores elaborados a partir da razão humana. A palavra “antropocêntrica” significa “O Ser Humano no centro” (REALE; ANTISERI,1990).

O filósofo Charles Sanders Peirce (1839-1914) é um dos principais representantes do Pragmatismo. Para ele, mais do que corrente filosófica, o Pragmatismo é um método ou critério para determinar o significado dos conceitos, mediante a sua fixação da crença, por intermédio do hábito. O hábito é aquilo que nos leva a agir, pois o que verdadeiramente conhecemos é aquilo que nos afeta e nos impulsiona à ação (SANTAELLA, 2004). Para Peirce, o significado dos conceitos tem uma finalidade prática enquanto afeta a conduta. O Pragmatismo é uma doutrina correta apenas na medida em que se reconhece que a ação material é o mero aspecto exterior das ideias (IBRI, 1992).

Desta forma, para o Pragmatismo o significado não é conteúdo abstrato e mental que dá sentido a um significante, mas hábitos que estão associados ao objeto do conceito. Quando se descobrem os hábitos em torno de um conceito e as expectativas envolvidas alcança-se seus significados. (ALMEIDA, 2009).

Figura nº 1 – O Pragmatismo de Peirce



Elaborada pelo autor

A experiência humana é então sempre mediada por signos, de forma que as experiências das pessoas são mediadas pelas experiências dos seus parceiros de comunicação, incluindo as dos antepassados. Como consequência, a experiência está presente à consciência individual, mas também é sempre coletiva e comunicacional. Associando esta crítica do significado à conduta ética, Gradim (2008, p.147) afirma:

A crítica do significado de Peirce está associada à dimensão de racionalização ética, na medida em que uma das consequências de o interpretante final ser identificado

com o hábito é que a clarificação do significado, a aplicação da máxima pragmática, permite a progressiva racionalização da conduta e do universo, pelo que o seu aporte ético não pode ser ignorado.

Longe de propor uma ética subjetiva, Peirce apresenta uma solução ética pela comunicação inter-relacional entre um “locutor” e um “auditor”. Não apenas no sentido de estabelecimento de convenções de acordo com a argumentação do contratualismo hobessiano¹⁵, mas de fornecimento de sentidos comuns a um conceito. Como afirma Gradim (2008, p.455):

Todo o signo faz parte de um universo discursivo comum a locutor e auditor, que não é explicitado no próprio signo, e do qual ambos tomam conhecimento a partir de experiências colaterais prévias. Todas as proposições vulgares se referem ao universo real, e habitualmente, ao ambiente mais próximo são as circunstâncias sob as quais a proposição é enunciada ou escrita que indicam esse ambiente como aquilo que é referido, pois o universo tem de ser entendido como sendo familiar a locutor e auditor, ou nenhum tipo de comunicação sobre ele poderia ter lugar entre os dois; Assim, dirá Peirce que todas as proposições “se referem à Verdade”, i.e., tentam antes demais exprimir o verdadeiro, e esse é o primeiro contrato que supõem entre locutor e auditor.

A partir da inquirição comunicacional, Peirce afirma a ética não como a ciência que determina a ação boa ou má, mas o que torna o bem bom e o mal mau. Ética é hábito.

Como corrobora Bourdieu (2004), o hábito, nessa concepção, é um elemento central da construção social da realidade na medida em que garante a reciprocidade da ação entre os semelhantes – ou seja, o “*habitus*” é o princípio estruturador de práticas, gostos e ações

¹⁵ Para Thomas Hobbes (1588-1679), o fenômeno ético está restrito às manifestações humanas. Para o modelo hobessiano, a essência da natureza do ser humano é mecanicista, isto é, move-se por si próprio e se destaca pela capacidade de empenhar-se para o seu bem-estar futuro. Esse comportamento por antecipação se potencializa no momento em que o ser humano depara com um próximo e, da suspeita, nasce uma forma de intensificação do poder, a fim de evitar no futuro o ataque possível do outro. É o que o filósofo chama, na obra *Leviatã* (Capítulo XIV: Da primeira e Segunda leis naturais, e dos contratos), de “estado natural” do ser humano marcado pela violência: “*E dado que a condição do homem é uma condição de guerra de todos contra todos, sendo neste caso cada um governado por sua própria razão, e não havendo nada, de que possa lançar mão, que não possa servir-lhe de ajuda para a preservação de sua vida contra seus inimigos, segue-se daqui que numa tal condição todo homem tem direito a todas as coisas*”. Para não sucumbir à destruição social provocada por este permanente estado de “guerra de todos contra todos” os humanos se dispõem ao “contrato social”, ou seja, uma ética capaz de regular e harmonizar a convivência. Aqui entra a função do Estado como disciplinador deste contrato ético. O Estado irá impedir as consequências negativas manifestas da situação duradoura de uma luta entre os homens. O temor permanente e a desconfiança recíproca, de todos os sujeitos a um poder soberano pode ser o resultado de uma ponderação de interesses, racional com respeito a fins, por parte de cada um. O “contrato Social” encontra sua justificação no fato de somente ele ser capaz de dar um fim à guerra de todos contra todos e conduzir os sujeitos à autoconservação individual (Honneth, 2003). Esta teoria permite a alguns estudiosos interpretarem o *Leviatã* como a personificação do Estado segundo a ética democrática. Dentre eles estão Moraes, Souza e Salgado (2015, p.113): “*O modelo construído por Hobbes se torna, nessa perspectiva, a condição de possibilidade para o surgimento do regime democrático, que se concretiza justamente com a queda do Antigo Regime e a desencarnação do lugar do poder. Hobbes, portanto, não seria apenas pai do Leviatã - uma análise genealógica aponta uma relação íntima entre a teoria hobbesiana e o regime democrático*”.

adquiridos pelo indivíduo no decorrer de sua trajetória social. O “*habitus*”, elemento de intermediação entre o individual e o social, está em permanente transformação na garantia de manutenção de seus princípios práticos.

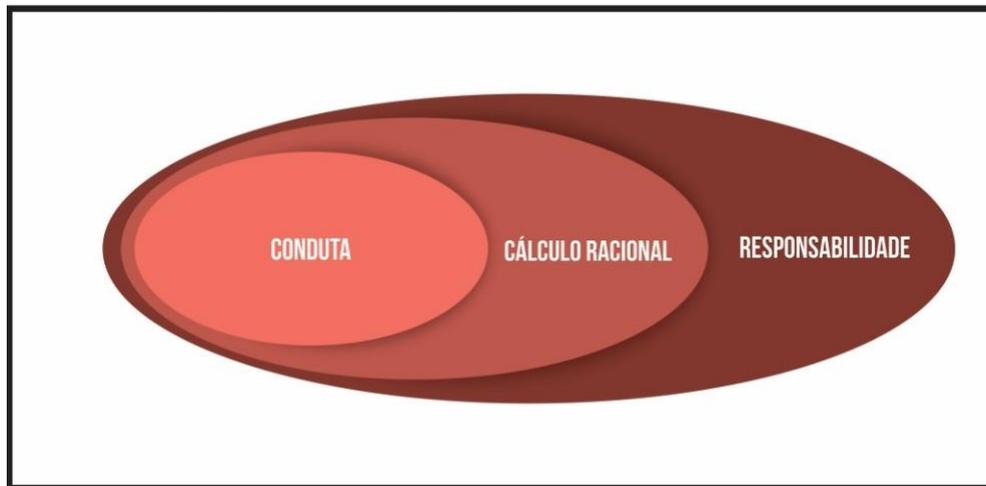
Para se compreender a ética pragmática na contemporaneidade é imprescindível uma breve análise sobre a teoria da Ação Comunicativa de Jürgen Habermas (1929). Para este filósofo alemão o contrato com o mundo é mediado linguisticamente. A linguagem é um processo de interação e um enfoque performativo dos sujeitos capazes de ação e de fala e é condição a partir da qual a compreensão e o conhecimento objetivo são possíveis. Desta forma, é no agir comunicativo que os processos de integração social e de normatização da ação humana se estruturam. É na ação comunicativa que a ética se estrutura e se fundamenta. A fundamentação da chamada “ética do discurso” exige (HABERMAS, *apud* CASAGRANDE, p.137):

1. A indicação de um princípio de universalização que funcione como regra da argumentação;
2. A identificação de pressupostos pragmáticos da argumentação que sejam inevitáveis e tenham conteúdo normativo;
3. A exposição explícita desse conteúdo normativo, por exemplo, sob a forma de regras do Discurso; e
4. A comprovação de que há uma relação de implicação material entre (3) e (1) em conexão com a ideia de justificação de normas.

Para Habermas, é no agir comunicativo que as pretensões de validade – pretensões de verdade, de correção normativa e de sinceridade – podem alcançar o reconhecimento intersubjetivo necessário ao entendimento e à coordenação social (CASAGRANDE, C.; CASAGRANDE, E., 2011).

Ainda nesta linha Pragmatista pode-se citar a ética da responsabilidade, de Max Weber (1864-1920), ao considerar a possibilidade das consequências das ações de um indivíduo serem díspares de suas intenções. O homem que pauta seus atos por esta ética usa de um cálculo racional dos resultados oriundos de suas condutas, e não apenas em função da correção de suas intenções (GIDDENS, 1994).

Figura nº2 – Ética da responsabilidade weberiana



Elaborada pelo autor

A ética da responsabilidade considera que os possíveis resultados de uma ação podem ser previstos e quem os pratica deve ser responsável por eles, cabendo-lhe tomar decisões que sejam aceitáveis para a maioria da coletividade (SROUR, 2000).

De acordo com Enriquez (1997), ao tomar determinada decisão, o indivíduo deve refletir sobre as diversas responsabilidades como a política (influência do papel do grupo na dinâmica da sociedade); a cívica (repercussão na vida dos outros cidadãos); a organizacional (repercussão no desenvolvimento da organização, ou grupo); e a técnica (utilização dos meios mais adequados, eficientes e eficazes na execução da ação).

Sendo assim, a ética, entendida como ciência da conduta, se estabelece como condição de sobrevivência e de convivência social na medida em que normatiza e direciona a prática das pessoas (PASSOS, 2008), vistas não mais como objetos pacíficos e meramente cumpridores de leis impostas transcendentalmente, mas como agentes ativos e formuladores de regras de convivência a partir de uma situação histórica, circunstancialmente específica e útil, na qual os sujeitos só chegam a uma autorrelação prática quando aprendem a se conceber, da perspectiva normativa de seus parceiros de interação (HONNETH, 2003).

Uma análise da eticidade pretendida pós-tradicional, conforme defende Honneth (2003, p.274), se fundamenta no amor, na relação jurídica e na solidariedade:

As formas de reconhecimento do amor, do direito e da solidariedade formam dispositivos de proteção intersubjetivos que asseguram as condições de liberdade externa e interna, das quais depende o processo de uma articulação e de uma realização espontânea de metas individuais de vida; além disso, visto que não

representam absolutamente determinados conjuntos institucionais, mas somente padrões comportamentais universais.

Honneth (2003) aprofunda a análise sobre o amor como elemento constitucional e universal de uma eticidade enquanto retoma este conceito segundo o entendimento do filósofo alemão Hegel (1770-1831) para quem o amor pode ser concebido com um “ser-si-mesmo em um outro”¹⁶. Para este pensador, o amor representa a primeira etapa de reconhecimento recíproco, pois em sua efetivação os sujeitos se confirmam mutuamente. Aí se compreende o “amor como uma relação interativa à qual subjaz um padrão particular de reconhecimento recíproco” (HONNETH, 2003, p. 160). Desta forma, pode-se afirmar a natureza da ética como uma manifestação afetiva propiciada pela experiência intersubjetiva do amor e constitui um pressuposto psíquico a partir da qual se desenvolvem todas as outras atitudes de auto e inter-respeito. Só aquela ligação com o outro, simbioticamente alimentada, cria a medida de autoconfiança individual que é a base indispensável para a participação autônoma na vida pública.

Quanto ao segundo elemento para a formulação da eticidade, a relação jurídica ou o direito, Honneth (2003) as relaciona aos conceitos de “eu” e “tu”. Para ele, só podemos chegar a uma compreensão de nós mesmos como portadores de direitos quando possuímos, inversamente, um saber sobre quais obrigações temos de observar em face do respectivo outro. Inspirado em Hegel, Honneth (2003) recorda que no Estado o homem é reconhecido e tratado como ser racional, como livre, como pessoa; e o singular, por sua vez, torna-se digno de reconhecimento porque ele, com a superação da naturalidade de sua autoconsciência, obedece a um universal, à lei. Ou seja, se porta em relação aos outros de uma maneira universalmente válida, reconhece-os como o que ele próprio quer valer – como livre, como pessoa.

Se introduz uma visão ética de sistema jurídico versado a partir dos interesses universalizáveis de todos os membros da sociedade, de maneira a não admitir exceções e privilégios. Obedecendo à mesma lei, os sujeitos de direito se reconhecem mutuamente como pessoas capazes de decidir com liberdade e igualdade sobre as normas morais (HONNETH, 2003).

Outra forma de reconhecimento recíproco, além do amor e do ordenamento jurídico é a solidariedade. Além da experiência da dedicação afetiva e do reconhecimento jurídico, os sujeitos humanos necessitam de uma estima social. Ou seja, a medida da reputação de uma

¹⁶ Este conceito de “amor” em Hegel pode ser encontrado na obra *System der Sittlichkeit*, p. 17.

pessoa é definida nos termos da honra social. A eticidade é convencional a um tipo de coletividade que estratifica os campos das tarefas sociais de acordo com as suposta contribuição para a realização de valores centrais, cuja observância faz com que o indivíduo alcance a honra social. Descreve Honneth (2003, p.201):

Nesse aspecto, o termo “honra” designa em sociedades articuladas em estamentos a medida relativa de reputação social que uma pessoa é capaz de adquirir quando consegue cumprir habitualmente expectativas coletivas de comportamento atadas “eticamente” ao status social.

O sentido de “solidariedade” se apresenta então de acordo com o pressuposto de relações sociais de estima entre os sujeitos. Estimar-se significa considerar-se reciprocamente à luz de valores que fazem as capacidades e as propriedades do “outro” aparecer como significativas para a práxis comum. São relações “solidárias” porque não despertam somente a tolerância para com as particularidades individuais das pessoas, mas também o interesse afetivo por essas particularidades. Quando o “eu” cuida efetivamente das propriedades do “tu”, estranhas ao “eu” os objetivos comuns passam a ser realizáveis (HONNETH, 2003).

Independente das diferenças de interpretações no decorrer dos séculos, há algo em comum nas multifaces da hermenêutica ética: ela se preocupa com o bem do ser humano inserido em uma cultura, e, portanto, presente ou ausente nas ações potencializadas pelos hábitos e pelos costumes. Ética então significa valorar o conteúdo da ação e dar uma significação a ela, ou seja, avaliar, sob os critérios ideológicos de uma sociedade, a intenção final do agente (LIMA VAZ, 2002).

Assim, a ética pode ser entendida como normas, regras e valores definidos por uma coletividade e o indivíduo se ajusta ou não a ela. Em um sentido de maior amplitude ela é entendida como “a ciência da conduta humana perante o ser e seus semelhantes” (SÁ, 2012, p.3). A ética é vista como a prática do bem e a promotora da felicidade individual e coletiva. Por isso envolve os estudos de aprovação ou de desaprovação da ação dos homens. Lopes de Sá (2012, p.4) esclarece os dois aspectos sob os quais a ética tem sido analisada:

1º) Como ciência que estuda a conduta dos seres humanos, analisando os meios que devem ser empregados para que a referida conduta se reverta sempre em favor do homem. Nesse aspecto o homem torna-se o centro da observação, em consonância com o meio que lhe envolve. Cuida das formas ideais da ação humana e busca a essência do Ser, procurando conexões entre o material e o espiritual.

2º) Como ciência que busca os modelos da conduta conveniente, objetiva, dos seres humanos. A correlação, nesse aspecto, é objetiva, entre o homem e seu ambiente. Os modelos, como valores, passam a guiar a estrutura normativa.

Talvez, um dos pensamentos mais producentes acerca da ética, especialmente nas organizações, está no entendimento como a ação governadora do bem coletivo opera nas decisões diárias. A compreensão efetiva do significado e da aplicabilidade da ética transcende o campo do discurso e se volta para os valores reguladores das decisões cotidianas. Para Zajdsznajder (1994, p.21):

Ética, mais do que um discurso, é um modo de fazer as coisas, um modo de decidir. Embora não possamos dizer que a ética é uma questão de intuição – do que é certo ou do que é errado, por exemplo -, com frequência podemos afirmar que sentimos que a coisa correta foi feita ou não foi feita.

A democracia, a igualdade de direitos, a liberdade, a diversidade, a participação e a solidariedade constituem os grandes valores éticos da sociedade contemporânea, pois eles são capazes de abrir um espaço público de diálogo em uma sociedade globalizada (AMORIM, 2000). No serviço público, a observância dos padrões de conduta orientados por esses valores é uma questão cultural implicada a um trabalho pedagógico de permanente esclarecimento e persuasão para as boas práticas éticas. Para Zajdsznajder (1994, p. 14), há uma hipótese pragmática para a emergência ética, sobretudo no campo das formulações de iniciativas para a gestão:

É que diante das novas realidades, a espécie humana encontra a ética não mais como uma realidade ideal, como uma exigência colocada pelas forças transcendentais, que assumiam o papel de juízes da vida humana. Passa a vivê-la como uma nova realidade, como uma necessidade de um tempo, que precisa de auto-governo e principalmente de um quadro de referência não apenas para os momentos extremos, mas para o cotidiano, que obriga a tantas decisões e que é de muitos riscos e incertezas.

No âmbito das hipermídias como viabilização da ética no serviço público, considerando as reflexões pragmáticas sobre a eticidade, concebe-se a emergência da gestão de novos procedimentos no jornalismo público a partir dos inéditos significados criados pelo cenário de inovação, hibridismo e convergência tecnológica. As novas plataformas digitais introduzem originalidade nos valores, nos julgamentos, nos comportamentos e, especialmente, no sentido dado às mensagens informacionais (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012). Para se fazer compreender pela geração dos nativos digitais e sua nova ética, seu novo modelo de pensamento (PRENSKY, 2001), seu novo “*habitus*” (BOURDIEU, 2004) e nova conduta, o jornalismo das organizações do Estado precisam postular um resignificado às

maneiras de produzir a informação. O conceito de informação, para os “imigrantes digitais”¹⁷, estava configurado a um modelo estilizado por textos e fotografias, próprio das primeiras iniciativas da imprensa do século XX (SCHWINGEL, 2008).

Contudo, o advento das TIC contemporâneas impõe ao jornalismo público do século XX a adoção de novos conceitos, novos significados, novas crenças e novos “habitus” à rotina de trabalho, de maneira a incorporar em suas estratégias de ação os mecanismos hipermidiáticos como dispositivos para efetivar o contato com a sociedade da informação. Se o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal orienta para o aperfeiçoamento dos processos de comunicação e de contato com o público por meio da utilização dos avanços tecnológicos são notórias a expansão e a potencialização da ética pelas hipermídias.

1.4. As hipermídias no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros¹⁸ está em vigor desde 04 de agosto de 2007 e é assinado pela Fenaj, abrangendo 31 sindicatos de trabalhadores no país. O documento consta de 19 Artigos distribuídos em 5 Capítulos e esboça do direito à informação e as relações profissionais, bem como a conduta e as responsabilidades do Jornalista. O Código defende valores como o direito à informação, correção e precisão das informações, liberdade de imprensa, pluralismo, clareza, verdade e respeito à privacidade (CHRISTOFOLETTI, 2008).

Em sua quarta versão, este marco legal adiciona artigos cuja orientação ética retrata os avanços tecnológicos quanto aos métodos usados para a obtenção da informação. Além disso, reafirmam o “interesse público” e a “obrigação social” do jornalismo.

No contexto de virtualização da notícia, a verdade, a correção, a precisão, a autoria da informação, a confiabilidade, a qualidade e a credibilidade passam a ser objetos de análise e preocupação ética. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros apresenta três Artigos com orientações quanto à produção de informação pelo uso das novas tecnologias. A saber:

Art 7: O jornalista não pode:
VIII - assumir a responsabilidade por publicações, imagens e textos de cuja produção não tenha participado;

¹⁷ Segundo Mark Prensky (2001), “Imigrantes Digitais” são as pessoas que não nasceram no ambiente de interação promovido pelo ciberespaço.

¹⁸ O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é um dos quatro Códigos deontológicos que dividem espaço nas redações do país. Os outros Códigos são: Código de Ética e Auto-Regulação da Associação Nacional de Jornais (ANJ); Princípios Éticos da Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner); e Código de Ética da Radiodifusão Brasileira, da Associação de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) (CHRISTOFOLETTI, 2008).

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

III - obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração;

Art. 12. O jornalista deve:

V - rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações;

As hipermídias favorecem as publicações de textos, som e imagens produzidas pelo Jornalista ou pelos colaboradores da produção da informação (PRIMO; TRÄSEL, 2006). Este cenário é frisado pelos artigos do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, expressos acima, enquanto exigem do Jornalista a honestidade para informar o usuário acerca da procedência e autoria da peça informativa, bem como de se manter intacta a informação no sentido da não manipulação e deturpação dos dados coletados. Mas há um equívoco quando o código coloca na mesma balança o uso de identidades falsas e a exploração de tecnologias como microcâmeras ou gravadores ocultos. “Usar identidade falsa é crime, previsto em lei. Esconder gravadores no bolso do paletó ou câmeras na bolsa não tem regulamentação, por isso não é prática delituosa. Implantar escutas clandestinas, sim, é crime” (CHRISTOFOLETTI; 2008, p.88).

Averigua-se então, quanto aos métodos do uso de ferramentas tecnológicas, uma confusão entre a legalidade e a validade ética. Como resultado, o código dos Jornalistas apresenta poder limitado. O Jornalista, mesmo que cause grandes prejuízos morais, não corre o risco de perder o registro profissional. A sanção alcança, no máximo, uma advertência pública (CHRISTOFOLETTI; 2008). Esta brecha no código impõe ainda mais ao profissional o apelo aos ditames da própria consciência ética, sendo esta estimulada, no serviço público, por atividades pedagógicas, mais do que punitivas (BRASIL, 2015).

Desta maneira, estes artigos estão em estreito diálogo reflexivo com os princípios normativos dos conceitos de “aperfeiçoamento do processo de comunicação e contato com o público” e “utilização dos avanços técnicos e científicos” abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, objetos de averiguação desta pesquisa (Ver item 1.2, p. 10).

O Capítulo I do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros expõe categoricamente o direito fundamental do cidadão de informar, ser informado e ter acesso à informação, bem como o dever do Jornalista de acessar o cidadão à toda informação de relevante interesse público e a proibição de estabelecer quaisquer impedimentos a este acesso.

Capítulo I - Do direito à informação

Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

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 [...]

Sendo assim, o Jornalista no serviço público federal, ao atender os preceitos éticos próprios do espaço onde desempenha seus trabalhos, também pode observar, atender e aprofundar os preceitos éticos da profissão. Ou seja, a intersecção entre o uso das ferramentas decorrentes das inovações tecnológicas e o forte indicador do direito dos cidadãos à ampla informação expõe os ambientes das ASCOM's do serviço público federal ao debate acerca do que é ético ou não na produção de conteúdo jornalístico hipermediático.

Garantir aos cidadãos o direito à ampla informação sobre os fatos de uma instituição pública, no contexto das facilidades tecnológicas, não requer do Jornalista, ao nosso ver, servir-se de expedientes escusos como o uso de microfones ou de câmeras escondidas para a obtenção de uma informação. Espera-se do servidor público responsável pela produção de conteúdo informativo uma transparente honestidade tanto com as fontes da informação quanto com os destinatários da notícia. Enquanto defende os valores da ampla informação, do pluralismo, da correção, da verdade e da busca de inovações tecnológicas para a disseminação da notícia, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estimula os profissionais do serviço público federal a serem vigilantes quanto à honestidade aos cidadãos e às fontes, especialmente no tangente à elaboração da informação por meio das ferramentas decorrentes das inovações tecnológicas, nas quais as hipermídias estão inseridas. Elas são uma eficiente ferramenta de potencialização da ética quando usadas em configuração com as orientações contidas no Código Profissional e nos Códigos de Conduta da Alta Administração Federal e quando seu uso busca inspiração na vasta literatura acerca da ética exposta neste capítulo.

CAPÍTULO II – HIPERMÍDIA COMO POTENCIALIZAÇÃO PARA UMA COMUNICAÇÃO ÉTICA

O trabalho desenvolvido pelo servidor público perante a comunidade deve ser entendido como acréscimo ao seu próprio bem-estar, já que, como cidadão, integrante da sociedade, o êxito desse trabalho pode ser considerado como seu maior patrimônio” (BRASIL,2013).

2.1. O termo Hipermissão

O termo “Hipermissão” foi criado em 1960, pelo norte americano, sociólogo, filósofo e pioneiro de sistemas de informação Theodor Nelson, no auge da Guerra Fria. Neste período, os sistemas da Internet ainda se encontravam em fase embrionária. Os americanos temerosos em ver seu computador central, localizado em Washington, ser destruído pelas forças russas, distribuíram as informações em pontos separados interligados por meio de cabos subterrâneos. A Força Armada dos Estados Unidos, em 1962, recordam Turner e Muñoz (2002,p. 27), “encomendou um estudo para avaliar como suas linhas de comunicação poderiam ser estruturadas de forma que permanecessem intactas ou pudessem ser recuperada sem caso de um ataque nuclear”.

De uso militar, a rede passou a ser usufruída, a partir de 1972, para finalidades científicas, quando as primeiras universidades se integraram para ampliar e agilizar a divulgação de pesquisas e descobertas científicas. Como desenvolvimento da WWW, em 1989, a proposta de um sistema de compartilhamento de informações, armazenamento de dados e disponibilização de conteúdo para produção de conhecimento ganhou relevância e

simplificou a troca de informações por meio da Internet, utilizando o hipertexto, para o avanço das pesquisas. Ao longo desses mais de 50 anos, foram sucessivas transformações que levaram a evolução de uma técnica produzida sem um centro de comando, nem hierarquias ou cerceamentos (CAMINADA, 2015). Neste processo evolutivo, concomitantemente eram gestadas as hipermídias com perfil comparável aos rizomas¹⁹. Sobre esta metáfora afirma Ferrari (2016, p.75):

Para compreendermos o hipertexto, um dos melhores arquétipos é a ideia de rizoma como um modelo de crescimento orgânico caótico, em que não precisa seguir hierarquia de informação, e é interceptado e ramificado pela contaminação em diversos meios, de forma que todos os extremos, meios e entradas funcionem como uma comunicação em rede.

2.2. Características da Hipermídia

Como consequência deste sistema complexo pode-se apontar como características da hipermídia (LEÃO, 2005; SANTAELLA, 2005; PRIMO; TRÄSEL, 2006; MIELNICZUK *et al.*, 2015):

2.2.1. Hipertextualidade

O termo hipermídia é derivado de “hiperlink”. O prefixo “hiper” significa estendido e generalizado, influenciado pela noção de hiperespaço, espaço em quatro ou mais dimensões. No ciberespaço, esta ideia promoveu a fusão dos vários tipos de mídia - como o áudio, vídeo, texto, fotografias e gráficos – para criar um meio de comunicação único, de leitura não-linear, características próprias e gramática peculiar (LARIZZATTI, 2012). As quatro principais formas de comunicação humana: o documento escrito (livros, jornais, revistas); o

¹⁹ O conceito de “rizoma”, como o aplicado ao mundo cibernético, foi desenvolvido por Gilles Deleuze e Félix Guattari no texto “Introdução: rizoma”, disponível em: https://rizoma.milharal.org/files/2012/11/Rizoma-Deleuze_Guattari.pdf. No artigo eles enumeram as principais características de um sistema rizomático: “[...]diferentemente das árvores ou de suas raízes, o rizoma conecta um ponto qualquer com outro ponto qualquer e cada um de seus traços não remete necessariamente a traços de mesma natureza; ele põe em jogo regimes de signos muito diferentes, inclusive estados de não-signos. O rizoma não se deixa reconduzir nem ao Uno nem ao múltiplo. [...] Ele não é feito de unidades, mas de dimensões, ou antes de direções movediças. Ele não tem começo nem fim, mas sempre um meio pelo no qual ele cresce e transborda. Ele constitui multiplicidades lineares a n dimensões, sem sujeito nem objeto[...]Oposto a uma estrutura, que se define por um conjunto de pontos e posições, por correlações binárias entre estes pontos e relações biunívocas entre estas posições, o rizoma é feito somente de linhas: linhas de segmentaridade, de estratificação, como dimensões, mas também linha de fuga ou de desterritorialização como dimensão máxima segundo a qual, em seguindo-a, a multiplicidade se metamorfoseia, mudando de natureza”. Assim, os mecanismos embrionários da internet possibilitaram a construção das “redes” sem um ponto de comando central único. Essa construção possibilita a continuidade de sua ação mesmo se a comunicação de alguns de seus centros for suspensa.

audiovisual²⁰ (televisão, vídeo, cinema); as telecomunicações (telefone, satélites, cabo); e a informática (computadores e programas informáticos) se convergem nesses sistemas rizomáticos (SANTAELLA, 2005).

O estabelecimento de conexões de diversas mídias e entre diferentes documentos é uma das características da hipermídia. Os “elos” entre os documentos propiciam um pensamento não-linear e multifacetado. À metáfora dos “elos” se acrescenta também a comparação com os “nós” ou “lexia”, uma vez que essas ferramentas servem como “links” de relacionamento, cruzamento e conectividade de forma não linear entre as diferentes mídias e textos (LEÃO, 2005). Neste mesmo sentido, Ferrari (2016, p.74) assim explica o hipertexto e suas vantagens em relação à tradição da comunicação oral e escrita:

O hipertexto é um conjunto de nós de significações interligados por conexões entre palavras, páginas, fotografias, imagens, gráficos, sequências sonoras, etc. Dessa forma, as narrativas digitais superam as limitações da tradição da oralidade e da escrita, pois não buscam sentido em isolar ou fragmentar o sentido do texto ou do discurso, mas, ao contrário, em ampliar a rede de significações.

Esta forma de compreensão das hipermídias como “conexão de diversos pontos” também é resultado de conceito do físico e matemático Vannevar Bush. Em 1945, ele apresentou seu entendimento central de hipertexto fundamentando-se na ideia de que a mente humana trabalha por associações. Para ele, os tradicionais sistemas de indexação, organização e troca de informações são fundados em uma ordenação hierárquica e, por isso, não são muito eficientes. Segundo Lévy (2011, p.28), “a mente humana pula de uma representação para outra ao longo de uma rede intrincada, desenha trilhas que se bifurcam, tece uma trama infinitamente mais complicada do que os bancos de dados de hoje”. Para superar o paradigma de comunicação vertical e hierárquica para uma comunicação horizontal e em rede, Bush criou o projeto MEMEX, uma máquina ancestral ao computador, cujos sistemas armazenavam dados de diferentes tipos, permitindo “elos” entre os documentos e favorecendo o usuário construir seu trajeto de leitura de acordo com seu interesse, diante da profusão de material disponível (LEÃO, 2005).

²⁰ A imagem é a linguagem preponderante da atualidade. Como reflete Blázquez (1999, p.357) no contexto de uma pesquisa sobre as novas formas de comunicação: “As imagens audiovisuais constituem hoje em dia um poder indiscutível de sedução. As imagens tendem a substituir por completo os conceitos inteligíveis. Dá-se mais importância àquilo que se vê do que àquilo que se possa entender por meio da inteligência. A representação e a aparência substituem a compreensão do ser”.

A estruturação de hipertextos supõe um minucioso trabalho de organização, de seleção, de contextualização, de acompanhamento e de esclarecimento do usuário, pois no campo da multimídia interativa há muito para ser inventado (Lévy, 2011).

2.2.2. Interatividade

A interatividade é usada para designar o controle do usuário sobre a experiência de influenciar a ordem em que a informação é apresentada. Ela é definida como “a medida que será possível aos usuários modificar fisicamente (ou manipular) a forma e o conteúdo de um ambiente mediado pela tecnologia” (FERRARI, 2016, p.122). A interatividade se define no momento em que o produto informacional reflete de volta as consequências das ações e decisões do internauta e lhe oferece a possibilidade de entrar em contato com o seu *self* processado e transformado pelo contato com a tecnologia interativa (LEÃO, 2005). A interatividade proporciona a imersão no conteúdo (MIELNICZUK *et al.*, 2015). Configurada a esta teoria Santaella (2005, p.394) afirma:

É o usuário que determina que informação deve ser vista, em que sequência ela deve ser vista e por quanto tempo. Quanto maior a interatividade, mais profunda será a experiência de imersão do leitor, imersão que se expressa na sua concentração, atenção e compreensão da informação. O desenho da interface é feito para incentivar a determinação e a tomada de decisão por parte do usuário.

Para provocar a interatividade, a interface precisa apresentar mecanismos “abertos”, ou seja, permitir o relacionamento entre usuário e conteúdo. O aspecto que define a natureza desse relacionamento é a versatilidade. Se for possível interagir com o conteúdo sem se limitar à leitura, a assistir ou a ouvir a história se tem um conteúdo configurado para permitir o movimento, o acréscimo e a manipulação da informação (FERRARI, 2016). Caso contrário, tem-se uma interface fechada, fixa, definida, monolítica e hierárquica. Isto é, traços próprios de uma comunicação antidemocrática. Cabe ao diagramador do projeto a função de traçar caminhos permutacionais, criar portas e pontes de acesso, oferecendo ao usuário uma experiência imprevisível com o conteúdo (LEÃO, 2005). Ao partilhar sua impressão sobre uma notícia, o leitor comum tem a chance de participar de uma obra comunicativa. A liberdade assegurada ao leitor resulta de um novo estatuto que preconiza a liberdade do texto na WEB e desperta no cidadão o senso de pertencimento ao canal de informação na qual ele encontra espaço de interação (DALMONTE, 2009).

A interatividade pressupõe a troca de intenções, além de informações. Nos conteúdos interativos, toda vez que um usuário deixa um recado, há a pressuposição de uma intenção de contato, antes de qualquer troca ao nível informacional. O desejo de resposta foi lançado e deve satisfazer a esse pressuposto. Como afirma Lévy (2000, p.127):

A cibercultura aponta para uma telepresença generalizada. Para além de uma física da comunicação, a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras, cava um meio informacional oceânico, mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa.

Na hipermídia, a interatividade é tão intensa que no início dos anos de 1990, a pesquisa neste campo criou o conceito de “Hipermídia Adaptativa”. Trata-se de um estudo desenvolvido para sistemas, arquiteturas, métodos e técnicas para promover a adaptação de hiperdocumentos e hipermídia às expectativas, necessidades, preferências e desejos dos usuários. É um sistema que constrói um perfil para cada navegador da WEB e aplica-o na adaptação do conteúdo e da navegação de acordo com o que determina o usuário. Este sistema dá à WEB uma certa inteligência no sentido de entender as necessidades do usuário e individualizar a navegação, ampliando sua capacidade de imersão nas informações (BUGAY, 2008).

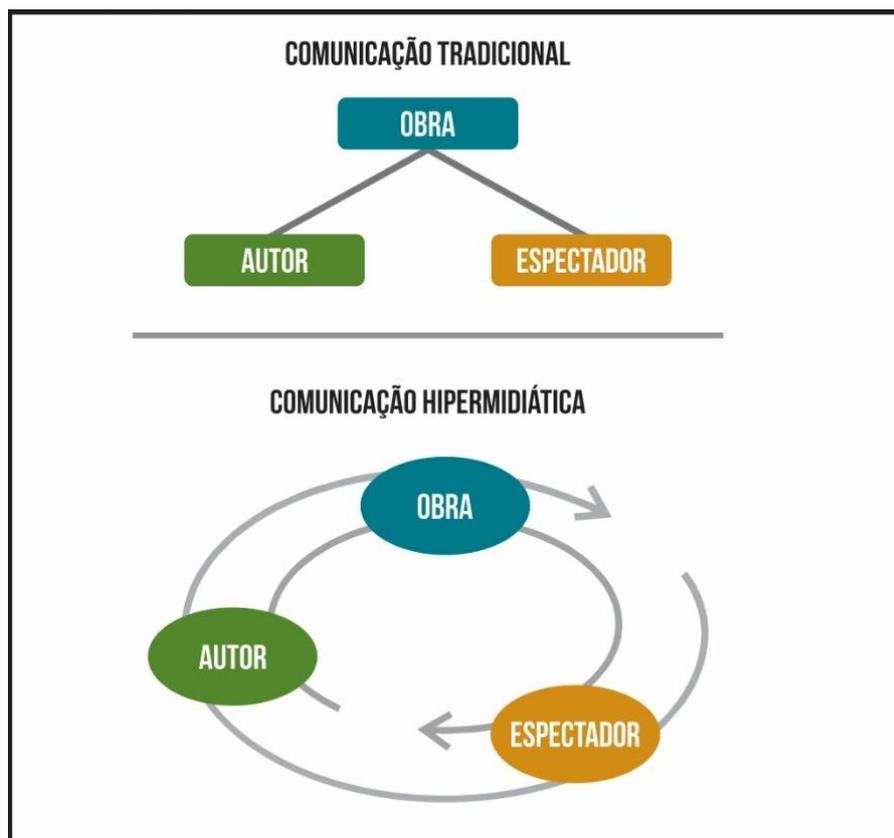
É o nascedouro de uma relação que muda a perspectiva dialógica para uma logicidade ao mesmo tempo plural e individualizada, onde, no cenário de canais de comunicação pública, a resposta para um usuário pode ser destinada a vários. Por isso, as organizações públicas devem zelar por apresentar respostas satisfatórias aos cidadãos que antes de buscar uma informação, ao desencadarem uma interação com o órgão público, requerem, antes de tudo, o desejo de comunicar com a organização e até de se criar um sentido de pertença a ela. Esta nova cultura exige dos órgãos públicos uma recriação nos mecanismos de comunicação e a implantação de instrumentos de hipermídias para o exercício do jornalismo atenderas demandas da conjuntura atual (CARVALHO, 2014).

2.2.3. Participação e Ação

O acesso a sistemas hipertextuais imprime uma nova forma de relacionamento entre emissor, mensagem e internauta. A navegação no hipertexto demanda que o internauta assuma uma postura ativa na seleção dos links que indicam diferentes “elos” na estrutura hipertextual. Isto faz do internauta um co-autor (PRIMO; TRÄSEL, 2006). No caso dos processos de formulação da notícia pela WEB, o usuário estabelece com o emissor e com a

mensagem uma relação de co-autoria. Os textos são lidos onde são escritos e eles são escritos ao serem lidos (LEÃO, 2005). Com a ação e a participação possibilitada pela hipermídia, o protótipo comunicacional tradicional formado pelo triângulo “autor”, “obra” e “espectador” é questionado e sofre uma re-orientação. No ciberespaço, nos dizeres de Couchot²¹, *apud* LEÃO (2005, p. 42), “[...]este triângulo torna-se um círculo móvel, onde a obra, o autor e o espectador não ocupam mais posições definidas e estanques, mas trocam constantemente estas posições, cruzam-se, confundem-se ou se opõem, contaminam-se”. Este modelo inaugura uma nova maneira de comunicação caracterizada pela forma circular e participativa. Supera-se a comunicação hierarquizada, em que o “autor” não se relacionava com o “espectador”, tendo a “obra” como um interlocutor de acesso entre ambos. Como pode se observar no quadro abaixo, a comunicação hipermidiática trouxe um novo protótipo de relação “autor” – “obra” – “espectador”:

Quadro 4 – Protótipo de diálogo



(Elaborado pelo autor)

²¹ COUCHOT, Edmond. A arte pode ser ainda um relógio que anda? O autor, a obra e o espectador na hora do tempo real. Citado por: **A arte do século XXI: a humanização das tecnologias**. Diana Domingues, org. São Paulo: UNESP, 1997.

A participação e a ação propiciadas pela hipermídia correspondem ao contexto da sociedade de massas, quando emerge um novo caminho para a cidadania, cujo centro é a participação social. A participação direta do cidadão implica em ser autor no processo de tomada de decisão, com autoridade legítima para redefinir as próprias instituições e implementar decisões (BLANCHET; HACHEM; SANTANO, 2015).

Sendo assim, desde o começo dos anos 2000, o ciberespaço deixou de ser visto por seus usuários como somente uma grande fonte para consulta e passou a ser considerado como uma nova mídia, um novo suporte, um novo meio de comunicação (SCHWINGEL, 2008). A convergência das mídias possibilita, desde o final do século XX e no século XXI, uma mistura entre informação, entretenimento e conteúdos educacionais no ciberespaço. As plataformas culturais contemporâneas sustentam a emergência de novas lógicas, novas semânticas e novas *literacias* (conjunto de habilidades e/ou competências construídas a reboque do uso de diferentes tecnologias) em uma sociedade que não mais comporta a dualidade emissor–receptor do século passado, situando os teóricos da comunicação no *locus* de um novo contexto que pressupõe a reciprocidade das ações comunicacionais (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012).

O jornalismo das organizações de ensino da Rede Federal não pode prescindir dessas ferramentas, pois de acordo com Abreu (2009, p.8), “se pensarmos que conteúdos educacionais não são opções fechadas nem estão sob o domínio das escolas ou das universidades, que cada indivíduo pode transmitir conhecimentos que detém, percebe-se que esta possibilidade é viável na Internet”.

Além disso, sobre o desenvolvimento das técnicas do ciberespaço, dentre as quais a hipermídia, Lévy (2000,p.26) apresenta uma importante argumentação do ponto de vista ético:

Uma técnica não é nem boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e de outro fecha o espectro de possibilidade). Não se trata de avaliar seus “impactos”, mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer dela.

2.3. As Hipermídias aplicadas ao Jornalismo

As transformações culturais e sociais decorrentes do advento das TIC contemporâneas estão formando um novo ecossistema midiático e propiciando significativas alterações no

processo de coleta, produção e veiculação das informações jornalísticas (LIMA JÚNIOR, 2011; SCHWINGEL, 2008). As novas mídias convergentes dão ao jornalismo a possibilidade de exercer sua função pública de informar o cidadão e oferecer independência a ele. Elas fazem com que o cidadão “seja livre e capaz de se autogovernar” (SCHWINGEL, 2008, p.19).

São notórios os efeitos da cultura digital no fazer jornalístico. A velocidade, a personalização da notícia e a diversidade de informações disponíveis afetam o modo de produção das redações das organizações comunicacionais (MOURA; CARNEIRO, 2015) e projetam o jornalista para pensar computacionalmente. É recomendado a este profissional questionar as lógicas embutidas nas máquinas computacionais e nas redes telemáticas. Isto é, pensar computacionalmente envolve resolver problemas a partir da execução de sistemas computacionais, a fim de utilizar a tecnologia para identificar tendências e informações relevantes em bancos de dados, sensores, câmeras fotográficas e de vídeos, celulares, *pen-drives*, *flash memory*, discos rígidos, dentre outros. Apesar de usual na contemporaneidade, a maior parte dos jornalistas praticantes do Jornalismo *On-line* não conhece e não tem acesso às linhas de código que dá vida às telas, janelas e interfaces que orientam os trabalhos produzidos digitalmente. A quem pratica o jornalismo hipermediático é necessário pensar computacionalmente e conhecer os mecanismos das redes (BOTELHO; BELA, 2006).

Contudo, este número vertiginoso de dados disponíveis será socialmente útil se for transformado em informação estruturada e, no caso do jornalismo, utilizado para construir conteúdo de relevância para a coletividade, fomentando a transparência nas organizações públicas, auxiliando nos processos de decisão e inovando nos modelos de comunicação (LIMA JÚNIOR, 2011). No contexto da sociedade da informação e do espetáculo o jornalismo não pode proliferar irresponsabilidades e bisbilhotices (LHOSA, 2012, p.19).

Assim sendo, as TIC abriram-se também para novas possibilidades de como se contar histórias. Agora, elas são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentadas por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa e com opções de continuidade ou descontinuidade da narrativa. E não há mais condição de chamar simplesmente de leitor aquele que tem contato com uma história estruturada pelas novas mídias. Comumente, ele é chamado de usuário (GOSCIOLA, 2004).

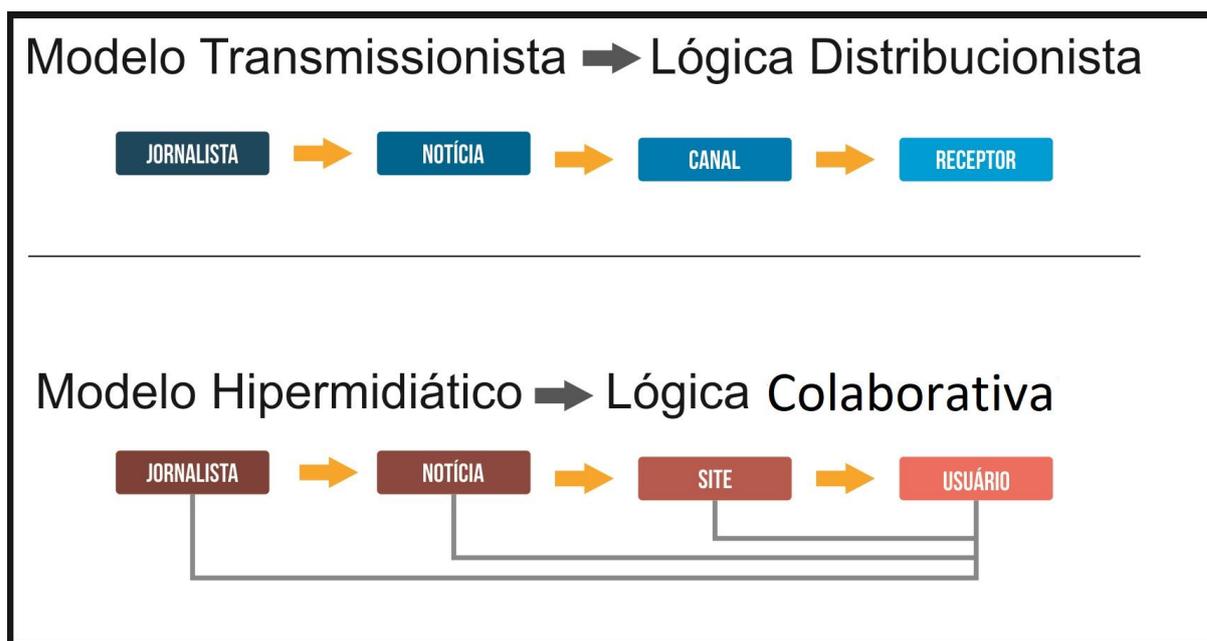
Mielniczuk *et al.*, (2015) apontam as características deste novo ecossistema midiático:

- 1) mudança no consumo de notícia: individual, móvel, onipresente e contínuo;
- 2) passagem de um sistema *pull* para um sistema *push*: as notícias vão até o consumidor que pode decidir como recebê-las;

3) alteração de um sistema mediocêntrico para um sistema eu-cêntrico: o público está envolvido em todos os processos, sobretudo, na redistribuição de notícias (que pode ser via e-mail, redes sociais e aplicativos).

Os meios condicionam o processo comunicacional jornalístico o que demanda rearticulações na maneira de processar a notícia a partir das estruturas tecnológicas em jogo. O maior acesso à Internet e interfaces simplificadas para publicação e cooperação *online*, a popularização e a miniaturização de câmeras digitais e celulares, a insatisfação com o modelo comunicacional tradicional e a herança da imprensa alternativa são os elementos contextuais para a ebulição de uma nova forma de praticar o jornalismo. As hipermídias, ao abrirem para o cidadão a possibilidade de participação e de ação, colocaram o modelo “transmissionista”, que parecia natural na comunicação de massa, em um processo de reavaliação, dando novos contornos ao Jornalismo (PRIMO; TRÄSEL, 2006).

Quadro 5 – Modelos Comunicacionais



(Elaborado pelo autor)

Este tipo de Jornalismo na Internet, denominado Webjornalismo ou Ciberjornalismo, toma forma no país a partir de 1995, quando o Jornal do Brasil lança seu site. O jornal O Globo e a agência de notícias Agência Estado, do Grupo Estado, também lançaram a versão eletrônica de suas publicações inaugurando a iniciativa do jornalismo brasileiro na Internet. Schwingel (2008) destaca que a história do jornalismo on-line pode ser dividida em até quatro estágios ou gerações:

- A. Experiências pioneiras: Têm início no final dos anos 1960, com a introdução da digitalização e informatização. (Exemplo: Envio de informações via fax);
- B. Experiências de 1ª geração: A partir de 1992, quando os sites dedicavam-se à digitalização dos produtos do impresso, ou seja, a transcrição do conteúdo das mídias tradicionais para a Rede, sendo marcado por certo grau de desconhecimento de uma linguagem apropriada para a WEB.
- C. Experiências de 2ª geração: Depois de 1995, quando o conteúdo jornalístico começa a apresentar serviços e informações específicos para a Internet, como a interatividade. Contudo não se distanciavam da estrutura do jornal ou da revista impressa.
- D. Experiência de 3ª geração: Inicia-se a partir de 1999, quando os produtos são desenvolvidos considerando as particularidades da WEB. São valorizados a convergência com o rádio, a TV, bem como os mecanismos de interatividade e banco de dados.
- E. Experiência de 4ª geração: Após 2002, incorpora-se o usuário on-line no processo de produção da informação, através do jornalismo colaborativo.

Cada uma dessas etapas é marcada pela evolução no uso de tecnologias que a Internet comporta. À medida que os profissionais foram se capacitando para uso da Internet, os sites começaram a treinar profissionais para se dedicarem à produção de conteúdo exclusivo para a web, chegando até a intensificação do uso de recursos multimídia, hipertextualidade e, ultimamente, o jornalismo colaborativo (SCHWINGEL, 2008), ou seja, uma forma nova, democrática, transparente e complexa de produzir a notícia.

O jornalismo colaborativo é também denominado “*open source journalism*”²², pois tem fonte aberta para os usuários de diários e revistas digitais colaborarem com editores no momento de escrever uma reportagem (QUADROS, 2005). De acordo com Brambilla (2005, p.9) “no jornalismo *open source*, o sujeito que lê é o mesmo que escreve as notícias, compartilhando responsabilidades e tendo no envolvimento pessoal sua principal moeda de troca”.

²² A expressão “*open source journalism*” pode ser entendida como “jornalismo de fonte aberta”. É considerada uma forma inovadora da prática jornalística, pois supera o Modelo Transmissionista para incentivar o Modelo Colaborativo de produção da notícia, onde o internauta participa como agente de construção e debate da informação. O termo “*open source journalism*” foi usado pela primeira vez em 1999, num artigo de Andrew Leonard, sobre a experiência de uma repórter que pediu a participação do público para escrever um artigo sobre ciberterrorismo.

Para se compreender a nova modalidade da prática do jornalismo por meio da WEB, alguns pesquisadores se dedicam a estudar suas características, dentre eles Schwingel (2008). Ela aponta como atributos do webjornalismo:

- A. Multimídia: Uso da convergência e agregação de diversas mídias para a construção da narrativa jornalística;
- B. Interatividade: A integração do usuário no processo de coleta, produção e difusão do conteúdo jornalístico;
- C. Hipertextualidade: É a possibilidade de se criar uma teia de informações através dos links. Esta característica permite aprofundar e desdobrar os conteúdos através da pluralidade de pontos de vista;
- D. Personalização: O usuário pode escolher o conteúdo que recebe; pode optar por acessá-lo e como acessá-lo, ou não;
- E. Memória (base de dados): É a capacidade de arquivar, conservar e acumular a informação, possibilitando vinculações e associações a bancos de dados.
- F. Atualização: Diferentemente dos meios impressos, na WEB, a informação pode receber novos e constantes tratamentos;

Sobre esta evolução na comunicação jornalística, avalia Dalmonte (2009, p.120):

É esta nova forma de fazer jornalismo uma das grandes transformações nos fins do século XX e início do XXI. A época é marcada por uma profunda transformação dos modos de produção do jornalismo, com destaque para características como notícias onipresentes, acesso global a uma diversidade de informação, interatividade, cobertura em tempo real, material multimídia e personalização de conteúdos.

Diante do exposto, as organizações do setor público devem propor uma prática cotidiana de utilização de políticas e tecnologias inovadoras para enfrentar os desafios deste novo tempo. É o que se chama de “Governo Inteligente” conforme aponta Carvalho (2014, p.302):

[Governo Inteligente] abrange estratégia e definição de políticas, aplicações e tecnologias específicas para ajudar a melhorar a prestação de serviços e o estabelecimento de novas plataformas de comunicação, compartilhamento de dados e desenvolvimento de aplicações. Os cidadãos podem participar e se comunicar a qualquer hora, em qualquer lugar e acessando serviços do Governo em qualquer dispositivo possível através da convergência e integração de tecnologias inteligentes.

A convergência das tecnologias facilita e incentiva o desenvolvimento da estratégia de emprego de novas formas da comunicação para aproximar a Sociedade do Estado. Estas tecnologias impactam nos planos e tornam as organizações públicas mais eficientes por meio de tendências e inovações tecnológicas estratégicas para melhorar o seu desempenho, ultrapassando as fronteiras tradicionais (CARVALHO, 2014); a sociedade se empodera e o jornalismo público aprofunda e expande o ideário e a prática ética de suas funções.

2.4. A ética e o jornalismo hipermidiático no serviço público

O poder da democracia, a imposição da transparência, a demanda por interatividade e a participação como critérios de empoderamento do cidadão na relação entre Estado e Sociedade são indicadores de como as hipermídias podem ser usadas para potencializar a ética nos serviços oferecidos pelas organizações públicas, determinadamente os sistemas jornalísticos dessas organizações.

Desta forma, é dever do servidor público jornalista dispor de sua criatividade e talento para criar condições do cidadão participar, acessar, conscientizar e construir a comunicação estatal pelo alinhamento às TIC contemporâneas. “O trabalho desenvolvido pelo servidor público perante a comunidade deve ser entendido como acréscimo ao seu próprio bem-estar, já que, como cidadão, integrante da sociedade, o êxito desse trabalho pode ser considerado como seu maior patrimônio” (BRASIL,2013).

Quando o servidor público dispõe de seus conhecimentos e aperfeiçoa as técnicas para favorecer o bem-comum ele está buscando qualidade e excelência em sua missão. Por qualidade entende-se a adequação de um produto à satisfação a requisitos dos clientes, sendo requisito a necessidade ou a expectativa em relação a um produto ou serviço. Uma síntese do conceito de qualidade destaca a comparação entre as características de um produto oferecido por uma organização e os requisitos exigidos pelo público. Quanto mais próximas as características estiverem dos requisitos, maior a qualidade. “Como as necessidades e expectativas dos clientes estão mudando e, por causa das pressões competitivas e dos avanços tecnológicos, as organizações são induzidas a melhorar continuamente seus produtos e processos” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2005, p.1). O processo de expansão comunicativa e aperfeiçoamento das técnicas de informação, desta forma, potencializaria a ética jornalística no setor público, enquanto promove a satisfação dos requisitos do público na Sociedade da Informação.

Quando colocadas à disposição dos cidadãos, as TIC contemporâneas permitem a eles um envolvimento intenso nas decisões do Estado, uma “imersão” na realidade da informação governamental, conforme indicam Mielniczuk *et al.* (2015, p.133):

No computador, o usuário mergulha em um mundo onde o espaço do imaginário do mundo físico-real é tomado pelo mundo criado pelas narrativas [...] Os meios digitais permitem aos usuários uma forma diferente de imersão, relacionada com a representação de um mundo e com as possibilidades de escolhas que o usuário tem por meio da narrativa multilinear.

As TIC são ferramentas cada vez mais importantes no desenvolvimento de instrumentos para o aperfeiçoamento da prestação de serviços e a disponibilização de informações primordiais para os cidadãos. A adoção destas tecnologias permite o aumento da eficácia, da eficiência e da transparência governamental, fomentando a democracia. A adoção de meios eletrônicos para a prestação dos serviços governamentais exige que os portais desenvolvidos e mantidos pela administração pública sejam fáceis de usar, relevantes e efetivos. Somente por meio da eficiência é possível aumentar a satisfação dos usuários de serviços eletrônicos e conquistar, gradativamente, uma parcela cada vez maior da população (BRASIL, 2010). É, portanto, responsabilidade ética da administração pública oferecer ao cidadão, a experiência mais ampla e legítima possível de acesso às informações do Estado, imergindo o internauta na formulação das decisões e na construção de opiniões e informações críticas e livres, pois “o jornalismo não se divide, mas se constrói com informações e opiniões” (CHAPARRO, 1998, p.97).

Neste cenário de novas tecnologias e de virtualidade, o jornalismo busca uma reinvenção de seus métodos. Contudo, faz-se necessário manter a natureza e a essência de sua ética qual seja a sua função e responsabilidade social. É o que defende Christofolletti (2008, p.102)

Qualquer que seja o conceito que o jornalismo busca para si, nesse auto-resgate ou reinvenção, não pode deixar de reforçar sua função social nem se desprender da responsabilidade social que lhe é própria, nem se esquecer da qualidade técnica, ser exercido sem ética ou distanciar-se do interesse público. Se descartar essas bases, perde as raízes que o sustentam.

O jornalismo no serviço público desempenha esta tarefa de aproximação dialogal entre Estado e Cidadão e para isto precisa se ater à sua natureza ética, de acordo com a proposta de um Jornalismo Público que alimente a conversa pública (BORGES, 2009), visando um maior envolvimento dos cidadãos nos assuntos que o afetam, “posicionando-o como ator e sujeito da vida democrática”. O “*ethos*” no jornalismo público deve (BORGES, 2009, p.99):

- 1) reportar os problemas de principal preocupação para os cidadãos (ao focar assuntos de política substantiva em vez de acontecimentos isolados);
- 2) cobrir esses acontecimentos a partir das perspectivas dos cidadãos (incluindo mais cidadãos, nomeadamente mulheres e minorias, como fontes de informação) e
- 3) envolver os cidadãos em esforços para resolver os problemas (disponibilizando informação mobilizadora acerca de como podem envolver-se nos assuntos comunitários locais)

O jornalismo público, enquanto estimula a participação cidadã, reflete e anima a conversação pública e a argumentação transformando os meios informativos num espaço para o diálogo e o debate, num fórum no qual os cidadãos possam ouvir as vozes uns dos outros (BORGES, 2009).

Aí se pergunta: É possível formular uma ética jornalística do serviço público que contemple a complexidade dos problemas éticos relativos à aplicação dos modernos meios de comunicação social? Não existe um conceito ético tão fundamental que escape à necessidade de alguma revisão, sobretudo em um campo tão dinâmico e sujeito a mudanças tão rápidas como é o campo das novas tecnologias da informação. “Não é novo o impacto da tecnologia no jornalismo. As profissões jornalísticas, ligadas à produção de conteúdo noticioso difundido por meios de comunicação de massas, sempre estiveram sujeitas a velozes mutações tecnológicas” (GRADIM, 2007, p.88).

Nos anos 1990, a Internet emergiu no Brasil como um forte instrumento de comunicação. É o que afirmam os pesquisadores Polistchuk e Trinta (2003, p.46).

A adoção de novas tecnologias, como os computadores (e especialmente os microcomputadores) e as redes integradas de sistemas digitais, com a utilização da infra-estrutura dos satélites, permitiu que se formassem as redes telemáticas (conexões interativas online). Entre suas principais características, destacam-se a imediatidade (atalho no curso do tempo) e a concomitância (co-ocorrência de meios). As interações obtidas são mediadas por interfaces de computador, representadas por tela e teclado.

Frente a esta inovação, é imprescindível o jornalismo das instituições públicas adequar a linguagem das comunicações oficiais ao perfil e às características da comunicação *online* como critério de cumprimento da ética e da democracia, pois usar os mecanismos da Internet é uma garantia de acesso à informação para mais pessoas²⁴.

²⁴ Ainda que a informação pelo rádio, pela TV, pelos jornais impressos e pelas revistas tenham penetração na sociedade do século XXI, não se pode negar o fascínio exercido pela internet sobre os destinatários da informação. Segundo uma pesquisa divulgada pelo IBGE, em novembro de 2015, mais da metade dos domicílios brasileiros passou a ter acesso à internet. Os dados referentes a 2014 mostram que 36,8 milhões de casas estavam conectadas, o que representa 54,9% do total. Em 2013, esse índice era de 48%. O IBGE indicou ainda que a

A ética considerada como atitude de “pensar no outro” (SAVATER, 2002), “compaixão e solidariedade” (HONNETH, 2003), “criação de significados, crenças e hábitos coletivos” (IBRI, 1992; CASAGRANDE, 2011; BOURDIEU, 2004), “cálculo racional e responsabilidade” (GIDDENS, 1994) impulsiona o jornalista do setor público a pautar suas funções profissionais no que tange à formulação de conteúdo “pensando no outro” (espectador), adequando a linguagem dos sites às expectativas da Sociedade da Informação, quais sejam: a promoção da democracia, o acesso à informação transparente e à demanda por participação e interatividade, como direitos. Savater (2002, p.130) afirma:

Pôr-se no lugar do outro é mais do que o começo de toda comunicação simbólica com ele: trata-se de levar em conta seus direitos. Quando não há direitos, é preciso compreender suas razões. Por isso é algo a que qualquer homem tem direito frente aos outros homens, mesmo que seja o pior de todos: tem direito – direito humano – a que alguém tente colocar-se em seu lugar e compreender o que ele faz e sente.

Neste contexto, o trabalho nas TIC contemporâneas não pode perder o horizonte segundo o qual do outro lado da interface existe uma pessoa detentora de expectativas, de uma cultura, de sentimentos que interferem na maneira de decodificação da informação. Por isso, há a necessidade do jornalista se solidarizar e se interconectar com este espectador oferecendo a ele um produto que lhe seja útil e de qualidade (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2005).

A Internet é um campo amplo, quase infinito, para o exercício desta interconexão, pois foi concebida como um conjunto de redes de computadores interconectados; uma comunidade internacional de usuários interligados por meio de uma rede de redes que conversam pelo mesmo protocolo de comunicações (WENDLING, 1997).

Neste ambiente de redes, um site institucional será tanto mais ético quanto mais propiciar a comunicação horizontal entre o Estado e a Sociedade, pois por Comunicação Governamental se compreende “os fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo os gestores e a ação do Estado e a sociedade. Estado, nesse caso, é compreendido como o conjunto das instituições ligadas ao Executivo, Legislativo e Judiciário, incluindo empresas públicas, institutos” (DUARTE; 2007; pp.60 e 61).

Segundo Duarte (2007), as origens da comunicação governamental no Brasil datam do século XX e se apresentava com característica autoritária, pois as informações e o trabalho da

quantidade de internautas chegou a 54,4% das pessoas com mais de 10 anos em 2014. São 95,4 milhões de brasileiros com acesso à internet. (Pesquisa divulgada pelo Portal Brasil. Disponível em:<<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2015/11/numero-de-brasileiros-na-internet-subiu-para-95-4-milhoes-em-2014>>. Acesso: jan. 2017)

imprensa eram controlados e censurados, permanecendo apenas a propaganda como prática. A partir disso, se compreendem os motivos pelos quais a população não se sentia parte da comunicação governamental, já que no início do processo, além da censura, a comunicação de caráter propagandístico, preocupada em vender a imagem do governo e em fazer propaganda positiva do mesmo, prevalecia. O conceito de comunicação pública para Duarte (2007, p. 63), sob o ponto de vista ético, não se reduz à informação.

Comunicação é um processo circular, permanente, de troca de informações e mútua influência. [...] Informação é a parte explícita do conhecimento, que pode ser trocada entre pessoas, escrita, gesticulada, falada, utilizada para a tomada e uma decisão. [...] Mas a simples existência de informação não necessariamente significa comunicação eficiente. Ela pode ser inútil, manipulada, mal compreendida ou não chegar no momento adequado. Informação é apenas a nascente do processo que vai desaguar na comunicação viabilizada pelo acesso, pela participação, cidadania ativa, diálogo.

Esta definição esclarece como o processo de comunicação promovido pelas instituições públicas necessita ir além da simples divulgação da informação. Para o sujeito se sentir ativo e introduzido na comunicação é preciso a promoção da interação entre o cidadão e o órgão público. A comunicação pública é o fluxo comunicacional que se estabelece entre as instituições públicas e os cidadãos usuários dos seus serviços. A comunicação pública atua em cinco frentes (OLIVEIRA, 2004, p.118):

Responder à obrigação que as instituições públicas têm de informar o público; estabelecer uma relação de diálogo de forma a permitir a prestação de serviço ao público; apresentar e promover os serviços da administração; tornar conhecidas as instituições (comunicação externa e interna); e divulgar ações de comunicação cívica e de interesse geral. A essas cinco modalidades acrescenta-se, naturalmente, a comunicação do processo decisório que acompanha a prática política.

A comunicação pública existe para atender aos interesses da sociedade em geral, e como tal, deve ser centrada no diálogo com o cidadão. Por isso, devem ser institucionalizados mecanismos e canais de participação para estabelecer a interatividade entre mensagens de tal forma a conceber a comunicação não como “monólogo informativo” ou “comunicação de mão única”, mas como “interação colaborativa”, ou seja, a informação construída em rede e em parceria, superando o modelo tradicional de comunicação formado por emissores ativos e receptores passivos. Em vez de uma busca imediatista de resultados, em vez de rivalidades e suspeitas, deve-se criar e manter relações mais permanentes. Nestas relações de parceria, prevalece um espírito de comprometimento mútuo, de ajuda recíproca (ZAJDESZNAJDER, 1994).

No sentido desta comunicação interativa, introduz-se o conceito de “jornalismo colaborativo” ou *crowdsourcing*²⁵. Isto é, uma experiência de expansão das redações jornalísticas, não vinculadas ou integradas à equipe de produção do produto informativo fundamentado, conforme abordado no item 3.2 desta dissertação: I- na interatividade que possibilita a incorporação do usuário nas etapas do processo de elaboração da notícia de maneira instantânea; II - na multimidialidade, enquanto permite o uso de diversas mídias para a produção; III - e na flexibilização dos limites de tempo e espaço, pois leva os jornalistas a criarem uma lógica com estruturas narrativas próprias para o ciberespaço (SCHWINGEL, 2008).

Este modelo a ser implantado parte da perspectiva de superação da comunicação como sinônimo de divulgação com o intuito de convencer o interlocutor e catequizá-lo para assimilar uma informação que se julga detentora de uma verdade unívoca. Este protótipo comunicacional não mais responde à comunicação da sociedade do século XXI. Ou seja, a comunicação é um fator de integração das sociedades humanas, é um organismo vivo, um sistema orgânico formado por redes que desempenham o papel de interligar as ideologias, culturas e públicos. Neste sentido, é preciso promover oportunidades de participação dos sujeitos externos, para receberem um retorno de suas dúvidas, sugestões e demandas e não passarem a desacreditar na gestão pública. Qualificar a informação não significa persuadir o público, mas sim, fornecer-lhe a oportunidade de interagir com o conteúdo que lhe é apresentado (MATTELART, 2003), pois a comunicação pública pressupõe “o debate que se dá na esfera pública entre Estado, governo e sociedade, sobre temas de interesse coletivo. Um processo de negociação através da comunicação, próprio das sociedades democráticas” (MATOS, 2007, p. 11).

A partir das duas alíneas acima destacadas, contidas no Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal que estão em diálogo com esta pesquisa, e da reflexão sobre o Jornalismo Público pode-se aferir a não utilização dos mecanismos disponibilizados pela hipermídia nos sites informacionais do serviço público federal como uma infração ao Código de Ética na medida em que retira do cidadão o seu direito de acesso às informações por meio de uma linguagem própria de sua cultura e do ambiente em que está socializado, como os ambientes das hipermídias. Neste novo cenário, é natural que a expectativa da sociedade a respeito da conduta do administrador público tenha se tornado mais exigente, pois “se trata de

²⁵ Informação construída a partir da diversidade de fontes, onde os possíveis erros de notícia podem ser corrigidos facilmente, tornando a informação mais credível, pois apresenta muitos pontos de vista (SCHWINGEL, 2008)

uma questão política intimamente associada ao processo de mudança cultural, econômica e administrativa que o país e o mundo atravessam” (BRASIL, 2014, p.18).

É importante ainda ressaltar a conexão das alíneas acima destacadas do Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal ao Sistema de Gestão de Ética do Poder Executivo Federal (Decreto nº 6.029, de 1º de fevereiro de 2007), sobretudo, em seu Artigo 1º, nº II, quando evidencia uma das principais finalidades e competências éticas deste sistema a missão de “contribuir para a implementação de políticas públicas tendo a transparência e o acesso à informação como instrumentos fundamentais para o exercício de gestão da ética pública”. No contexto de construção de uma governança pautada pelo uso das novas tecnologias da informação, a transparência e o compartilhamento da informação pública são critérios para a prestação de um serviço ético, conforme Angélico (2012, p.25):

Basicamente, governança transparente significa uma abertura do sistema de governança através de processos e procedimentos claros e fácil acesso à informação pública por parte dos cidadãos, estimulando a consciência ética, no serviço público através do compartilhamento de informações, o que em última instância assegura accountability para o desempenho dos indivíduos e organizações que são responsáveis por recursos públicos ou ocupam cargos públicos.

A introdução do uso de mecanismos da comunicação contemporânea no Código de Ética do Servidor Público Federal coloca as instituições públicas do país no desafio de transformá-los em instrumentos efetivos de apoio a um serviço público mais aberto e comprometido com a transparência nas suas decisões. A ética da transparência na informação pública segue as características de um regime de direito à informação (MENDEL, 2008, p.29):

1. Divulgação máxima: a legislação sobre liberdade de informação deve ser guiada pelo princípio da máxima divulgação;
2. Obrigação de publicar: os órgãos públicos devem ter obrigação de publicar informações essenciais;
3. Promoção de um governo aberto: os órgãos públicos precisam promover ativamente a abertura dos governos;
4. Abrangência limitada de exceções: as exceções devem ser claras e estritamente definidas e sujeitas a rigorosos testes de “dano” e “interesse público”;
5. Procedimentos que facilitem o acesso: os pedidos de informação devem ser processados com rapidez e justiça, com a possibilidade de exame independente, caso haja recusa;
6. A divulgação tem precedência: as leis que estiverem em desacordo com os princípios da máxima divulgação devem ser revisadas ou revogadas;

Como visto, cabe ao Jornalista, em especial do serviço público, o dever ético de viabilizar os múltiplos canais de interlocução com os usuários, dispostos pelas TIC contemporâneas, a fim do direito à ampla informação ser efetivado.

Para isto, não se pode abdicar das ferramentas introduzidas pela informática. Ao contrário, elas podem ser um valioso meio de viabilização da ética jornalística no serviço público. Contudo, se o advento dos novos aparatos tecnológicos amplia o direito à informação dos cidadãos, por outro lado potencializa crimes, deslizes e práticas antiéticas (CHRISTOFOLETTI, 2008). O ambiente do ciberespaço é plural e pode ser permissivo, enquanto “é recheado de informações das mais diversas procedências” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 97).

Desta maneira, a legislação brasileira contida no Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal representa uma forte adaptação do serviço público à nova realidade cultural marcada pela globalização e pela tecnologia e significou um passo decisivo para a consolidação do artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos:

Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

2.5. Hipermídia como viabilização da ética: uma visão estratégica do serviço público

No universo das organizações e sistemas públicos, bem como nos organismos privados, ações com o intuito de resgatar os princípios éticos têm sido desenvolvidas de maneira estratégica. Na gestão das organizações da contemporaneidade repercute uma forma cultural hegemônica marcada pela racionalidade do planejamento e da conquista de metas. Este conjunto de atitudes, pensamentos e comportamentos muito frequente em um tempo histórico é chamado de “espírito do tempo”. Atualmente, a cultura organizacional com seus padrões, suas diretrizes e valorizações, encontra-se dominada por um “espírito do tempo” com enfoque fortemente de busca pela postura estratégica. Como afirma Zajdsznajder (1994, p.75):

A postura estratégica é a outra forma de ser em nosso tempo. É como se a estratégia tivesse abandonado os espaços mais restritos dos estados maiores das forças militares, ou os altos escalões públicos e privados, para se tornar uma questão de qualquer um de nós. Neste sentido mais geral, a estratégia diz respeito a como agir nas relações entre as pessoas – individualmente, grupalmente, nacionalmente ou

internacionalmente – tendo por objetivo o sucesso, ou tendo por finalidade evitar o fracasso, a destruição, enfim, ou simplesmente sobreviver.

A estratégia em uma abordagem de natureza organizacional se relaciona com as demais dimensões da organização, como administração, tecnologia, estrutura e comunicação. Como resultado, qualquer alteração de ordem estratégica se reflete nas características culturais da organização. Assim, a estratégia passa a ser encarada muito mais como um processo do que como uma fórmula prefixada (MACHADO; FONSECA; FERNANDES 1998).

No conceito de estratégia, há pelo menos dois elementos envolvidos: o primeiro é o conteúdo, o qual considera as ideias, propostas, diretrizes e apontamento de soluções; e outro de processo, que analisa a dinâmica envolvida na implantação das estratégias (MEIRELLES, 2000).

As estratégias devem fomentar a pró-atividade como elemento essencial na construção de um ambiente organizacional cujas oportunidades possam ser otimizadas e as ameaças não lhe afetem de forma relevante, aprimorando os pontos fortes e minimizando a influência dos pontos frágeis da organização, melhorando-os (WRIGHT, 2000).

Isto depende das contingências ambientais a que uma organização está exposta, pois como sistemas abertos, as organizações sofrem influência da cultura e do ambiente externo. A administração deve adaptar-se às circunstâncias ambientais, equilibrando a satisfação interna com as demandas do ambiente externo. Este modo de gestão é característico das organizações orgânicas, que operam com flexibilidade, adaptando-se às oportunidades ambientais. Os bons resultados desta adaptação dependem de como os envolvidos na elaboração de diretrizes avaliam as condições externas e a cultura interna da organização para, a partir desta análise objetiva, tomar as decisões (MORGAN, 1996).

Estruturas e comportamentos humanos externos à uma organização são imitados, introjetados, empossados e aplicados de tal forma que a similaridade entre os sistemas tende a se estreitar, num fenômeno chamado de homogeneização e isomorfismo. Esta dinâmica teria surgido a partir dos elementos da competição e da eficiência, impostos pela cultura da burocracia defendida pelo mercado econômico. Estas adaptações, mudanças e introjeções de maneiras novas na estruturação de uma organização e no comportamento dos sistemas se dão em diferentes contextos como, por exemplo, em situações coercitivas, miméticas e normativas. Ao Estado cabe um equilíbrio na sua metodologia de ação: orientar-se pela eficiência exigida pela burocracia capitalista, sem levar o isomorfismo e a homogeneização ao absoluto, mas também cuidar dos interesses e demandas de uma sociedade plural e

diversificada. À teoria das organizações apresenta-se o desafio da análise tanto das similaridades, quanto das variações nos sistemas com a finalidade de elucidá-los sobre as consequências desses fenômenos em suas estratégias de ação (DIMAGGIO; POWEL, 2005).

As organizações reúnem condições para a absorção de elementos culturais novos, provocadores de transformações, a chamada “antropofagia”, isto é, a assimilação de novas tecnologias e novos comportamentos estratégicos. A permeabilidade das instituições públicas a elementos novos e a alteração decorrente em sua estrutura e no comportamento de seus membros é resultado de vários componentes, como por exemplo, as pressões sociais, a absorção de modelos gerenciais ou a influência de novas tecnologias em emergência no setor privado. Qualquer movimento reformador do Estado, introjetando estas e outras influências, devem ser acompanhadas de reflexão e crítica aos modelos importados, além de uma adaptação criativa ao contexto cultural em que será inserido (BERGUE, 2010).

Para os teóricos neochumpeterianos²⁶, as instituições são um sistema em constante aprendizado e inovação. O “combustível” desta dinâmica é atender à demanda do mercado. Enquanto há lucro, há estabilidade na estratégia. Quando a operacionalização adotada não responde mais às expectativas do mercado, empreende-se uma nova rotina para responder com mais competência às solicitações do sistema capitalista. As constantes pesquisas e sondagens para verificar o grau de satisfação do consumidor exemplificam esta realidade e indicam a “agenda” e a “rotina” de produção e estratégias de uma empresa, bem como a necessária adequação às transformações impostas pela dinâmica social, cultural e econômica. Assim, os conceitos de “rotina”, “inovação” e “busca” estão conectados, porque os hipotéticos problemas detectados na rotina de uma organização podem desencadear em rotinas de solução dos problemas e, assim, introduzir “inovações” (RISSARDI; SHIKIDA; DAHMER, 2009). No serviço público, o desenvolvimento de “inovação”, em especial, no campo das TIC é ação ética não pautada pelo lucro segundo a cosmovisão capitalista, como defendem os neochumpeterianos, mas como mecanismo para garantir a transparência, o acesso à informação e a consolidação do sistema democrático (BRASIL, 2013).

Como resultado desta postura estratégica e deste ambiente externo às organizações no campo da ética, em especial nas instituições públicas, surgem iniciativas para o fomento dos valores nos ambientes organizacionais, como por exemplo, a criação dos Conselhos, Comissões, Códigos e Escolas de Ética do Governo, como mecanismos pedagógicos de

²⁶ Estes teóricos ligados à Economia e à Sociologia, inspirados nas reflexões elaboradas pelo economista e cientista político austríaco, Joseph Alois Schumpeter, defendiam a “inovação” como elemento essencial para o desenvolvimento econômico. Estas teorias foram difundidas a partir do final da década de 1970.

gestão da ética. Mais do que punir, estas estratégias buscam prevenir e educar os membros de uma organização para as condutas estabelecidas e aguardadas pela instituição (BRASIL, 2015). As organizações devem qualificar o comportamento de acordo com os princípios éticos, pois isto possibilita a inserção desses princípios nos processos administrativos, nas tomadas de decisão e na elaboração de novas e criativas estratégias de efetivação de serviços pautados pela ética (PFANNEMULLER, 2006). Como argumenta Aristóteles na obra *Ética a Nicômaco*²⁷:

[...] a verdadeira finalidade não é a busca dos princípios e o conhecimento das regras em geral, mas sua real aplicação. No que se refere à virtude, tampouco pode ser suficiente saber o que ela é; é preciso, além disto, esforçar-se em possuí-la e colocá-la em prática [...]

A implementação de estratégias éticas pode introduzir a organização em um entendimento integrador entre as necessidades dos indivíduos e as do sistema, na medida em que estabelecem mecanismos para despertar nas pessoas o sentimento de responsabilidade, dando-lhes liberdade para serem criativas, motivando-as para exercer suas capacidades de autocontrole e autonomia e, também, suscitar em si mesmo o sentido do constante aprendizado e autoavaliação. Se a forma mecânica de administrar uma organização isolou as pessoas e quebrou a coesão e as relações interpessoais, a interpretação da organização como organismo interligado estimula a observar a importância do envolvimento do colaborador, bem como a enxergar o trabalho como elemento essencial para o bem-estar psicológico e social do indivíduo, além de construir sistemas flexíveis, interconectados e holográficos, capazes de possuir “visão do todo” pela troca e fluir das informações necessárias ao bom funcionamento do sistema, por meio do respeito e internalização das normas e criação de uma cultura ética organizacional (MORGAN, 1996).

A visão estratégica da hipermídia como viabilização da ética na administração pública deve estar atenta às diferentes ideologias, às demandas e à moral em vigor dos chamados *stakeholders*, ou seja, grupos ou indivíduos afetados pela busca dos objetivos por parte de uma organização. A teoria dos *stakeholders* (KUROSKI, 2002) propõe que as estratégias organizacionais devem visar o consentimento, e não a igualdade e neutralidade de posição, entre as partes. A teoria deste gerenciamento postula que uma instituição será tanto mais eficiente e eficaz em produtividade, qualidade, finanças, relações humanas e públicas, quanto melhor for o seu relacionamento com os *stakeholders*.

²⁷ Aristóteles, *Ética a Nicômaco*, Livro X.

A construção de uma política de informação e de comunicação, dentre as quais a implantação das hipermídias nos conteúdos jornalísticos com viabilidade ética da organização, implica na criação de estruturas físicas e tecnológicas, além da construção de procedimentos, formação e capacitação de equipes e produção de instrumentos e planejamento de ações de comunicação (BOTELHO, 2011).

2.6. Processos de decisão ética no jornalismo público hipermidiático

Diariamente o servidor das organizações e sistemas públicos enfrenta situações nas quais se exige a tomada de decisões éticas. Tais situações envolvem elementos complexos como sistemas de valores e crenças adquiridas, além da possibilidade de perdas e ganhos imediatos, como a credibilidade e o reconhecimento social e profissional. Masiero (2013, p.31) sustenta a complexidade dessas situações cotidianas:

Ao analisar uma situação desse tipo, a pessoa envolvida desenvolve complexas racionalizações internas e também ouve colegas e outras pessoas envolvidas, que apresentam suas argumentações. Em ambas as situações é importante evitar os raciocínios falhos – os próprios e os dos outros – e conseguir pensar mais claramente sobre a situação.

Isto pode ser atribuído a um variado número de fatores, dentre eles, a percepção e a racionalidade limitadas das pessoas envolvidas nos processos decisórios. A grande complexidade das questões organizacionais defrontada com a capacidade individual de perceber e raciocinar sobre os vários elementos enredados nas situações faz as decisões se tornarem razoáveis, não completas, devido ao número de informações necessário para se otimizar uma decisão e à extensa e complexa rede de relações entre as partes comprometidas na decisão (KUROSKI, 2002).

Ademais, as decisões éticas precisam se ater à complexidade do fenômeno das metanarrativas construídas em torno de um processo decisório. Todas as metanarrativas encontram seus pontos de interseção e seus pontos de exclusão, de tal forma que as conexões entre uma e outra esclarecem de maneira mais lúcida e consistente os princípios defendidos ou não pela tendência “rival”. Este confronto entre as metanarrativas fornece um dinamismo intelectual para o redescobrimto dos estudos das organizações e dos sistemas e, certamente, responde à emergência do tempo atual: a busca do diálogo e das inter-relações entre os diferentes campos integrantes da complexidade organizacional (REED, 1999). É necessário ter clarificado a noção de “campo”, isto é, um espaço estruturado de relações no qual agentes

em disputa procuram obter um máximo lucro simbólico objetivado em melhores posições. As “conversações” entre os diversos campos interpretativos motiva uma dialética capaz de estabelecer, na diversidade, os elos do conhecimento. Pelas “conversações”, os resultados obtidos nas decisões serão submetidos, frequentemente, às negociações e rearranjos de significados (BOURDIEU, 2014).

Se quiserem dar soluções aos problemas das organizações na atualidade, os gestores devem considerar a literatura já construída e se livrar da presunção das teorias fechadas em si mesmas, com juízos absolutos, pois como são complexas as organizações, assim também a história onde elas estão inseridas pode ser verificada sob o prisma de um emaranhado de princípios, ideologias, métodos e conhecimentos. A conectividade entre as interpretações diversas se impõe (FACHIM, 1999). Tentar compreender uma organização, para apresentar as decisões, a partir de apenas um ponto de vista é reducionismo e a consequência poderá ser uma análise míope, sem fundamentação na essência da organização e sem a abertura necessária a novos diagnósticos. Uma análise científica e ampla sobre as organizações, para a tomada de decisões, se prima pelas conversações entre a pluralidade dos campos paradigmáticos (MORGAN, 1980).

Desta maneira, os decisores ou atores sociais exercem importante papel. Destaca-se o benefício da capacidade de comunicação dos atores sociais para, além de criar significados e crenças, também serem capazes de despertar significados em outros membros do grupo para garantir a unidade do campo. Uma coalizão política será tanto mais condensada, afinada e organizada quanto mais seus atores forem hábeis para comunicar o significado de suas crenças e mobilizar a memória afetiva de seus interlocutores, motivando-os para a cooperação nas decisões, não somente racional, mas empaticamente. Um campo terá unidade enquanto os membros internalizarem os princípios e valores defendidos pelos atores sociais hábeis (FLIGSTEIN, 2001).

Os processos de decisão ética em uma organização devem estar alicerçados na compreensão dos valores inerentes a cada pessoa e como eles se interagem no sistema organizacional, de que forma são construídos e reconstruídos. Se aposta na existência de forças acima do controle individual e para detectá-las e compreendê-las é preciso considerar a complexidade do sistema, onde elementos como permeabilidade cultural, articulação política, arranjos de poder e demandas sociais contribuem com a estruturação de um “*modus operandi*” próprio. As organizações não são como máquinas programadas, cujo mecanismo é previamente estabelecido. Elas podem ser interpretadas assim, mas equivocadamente. Nelas existem pessoas criativas e interativas, constitutivas de regras e normas sociais, habilidosas na

formulação de crenças, valores éticos e ideologias, além de estipularem sentidos e interpretações às coisas e aos seus pares (MORGAN, 1996; BERGUE, 2010).

As ações de transposição e importação de soluções éticas padronizadas para se atingir uma almejada mudança é um risco, pois a mudança tenderá a ser superficial, de cunho essencialmente estético. Este é um problema endêmico no Estado e nas organizações públicas brasileiras, dado o costume de supervalorização e implantação de modelos estrangeiros e protótipos do setor privado, seja na formação profissional, inclusive de agentes públicos, seja na apropriação tecnológica e nas práticas gerenciais vigentes. Este processo seria consequência de uma fixação com o que vem de fora. Há na cultura brasileira um valor acrítico e acentuado ao exógeno, em detrimento das soluções dadas a partir do que realmente corresponde à realidade local (BERGUE, 2010).

Isto gera um problema grave à administração nas organizações públicas brasileiras: o “formalismo”. Ou seja, a incompatibilidade entre o poder formal e o poder afetivo; o contraste entre a constituição, as leis, os regulamentos, os organogramas e as estatísticas e as práticas reais; o conflito entre o que “deve ser” e o que “é”. Em outras palavras, inventam-se “jeitinhos” com a finalidade de adequar o que “não é” ao que “parece ser”. A superficialidade abala a identidade ética das instituições brasileiras. As decisões éticas, estrategicamente, nas organizações do Brasil urgem ser para valer (ZAJDSZNAJDER, 1994).

No livro a “A Civilização do Espetáculo”, Lhosa enfatiza as consequências da cultura de nosso tempo fundamentada no entretenimento e na velocidade das informações. Para o autor, os principais resultados dos valores defendidos por esta sociedade são “a banalização da cultura, generalização da frivolidade e, no campo da informação, a proliferação do jornalismo irresponsável da bisbilhotice e do escândalo” (LHOSA, 2013, p. 19). O alerta do autor se enquadra no âmbito deste trabalho na medida em que o jornalismo do serviço público deve considerar, no desenvolvimento do conteúdo hipermediático, a qualidade da informação divulgada. As facilidades da comunicação desencadeadas pelas ferramentas da hipermídia não se sobrepõem à profundidade com que as notícias do setor público urgem ser tratadas. Não se justifica o uso das hipermídias pela superficialidade da informação. Ao contrário, nos processos de decisão que envolve o uso das hipermídias nos conteúdos jornalísticos do serviço público, a incumbência pelo zelo, primor, qualidade e profundidade da notícia necessitam se sobrepor.

CAPÍTULO III: ESTUDO DE CASO - O IFSULDEMINAS

Os IF's constituem-se num arranjo diferenciado na organização educacional brasileira, pois assumem a função de ofertar, numa única instituição, desde a formação inicial e continuada até as graduações tecnológicas e pós-graduação (ORTIGARA, 2014).

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais foi criado em 2008 pela lei 11.892, quando os Cefets, as Uneds, as Escolas Agrotécnicas, as Escolas Técnicas Federais e as escolas vinculadas a Universidades Federais deixaram de existir para formarem os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Esta legislação, em seu artigo 2º, define os IF's como:

[...] instituições de educação superior, básica e profissional, pluricurriculares e multicampi, especializadas na oferta de educação profissional e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino, com base na conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos com as suas práticas pedagógicas, nos termos desta lei.

Os IF's constituem-se num arranjo diferenciado na organização educacional brasileira, pois assumem a função de ofertar, numa única instituição, desde a formação inicial e continuada até as graduações tecnológicas e pós-graduação *lato* e *stricto sensu*, passando pelo ensino técnico de nível médio, oferecido tanto na forma integral como concomitante ao ensino médio. A preposição dos IF's é a formação profissional para os trabalhadores que dela necessitam (ORTIGARA, 2014).

Sendo assim, o IFSULDEMINAS nasceu da integração de três antigas Escolas Agrotécnicas Federais localizadas nos municípios de Machado, Muzambinho e Inconfidentes. Cada uma das três unidades tornou-se *campus* e, com a expansão da rede, outros *campi* foram implantados: Poços de Caldas, Passos e Pouso Alegre. A reitoria do Instituto está estrategicamente localizada em Pouso Alegre, cidade polo do estado de Minas Gerais.

Em dezembro de 2013, a instituição passou a ter *campi* avançados nas cidades de Três Corações e Carmo de Minas. O IFSULDEMINAS implantou também polos de rede em diversas cidades do sul de Minas, além de ofertar cursos na modalidade EAD e presenciais. Atualmente, a instituição atua em vários níveis de ensino, ofertando as modalidades de cursos técnico integrado ao ensino médio, técnico subsequente, graduação (bacharelado, licenciatura e tecnologia) e pós-graduação, em diversas áreas. Soma-se a este conjunto, a oferta de cursos profissionalizantes de curta duração, por meio do PRONATEC. No primeiro semestre de 2017, a instituição somava mais de 19 mil e 500 alunos. O objetivo da instituição é ampliar o acesso ao ensino profissionalizante nos 178 municípios de abrangência da macrorregião sul de Minas. A finalidade proposta pelo Instituto é beneficiar cerca de 3,5 milhões de pessoas, direta ou indiretamente.

3.1. O Portal de Notícias do IFSULDEMINAS

O IFSULDEMINAS mantém um portal de notícias na Internet²⁸. Nele são veiculados os conteúdos jornalísticos da instituição, onde há informações referentes aos projetos de pesquisa e de extensão, bem como reportagens acerca da vida acadêmica da comunidade escolar. Abaixo, a figura evidencia a imagem da primeira página do *site* institucional mantido pela reitoria do IFSULDEMINAS.

²⁸ < <http://portal.ifsuldeminas.edu.br> > Além deste canal de comunicação, o IFSULDEMINAS oferece aos cidadãos outras ferramentas de informação. Cada *campi* e a reitoria contém páginas independentes no Facebook, no Twitter, no Instagram e no Youtube e cabe a cada uma das ASCOM's dos *campi* e da reitoria alimentar estes canais com as informações produzidas por cada uma das unidades que formam o IFSULDEMINAS.

Imagem Ilustrativa nº1 – Parâmetro do conteúdo jornalístico atual do *site*

Fonte: <https://portal.ifsuldeminas.edu.br/index.php>

O conteúdo jornalístico é produzido pelas equipes da ASCOM, tanto da Reitoria quanto de cada um dos seis *campi*²⁹. A missão dos servidores que atuam nestes espaços, responsáveis pela coleta, produção e divulgação do conteúdo jornalístico, é (BRASIL, 2010, p.51):

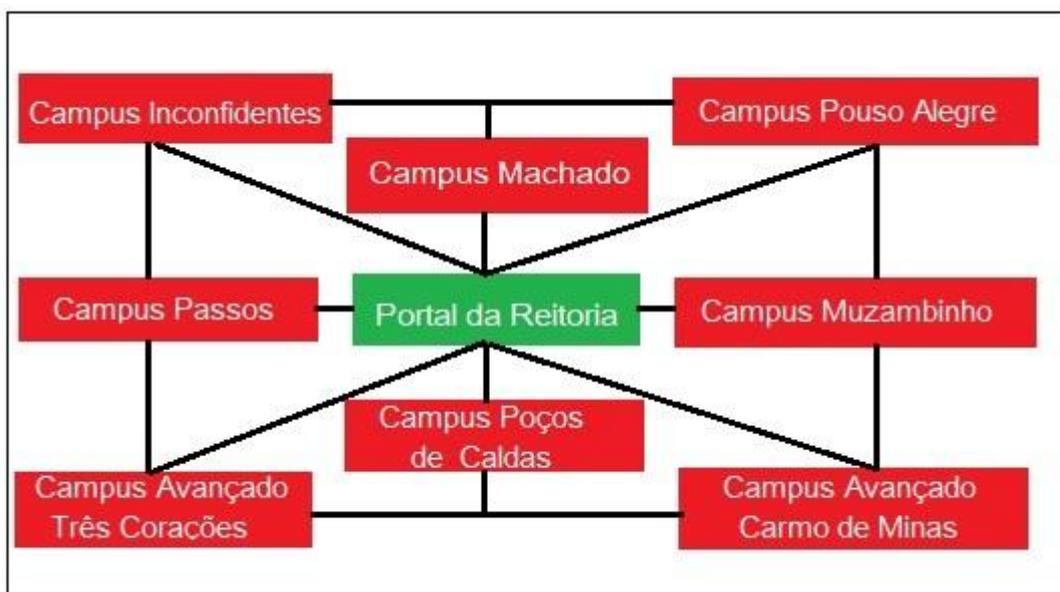
Recolher, redigir, registrar através de imagens e de sons, interpretar e organizar informações e notícias a serem difundidas, expondo, analisando e comentando os acontecimentos, fazer seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de

²⁹ Os *Campi* Avançados de Carmo de Minas e Três Corações não possuem Jornalistas efetivos no quadro de servidores.

imprensa e quaisquer outros meios de comunicação com o público. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

O portal consta de *links* de acesso aos seis *campi* e aos dois *campi* avançados de onde o usuário pode acessar as notícias contidas em cada um dos *sites* alimentados pelas ASCOM's de cada *campi*, de acordo com a seguinte arquitetura:

Quadro 6 – Rede de Difusão de Conteúdo



Elaborado pelo autor

O tipo de linguagem usado na produção das informações é eminentemente estruturado em forma de textos com ilustrações por meio de fotografias. De acordo com dados oferecidos pela ASCOM da reitoria do IFSULDEMINAS, o número de visualizações do portal atinge quase 200 mil acessos no mês. No mesmo período, há cerca de 70 mil seções, que são interações de usuários no portal. Uma seção corresponde a um usuário que entra no site e fica navegando por ele até fechar o navegador.³⁰

A elaboração de conteúdo jornalístico para o *site* do IFSULDEMINAS teve início em 2010, quando a primeira jornalista entrou em exercício na reitoria. Até 2017, outros sete profissionais jornalistas foram incluídos ao corpo de servidores efetivos da instituição.

3.1.1. Conteúdo jornalístico hipermediático do site institucional no contexto do Código de Ética Profissional do Servidor Público do Poder Executivo Federal

³⁰ Dados colhidos em junho de 2017.

Este item desempenha a análise do Código de Ética Profissional do Servidor Público do Poder Executivo Federal e a sua relação com a aplicação das hipermídias no *site* institucional do IFSULDEMINAS. Averigua como o conteúdo jornalístico hipermidiático do *site* desta instituição pode ser aplicado aos conceitos de “aperfeiçoamento do processo de comunicação e contato com o público” e “utilização dos avanços técnicos e científicos” abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal.

A aplicação dos aspectos próprios das hipermídias como interatividade, instantaneidade, perenidade/memória, convergência/multimedialidade, hipertextualidade e personalização são investigados a partir do ponto de vista ético dos Jornalistas dos *campi* e da reitoria da instituição, bem como dos Diretores Gerais dos *campi*, pois são eles os profissionais responsáveis pelo desenvolvimento destes mecanismos no conteúdo informativo e pela gestão da comunicação na página virtual da instituição pública. A aplicação das orientações sobre “comunicação e novas tecnologias da informação” contidas no Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e a viabilização das hipermídias como potencialização da ética no serviço público enquanto estas podem promover o empoderamento do cidadão também são verificadas.

Para coletar os dados, foram elaborados dois roteiros de entrevistas a serem aplicados nos dois públicos *stakeholder* (Jornalistas e Diretores Gerais). Conforme mencionado nos Procedimentos Metodológicos (Capítulo I), esses roteiros foram submetidos à Plataforma Brasil e aprovados pelo Comitê de Ética da UFSCar. De acordo com o demonstrado nos Apêndices A e B desta Dissertação (Instrumentos de Pesquisas), o roteiro destinado aos Jornalistas contém 26 questões abertas e 12 perguntas fechadas, explorando conhecimentos específicos e detalhados, e foram aplicadas ao universo de 7 (sete) profissionais. Para os Diretores Gerais foram aplicadas 12 questões abertas, explorando conhecimentos e opiniões mais amplas, sendo o número de 8 (oito) responsáveis pela administração dos *campi* a responderam às indagações.

As Entrevistas em Profundidade foram feitas pessoalmente e gravadas. Depois de transcritas foram enviadas para os participantes com o objetivo de aprovar a respostas, certificando assim a fidedignidade da transcrição. A partir daí deu-se início à fase de Análise de Conteúdo.

A Análise de Conteúdo dos dados coletados na Entrevista em Profundidade permite apontar os seguintes prognósticos sobre a aplicação das características da hipermídia no conteúdo jornalístico do *site* do IFSULDEMINAS:

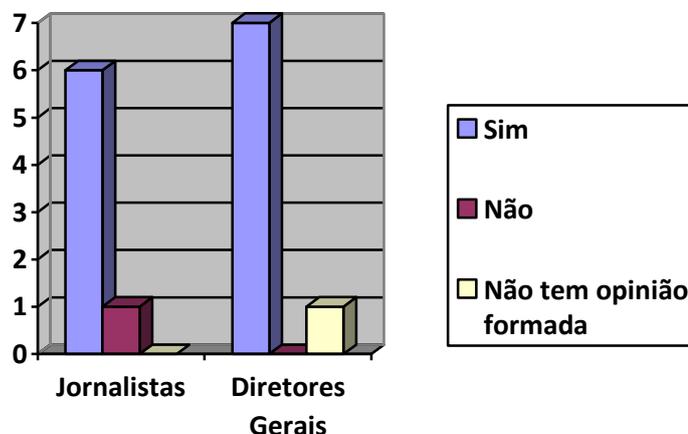
Categoria A - Quanto à Interatividade

A pesquisa aborda a categoria “interatividade” sob dois aspectos:

I. Abertura para comentários na notícia: Diante da transformação provocada pelo ciberespaço, o editor de um *site* tem a responsabilidade de abrir espaços para um público que deseja expressar a sua opinião, quando produtores e consumidores invertem seu papel, um desempenhando as tarefas do outro (QUADROS, 2001). O portal de notícias do IFSULDEMINAS não oferece ao internauta mecanismos de comentários públicos acerca das informações veiculadas. No entanto, a pesquisa indica uma predisposição dos gestores para a implantação desta ferramenta, uma vez que consideram a interatividade elemento fundamental para enquadrar o conteúdo jornalístico do *site* aos parâmetros éticos defendidos pela literatura da Administração Pública Federal, nos quais orientam o Estado a criar espaços abertos de diálogo e de proximidade com o cidadão (AMORIM, 2000; BRASIL, 1998). Esta predisposição pode ser verificada em uma das respostas encontradas:

Nosso *site* não tem espaço para o internauta expor suas opiniões. É necessário que tenhamos um *feedback* dos usuários para ver se a mensagem que estamos passando está sendo entendida. É necessário que o usuário tenha um posicionamento sobre a informação. Temos que adotar esta linha. Não adotar este canal mais aberto para os cidadãos darem suas opiniões sobre o que produzimos seria uma falha nossa.

O gráfico nº 1 aponta para a existência desta demanda de oferecimento do mecanismo de interatividade para atender o objetivo de engajar o cidadão ao espaço público, pois o jornalismo também se constrói com opiniões (CHAPARRO,1998).

Gráfico nº 1 – (Questão fechada) Considera importante o uso de mecanismos de interatividade no *site*?

Elaborado pelo autor

O gráfico acima (nº1) mostra que dentre o universo de pesquisados do *stakeholder* Jornalistas, seis (6) apontam para a necessidade de se criar um mecanismo para os internautas opinarem, enquanto o universo de sete (7) dos oito (8) pesquisados do *stakeholder* Diretores Gerais defende a implantação da ferramenta. Esta requisição pode ser ilustrada por meio de uma das respostas coletadas durante a fase das entrevistas em profundidade: “Tem muito mais engajamento quando uma pessoa fala sobre alguma coisa do que quando somente uma instituição fala”. Este pensamento corrobora a teoria defendida por LEÃO, 2005; MIELNICZUK *et al.*, 2015; SANTAELLA, 2005, segundo as quais a interatividade proporciona a imersão do usuário no conteúdo informativo, conforme a defesa de outro entrevistado:

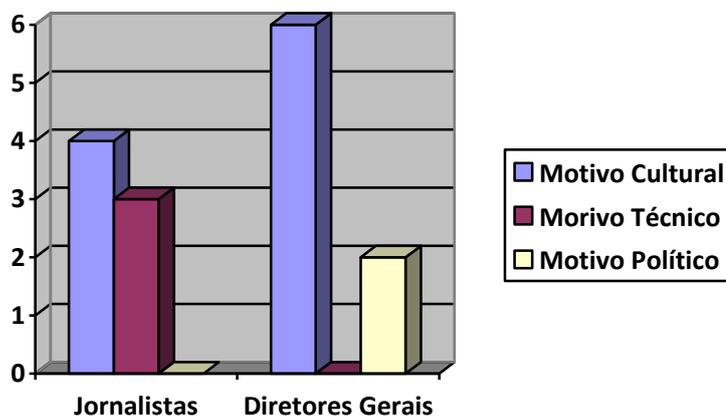
Não construir espaços de opinião é péssimo. A opinião do usuário deve ser ouvida sempre. Eu acho interessante que haja essa interatividade para poder trazer o cidadão para dentro do IFSULDEMINAS para eles se inteirarem de tudo que está acontecendo da maneira mais próxima possível de cada usuário, disponibilizando os diversos olhares sobre uma mesma notícia.

Sobre esta Categoria, Blázquez (1999) destaca a liberdade de pensamento como capacidade dos seres humanos de pensarem, refletirem e exporem suas fantasias sem ingerência externa do Estado.

Entretanto, atualmente os *sites* dos 8 *campi* e da reitoria do IFSULDEMINAS não oferecem este mecanismo aberto de diálogo para o cidadão manifestar a opinião do conteúdo

jornalístico. O gráfico abaixo, (nº 2) aponta os principais motivos para a não abertura deste espaço de interatividade:

Gráfico nº2 - (Questão aberta) Qual o principal motivo para a não abertura do espaço de interatividade no conteúdo jornalístico do *site*?



Elaborado pelo autor

A frequência do encontro de expressões como “não temos este costume”, “não há amparo técnico”, “vamos receber opiniões ofensivas e agressivas” apontam para os três motivos encontrados na Análise de Conteúdo. Esses “motivos” se ajustam aos seguintes entendimentos elaborados a partir das respostas dos entrevistados:

<p>1. Motivo Cultural:</p>	<p>O <i>site</i>, historicamente, não dispõe esta ferramenta o que faz os administradores do canal não terem o costume de estabelecer diálogo com os usuários e receber <i>feedback</i> acerca do conteúdo jornalístico por meio do próprio <i>site</i>. O canal é compreendido como meio para transmitir informações geradas pela instituição, segundo o modelo “transmissionista”, não de maneira colaborativa.</p>
<p>2. Motivo Técnico:</p>	<p>A abertura à interatividade depende da implantação de ferramentas técnicas e decodificação de sistema de <i>software</i>, um campo que escapa à competência da ASCOM, pois envolve o apoio e os serviços de TI.</p>
<p>3. Motivo Político:</p>	<p>A abertura à interatividade proporcionará uma visão e uma manifestação crítica dos usuários frente à notícias oficiais, o que pode “denegrir” a imagem da instituição.</p>

Entre o *stakeholder* Jornalistas, a maior parte dos pesquisados (4) apontou “Motivo Cultural” para a não aplicação do recurso de interatividade no campo de publicação das notícias. “O espaço não é o melhor para fazer esta interatividade, porque o *site* institucional existe somente para informar”, defende um entrevistado, ilustrando o costume de interpretar e usar o portal institucional como meio para distribuir e transmitir informação, conforme indica a história do Jornalismo *on-line*, quando nas “Experiências de 1ª Geração”, os jornais se atinham à cultura de produzir conteúdo com características e estruturas do jornalismo impresso e o transpunha para a Web (SCHWINGEL, 2008). Na Análise de Conteúdo desta investigação, a identificação de frases como “a gente tem que informar o que a instituição quer”; “a população não pode criticar o que é falho da notícia”; “o *site* deve ser formal e a participação da sociedade o deixará informal” pode denotar uma visão emoldurada ao entendimento tradicional da comunicação, quando os veículos exerciam o papel exclusivo de informar e a sociedade era mera receptora (LEÃO, 2005).

O “Motivo Técnico” também é causa para a ausência da ferramenta de interatividade no corpo da notícia. De acordo com um dos pesquisados:

Para abrir este espaço é preciso ter suporte técnico. As nossas Assessorias de Comunicação não têm o número de servidores suficientes para pensar todas estas novas possibilidades. Nós apenas temos conhecimento de como produzir um texto e como publicá-lo. Eu não sei qual a técnica para se criar este espaço de diálogo com o internauta. Isto compete ao setor de TI e não sei se também tem servidores para fazer este trabalho.

Ou seja, o emprego da técnica da interatividade exige conhecimento específico de Tecnologia da Informação, pois em sua origem a hipermídia foi produzida sem um centro de comando (CAMINADA, 2015), comparado a Rizomas (DELEUZE; GATTARI, 2011). O conteúdo produzido pela lógica da interatividade é sempre mediado pela tecnologia (FERRARI, 2016). Daí a urgência para um trabalho conjunto entre a ASCOM e o Departamento de TIC.

Já entre os *stakeholders* Diretores Gerais aparecem o “Motivo Cultural” e o “Motivo Político” como vetores de obstáculos à conversação entre a instituição e o usuário. Seis (6) entrevistados definem “Motivo Cultural” para a inexistência de abertura de campos para o usuário manifestar suas opiniões quanto às notícias. “É necessário que o usuário tenha um posicionamento sobre as informações. Nós temos ciência que não tem. É imediato criar este costume. É preciso o usuário falar”, constata um gestor. O fomento de uma cultura na

organização passa pela construção de sistemas flexíveis, interconectados e holográficos pela troca e fluir das informações necessárias ao bom funcionamento de um sistema (MORGAN, 1996). Este pensamento de superação da provável cultura do não diálogo com a sociedade pelo *site* institucional coaduna com a lógica do jornalismo no serviço público, segundo a qual deve-se alimentar a “conversa pública” (BORGES, 2009).

O restante deste universo analisado sustenta o “Motivo Político” como obstáculo para a prática da conversação entre o sistema institucional e os cidadãos no que se refere às notícias oficiais. Um entrevistado propaga a argumentação segundo a qual o espaço para a interatividade retirará a formalidade do canal e poderá denegrir a imagem da instituição.

Isto pode deixar o *site* muito informal. O que vejo nos *sites* da iniciativa privada é que acaba ficando com conteúdo raivoso, de ataque, agressivo. Isto pode denegrir a instituição. O contexto político do país pode influenciar nesta agressividade, pois grande parcela da população vê os Institutos Federais como agregados a um partido político. Os comentários podem ser injustos com a instituição.

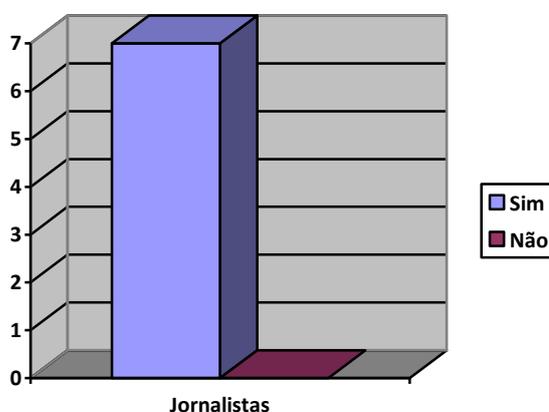
Este ideário pode estar associado à concepção da comunicação governamental própria do início do século XX, quando destacava-se o caráter propagandístico como prática (DUARTE, 2007). Neste período a população não se sentia integrante e imersa na comunicação governamental, já que predominava o uso da notícia como propaganda (produção da boa imagem institucional) e não como esclarecimento ético, correto, participativo, colaborativo e dialógico (QUADROS, 2005; OLIVEIRA, 2004; SCHWINGEL, 2008). Concebida como um conjunto de redes de computadores interconectados, a Internet é um campo de conexões horizontais, sem hierarquias (WENDLING, 1997). Sua natureza é permitir a liberdade de expressão dos usuários. Ainda que o espaço seja manipulado com a finalidade de macular a instituição, “os benefícios seriam maiores do que possíveis problemas”, expôs um pesquisado.

II. Participação do público na elaboração das notícias: O segundo aspecto investigado nesta categoria é a participação do público na elaboração da notícia. Este exercício faz do internauta um co-autor da informação (PRIMO; TRÄSEL, 2006). Evidencia-se que esta prática está embutida na cultura da organização, uma vez que 100% dos entrevistados indicou a prática do envolvimento de professores, alunos e técnico-administrativos na formulação das informações. Esta participação se dá por meio do envio de material para a produção de pautas, como textos, fotografias e vídeos. O relato de um entrevistado mostra a existência desta cultura:

Nosso público sempre envia sugestões de pauta. Alunos e servidores enviam fotos, textos, na maioria das vezes. Algumas vezes enviam vídeos. Orientamos sobre como deve ser o material: quais informações o texto deve conter, qual a melhor imagem para ilustrar a reportagem. Eles se sentem valorizados quando veiculamos as informações que eles sugeriram. Ficam na expectativa da publicação.

O gráfico nº 3 destaca a existência da cultura da participação do internauta na definição das pautas do *site* do IFSULDEMINAS:

Gráfico nº 3 – (Questão fechada) O público participa da elaboração da notícia enviando fotos, vídeos e textos?

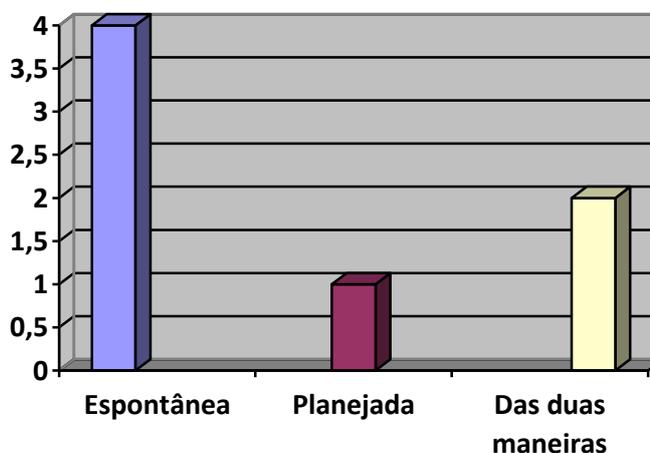


Elaborado pelo autor

Este ponto observa também a maneira como o principal público consumidor das informações do *site* institucional, formado por servidores e estudantes, participa da produção do conteúdo jornalístico. Verifica-se que a maior parte das pautas destinadas às ASCOM's do IFSULDEMINAS é espontânea. Esta prática exemplifica o protótipo contemporâneo de comunicação, no qual autor, obra e expectador não ocupam mais posições definidas (LEÃO, 2005) e isoladas. Ademais, o costume de se instruir o público para o envio das informações condizentes com as técnicas jornalísticas, de maneira “planejada”, também é prática frequente entre os jornalistas da instituição com o intuito de se obter materiais informativos com qualidade suficiente para a publicação.

É o que retrata o gráfico nº4, quando se questiona a maneira como se dá a participação do público na composição da notícia. Ou seja, esta parte da pesquisa revela a intensa participação do público na definição da agenda das informações divulgadas, já que grande parte dos entrevistados indica a maneira “espontânea” como forma de colaboração do público.

Gráfico nº 4: (Questão fechada) Maneira como se dá a participação do público na composição da notícia



Elaborado pelo autor

Para favorecer a participação do público na definição das pautas de notícias, a instituição mantém no *site* uma ferramenta denominada GLPI. A sigla vem do francês *Gestion Libre de Parc Informatique*, cuja tradução é: “Gestão Livre de Parque de Informática”. O GLPI é uma aplicação *Web Open-Source* (código aberto) para gerenciar todos os problemas relacionados à gestão, tais como inventário de *hardware*, *software* ou componentes de um computador, bem como a gestão de assistência e suporte aos usuários.³¹ Nela, o internauta cadastra as solicitações de publicação de reportagens, bem como encontra espaço para registrar textos contendo as informações pertinentes à divulgação, além de fotografias para ilustrarem a matéria. É o que conta um dos entrevistados:

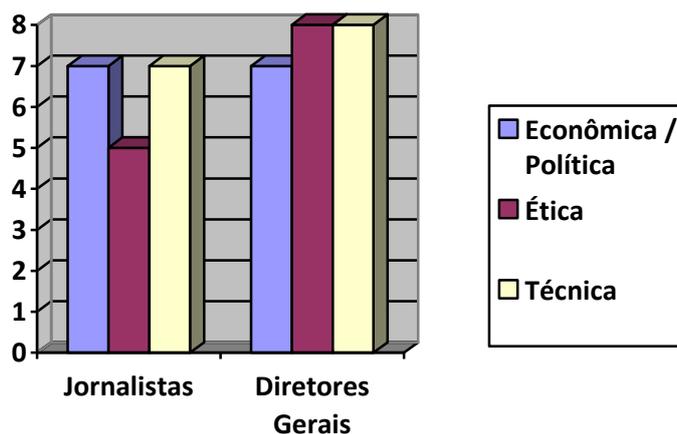
Temos o recurso do GLPI. Por ele, os interessados na publicação de alguma informação cadastram o pedido, anexando o texto e as imagens. Esta ferramenta possibilita um controle e uma definição sobre qual servidor ficará responsável pela publicação da informação. Ele permite também definir a urgência ou não da publicação. É uma forma de usar a tecnologia para protocolizar os trabalhos da ASCOM.

Além disso, a participação “espontânea” do público é aguçada pelos Jornalistas da instituição, sobretudo, por meio de campanhas nas redes sociais, conforme explica um entrevistado: “Lança-se pelas redes sociais um pedido para as pessoas encaminharem fotos ou sugestões de pautas. O público encaminha por e-mail ou por *hashtag*”.

³¹ Fonte: <<http://www.inf.ufg.br/sites/default/files/uploads/manual-glpi-v1-1.pdf>> . Acesso: nov/2017.

Com o propósito de depurar algumas ações concretas para se estabelecer a interatividade no conteúdo informacional do *site*, questionou-se sobre quais as melhores práticas para se efetivar este canal de diálogo com a sociedade. É o que mostra o gráfico a seguir:

Gráfico nº 5 – (Questão aberta) Ações práticas para a aplicação da interatividade



Elaborado pelo autor

Na Análise de Conteúdo, as respostas apontadas pelo gráfico nº 5 foram classificadas em Econômica/Política, Ética e Técnica. Delas podem-se inferir as seguintes reflexões:

- (Econômica/Política) - Ampliação de Recursos Humanos nas ASCOM's: Entre os *stackholders* Jornalistas esta prática foi apontada pelo universo total dos entrevistados como sendo essencial para a introdução das ferramentas de interatividade. A carga horária de 5 horas diárias, o volume de trabalho e o fato de cada *campus* contar com um Jornalista são os motivos sobre os quais fundamenta a necessidade de ampliação do número de servidores nas ASCOM's. Esta ação é defendida por sete (7) dos oito (8) pesquisados entre os Diretores Gerais. Um dos que apontam esta ação como primordial argumenta:

Se a escola é muito dinâmica, eu preciso de mais gente. Se tem muita atividade, eu preciso de mais gente. Se não o jornalismo fica limitado ao que considera ser de destaque somente para alguns, mas não publica o que é importante para quem fez algo avaliado como simples. O que é importante para quem fez um trabalho pode não ser importante para o Jornalista porque, tendo poucos servidores, ele tem que escolher o que vai virar reportagem.

Para fazer Jornalismo por meio das hipermídias é necessário maior estrutura (QUADROS, 2001).

- (Ética) - Criação de mecanismos de “filtro” e de moderação: A pesquisa elucida uma veemente preocupação dos gestores em torno da imagem da instituição. Ao resguardo do direito dos cidadãos opinarem sobre a informação e a consequente introdução de mecanismos abertos e dialogantes de comunicação com o público (BORGES, 2009), segue uma forte defesa para a instituição aplicar mecanismos de “filtro” aos comentários, introduzindo assim a moderação. Um dos entrevistados defende:

Tem que ter a moderação. Tem que ter o número de equipe suficiente para fazer a moderação. É uma questão de administração. É importante abrir o diálogo com os usuários para saber o que pensam sobre as oportunidades oferecidas pela instituição. Porém, não se pode abrir indiscriminadamente. Quem fala precisa se identificar e o que fala precisa passar por um filtro.

Esta compreensão sobre a comunicação governamental remonta às características iniciais deste tipo de comunicação, quando no início do século XX, a comunicação governamental se detinha no caráter propagandístico (DUARTE, 2007) e transmissionista (PRIMO; TRÄSEL, 2006) da informação pública .

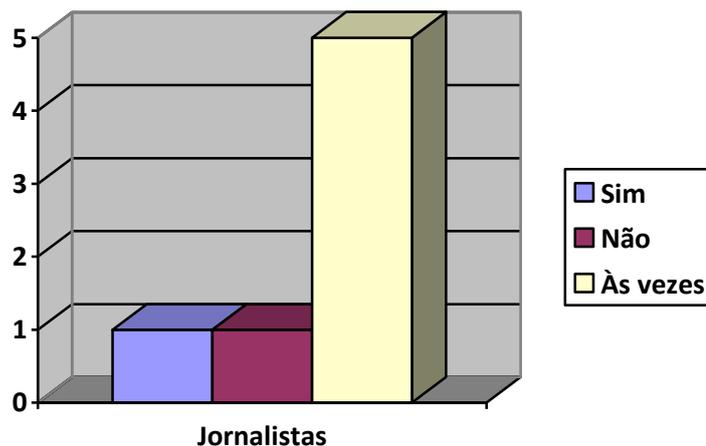
- (Técnica) - Implantação de suporte técnico: A maior parte dos Jornalistas praticantes do Jornalismo *On-line* não conhece e não tem acesso às linhas de código que dão vida às telas, janelas e interfaces que orientam os trabalhos produzidos digitalmente (BOTELHO; BELA, 2006). Desta forma, a pesquisa aponta para uma forte urgência dos profissionais Jornalistas aplicarem a interatividade em parceria com os profissionais da área de TIC contemporâneas. O universo total dos pesquisados de ambos *stakeholders* respaldam suas ações para o trabalho conjunto entre Jornalistas e profissionais de TIC contemporâneos. “Para abrir um espaço para comentários, para interatividade, é preciso ter suporte técnico e humano para manter este canal”, adverte um dos pesquisados. A implantação de suporte técnico, por meio de uma ação conjunta entre ASCOM e TI, favorecerá ainda a quem pratica o jornalismo hipermidiático pensar computacionalmente e conhecer os mecanismos das redes (BOTELHO; BELA, 2006).

Categoria B - Quanto à Instantaneidade

Como se verifica, a ausência de servidores nas ASCOM's tem impacto sobre a instantaneidade do *site*. Este impacto é evidente na constatação de falas como: “aqui a instantaneidade não é regra, porque somos poucos para muito serviço”.

O gráfico abaixo (nº 6) retrata como os Jornalistas do IFSULDEMINAS utilizam a possibilidade de instantaneidade da Internet à produção de notícias.

Gráfico nº 6 – (Questão fechada) Os acontecimentos ocorridos no campus são noticiados instantaneamente?



Elaborado pelo autor

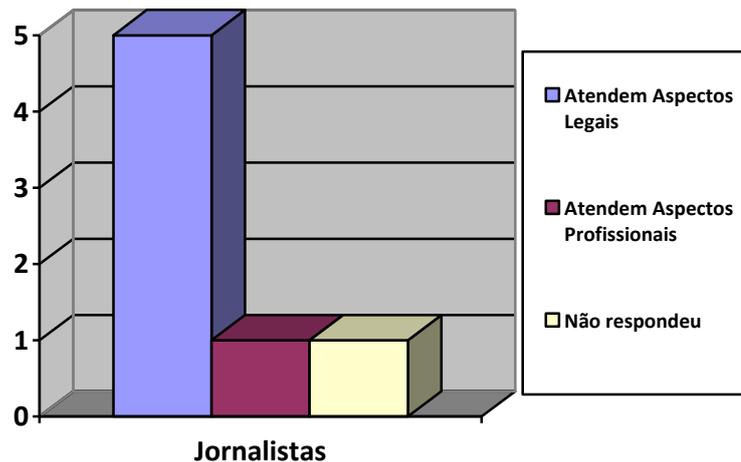
Cinco dos entrevistados indicaram a prática da instantaneidade apenas em ocasiões que consideram “urgentes”, pois o volume de trabalho nas ASCOM's impõe a necessidade de estabelecer prioridades, conforme aponta um entrevistado: “Tem momentos em que a instantaneidade não é possível porque têm outras demandas mais urgentes”.

O gráfico a seguir (nº 7) indica os editais regentes de concursos públicos ou processos seletivos como “urgentes” e, por isto, têm prevalência de publicação sobre outros assuntos, como reportagens referentes a projetos de extensão ou visitas técnicas e outras atividades da comunidade escolar. Cinco (5) dos entrevistados apontaram os editais como assuntos definidores das ocasiões em que as notícias são publicadas instantaneamente, o que atende ao “Aspecto Legal” do serviço público como a exigência da publicidade (BRASIL, 1998). Um Jornalista relata:

Observando os aspectos legais, os editais e as oportunidades como vestibulares, cursos de extensão, bolsas e processos seletivos são noticiadas no mesmo dia, atendendo a uma escala de prioridade. Outras informações serão publicadas na medida do possível, pois, apesar de terem muitos assuntos para se tornarem matérias, somos orientados a não fazer horas extras.

Outro entrevistado define a publicação por ordem de chegada, o que atenderia ao “Aspecto Profissional”, e outro não soube responder sobre os critérios definidores ou não da instantaneidade.

Gráfico n° 7 – (Questão aberta) Quais notícias têm prevalência para serem publicadas instantaneamente?



Elaborado pelo autor

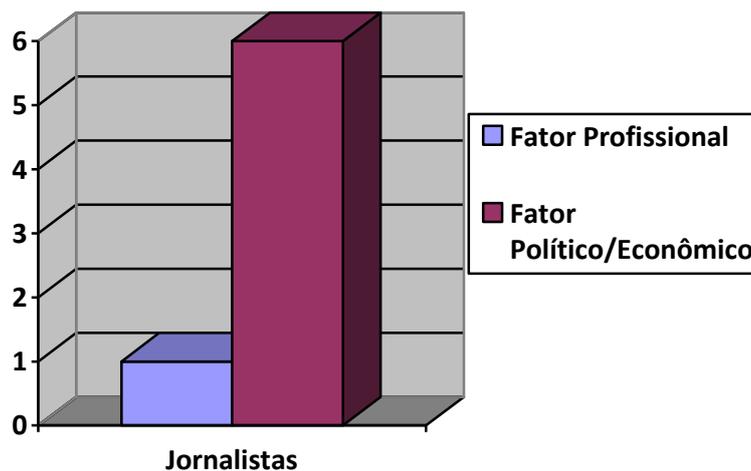
No que se refere aos fatores determinantes da publicação de notícias cotidianas da comunidade escolar como projetos de extensão e visitas técnicas, a pesquisa indica “Fator Econômico/Político” e “Fator Profissional” como os principais definidores na aplicação desta Categoria. O “grande volume de trabalho” envolve, além das publicações, as coberturas e assessoria em organização de eventos e a produção de materiais para divulgação das diferentes iniciativas da comunidade e se encaixa no definidor “Fator Econômico/Político”, considerando o reduzido efetivo de servidores nas Assessorias de Comunicação como a causa pela demora nas publicações. Ou seja, a ampliação da equipe das ASCOM’s é uma decisão política dos gestores da instituição e envolve a dimensão econômica do IFSULDEMINAS. O “valor notícia”, por sua vez, se ajusta ao “Fator Profissional”. Por “valor notícia”, na esfera do serviço público, apresenta-se como critério de definição o interesse nacional; as decisões e medidas; as inaugurações; as eleições; as viagens, e os pronunciamentos (SILVA, 2005). Neste item, o “valor notícia” determina a instantaneidade, enquanto o “grande volume de trabalho” decreta a “não instantaneidade”, conforme corrobora um entrevistado:

O “valor notícia” determina a instantaneidade. Quando a notícia é quente e tem pertinência e importância para a comunidade deve ser publicada rapidamente para as

pessoas acessarem as oportunidades de educação. Mas o enorme volume de trabalho que temos, às vezes, nos impossibilita de agirmos com instantaneidade, conforme deve ser.

É o que desvenda o gráfico nº 8.

Gráfico nº 8 – (Questão aberta) Quais fatores influenciam a decisão de publicar ou não uma notícia instantaneamente?



Elaborado pelo autor

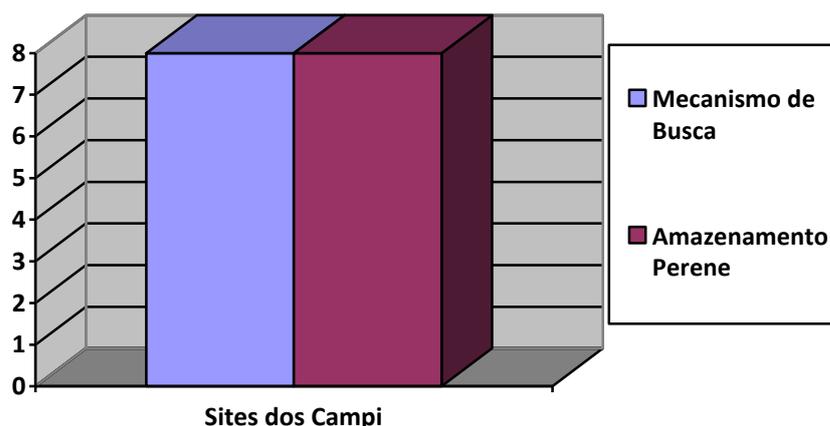
Desta maneira, pode-se indicar como principal causa para a não instantaneidade do conteúdo jornalístico do *site* institucional a escassez de servidores públicos profissionalizados em jornalismo, no contexto de grande volume de trabalho além das atividades de produção de matérias jornalísticas e atualização das informações no *site*. A publicação dos editais, enquadrada como notícia a ser veiculada instantaneamente, além de atender ao aspecto legal, também pode ser publicada sumariamente porque requer pouca logística para a produção da informação. Enquanto a elaboração de uma notícia sobre projetos de extensão, por exemplo, depende checagem, deslocamentos, produção de imagem e gravação de entrevistas para colher dados, a produção de uma informação referente a editais é geralmente simples, pois a matéria prima da notícia já está posta, restando apenas ao Jornalista a extração dos elementos principais da informação para a elaboração do texto.

Categoria C – Quanto à Perenidade/Memória e mecanismo de “Busca”

Por “Perenidade/Memória” compreende-se a base de dados dos portais. É a técnica de arquivar, conservar e acumular a informação, favorecendo a associação de conteúdo

(SCHWINGEL, 2008). Referente à categoria Perenidade/Memória e sobre o mecanismo de “busca” de assuntos relacionados ao conteúdo jornalístico, os *sites* de todos os *campi* do IFSULDEMINAS contam com essas ferramentas. O gráfico abaixo (nº 9) expressa a detenção desta tecnologia por todos os *campi* da instituição.

Gráfico nº 9 – (Questão fechada) O *site* do Campus oferece mecanismos de “busca” e as notícias ficam armazenadas perenemente?



Elaborado pelo autor

O portal de notícias do IFSULDEMINAS utiliza o mecanismo de buscas padrão do *Joomla*³². Trata-se de um mecanismo que permite o registro em categorias de todo o tipo de conteúdo e a navegação pode ser feita por meio delas. Ao abrir um artigo, por exemplo, é exibido na parte inferior da tela o grupo de categorias as quais o artigo pertence. Ao clicar em uma dessas categorias são exibidos os demais conteúdos com a mesma classificação. Atualmente, o conteúdo do portal é armazenado indefinidamente.

Categoria D – Quanto à Convergência e à Multimídia

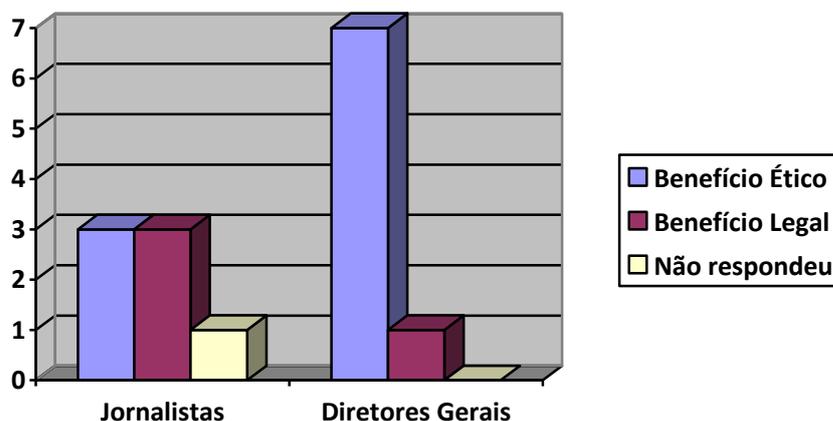
Convergência e Multimídia é a agregação de diversas mídias para a construção da narrativa jornalística (SCHWINGEL, 2008). Compreende uma conjugação de formatos midiáticos como a imagem, o som e o texto (PALÁCIOS, 2002).

A investigação indica “Benefício Ético” e “Benefício Legal” para a implantação dos recursos de Convergência e Multimídia no conteúdo jornalístico do *site*. O gráfico nº 10

³² *Joomla* para o *software* é a transcrição fonética da palavra Swahili “Jumla”, que significa “todos juntos” ou “sob a forma de um todo”. Essa palavra é de origem árabe, usualmente entendida como “total” ou “soma”. Uma das principais características do *Joomla* é a variedade de interfaces personalizadas fáceis de serem usadas e seus recursos adicionais tais como: fóruns, comunidades online, chats, artigos, vídeos e redes sociais.

destaca os principais benefícios para o uso desses mecanismos na construção das narrativas jornalísticas:

Gráfico nº 10 – (Questão aberta) Quais os benefícios da implantação dos recursos de multimídia no conteúdo jornalístico?



Elaborado pelo autor

Fica evidente entre os *stakeholders* Jornalistas o equilíbrio entre o “Benefício Ético” e o “Benefício Legal” no referente à implantação dos recursos de multimídia e convergência. Por “Benefício Ético” entende-se a democratização e a inclusão provocadas pela multimídia e por “Benefício Legal” depreende-se o atendimento ao Princípio da Transparência no Serviço Público (BRASIL, 2007; ANGÉLICO, 2012). “Sei que para democratizar conteúdo, democratizar a informação, tem que se usar o maior número possível de veículos de comunicação”, reconhece um pesquisado. “Eu acredito que a multimídia aplicada no *site* contribui para a Transparência”, defende outro Jornalista. Sobre esta interposição e convergência de tecnologias para a construção das narrativas propiciadas pelo ciberespaço, os Jornalistas são desafiados ao domínio de diferentes linguagens, obrigando-se a serem profissionais polivalentes (PACHECO; SPINELLI, 2013).

Já a observação das respostas oferecidas pelos Diretores Gerais mostra uma acentuação no “Benefício Ético”. Um dos pesquisados advoga a respeito da inclusão social proporcionada pela Multimídia:

Nós atendemos pessoas com deficiência visual. Um áudio vai ajudar no que tange à informação. As pessoas com problema auditivo vão conseguir a informação pela imagem. Nossa ética profissional e pessoal pede para incluirmos as pessoas. Temos a consciência de que a pedagogia de instituição de ensino deve ser inclusiva e

atender todo mundo. Na nossa comunicação institucional deve ser da mesma maneira.

Há nesta detecção uma clara convergência com as orientações do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal no concernente às alíneas estudadas nesta pesquisa, quando enfatizam como um dos principais deveres do Servidor Público o aperfeiçoamento dos “processos de comunicação e contato com o público”, somado à utilização dos “avanços técnicos e científicos” (BRASIL, 2013). Se a “inclusão social” é um valor ético, pode-se inferir o uso da “Convergência” e da “Multimedialidade” como potencialização da ética no serviço público, cabendo a sua incorporação às políticas de comunicação da instituição, sofrendo incentivos (MENDES; ANDRADE JÚNIOR, 2010).

Categoria E – Quanto à Hipertextualidade

A hipertextualidade resulta para o usuário um pensamento não linear e multifacetado, pois a informação configurada a ela é construída por meio de cruzamentos e conectividade entre diferentes mídias e textos (LEÃO, 2005). Esses “nós” ou “lexia” são links capazes de ligar e fundir os diferentes tipos de mídia (áudio, vídeo, textos, fotografias e gráficos) para a construção de uma única narrativa informativa (LARIZZATTI, 2002), o que favorece a ampliação do horizonte de conhecimento do usuário acerca da notícia.

Esta Categoria é analisada aqui sob o prisma da colaboração para o fomento do senso crítico do internauta, de onde depreendem-se:

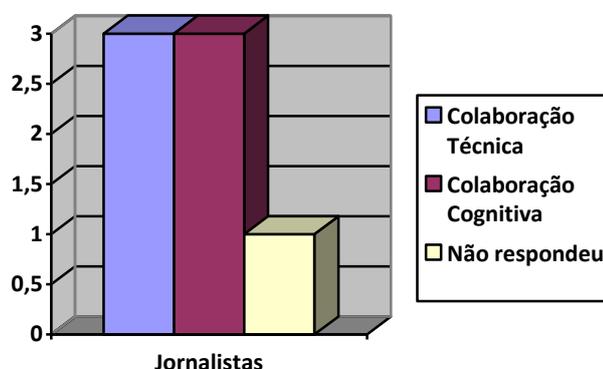
1. Colaboração Técnica:	Entendida como facilitadora de acessos a conteúdos diversificados sobre uma mesma informação.
2. Colaboração Cognitiva:	Concebida como favoráveis à introjeção intelectual de mais conhecimento e, portanto, mais esclarecimento no que concerne aos dados envolvidos na narrativa informativa.

Há a possibilidade dos usuários das TIC contemporâneas terem acesso às maneiras complexas de conhecerem as histórias, sob diversos pontos de vista, com narrativas paralelas e oportunidades de interferências múltiplas na narrativa (GOSCIOLA, 2004). Assim, o gráfico nº 11 busca desvendar como os Jornalistas interpretam o hiperlink no tocante à colaboração deste instrumento para a formação do conhecimento e do senso crítico do

usuário. Perguntou-se: “Como o hiperlink colabora para a formação do conhecimento e do senso crítico do internauta”? Segundo um dos entrevistados:

Temos que usar mais o hiperlink. É uma maneira da pessoa ampliar o que está buscando. Além de ler o *site* institucional, pode ver as fontes daquela notícia ou o assunto que complementa o publicado. Ele enriquece a notícia e ajuda o usuário a organizar melhor as informações e a determinar qual o nível de profundidade ele quer sobre aquele assunto.

Gráfico nº11- (Questão aberta) Como o hiperlink colabora para a formação do conhecimento e do senso crítico do internauta?



Elaborado pelo autor

Observa-se nas respostas um equilíbrio entre os que vêem no hiperlink uma “Colaboração Técnica” e os que interpretam esta engrenagem como “Colaboração Cognitiva” para o leitor. Ou seja, destacam a “vertente técnica”, enquanto enxergam neste mecanismo a superação de uma comunicação fundamentada no modelo “emissor e receptor” para uma comunicação a partir da “conexão de diversos pontos” (FERRARI, 2016). Diante da dissipação de material oferecido pelo ciberespaço, o internauta pode construir o seu percurso de leitura configurado ao seu interesse (LEÃO, 2005).

Por outro lado, o resultado deste tópico da pesquisa pode evidenciar o quanto os Jornalistas consideram a “Colaboração Cognitiva” proporcionada pelos recursos do hipertexto. De acordo com Ferrari (2016), o hipertexto amplia a rede de significações ao superar as limitações da escrita. Um dos entrevistados afirma: “Pelo hiperlink, nosso público tem a possibilidade de buscar mais informações e aprender mais com a experiência de navegação em nosso conteúdo”. O pensamento deste profissional está conciliado à teoria de Lévy (2011), segundo o qual, a mente humana conhece a partir de uma rede intrincada, de

caminhos e trilhas bifurcadas. Sendo assim, o uso de hiperlinks na notícia corresponde a um contributo para alargar o conhecimento do usuário, pois a mente humana trabalha por associações (LEÃO, 2005). O Manual de Diretrizes de Comunicação do Governo Federal assim orienta os produtores de conteúdo noticioso acerca dos hiperlinks (BRASIL, 2014, p. 91):

Ofereça o máximo de informações de qualidade em textos breves, que abram caminho para outros conteúdos, como links internos e externos. Textos com galeria de fotos, vídeos, áudios, infográficos, artes e mapas aumentam o tempo de navegação dentro daquela página e contextualiza o internauta sobre aquele tema.

Categoria F – Quanto à Personalização

De acordo com o Dicionário Aurélio, o termo “personalizar” significa: “Adaptar às preferências ou necessidades do usuário”³³. O conceito “adaptar” está incorporado à reflexão da personalização dos *sites*, tanto que, no final do século XX, cravou-se o conceito de “hipermídia adaptativa” com a finalidade de desenvolver técnicas para promover a adaptação de conteúdo hipermidiático às expectativas, necessidades, preferências e desejos dos usuários (BUGAY, 2008).

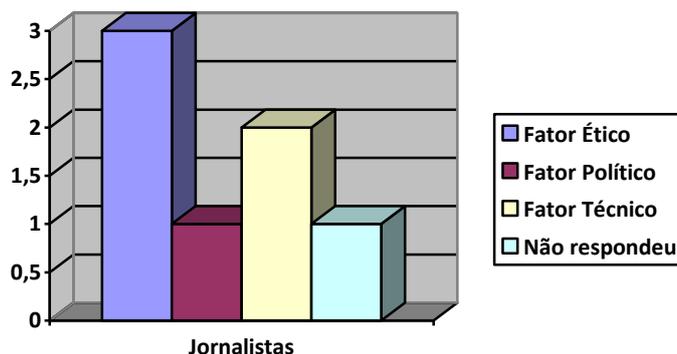
Num contexto de supervalorização das hipermídias, quando se verifica os diários digitais ainda utilizando linguagem semelhante a dos jornais impressos, a saída pode ser insistir na individualização como o futuro do jornalismo *online* (QUADROS, 2001). A ideia é entregar para o consumidor um conteúdo adequado e ajustado ao seu estrito interesse, acessado no momento, no lugar e sincronizado ao perfil imposto pelo internauta. Segundo um entrevistado:

Hoje as pessoas são bombardeadas com acesso à informação. Então a possibilidade de selecionar aquilo que ela quer dá maior probabilidade de ela se inteirar sobre os assuntos de interesse dela. Diante de uma complexa teia de notícias e de possibilidades cabe ao usuário definir o que e como ele pretende acessar a informação.

O gráfico abaixo (nº12) aponta os principais fatores para a aplicação das ferramentas de Personalização:

³³ O termo “Personalizar” encontra-se em Dicionário Aurélio de Português *online*. Disponível em: <<https://dicionarioaurelio.com/>> Acesso em: Nov/2017.

Gráfico nº12 – (Questão aberta) Porque considera importante a aplicação das ferramentas de Personalização?



Elaborado pelo autor

O gráfico nº 12 indica os fatores de relevância para se aplicar os recursos de Personalização no *site* institucional. Do universo de sete (7) Jornalistas entrevistados, três (3) apontam “Fator Ético” como determinante para a implantação deste tipo de ferramentas. “Já passou da hora de personalizar, atendendo as pessoas portadoras de deficiência. A gente tem que pensar em inclusão, implantando, por exemplo, mecanismos de leitura de textos”, argumenta um Jornalista, segundo o qual, “incluir é ético”. Para outro pesquisado (1), o “Fator Político” deveria provocar a Personalização. “Estas ferramentas favorecem a democracia”, disse o defensor do vetor político.

O “Fator Técnico” é citado por outros dois (2) Jornalistas como definidor do mérito deste mecanismo. “É importante porque a seletividade existe para tudo e o internauta pode buscar o que mais lhe agrada ou como ele quer saber”, alega um entrevistado.

Categoria G – A relação entre ética e aplicação dos recursos de hipermídias

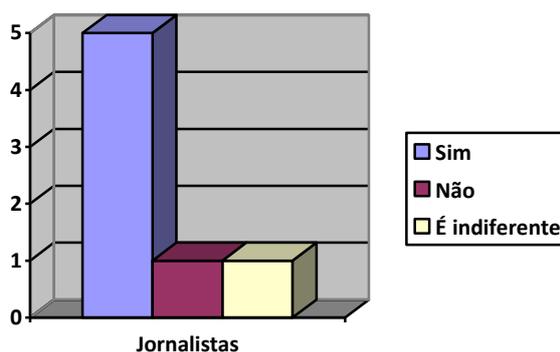
Nas últimas décadas, cresceu no Brasil a consciência para a construção de um modelo ético de gestão pública fundamentado na interação e na permeabilidade entre o governo e a sociedade (AMORIM, 2000; PAULA, 2005). Amplia, no ritmo do surgimento de novas tecnologias de comunicação, as demandas para a implantação de uma administração pública orientada pela ética dialogante, participativa e transparente (CARNEIRO, 1998), na qual os serviços prestados pelos canais de comunicação governamentais, terminantemente o conteúdo jornalístico, têm relevo e consequências na sociedade, conforme aponta um pesquisado:

Nossa principal função, enquanto Jornalistas de uma instituição pública, é levar a informação a respeito de nossa instituição, principalmente as oportunidades que a gente oferta. Nosso trabalho está diretamente relacionado à ética do serviço público

porque acaba que nós é que viabilizamos a transparência da instituição. A gente publica o trabalho da instituição para a sociedade. Ela tem o direito de acompanhar.

Considerando este contexto, depois de investigar o uso dos mecanismos de hipermídia no *site* do IFSULDEMINAS, busca-se averiguar a relação entre o conceito de ética profissional e a aplicação dos recursos de hipermídia na produção de conteúdo jornalístico do portal institucional. Pergunta-se aos Jornalistas: “Usar os mecanismos hipermidiáticos o faz um profissional mais ético no serviço público”? A regularidade de sentenças como “aproximação com a sociedade”; “utensílios que permitem transparência”; “tecnologias para atender os anseios da população”, referindo-se às hipermídias, fazem inferir à intersecção existente entre a prática da ética e o uso dos mecanismos hipermidiáticos, conforme aponta o gráfico abaixo:

Gráfico nº 13 – (Questão fechada) Usar os mecanismos hipermidiáticos o faz um profissional mais ético no serviço público?



Elaborado pelo autor

O gráfico anterior (nº 13) revela o quanto é forte a conexão feita por esses profissionais entre a consciência ética e a adaptação da principal ferramenta de comunicação da instituição pública à linguagem hipermidiática. No contexto histórico da comunicação de massa (LÉVY, 200), para grande parte dos pesquisados, o uso dos instrumentos de hipermídia os fazem profissionais mais éticos. “Quanto mais ferramentas nós tivermos para organizar a informação, estaremos sendo mais éticos, pois a notícia vai atingir o público acostumado à esta linguagem, de maneira mais eficiente e clara”, menciona um entrevistado. Outro profissional pesquisado argumenta:

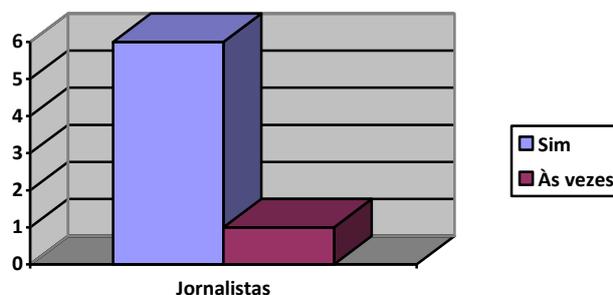
Você se torna um profissional mais ético quando usa os recursos de hipermídia, tendo como princípio que vou utilizar de todas as possibilidades da informação para

praticar a democracia da comunicação. Minha função como Jornalista é transmitir a informação de forma igualitária, sem exclusão. A hipermídia possibilita a inclusão de todos os públicos.

O gráfico acima (nº 13), ao içar o uso dos mecanismos hipermidiáticos como um dos encarregados pela ampliação da ética na comunicação pública, prospecta a percepção dos Jornalistas quanto à competência profissional de cada um para o fomento de uma comunicação configurada à democracia e à cidadania (MENDES, ANDRADE JÚNIOR, 2010), além de impulsionarem os valores contidos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros: como a liberdade, o pluralismo, a clareza e a verdade (CHRISTOFOLETTI, 2008).

As respostas indicadas no gráfico nº 13 estão logicamente respaldadas pelo resultado obtido no item seguinte desta pesquisa (Gráfico nº 14), pois exterioriza um possível comprometimento dos Jornalistas quanto à urgência da aplicação dos dispositivos hipermidiáticos. Questiona-se: “O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal evidencia a seguinte normativa: ‘É vedado ao servidor público: deixar de utilizar os avanços técnicos e científicos ao seu alcance ou do seu conhecimento para atendimento do seu mister’ (BRASIL, 2015). Frente a este marco legal, você busca usar os avanços tecnológicos proporcionados pela hipermídia para o melhor atendimento do público”? O gráfico a seguir (nº 14) revela um presumível esforço dos profissionais da comunicação do IFSULDEMINAS para aproximar a instituição pública do cidadão por meio do uso das TIC contemporâneas no canal de comunicação, pois ética não é apenas discurso, mas uma maneira de fazer as coisas, um modo de decidir (ZAJDSZNAJDER, 1994), pensando na lei e no outro (HONNETH, 2003).

Gráfico nº14 – (Questão fechada) Você busca usar os avanços tecnológicos proporcionados pela hipermídia para o melhor atendimento do público?



Elaborado pelo autor

Esta nova maneira de fazer jornalismo, impulsionada pelo cenário de inovação, hibridismo e convergência tecnológica (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012), requer do profissional do serviço público uma ressignificação dos métodos, a fim de estabelecer esta conversação com os nativos digitais (PRENSKY, 2001) e com o cidadão imerso na cultura da sociedade da informação (MIELNICZUK, 2015). É o que afirma um pesquisado:

Hoje em dia, com as novas tecnologias, com a hipermídia, você tem que atingir este anseio da população que já está acostumada com essas tecnologias. Então você tem que levar isso também para o IFSULDEMINAS, para as notícias que você produz caminhar para essas mudanças. O uso desses recursos contribui para a transparência para todos os princípios da administração pública.

O manuseio dos aparatos hipermediáticos se impõe, pois na sociedade do espetáculo (LHOSA, 2012), quando a proliferação de “notícias falsas” é frequente e há um número vertiginoso de dados disponíveis na rede, o Jornalista tem à sua frente o desafio de organizar e tratar o conteúdo, divulgando o relevante e o socialmente útil (LIMA JÚNIOR, 2011).

Desta maneira, pode-se afirmar o empoderamento do cidadão como uma das prováveis consequências éticas do uso dos aparatos hipermediáticos no serviço público. Indagados sobre este item, os entrevistados expuseram o “Empoderamento Cognitivo/Informativo” e o “Empoderamento Social/Econômico” dos usuários do portal de notícias do IFSULDEMINAS como um dos principais efeitos éticos da aplicação da linguagem hipermediática. Estes dois conceitos aqui usados podem ser compreendidos da seguinte maneira:

1. Empoderamento Cognitivo/Informativo	Capacidade de se informar amplamente sobre uma notícia e, em posse de todas as vertentes do fato, constrói uma opinião concisa, crítica e clara dispondo-se a uma decisão prática.
2. Empoderamento Social/Econômico	Busca de emancipação social e econômica e, por conseguinte, a conquista da dignidade social e econômica.

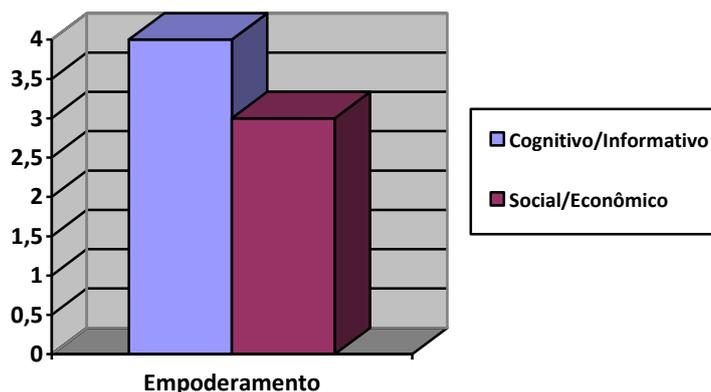
Isto é, quanto mais a informação for consumida conscientemente por meio de uma decodificação moderna, aberta, transparente e clara (ANGÉLICO, 2012; MENDEL, 2008), tanto mais o cidadão se empodera de novos conhecimentos e, assim, pode melhorar suas condições sociais e econômicas (BRASIL, 2014), como cita um entrevistado:

Usar os dispositivos hipermediáticos empodera o cidadão, porque são mais ferramentas que ele vai ter à disposição para tirar suas próprias conclusões. Tendo mais acesso à informação sobre as oportunidades oferecidas pelo Estado, ele vai ter

possibilidades de melhorar as suas próprias condições de vida por meio do estudo, por meio do trabalho.

O gráfico abaixo (nº 15) mostra a visão dos Jornalistas acerca dos tipos de empoderamentos decorrentes da aplicação das hipermídias no conteúdo jornalístico.

Gráfico nº15 – (Questão aberta) Considera os mecanismos hipermidiáticos meios para o cidadão se empoderar?



Elaborado pelo autor

Por conseguinte, é possível arguir a utilização das ferramentas de hipermídia como mecanismos de potencialização da ética profissional dos Jornalistas do serviço público federal, enquanto ela amplia e facilita o acesso dos cidadãos às informações construídas e geridas pelo Estado, bem como estabelece a conversação necessária para uma comunicação horizontal, aberta e democrática; em rede interconectada (DUARTE, 2007; WENDLING, 1997).

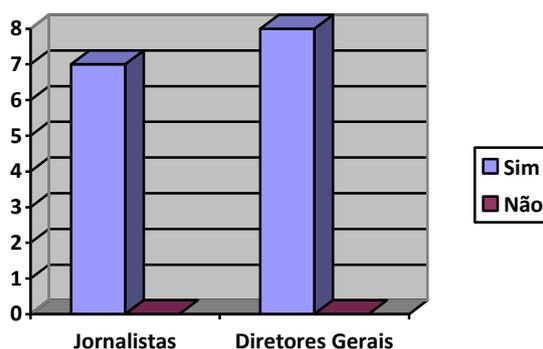
O resultado da Análise de Conteúdo, esboçado no gráfico nº 16, elucida este entendimento, tanto dos Jornalistas quanto dos Diretores Gerais, enquanto o universo dos pesquisados é unânime em indicar o emprego dos aparatos tecnológicos hipermidiáticos como meio para potencializar a ética da comunicação jornalística no serviço público federal, compreendendo a comunicação pública como um processo circular, permanente, participativo, ativo, dialógico e de mútua influência (DUARTE, 2007; OLIVEIRA, 2004), aspectos estes inerentes à caracterização das hipermídias (SCHWINGEL, 2008), conforme justifica um pesquisado:

O emprego dos recursos hipermidiáticos potencializa minha ética. Como Jornalista e como servidor público é importante deixar tudo claro e transparente para todos os públicos, indiscriminadamente. Se sei que quem vai acessar o conteúdo produzido por mim não é somente a pessoa alfabetizada, então porque não criar um conteúdo para quem também não sabe ler? Se sei que quem vai acessar o conteúdo tem

deficiência visual, porque não elaborar um conteúdo em áudio? Isto é ser ético. É se esforçar para o conteúdo chegar a todos.

Pelo resultado das respostas indicadas no gráfico abaixo (Gráfico nº16), pode-se defender a confirmação da hipótese central deste trabalho científico, qual seja: a utilização das ferramentas de hipermídia potencializa a ética profissional dos Jornalistas do serviço público federal (Ver p.11). Isto é, a aplicação dos recursos de hipermídias no conteúdo jornalístico do *site* de uma instituição pública atende aos requisitos alegados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal em destaque nesta dissertação: é dever do servidor público o aperfeiçoamento dos processos de comunicação e de contato com o público por meio da utilização dos avanços técnicos e científicos (BRASIL, 2014).

Gráfico nº16 – (Questão fechada) O uso dos mecanismos de hipermídias potencializa a ética jornalística no serviço público federal?



Elaborado pelo autor

Categoria H – Quanto às limitações

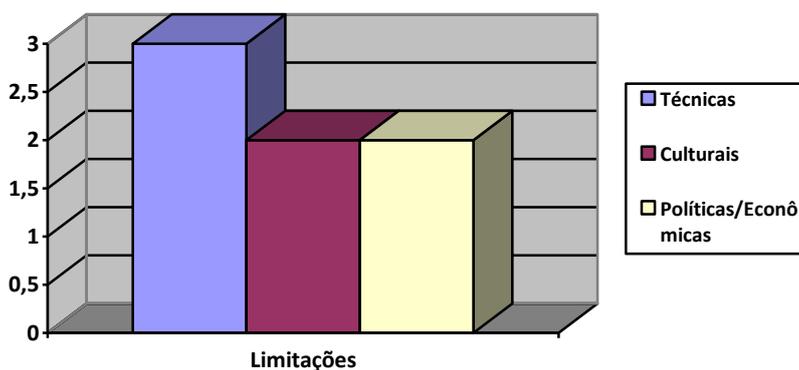
O prognóstico decorrente da Análise de Conteúdo aponta limitações para a prática efetiva do uso das hipermídias no conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS, enquanto exercício rotineiro do trabalho dos profissionais das ASCOM's. O apontamento dessas limitações tem por objetivo servir como indicadores para a busca de soluções, destarte, os sistemas organizacionais podem suscitar em si mesmo o sentido de constante autoavaliação (MORGAN, 1996). Ademais, a construção de uma política de informação implica na criação de estruturas físicas e tecnológicas, formação e capacitação de equipes e produção de instrumentos e planejamento de ações de comunicação (BOTELHO, 2011).

A Análise de Conteúdo permite indicar três principais limitações:

1. Limitações Técnicas:	Ausência de plataformas e <i>softwares</i> próprios para a realização do trabalho, além de carência de ferramentas de edição.
2. Limitações Culturais:	Falta de costume, de capacitação e de conhecimento dos profissionais da comunicação para o trato eficiente das TIC contemporâneas.
3. Limitações Políticas/Econômicas:	Escassez de servidores públicos gabaritados nas Áreas da Comunicação e da Tecnologia da Informação lotados nos setores exclusivos de produção de conteúdo jornalístico.

O resultado deste ponto da investigação fica expresso no gráfico a seguir:

Gráfico nº17 – (Questão aberta) Quais as principais limitações para o uso dos avanços tecnológicos da hipermídia no *site* institucional?



Elaborado pelo autor

Os dados publicados no gráfico acima (nº17) explicitam as “Limitações Técnicas” como o principal gargalo para as ASCOM’s desenvolverem o conteúdo jornalístico sob os parâmetros da hipermídia. Conforme contextualiza Gradim (2007), atualmente o jornalismo é impactado com as novas tecnologias e está sujeito às velozes mutações tecnológicas, o que incentiva as instituições públicas a adequarem suas ASCOM’s e a ajustarem seus canais de informação aos modernos utensílios para a construção de narrativas jornalísticas adequadas a esta nova cultura. Compatível com este pensamento, um pesquisado enumera os principais déficits para a produção hipermidiática no IFSULDEMINAS: “Nós não temos estrutura técnica para a elaboração de reportagens hipermidiáticas. Falta estúdio de gravação, falta *software* para a edição, faltam equipamentos para a produção de audiovisual”.

Contudo, os números especificam também o aperfeiçoamento técnico como concomitante à capacitação dos servidores públicos, cuja tarefa é a elaboração de conteúdo midiático. Pela Análise de Conteúdo, verifica-se uma provável tendência à falta de costume e à ausência de capacitação e aprofundamento do conhecimento dos profissionais da comunicação para o trato eficiente das TIC contemporâneas, o que corresponde a “Limitações Culturais”. Este limite é explícito na seguinte resposta de um dos entrevistados:

Eu acostumei a publicar as informações somente através dos textos e de fotografias. Desde que cheguei aqui é assim. Para ser muito sincero eu não tenho preparação técnica para produzir um audiovisual. Não tem treinamento. Aqui não existe curso de capacitação nesta área. Enquanto profissional, esta é uma falha minha e não da instituição.

Frente à contemporaneidade caracterizada pelas tecnologias, os Jornalistas são orientados a questionarem e a conhecerem as lógicas embutidas nas máquinas computacionais e nas redes telemáticas para melhor desenvolverem suas práticas no jornalismo *online*.

Ou seja, a quem pratica o jornalismo hipermidiático é necessário pensar computacionalmente (BOTELHO; BELA, 2006) como forma de apresentar um melhor uso dos artefatos próprios da comunicação virtual.

Deve-se atender, da mesma maneira, ao aumento dos investimentos em Recursos Humanos. A escassez de servidores públicos gabaritados nas Áreas da Comunicação e da Tecnologia da Informação, lotados nos setores exclusivos para a produção de conteúdo jornalístico, corresponde, a nosso ver, a uma “Limitação Política/Econômica”, pois é depreendida e resultante de decisões administrativas. Esta realidade no IFSULDEMINAS é ilustrada pela seguinte fala:

Faltam técnicos em audiovisual para agregar esta forma de comunicação ao conteúdo jornalístico. Faltam profissionais na área de TI para pensar, estudar e implantar inovações no *site*. Falta criar mais vagas para Jornalistas, pois um profissional por campus inviabiliza um trabalho célere e ágil. Como administrar as redes sociais, organizar eventos, manter as comunicações oficiais e ainda alimentar diariamente o *site* com notícias dinâmicas, de acordo com as orientações hipermidiáticas?

Sabe-se que a gestão das organizações da contemporaneidade é norteadada pela racionalidade do planejamento e das estratégias (ZAJDSZNAJDER, 1994) e qualquer alteração de ordem estratégica repercute nas características estruturais da organização (MACHADO; FONSECA; FERNANDES, 1998). Se as instituições públicas definem a comunicação e a aproximação com os cidadãos como prioridade para a prestação de serviço

baseado na ética do diálogo, é imperioso o investimento em servidores capacitados nestas áreas para garantir a transparência, o acesso à informação e a consolidação do sistema democrático (BRASIL, 2013).

Categoria I - Quanto às motivações

As organizações não são como máquinas, onde os mecanismos são programados para se atingir resultados também programados. As organizações são formadas por pessoas criativas e interativas, constituídas por crenças e ideologias, além de estipularem sentidos e interpretações às coisas (MORGAN, 1996; BERGUE, 2010). Por isto, os sistemas organizacionais são complexos e requerem de todos os atores sociais envolvidos nas atividades a habilidade de despertar significados em outros membros do grupo para garantir a unidade do campo (BOURDIEU, 2014). Um grupo será tanto mais condensado, afinado e organizado no intento de cumprir seus empreendimentos, quanto mais motivado for para a cooperação, não somente racional, mas empaticamente. Uma coalizão social terá unidade para a realização de uma meta quando os membros internalizarem os princípios e valores próprios de suas atividades (FLIGSTEIN, 2001).

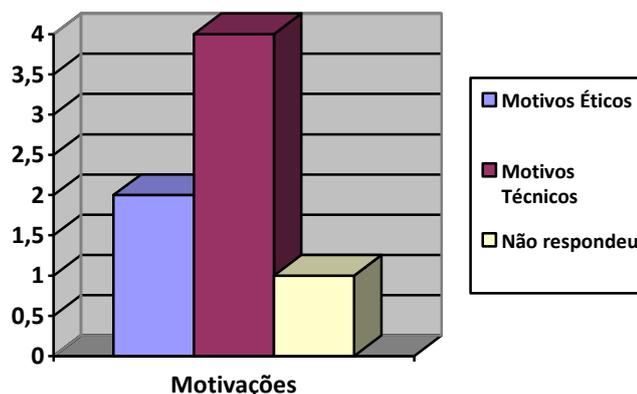
No âmbito do estudo sobre a aplicação das hipermídias no *site* institucional, a partir da conexão com as orientações éticas contidas no Código pesquisado, esta dissertação se propõe a refletir sobre as motivações para os Jornalistas aplicarem a linguagem hipermidiática neste canal de comunicação. Dentre as motivações apontadas pelos *stakeholders* Jornalistas são identificados os “Motivos Éticos” e os “Motivos Técnicos”.

Conceitualizam-se e compreendem-se os “Motivos” indicados da maneira seguinte, nesta pesquisa:

1. Motivos Éticos:	Os jornalistas são motivados a implantar os recursos de hipermídias no <i>site</i> institucional a partir de critérios avaliativos correspondentes ao cumprimento da responsabilidade ética de melhor informar o público, aproximando-o das informações governamentais.
2. Motivos Técnicos:	Os jornalistas são motivados a implantar os recursos de hipermídias no <i>site</i> institucional a partir de critérios avaliativos correspondentes ao melhor uso dos recursos técnicos em vista do aperfeiçoamento e atualização tecnológica do canal.

Os resultados obtidos no concernente a este item do trabalho se encontram no gráfico a seguir:

Gráfico nº 18 – (Questão aberta) Sente-se motivado para implantar os recursos de hipermídias no *site* institucional?



Elaborado pelo autor

Verifica-se a maioria das respostas enquadrada no vetor “Motivos Técnicos”. Ou seja, para este grupo de entrevistados, as razões de estímulo pessoal para a aplicação desta inovação no *site* partem de critérios avaliativos correspondentes ao melhor uso dos recursos técnicos em vista do aperfeiçoamento e atualização tecnológica do canal. “Eu me sinto desafiado e vejo a necessidade de se implantar e aprender a trabalhar com novas ferramentas de tecnologia,” reconhece um entrevistado. A pró-atividade como elemento essencial na construção de um ambiente organizacional deve ser fomentada pela visão estratégica (WRIGHT, 2000), isto porque as organizações reúnem condições para a absorção de elementos culturais novos, provocadores de transformações e assimilações de novas tecnologias e novos comportamentos estratégicos. É o indica um entrevistado:

A motivação faz parte do exercício de nossa profissão. Na tentativa de informar a sociedade de uma maneira mais clara e compreensível temos que adequar à modernidade. Que a modernidade venha e traga todos os benefícios. Mas é essencial conhecermos as novas técnicas e linguagens para atingirmos o público atual de uma forma verdadeira.

As instituições públicas são permeáveis a elementos novos e a alteração no comportamento de seus membros é resultado de vários componentes, como por exemplo, a absorção de novos modelos gerenciais, além da emergência de novas tecnologias disponíveis no contexto cultural contemporâneo (BERGUE, 2010).

Para um grupo mais reduzido de Jornalistas, os “Motivos Éticos” os mobilizam para estabelecer a linguagem hipermidiática. “Me motiva saber que este uso faz nossa profissão ser mais ética, levando aos usuários uma informação transparente, útil, participativa, clara e eficiente”, elucida um profissional. Outro pesquisado complementa:

Uma das principais motivações para aplicar a hipermídia nas reportagens que produzo é a possibilidade de incluir mais pessoas ao conteúdo disponibilizado. Os jovens hoje se informam por meio dos dispositivos móveis. A linguagem hipermidiática fará este público conhecer o que nossa instituição pode oferecer a eles. Se não utilizamos estes dispositivos, a informação corre o risco de ficar detida por nós mesmos ou a um público reduzido.

No cenário da “Civilização do Espetáculo” (LHOSA, 2013), em que a banalização da cultura e a generalização das informações frívolas ganham distinção, a apuração da consciência ética dos comunicadores do serviço público faz-se mister. No uso das hipermídias nos conteúdos jornalísticos do Estado, o zelo, o primor, a qualidade e a profundidade da notícia necessitam se sobrepôr. Os “Motivos Éticos” denotam a profundidade com que as notícias das organizações públicas urgem ser tratadas com intento de afiançar a *accountability* ou a governança transparente (ANGÉLICO, 2012), além da prática de um “governo inteligente”, onde os cidadãos podem interagir, engajar e se comunicar a qualquer hora, em qualquer lugar, com qualquer dispositivo por meio da integração de tecnologias inteligentes (CARVALHO, 2014).

3.1.2. Conteúdo jornalístico hipermidiático do site institucional e rotina de trabalho

Esta unidade investiga o uso das hipermídias na rotina de trabalho das Assessorias de Comunicação do IFSULDEMINAS, uma vez que as organizações enfrentam adaptações, mudanças e introjeções de novas maneiras de estruturação (DIMAGGIO; POWEL, 2005). Se analisa qual o tipo de linguagem (escrita ou audiovisual) prevalece no cotidiano da disseminação das notícias e as razões do predomínio deste tipo de linguagem nas informações divulgadas pelo *site* institucional. Se propõe também a refletir se o tipo de linguagem mais usual para desenvolver o conteúdo jornalístico é também o de mais fácil compreensão pelo público.

Categoria A – Quanto à linguagem usual no *site*

Perante a multimidialidade e a convergência tecnológica das ferramentas para a produção de narrativas jornalísticas (CARVALHO, 2014; SCHWINGEL, 2008;

DALMONTE, 2009; PALÁCIOS, 2002), o estudo indica a prevalência da linguagem escrita como forma de divulgação do conteúdo jornalístico no *site* do IFSULDEMINAS. O modelo preponderante para a produção de conteúdo segue o uso de texto escrito, com fotografias incorporadas ao texto e galeria de imagens referentes à reportagem. De acordo com alguns dos entrevistados, o uso de conteúdo audiovisual “é raro”. Conforme já notado, também não há espaço de interação entre o usuário e a instituição pública no concernente à notícia.

Frente à prevalência da cultura do uso da linguagem escrita no *site*, questionam-se os produtores do conteúdo jornalístico sobre as razões do predomínio desta forma de comunicação. As respostas encontradas na Análise de Conteúdo permitem organizar a reflexão em três vetores: Razão Política/Econômica; Razão Técnica; e Razão Cultural. Esses vetores encontrados podem ser compreendidos da seguinte maneira:

1. Razão Política/Econômica:	Faltam servidores qualificados para o trabalho de produção de audiovisual;
2. Razão Técnica:	Falta de adaptação de <i>softwares</i> , bem como ausência de capacitação técnica e ferramentas de trabalho para os atuais servidores das ASCOM's;
3. Razão Cultural:	É a forma de comunicação mais tradicional;

A constância de reclamações expressas nas respostas usando expressões semelhantes a “faltam servidores qualificados em audiovisual” denota a Razão Política/Econômica como uma das causas para a prevalência da escrita na comunicação das reportagens. A decisão Política e Econômica dos gestores do IFSULDEMINAS para o contrato ou a efetivação de profissionais técnicos em audiovisual poderia impactar na mudança de linguagem do conteúdo jornalístico do *site*, enquanto agregaria à escrita uma forma mais dinâmica de comunicação como são os vídeos e os áudios, o que exige uma formação específica para a edição de um material de melhor qualidade que atenda às características destas mídias.

Nas respostas, é frequente também a indicação da escassez de *softwares* e equipamentos profissionais, bem como de capacitação técnica para os atuais servidores das ASCOM's desenvolverem material hipermediático. Esta realidade pode ser esboçada pela seguinte constatação de um entrevistado:

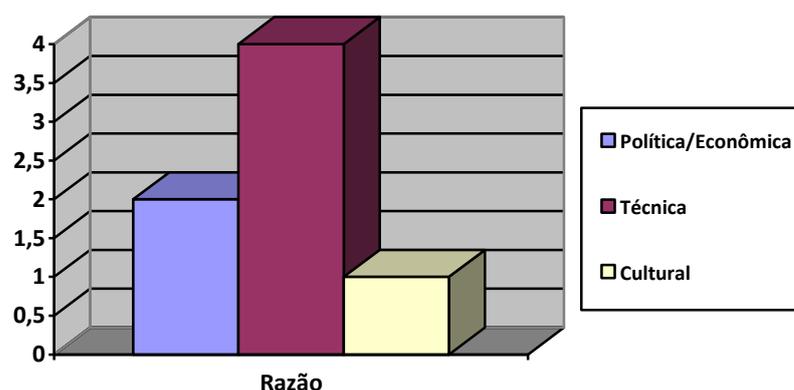
Para se apresentar um material profissional temos que equipar as Assessorias de Comunicação com ilha de edição, câmeras, microfones, programas de edição, computadores. É necessário estruturar um espaço adequado. Ou seja, temos que ter

estúdios profissionais e gente gabaritada para manipular esses equipamentos. De nada adianta equipamento profissional. É preciso gente para manusear.

Além dos vetores anteriores, indicam-se também as Razões Culturais como origem da predominância da linguagem escrita. A identificação de respostas como “sempre foi assim”; “é a mais tradicional”; “é a mais prática”; “é a forma como aprendi” expressam como este tipo de codificação está impregnado na cultura dos servidores lotados nas ASCOM’s.

O próximo gráfico (nº 19) mostra a maioria dos pesquisados ajustando suas respostas às “Razões Técnicas” como motivos para a primazia da linguagem escrita, ao passo que, as repostas de outros dois grupos de Jornalistas podem ser enquadradas em “Razões Políticas/Econômicas” e “Razões Culturais”.

Gráfico nº 19 – (Questão aberta) Razões da prevalência da escrita como linguagem do *site*



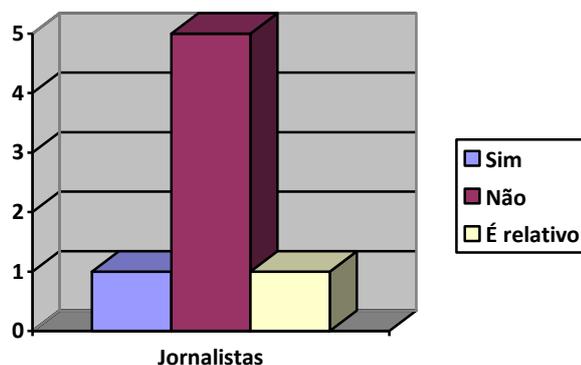
Elaborado pelo autor

Categoria B – Compreensão do Público à linguagem

Apesar de ser a linguagem predominante, a escrita não é considerada a forma de comunicação de mais fácil compreensão pelos produtores do conteúdo jornalístico publicado. O gráfico abaixo (nº 20) evidencia a consideração dos Jornalistas, segundo os quais o audiovisual tem maior penetração e aceitação na comunicação contemporânea. Grande parte dos entrevistados apontou a opção “não” para a pergunta: “Considera este tipo de linguagem mais usual no *site* como a de mais fácil compreensão”? Uma das respostas encontradas exemplifica esta percepção: “Os recursos audiovisuais chamam muita a atenção dos usuários. Eles aguçam a curiosidade. Utilizar o audiovisual seria a forma mais fácil de levar a

informação para o público alvo”, pois provoca o internauta a uma telepresença, à interconexão variada e a um banho de comunicação interativa (LÉVY, 2000).

Gráfico nº 20 – (Questão fechada) Considera o tipo de linguagem mais usual de mais fácil compreensão?



Elaborado pelo autor

3.1.3. Conteúdo jornalístico hipermediático do site institucional e estratégias coletivas ético-profissionais

Sabe-se que a postura estratégica diz respeito a como agir individualmente, grupalmente, nacionalmente ou internacionalmente, tendo por finalidade o sucesso ou evitar o fracasso (ZADSZNAJDER, 1994). Este ponto do estudo verifica os benefícios estratégicos da implantação das hipermídias no *site* institucional e a percepção dos servidores pesquisados sobre a mudança da lógica do “jornalismo distribucionista” para o “jornalismo colaborativo” (Ver p.44) em um órgão público. Analisa também como o jornalismo *online* é tratado nos processos de decisão dos Diretores-Gerais.

Categoria A – Benefícios de se considerar as hipermídias como estratégicas

A Administração Pública, como qualquer outro sistema organizacional, é permeável à demanda do ambiente externo. Como sistemas abertos, as organizações sofrem influência da cultura na qual está inserida (MORGAN, 1996). A sociedade, influenciada pela cultura de massa, demanda dos órgãos públicos a adequação à forma de comunicação preponderante dos tempos contemporâneos. Ou seja, à gestão pública é urgente refletir sobre os percursos e os rumos a serem tomados, bem como sobre as metas a serem alcançadas para satisfazer o seu

público e oferecer a ele um produto que lhe seja útil, de qualidade e que lhe faça sentido (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2005).

Desta forma, a comunicação hipermediática, como ferramenta de aprofundamento dos diálogos, pode ser uma aliada no estabelecimento de uma aproximação efetiva entre o Estado e a Sociedade e, portanto, contribuir para um serviço informativo ético. Ou seja, ao Estado cabe desenvolver a divulgação máxima, rápida, correta e justa (MENDEL, 2008).

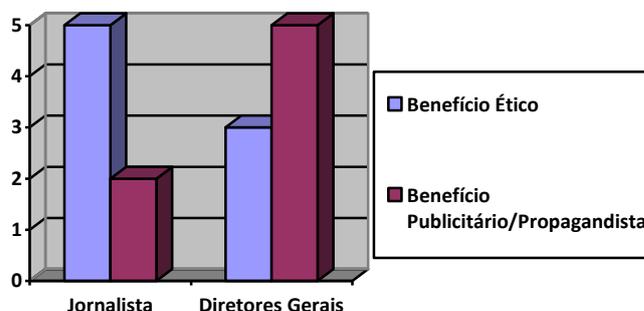
O gráfico nº 21 ilustra os principais benefícios advindos da consideração das hipermídias como estratégicas para a comunicação no serviço público. Os dados obtidos apuram o “Benefício Ético” e o “Benefício Publicitário/ Propagandista” como as principais prováveis recompensas do uso estratégico das hipermídias pelas instituições da Administração Pública Federal, pois a elas cabe a execução do princípio da “máxima divulgação” (MENDEL, 2008, p.29).

Os benefícios são compreendidos da maneira exposta abaixo:

1. Benefício Ético:	O uso das hipermídias favorecerá as instituições da Administração Pública Federal estabelecerem uma comunicação bem-sucedida com os cidadãos, pois estes se engajarão nos processos de formulação das notícias, se empoderando das informações do Estado, fomentando o senso crítico, a participação e a democracia.
2. Benefício Publicitário/Propagandista:	O uso das hipermídias permitirá as instituições da Administração Pública Federal se tornarem mais conhecidas e a darem publicidade dos seus serviços e das suas atividades de Pesquisa e de Extensão, conseqüentemente terão as oportunidades oferecidas mais procuradas pelos cidadãos.

Examinemos os dados:

Gráfico nº 21 – (Questão aberta) Benefícios de se considerar as hipermídias como estratégicas



Elaborado pelo autor

A observação dos dados apontados pelo gráfico acima (nº 21) revelam que enquanto os *stakeholders* Jornalistas consideram os elementos éticos como os principais benefícios da aplicação das hipermídias, os Diretores Gerais crêem ser a propaganda da instituição o principal proveito a ser imputado pelas hipermídias.

Das respostas dadas pelos Jornalistas, configuradas aos “Benefícios Éticos”, pode ser extraído o seguinte exemplo:

Sem dúvida nenhuma ao assumir as hipermídias como estratégia institucional, estaremos aprofundando nossa atuação ética. Analisando agora, com esta pesquisa, o que são as hipermídias e, ao mesmo tempo, recordando os princípios da administração pública, percebo que as novas tecnologias podem progredir a moralidade, a legalidade, a publicidade, a impessoalidade e a eficiência.

Esta inferência conduz à seguinte conclusão: o “Benefício Publicitário/Propagandista” não está desconectado do “Benefício Ético” e não se contrapõe a ele. Ao contrário, ambos se complementam. O cidadão, na medida em que toma conhecimento das oportunidades oferecidas pelas entidades da Administração Pública Federal para o seu proveito, passa a se envolver, a se comprometer e a se implicar ativamente com o órgão público, detendo o sentimento de pertencimento a ele, mobilizando-se para a participação na complexa dinâmica dos serviços prestados pelo Estado. Por exemplo, por “Benefício Publicitário / Propagandista” pode-se citar as campanhas publicitárias para o Vestibular. Ou seja, a instituição dá publicidade e propaga seu principal serviço oferecido à sociedade, a educação, é mais reconhecida por ofertar esta oportunidade aos cidadãos, e ao mesmo tempo cumpre seu dever ético de tornar este serviço mais conhecido e acessível ao público. Como atesta Mattelart (2003), qualificar-se para a informação contemporânea não significa persuadir o público, mas sim, fornecer-lhe espaços de interação, diálogo e imersão no conteúdo disseminado. A comunicação pública pressupõe um processo de negociação aberta, própria das sociedades democráticas (MATOS, 2007).

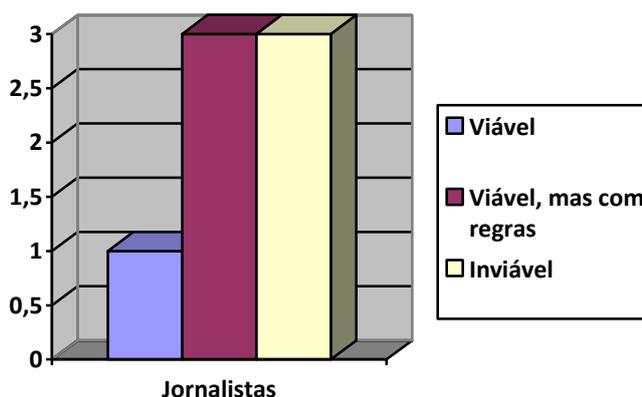
Categoria B - Do “jornalismo distribucionista” para o “jornalismo colaborativo”

Quando se pensa estrategicamente, há a necessidade de se considerar as ideias, as propostas, as diretrizes e os apontamentos para as soluções dos prognósticos dos problemas elencados. Somado a esta consideração, faz-se necessário também analisar a dinâmica envolvida para se implantar determinadas medidas práticas (MEIRELLES, 2000).

O cenário atual de fomento das hipermídias e da comunicação no ciberespaço (LÉVY, 2011), mobiliza o jornalismo a repensar seus métodos e a dar novos contornos à sua prática, superando o modelo tradicional, triangular e hierárquico de comunicação fundamentado nos conceitos de autor, obra e espectador (LEÃO, 2005) para assumir o protótipo de uma comunicação circular, participativa e colaborativa, na qual autor, obra e espectador se interagem mutuamente. A contemporaneidade e os mecanismos de comunicação em rede, oriundos deste novo tempo, implantam nos sistemas jornalísticos a passagem do conceito “distribucionista” de notícia, onde quem fala é somente o emissor, para uma lógica “colaborativa”, onde a notícia é proposta, elaborada, checada e atualizada em sistemas abertos, possibilitando a participação dos cidadãos (PRIMO; TRÄSEL, 2006).

O gráfico subsequente (nº 22) indica o ponto de vista dos Jornalistas a respeito da implantação do “Jornalismo Colaborativo” em um órgão público.

Gráfico nº 22 – (Questão aberta) O que pensa sobre a aplicação do “Jornalismo Colaborativo” em um órgão público?



Elaborado pelo autor

Os dados contidos no gráfico acima (nº 22) desvelam um putativo alto grau de “preocupação” dos Jornalistas do IFSULDEMINAS quanto a aplicação do conceito de “Jornalismo Colaborativo” em um órgão público. Eles retratam sentimentos de “incerteza” e de “desconfiança”, uma vez que do universo de sete (7) entrevistados, seis (6) usam expressões como “perigoso”, “utopia”, “complicado”, “difícil” e “terra sem lei” para adjetivarem este mecanismo. A percepção de inviabilidade do “Jornalismo Colaborativo” pode ser ilustrada por meio da opinião de um dos pesquisados: “Isto é muito perigoso. Eu tenho receio com esse mecanismo porque a gente não sabe quem está do outro lado, quais as intenções, as ideologias”. Esta interpretação pode ser derivada da tensão causada pela ampla

abertura à participação dos usuários nos processos de elaboração da informação, própria do “Jornalismo Colaborativo”, na qual há uma descentralização no processo de elaboração, publicação e atualização da notícia e a forte presença e manutenção da cultura do “modelo transmissionista” de jornalismo, formatado pelo método tradicional de distribuição da informação, quando o Jornalismo exercia a função exclusiva de intermediar o contato do público com a informação (PRIMO; TRÄSEL, 2006)

Há, por isto, uma presumível precaução quanto a este método estabelecida no frequente aparecimento, nas respostas dos entrevistados, do termo “necessidade de impor regras”. Dentre as regras indicadas para tornar viável a implantação deste novo conceito de jornalismo no serviço público, os entrevistados apresentam algumas sugestões concatenadas nas duas propostas abaixo:

- | |
|---|
| 1. Definir pessoas da comunidade escolar para integrar uma Rede de Comunicadores com acesso à manipulação do conteúdo jornalístico do <i>site</i> . |
| 2. Criar mecanismo de filtro ou moderação nos possíveis espaços públicos do <i>site</i> destinados a acrescentar mais informações referentes às notícias. |

Estes critérios de “controle”, confrontados com as características da hipermídia elencadas pela literatura exposta nesta pesquisa, conduzem a um questionamento: a aplicação destas ferramentas de “definições de pessoas” e “filtro”, demandadas por parte dos entrevistados, propiciará a abertura plena para a conversação e para diálogo entre a instituição pública e a sociedade, conforme defendem os pensadores das hipermídias? Esta indagação se apresenta como pertinente, pois como anuncia a Declaração Universal dos Direitos Humanos, todas as pessoas têm direito à liberdade de opinião, sem interferência (Artigo 19).

Todavia, outra parte dos entrevistados considera o “Jornalismo Colaborativo” como inovação nos órgãos da Administração Pública Federal e como ferramenta para a potencialização da ética por meio de um conteúdo jornalístico justificados aos parâmetros da sociedade da informação. “É extremamente pertinente passar para a lógica colaborativa. O engajamento e a interação do público são necessários”, argumenta um entrevistado. No serviço público, o desenvolvimento de inovações, em especial no campo das TIC contemporâneas, é ação ética, pois garante o fortalecimento da transparência, do acesso à ampla informação e, portanto, consolida a democracia (ANGÉLICO, 2012; BRASIL, 2013).

Categoria C – As hipermídias nos processos de decisão

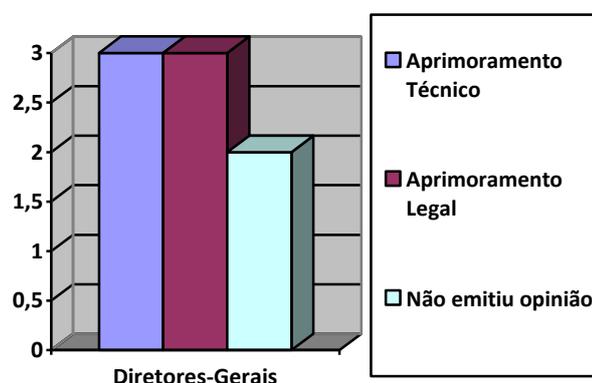
Nas situações do diaadia, os gestores públicos enfrentam ocasiões desafiantes para a tomada de decisões éticas. Elementos complexos como sistemas de valores e de crenças, possibilidades de perdas, ganhos, além de reconhecimento social e profissional sustentam a complexidade destas circunstâncias cotidianas (MASIERO, 2013). Este emaranhado de elementos é resultado, por exemplo, de inúmeras percepções, racionalidades limitadas dos agentes envolvidos nos processos decisórios e das metanarrativas construídas em torno de uma decisão (KUROSKI, 2002). Esta complexa teia de crenças e de metanarrativas, a despeito de uma decisão, pode entrar em confronto umas às outras e evidenciar diferentes “campos” de embate ideológico. Daí surge a inevitabilidade para o gestor dos conteúdos informativos interrelacioná-las e construir conversações (REED, 1999, BOURDIEU, 2014), com o intuito de harmonizá-las.

O gráfico abaixo (nº 23) explicita os multiformes aspectos de como o uso das hipermídias podem ser enquadrados e defendidos nos processos de decisão em um órgão da Administração Pública Federal, sob os diferentes enfoques do aprimoramento, pois as entidades públicas, enquanto são capazes de detectar um problema, também podem introduzir “inovações” e aperfeiçoamentos em sua rotina de trabalho. Ou seja, mesmo em meio à natural complexidade das diferentes crenças, ideologias e cosmovisões presentes em uma organização, elas estão em permanente busca de soluções (RISSARDI; SHIKIDA; DAHMER, 2009).

Considerando os diferentes pontos de vista e os vários campos de embate contidos em um sistema, pode-se afirmar que os aspectos apontados pelos entrevistados colaboram para uma visão holística acerca das diferentes formas de aprimoramento das hipermídias.

Analisemos os números obtidos:

Gráfico nº 23 – (Questão aberta) Nos processos de decisão, as hipermídias devem ser tratadas sob quais aspectos de aprimoramento?



Elaborado pelo autor

Os aspectos encontrados na fase de Análise de Conteúdo e indicados no gráfico acima podem ser compreendidos de acordo com os conceitos estabelecidos nesta pesquisa, como exposto a seguir:

1. Aprimoramento Técnico:	Estudo e aplicação das melhores ferramentas, dos melhores mecanismos e dos melhores métodos para viabilizar a implantação da linguagem hipermidiática no conteúdo jornalístico.
2. Aprimoramento Legal:	Estudo e aplicação da legislação em vigor, segundo a qual a comunicação pública deve se ater às múltiplas formas de comunicação, a fim de garantir o direito de todos os cidadãos à inclusão na informação e o consequente usufruto da sociedade no concernente aos serviços e oportunidades oferecidas pelas entidades da Administração Pública Federal.

Os resultados deste item do estudo, ao apontar a busca de “Aprimoramento Técnico” como um dos aspectos de tratamento das hipermídias mais frequentes nos processos de decisão dos Diretores Gerais do IFSULDEMINAS, coincide com o momento atual da instituição, quando se procura ajustar o conteúdo jornalístico do *site* aos parâmetros hipermidiáticos, demandados pela sociedade da informação. Este elemento do estudo está conectado aos dados verificados no gráfico nº 1, onde indicam a maioria dos administradores como defensores da aplicação dos aparatos tecnológicos para o estabelecimento da interatividade entre esta instituição pública de educação e os cidadãos. A defesa do

“Aprimoramento Técnico” deve ser entendida no contexto macro da instituição, pois os processos de decisão são alicerçados nos valores inerentes a cada pessoa, onde elementos como a permeabilidade cultural e demandas sociais contribuem para a estruturação de um “*modus operandi*” (MORGAN, 1996; BERGUE, 2010). A inovação advinda do “Aprimoramento Técnico” é salientada quando um dos pesquisados argumenta: “Nós temos que ter um *site* que seja dinâmico, flexível e atrativo, que seja gostoso de ver”. A defesa do “Aprimoramento Técnico” nos processos de decisão é imprescindível para a viabilidade de se usar as hipermídias com o propósito de potencialização da ética nos órgãos da Administração Pública Federal, pois a qualidade das interações obtidas são mediadas por equipamentos (POLISTCHUK E TRINTA, 2003).

Aliado ao “Aprimoramento Técnico” está o “Aprimoramento Legal”. O campo dos gestores que tutelam o “Aprimoramento Legal” defende o estudo e a aplicação da legislação em vigor nos processos de decisão relacionados ao uso das hipermídias pelo jornalismo da instituição, em atendimento a, por exemplo, o Decreto nº 5.296, de 2004, que dá prioridade ao atendimento às pessoas portadoras de deficiências, e ao Decreto nº 6,029, de 2007, instituinte do Sistema de Gestão Ética, dentre os quais apresenta como objetivo a contribuição para a implementação de políticas públicas, tendo a transparência e o acesso à informação como instrumentos para o exercício da gestão da ética pública.

CAPÍTULO IV: PROPOSTA DE UM MODELO DE AÇÃO PARA A IMPLANTAÇÃO DAS HIPERMÍDIAS NO *SITE* DO IFSULDEMINAS

*Tratar cuidadosamente os usuários do serviço,
aperfeiçoando os processos de comunicação e
contato com o público.
(Código de Ética Profissional
do Servidor Público do Poder Executivo Federal)*

Os estudos conectados aos resultados logrados pelo prognóstico do uso das hipermídias no *site* institucional, possibilitado pela Análise de Conteúdo, permitem apontar propostas de um Modelo de Ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático com o intuito de potencializar a ética na administração pública do IFSULDEMINAS. Esta quinta seção está reservada para a indicação de propostas de implementação das hipermídias no *site* do IFSULDEMINAS como resposta à cultura contemporânea de maneira a permitir o acesso fácil, ágil, integral, democrático e participativo às informações produzidas pelo órgão governamental estudado. Essas propostas de um Modelo de Ação são resultado de uma análise crítica efetuado sobre o prognóstico possibilitado pela Análise de Conteúdo, bem como são frutos das sugestões apontadas pelos *stakeholders* da Entrevista em Profundidade, sendo eles, Jornalistas e Diretores Gerais.

Desta maneira, este Capítulo pretende preconizar ações práticas e concretas para os comunicadores e gestores do IFSULDEMINAS aplicarem no *site* da instituição, a fim de atender aos procedimentos éticos, entendendo ética como o que melhor deve ser feito para atender o público (BRASIL, 2015), pois as instituições são um sistema em constante aprendizado e inovação (MORGAN, 1996).

Segundo Baiocchi e Ferreira (1972), a cada prognóstico acerca das limitações sobre a realidade de um objeto investigado deve corresponder uma proposta para a “solução” daqueles limites. Conforme verificado na Categoria H do Capítulo IV (Quanto às limitações – Ver p.88), as principais limitações para a aplicação das hipermídias no *site* do IFSULDEMINAS são “Técnicas”, “Culturais” e “Políticas/Econômicas”.

Assim sendo, a partir do prognóstico efetuado pela Análise de Conteúdo, pode-se aferir das respostas encontradas e apontar as propostas de um Modelo de Ação em categorias organizadas em “Propostas Técnicas”, “Propostas Culturais” e “Propostas Político/Econômicas”. Estas categorias representam o universo de ações vislumbrado por esta pesquisa, quando foi possível prognosticar os problemas técnicos, os elementos da cultura organizacional e as ações político/econômicas como os mais frequentes para a elaboração de um “Modelo de Ação” capaz de propor sugestões de intervenção pró-ativa (“soluções”) no principal veículo de informação do IFSULDEMINAS.

A Entrevista em Profundidade propiciou deparar-se com respostas como “é preciso estudar técnicas”; “vamos sugerir mudanças”; “temos que ter infraestrutura para praticar as hipermídias no nosso *site*”. Nestas falas, por exemplo, estão embutidos componentes indicadores de preocupação técnica, cultural, política e econômica como elementos essenciais para se criar condições de efetivar as hipermídias como recursos para a potencialização da ética no conteúdo jornalístico. Vejamos as principais “soluções” e demandas inferidas pela Análise de Conteúdo por meio de um Modelo de Ação, cuja implementação resultaria, a nosso ver, numa valiosa ferramenta de aprimoramento da gestão da comunicação no IFSULDEMINAS, visando garantir os princípios éticos do serviço público federal na disseminação de conteúdo jornalístico hipermidiático:

Quadro 7: Propostas para um Modelo de Ação

Propostas Técnicas	Propostas Culturais	Propostas Políticas / Econômicas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adotar a produção de materiais audio visuais; 2. Equipar as ASCOM's com estúdio; 3. Aplicar Jornalismo de "fonte aberta" ou "open source"; 4. Publicar "aba" para recepção de material produzido pelo cidadão; 5. Abrir campos para a publicação da opinião dos usuários; 6. Aplicar mecanismos de "filtro" e "moderação"; 7. Elaborar projeto de extensão (Jornalismo Colaborativo); 8. Adequar o site institucional ao site do Governo brasileiro; 9. Disponibilizar o conteúdo em plataformas móveis; 10. Categorizar o mecanismo de "Busca"; 11. Trabalhar o conteúdo do site em link com as mídias sociais; 13. Adotar plataformas de inclusão; 14. Desenvolver software para a edição de conteúdo hipermediático; 15. Implantar o sistema "SACI"; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudar e pesquisar as técnicas hipermediáticas; 2. Promover campanhas pedagógicas; 3. Promover cursos de atualização em legislação; 4. Promover serviço conjunto entre os setores de TIC e ASCOM; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliar a equipe de servidores da ASCOM; 2. Instituir um Grupo de Estudos em Hiper mídias; 3. Elaborar uma Resolução para normatizar o uso das hiper mídias; 4. Criar uma rede de comunicadores; 5. Integrar à RedeFES;

Elaborado pelo autor

Pela importância de cada uma dessas propostas concernentes a uma provável intervenção no *site* pesquisado, com a finalidade de potencializar a ética no serviço público, aprofundemos o entendimento sobre elas, em conformidade com os dados colhidos nesta investigação:

4.1. Propostas Técnicas

Por “Propostas Técnicas” compreende-se, neste trabalho, um conjunto de ações para aprimoramento dos recursos tecnológicos com o objetivo de permitir a adequação do *site* às novas ferramentas de comunicação. Conforme o gráfico nº 17, as limitações técnicas se referem à principal retenção para a aplicação dos avanços tecnológicos da hiper mídia no *site* institucional. Por conseguinte, recomendam-se as seguintes sugestões para o aperfeiçoamento técnico para a aplicação da linguagem hipermediática no portal institucional:

4.1.1. Adotar a produção de materiais audiovisuais e aplicá-los junto às reportagens escritas

Como se verifica no capítulo anterior (ver Gráfico nº20), existe junto ao público *stakeholder* a interpretação e o entendimento segundo os quais à cultura da escrita, eminente na produção de conteúdo jornalístico do *site*, deve-se agregar o uso de material audiovisual como forma de atingir melhor e mais eficientemente o público. “Há uma mutação hoje. Nós usamos muito mais mídias visuais, vídeos, áudios para nos comunicar. Espero que tenhamos esta junção em nosso canal de notícias”, constata um entrevistado sobre a necessária aplicação da convergência multimidiática.

A maioria dos entrevistados desta pesquisa considera a linguagem escrita mais difícil de ser compreendida pelos internautas e aponta a “Razão Técnica” (Ver gráfico nº19), como a falta de adaptação de *softwares*, a ausência de capacitação e de ferramentas de trabalho, como fator determinante para a prevalência dos textos. Mas segundo este grupo de pesquisados, a aplicação de conteúdo audiovisual como ferramenta hipermediática no *site* não implica no abandono do texto escrito. Pondera-se para a conexão e a convergência dos diversos tipos de linguagem como forma de diversificar as mídias utilizadas dentro de uma única notícia, oferecendo aos usuários diversas opções de estabelecimento de contato com a mensagem produzida pelo órgão público, como forma de democratizar a informação e empoderar o cidadão. Ou seja, os links aos diversos tipos de mídia (áudio, vídeo, fotografias e gráficos) podem colaborar para a formulação do conhecimento e do senso crítico do internauta (Ver gráfico nº11), pois facilita o acesso a conteúdos diversificados sobre uma mesma informação, além de favorecer a introjeção intelectual, portanto assegurando mais esclarecimento no referente aos dados envolvidos na narrativa informativa.

Os benefícios éticos e legais para a instituição, ao implantar os recursos de multimídia no conteúdo jornalístico (Ver gráfico nº 10), indicam como esses utensílios da comunicação democratizam, incluem e tornam transparente a administração pública.

4.1.2. Equipar as ASCOM's com estúdios de gravação de vídeo e de áudio

De acordo com a literatura exposta no Capítulo III, não se faz Jornalismo hipermediático sem estrutura física e equipamentos. Por isto, há a urgência das Assessorias de Comunicação do IFSULDEMINAS serem equipadas com estúdio de gravação de vídeos e de áudio. O trabalho profissional pela adequação do conteúdo jornalístico às técnicas hipermediáticas necessita de tecnologia capaz de apresentar um material de alta qualidade

técnica. A produção de reportagens em vídeos e áudios carece de um lugar apropriado para este fim, aparelhado com computadores, *software* para edição, mesa de som, microfones, acesso à Internet, isolamento acústico e cenário. A aquisição desses equipamentos poderá provocar uma modernização na linguagem do veículo de comunicação estudado e ser um forte coligado para a potencialização da ética jornalística, pois a mensagem poderá ser melhor compreendida e decodificada pelo público contemporâneo.

Esta análise fundamenta-se nos dados colhidos pelos gráficos nº15 e nº16, onde mostra o universo total dos pesquisados a indicar o emprego dos aparatos tecnológicos como meio para potencializar a ética da comunicação jornalística, enquanto estes empoderam os cidadãos. É certo que quando a notícia é captada pelo cidadão, em posse de todas as vertentes dos fatos, ele é capaz de edificar uma opinião concisa, crítica e clara, amparadora de uma decisão prática para sua vida e para a vida da sociedade. Quando é amplamente informado, o sujeito encontra-se possibilitado de se emancipar social e economicamente e, por conseguinte, conquista a dignidade.

4.1.3. Aplicar mecanismos de Jornalismo de “fonte aberta” ou “open source”

“Jornalismo Colaborativo” se faz com instrumentos tecnológicos de “fontes abertas” ou “*open source*”. Ou seja, o conteúdo jornalístico em um órgão público precisa ser construído em equipe, com a participação dos cidadãos, pois são eles os destinatários e os primeiros beneficiários do serviço público. “A comunicação é importante por absorver aquilo que a sociedade está sentindo. O que o repórter escreve não é a verdade total. É um recorte do seu ponto de vista que sempre é parcial. A participação de mais pessoas ampliaria a verdade”, argumenta um entrevistado. Indica-se para o exercício do “Jornalismo Colaborativo” nas instituições do Estado a abertura de códigos de acesso às páginas noticiosas para as pessoas comprometidas na atividade publicada acrescentarem novos dados à notícia, com a finalidade de ampliar as informações e os pontos de vista referentes à reportagem. É fato que a abertura indiscriminada de acesso à página de elaboração da notícia é utópica, pois nem todos os cidadãos estão implicados responsável e eticamente com a informação. Por isso, o Jornalismo “*open source*” poderia ser um experimento no órgão público, na medida em que oferece os códigos de entrada às páginas de elaboração da notícia aos membros da comunidade escolar consorciados à uma referida informação, com o propósito deles também serem autores da notícia. O emprego do conceito de Jornalismo “*open source*”, primeiramente, em caráter experimental nos órgãos públicos se justifica dado ao alto grau de “preocupação”, “incerteza” e “desconfiança” dos administradores do portal institucional no referente a este modelo de

produção da informação e à cultura do “Jornalismo Transmissionista” fortemente atada à rotina de trabalho das ASCOM’s. A descentralização própria do modelo “Colaborativo” de elaboração da informação é vista como inviável por cerca de 40% dos entrevistados (Ver gráfico nº 22). Contudo, sua viabilidade total é aprovada por 20%, enquanto outros 40% a aprovam por meio da estipulação de regras, como a indicada acima. Ou seja, viabiliza-se a abertura de códigos de acesso às páginas de formulação da notícia somente para membros da comunidade escolar envolvidos na atividade publicada, impondo critério para acesso à manipulação do conteúdo noticioso.

4.1.4. Publicar “aba” para recepção de material jornalístico produzido pelo cidadão

De acordo com os dados colhidos e estruturados pelos gráficos nº 3 e nº4, os usuários do *site* do IFSULDEMINAS têm o hábito de participar da elaboração da notícia enviando fotos, vídeos e texto. Este costume, no entanto, pode ser dimensionado por meio de canais de incentivo a esta prática já existente. Para o cidadão se sentir motivado para participar da produção do conteúdo jornalístico institucional é necessário saber e ter conhecimento da abertura do canal de comunicação para esta cooperação. Sugere-se para isto, acrescentar na página principal do *site* uma “aba” para a recepção de material jornalístico enviado pelo cidadão. Esta “aba” pode estar linkada a uma página onde o usuário encontrará alguns campos para preenchimento, como no exemplo abaixo:

Nome do usuário:
Endereço de e-mail:
Assunto da Reportagem:
Texto da Reportagem:
Fotos da Reportagem:
Vídeo da Reportagem:

4.1.5. Abrir campos para a publicação de opinião dos usuários no rodapé da notícia

Conforme exposto no Capítulo III (ver p.41), a interatividade entre o canal de notícia e os internautas é uma das principais características das hipermídias. Os dados obtidos por esta pesquisa e publicados no gráfico nº 5 esboçam a necessidade de implantação de novas técnicas de interatividade e a abertura para a publicação das opiniões dos usuários é uma

delas. “O usuário exercitar um posicionamento crítico frente à uma notícia gerida pelo poder público é saudável para a democracia”, corrobora um pesquisado.

A abertura à exposição livre e democrática das opiniões dos cidadãos, quanto às informações publicadas pelo serviço público e o diálogo transparente entre a sociedade e as instituições do Estado propiciadas por este utensílio tecnológico, é um meio real, legítimo e ético para se concretizar no cotidiano da produção jornalística a orientação do Código de Ética do Servidor Público Federal quanto ao dever deste de “aperfeiçoar os processos de comunicação e de contato com o público” (BRASIL, 2014), objeto desta pesquisa. Para garantir o uso ético deste espaço, entretanto, orienta-se a gerência do campo de interação pela a equipe da ASCOM.

Desta maneira, ainda que desafiante, verifica-se a indispensabilidade da abertura do conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS à exposição do pensamento e da opinião dos usuários como maneiras de fomento da democracia e de ampliação do espectro interpretativo da informação. Ao acessar a notícia, o usuário poderá expressar o seu ponto de vista e conectar-se também à perspectiva do universo dos internautas envolvidos e interessados naquele conteúdo. Assim, o serviço público de produção da informação é exercido conforme a sua finalidade primeira: o estímulo à cidadania.

4.1.6. Aplicar mecanismos de filtro e de moderação nos espaços de participação do internauta

Com o objetivo de assegurar a veracidade e a precisão da informação, bem como a idoneidade das opiniões, este espaço de publicação de opiniões e de diálogo participativo com o cidadão, no entanto, deve ser administrado com “cautela”, por meio da aplicação de mecanismos de filtro e de moderação. A Análise de Conteúdo indica na cultura da organização pesquisada uma forte preocupação em torno desta ferramenta. A regularidade do uso do termo “cautela” nas respostas referentes a este item apontam para a necessária aplicação da moderação no espaço de comentário público. A “cautela” na aplicação desta ferramenta indica, não a exclusão do seu uso, mas uma utilização equilibrada para se evitar “exageros, inverdades e desonestidades nas opiniões”, de acordo com um pesquisado.

Por deter o conhecimento das leis e obter os princípios éticos da comunicação, esta ferramenta estará sujeita à moderação da equipe da ASCOM para se garantir um uso prudente e equilibrado. A aplicação deste “filtro” tem por objetivo submeter os comentários destinados ao conteúdo noticioso, bem como as informações agregadoras das notícias, ao crivo ético e à checagem da ASCOM. Ou seja, a decisão para se publicar um comentário ou uma notícia

extra procedente dos usuários, caberá à uma equipe e não somente ao Jornalista responsável pela produção da notícia. A moderação a cargo de um grupo de profissionais assegura uma visão ampla a respeito do assunto.

Frente aos valores éticos e democráticos defendidos pelos Códigos, bem como pela literatura hipermediática, e, ao mesmo tempo, considerando a cultura organizacional defensora da cautela em relação ao “Jornalismo Colaborativo” propõe-se, então, que esse processo tenha “caráter de moderação exercido por um grupo de colaboradores” (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.14/17). Aconselha-se a implantação de uma política de moderação conjunta entre os membros da ASCOM e, quando possível, contando também com membros da comunidade acadêmica ativos nos processos de comunicação, para impedir avaliações injustas, conforme corrobora um pesquisado: “não se pode censurar uma participação, sob o ponto de vista ideológico de quem detêm o poder na instituição”.

Sendo assim, as propostas apontadas neste trabalho deixam em aberto as seguintes indagações: pode o Jornalismo do serviço público desenvolver suas atividades de acordo com os parâmetros do webjornalismo participativo, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser demarcada ou não existe, (PRIMO; TRÄSEL, 2006; QUADROS, 2005)? Pode o Jornalismo do serviço público desenvolver suas atividades segundo as orientações dos Códigos de Ética, nos quais os cidadãos devem participar sempre, sem ingerência do Estado na emissão de suas opiniões?

Para a aplicação das ferramentas de interatividade e participação algumas ações práticas foram indicadas pelos entrevistados como forma de viabilização desta inovação no *site* institucional. O gráfico nº 5 mostra as ações práticas sugeridas como necessárias para a aplicabilidade desta característica hipermediática, cuja finalidade não se limita à leitura do conteúdo (FERRARI, 2016), mas à experiência de diálogo em canais “abertos” de comunicação (LEÃO, 2005).

4.1.7. Elaborar um Projeto de Extensão, fundamentado no conceito de “Jornalismo Colaborativo”

Uma das missões do IFSULDEMINAS é estabelecer parcerias com a comunidade externa à instituição, planejando, desenvolvendo, controlando e avaliando as políticas de integração e de intercâmbio com o setor produtivo e a sociedade em geral.³⁴ É pertinente acrescentar a estas ações um projeto de formação e de conhecimento da comunidade externa sobre os conceitos de “Jornalismo Colaborativo”, considerando os valores da democracia e da

³⁴ <https://portal.ifsuldeminas.edu.br/index.php/extensao>

participação cidadã. “Penso que a elaboração de um Projeto de Extensão, aplicando os conceitos de Jornalismo Colaborativo, seria uma iniciativa bacana para testar a viabilidade deste modelo”, sugere um entrevistado. Esta iniciativa aperfeiçoaria o processo de comunicação e de contato com o público estabelecido no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal (BRASIL, 2014), enquanto estimularia a sociedade para a participação na elaboração da informação do Estado, promovendo a responsabilidade com a contribuição do envio de dados fundamentados na realidade, bem como a consciência crítica e a cidadania.

4.1.8. Adequar o site institucional aos sites governamentais brasileiros

Atualmente, os gestores e produtores de conteúdo jornalístico dos *sites* dos *campi* do IFSULDEMINAS analisam e estudam a migração do Portal institucional para a Identidade Padrão de Comunicação Digital do Poder Executivo Federal³⁵, pois segundo um dos entrevistados estes “dialogam com as novas tecnologias, favorecendo o engajamento do público.” Desta informação colhida, pode-se aferir também uma presuntiva referência à urgência de estudos e análises técnicas acerca da adequação do *site* institucional ao Portal Institucional Padrão proposto pela Secom, bem como dos possíveis benefícios éticos resultantes desta iniciativa. “Estamos migrando nosso portal para o modelo de *site* proposto pelo Governo Federal”, lembra um dos pesquisados.

Com a Identidade Padrão, o Governo busca garantir o acesso a todos, independentemente da forma ou dispositivo de conexão, assegurando a acessibilidade digital. Lançado em 2014, esta plataforma tem como um dos objetivos “padronizar as soluções digitais dos órgãos públicos federais e alinhar as informações com foco no cidadão” (BRASIL, 2014, p.07), por meio de uma identidade visual e conteúdo editorial acessível.

Com a finalidade de estruturar uma comunicação clara e rápida ao público-alvo, o Manual de Diretrizes de Comunicação Digital do Governo Federal orienta para a rotina de um trabalho conjunto entre a equipe de conteúdo (que produz textos, vídeos, imagens e áudios), arquitetura de informação (que hierarquiza a disposição desses conteúdos em uma página), informática (que garante a infraestrutura necessária para a navegação) e a equipe de arte (que harmoniza a disposição desse conteúdo), “evitando que a homepage e capas internas tornem-

³⁵ O Portal Institucional Padrão é uma infraestrutura de portal desenvolvida com base nos eixos Conteúdo, Arquitetura da Informação e Identidade Visual. O modelo permite que o portal de cada órgão seja reconhecido como propriedade digital do Governo Federal, gerando um ambiente detentor de credibilidade junto aos internautas. Fonte: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/comunicacao-digital/identidade-digital-1/portal-institucional-padrao>>. Acesso em: nov./2017.

se ‘pesadas’, sem qualquer atrativo e de difícil navegação para o visitante (BRASIL, 2014, p.54).

Esta indicação, válida para as ASCOM’s das entidades da Administração Pública Federal providas de equipes robustas no referente a recursos humanos e a recursos técnicos, pode também servir de inspiração para as ASCOM’s do IFSULDEMINAS desprovidas de equipes compostas por diferentes profissionais, conforme indica o gráfico nº 5 acerca da necessidade de se investir em Recursos Humanos. Esta orientação impulsiona os Jornalistas do IFSULDEMINAS para o trabalho em parceria com o setor de NTIC, pois são os servidores deste setor, responsáveis por supervisionar as atividades de tecnologia da informação, além de analisar e elaborar projetos relacionados à Tecnologia da Informação, disponibilizando infraestrutura e sistemas de permissão de informatização dos processos administrativos e pedagógicos.

O Manual de Diretrizes de Comunicação Digital do Governo Federal publica um “Modelo Padrão” acerca da veiculação do conteúdo noticioso. Observa-se destas orientações uma ênfase aos aspectos visuais da notícia como a obrigatoriedade do chapéu (uma palavra-chave colocada acima do título de um texto), do título, da linha fina (ou subtítulo), além do próprio texto em si e da seção (área interna ou editoria) na qual aquele texto está gravado. O Manual menciona também o uso de recursos hipermidiáticos para o conteúdo textual ficar atraente para o visitante do *site* (BRASIL, 2014, p. 58):

Recursos esses que vão de fotos e infográficos, a vídeos e postagens em redes sociais. Também é possível indicar conteúdos relacionados diretamente com o tema daquela notícia e que ficarão posicionados na coluna à direita do texto. São os portlets de conteúdos relacionados. Por exemplo, um texto que aborde a ação de um determinado programa do governo federal poderá vir acompanhado de uma galeria de fotos sobre aquele programa específico, um áudio com declarações de um beneficiário e uma galeria de vídeo com demais realizações promovidas por aquela iniciativa.

Como se nota, a proposta favorece uma comunicação dinâmica e interativa com os usuários. Contudo, ressalva-se que aspectos fundamentais para a efetiva implantação da linguagem hipermidiática no conteúdo noticioso estão ausentes do Manual, como por exemplo, espaços para a livre manifestação da opinião do internauta pelo *site* e a implantação de instrumentos técnicos fomentadores do chamado “Jornalismo Colaborativo” também denominado “*open source journalism*” (BRAMBILLA, 2005; QUADROS, 2005) ou jornalismo de “fonte aberta”. Apesar do avanço na forma e no método da veiculação da notícia, verifica-se um enquadramento da proposta ao “modelo transmissionista”, pois

mantém “bem demarcada a barreira entre a redação/edição de notícias e os internautas” (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.2/17).

4.1.9. Disponibilizar o conteúdo do site em plataformas para dispositivos móveis

As tecnologias de computação móvel encontram-se em evolução e correspondem ao paradigma dominante da computação e da informação. De acordo com um dos entrevistados, “hoje vemos nossos alunos se informando pelo celular. Não se pode abdicar desta ferramenta”. Para fazer chegar o conteúdo informativo do órgão público aos seus usuários é necessário explorar as características técnicas de *smartphones* e *tablets*, criando linguagens, formatos e novas possibilidades de libertar o leitor para um consumo personalizado das notícias (CANAVILHAS, 2012). Daí a necessidade da produção do conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS explorar a linguagem audiovisual como utensílio para a democratização do acesso e do conhecimento acerca dos serviços oferecidos à sociedade pela instituição. “Não é necessário abandonar a cultura da escrita, própria de nosso *site*. É necessário agregar formas novas de se comunicar com o consumidor contemporâneo de informação”, assinala um pesquisado acerca do uso de nova linguagem e novas ferramentas da informação.

4.1.10. Categorizar o mecanismo de “Busca”

Sugere-se, a partir do prognóstico de que o *site* não oferece ao usuário a divisão das notícias armazenadas no portal em categorias para facilitar o encontro, a necessidade de se classificar o mecanismo de “busca” por áreas de interesse do usuário. “Se para nós que estamos acostumados com o portal já é difícil, para quem está fora da instituição é ainda mais difícil”, comentou um dos pesquisados. Os Sistemas de Recuperação de Informações são a interface entre uma coleção de recursos de informação e uma população de usuários; e desempenham as seguintes tarefas: aquisição e armazenamento de documentos; organização e controle desses; e distribuição e disseminação aos usuários (SOUZA, 2006).

Apesar de aplicar as ferramentas de armazenamento e “busca” (Ver gráfico nº9), nota-se no *site* da instituição uma demanda para o aprimoramento das mesmas. Atualmente o *site* oferece um campo para digitação de uma “Palavra-Chave” e, ao clicar em “Busca”, o usuário se depara com todo o conjunto de informações referentes àquela palavra. Para este aperfeiçoamento, indica-se o recurso de “categorização dos assuntos” nos mecanismos de “Busca”. Isto permite uma melhor organização para o usuário conseguir encontrar com mais facilidade os assuntos desejados a partir de uma “Palavra-Chave”. Ou seja, se o cidadão

precisa se informar sobre “cursos” o *site* poderia apresentar-lhe o caminho para chegar onde necessita por meio de “categorias” relacionadas a este assunto. Como no exemplo abaixo:

Palavra-Chave: “Curso”	
Categorias:	1. Cursos oferecidos pela instituição
	2. Resultado de Vestibulares
	3. Notícias sobre “Cursos”
	4. Projetos de Extensão dos “Cursos”

4.1.11. Trabalhar o conteúdo do site em link com as mídias sociais

O *site* da organização pesquisada oferece aos internautas, em seus conteúdos jornalísticos, a opção de acessar a informação por meio das redes sociais. As páginas de conteúdo noticioso no *site* institucional apresentam a ferramenta de botões de acesso às variadas mídias sociais, nas quais o usuário, ao clicar, poderá compartilhar a informação na rede social, bem como publicar comentários acerca daquela notícia. Há que se intensificar o uso das mídias sociais, pois elas oferecem a possibilidade de um debate aberto e plural, onde todos os que detêm a necessária *literacia* e meios podem participar na criação e difusão de informação. Esta participação pressiona agentes políticos e determina a agenda da informação (CARDOSO; LAMY, 2011). A publicação nas redes sociais compele os profissionais responsáveis pela produção de conteúdo jornalístico para a adequação à linguagem própria desses canais. A produção de vídeos curtos para comunicar as oportunidades oferecidas pela instituição de ensino à sociedade é um meio eficiente para estabelecer uma comunicação com os internautas. “Somos uma instituição pública que oferece cursos, oferece vagas para cursos técnicos, superiores e de pós-graduação. Nossa atividade-fim é o ensino. O maior interesse nas notícias que a gente publica são as oportunidades”, destaca um entrevistado, enfatizando a urgência da produção de conteúdo de fácil decodificação pelos usuários. “Os vídeos curtos, pensados para consumo nas redes sociais são extremamente compreendidos pelo público”, defende outro pesquisado.

4.1.12. Adotar plataformas de acesso à informação para as pessoas com deficiência, introduzindo ferramentas de personalização e de inclusão

A informação para ser democrática é um produto de posse de todos os membros da sociedade, sem exclusão ou discriminação. Ademais, considerando a ética como atitude de

pensar no outro e como compaixão, cabe aos gestores do canal de conteúdo informativo de uma instituição pública o resguardo, o cuidado, a criação e a manutenção de meios suficientes para a notícia ser apossada e introjetada por todos, inclusive àqueles com deficiência. Desta maneira, sugere-se a instalação de programas de leitura de textos para as pessoas com deficiência visual, bem como instrumentos de comunicação em libras para os cidadãos surdos. “A pessoa tem que conseguir ler, escutando ou vendo”, aponta um entrevistado. Introduce-se aqui a aplicação do conceito de “hipermídia adaptativa” (BUGAY, 2008), enquanto irá personalizar e adaptar o *site* às necessidades de cada usuário.

Ao analisar o gráfico nº 12, verifica-se a prática da “personalização” ou da “adaptação” do *site* como atendimento a fatores éticos, políticos e técnicos do serviço de informação no setor público. Assim, a consideração do acesso de pessoas com deficiência às notícias institucionais impulsiona a ética, posiciona politicamente o órgão público a favor dessas minorias e aperfeiçoa a técnica, pois será necessário abandonar o “lugar comum” da comunicação escrita para agregar novas tecnologias que favoreçam a inclusão deste perfil de usuário às informações geridas pelo Estado.

Somado à esta análise, de acordo com o gráfico nº23, nos processos de decisão, as hipermídias devem ser tratadas pelos gestores sob os aspectos de aprimoramento legal, compreendendo este aspecto como atendimento da legislação em vigor, como por exemplo, o Decreto nº 5.296/2004, segundo o qual a comunicação pública deve se ater às múltiplas formas de informação, a fim de garantir o direito de todos os cidadãos à inclusão nas notícias. Um dos gestores alinhados a este pensamento enuncia: “Temos que atender a legislação a respeito da acessibilidade para deficientes visuais e para surdos e mudos”. Desta maneira, orienta-se a comunicação pública à produção de conteúdo por meio de múltiplas formas de comunicação, a fim de garantir o direito de todos os cidadãos à inclusão, implantando técnicas como, por exemplo, janela com intérprete de LIBRAS e a descrição e narração em voz de cenas e imagens (BRASIL, 2004), como forma de atestar o acesso amplo às informações do Estado, conforme orientam as normativas éticas e legais.

4.1.13. Desenvolver ou aprimorar softwares para a edição de conteúdo jornalístico hipermidiático

A lei 11.892 de 29 de dezembro de 2008 cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia com foco “na promoção da justiça social, da equidade, do desenvolvimento sustentável com vistas à inclusão social, bem como a busca de soluções técnicas e geração de novas tecnologias” (BRASIL, 2008). Desta forma, a vocação dos

Institutos Federais é gerar novas tecnologias. Assim, o IFSULDEMINAS poderá contribuir com as instituições públicas federais ao propor o estudo de um projeto de desenvolvimento ou aprimoramento de *software* para a edição de conteúdo jornalístico hipermediático.

O desenvolvimento ou o aprimoramento de *softwares* para edição de conteúdo jornalístico a partir do modelo de hipermídias, em que mecanismos e ferramentas para a introdução de vídeo, áudio, texto, hipertextos e espaço para interação com o internauta se convergiram em única tela é emergente. Este produto convergente para a edição será útil para os trabalhos das Assessorias de Comunicação das organizações públicas, onde o uso desses recursos de hipermídia ainda é escasso.

As motivações que criam o estímulo para o desenvolvimento de um projeto de software em uma organização geralmente são dadas a partir de problemas, oportunidades ou necessidades. Para atingir o seu objetivo, o desenvolvimento de um software deve contemplar os seguintes itens (ENGHOLM JR, 2010):

- a) Contribuição e benefícios dados pelos investimentos propostos;
- b) Alinhamento da proposta com o negócio da organização;
- c) Como construir e sustentar o software proposto;
- d) Custo total;
- e) Retorno do investimento;

Ademais, o desenvolvimento do software deve aplicar a metodologia do “Índice de Valor de Negócio”, uma ferramenta desenvolvida pela Intel cuja finalidade é:

- a) Medir o impacto corporativo do projeto na estratégia da instituição e em suas prioridades;
- b) Medir como o investimento vai utilizar ou melhorar a infraestrutura existente;
- c) Medir o nível de investimento e o valor presente do projeto;

À criação deste *software* deve suceder todas as etapas defendidas por esses teóricos com o propósito de assegurar o seu contínuo aperfeiçoamento.

4.1.14. Implantar o sistema “SACI”

Em 2004, foi criado na UFSCar o Sistema de Apoio à Comunicação Integrada (SACI). O produto é descrito como “um software de gestão de informações, conteúdos, produtos e veículo de comunicação” (BOTELHO, 2011, p.41). A criação possui duas interfaces: a primeira dá acesso restrito para os jornalistas que produzem os materiais informativos e a outra interface está disponível para toda a comunidade universitária a fim de que possam ser solicitados quaisquer tipos de divulgação. O SACI permite o registro dos

contatos com a imprensa, recebimento de solicitações de divulgação e produção de notícias para rádio, Internet, releases e revistas, além de outros mecanismos conforme assinala Botelho (2011, p.41):

Na prática, o sistema armazena e centraliza acesso a informações a partir da utilização de banco de dados; disponibiliza novos canais de comunicação com público externo; automatiza processos manuais, burocráticos e técnicos; define papéis para usuários; integra-se com veículos de divulgação, portais, listas de e-mail, redes sociais; integra-se de forma transparente aos sites das assessorias; disponibiliza acesso via Web ; e promove controle de qualidade em cada etapa da produção: solicitação, criação, conclusão, edição, revisão, publicação, clipping e feedback.

Dada a eficiência comunicacional do SACI, o sistema foi implantado pelas ASCOM's de outras instituições de ensino como a UFPR, a UFMT e a Ufop, além do processo de instalação do software ter sido iniciado em universidades federais como a do Tocantins (UFT), de Alagoas (Ufal), do Rio Grande do Norte (UFRN) e no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), para os quais já foi feita transferência do código-fonte (BOTELHO, 2011).

O SACI corresponde a uma inovação na gestão da comunicação no setor público e, por isso, a sua incorporação ao Modelo de Ação, aqui expresso, é uma ferramenta de potencialização da ética do serviço público de Jornalismo, pois o Sistema, mais do que um software, é um conceito de trabalho colaborativo, enquanto facilita o acesso e a participação da sociedade nos processos de elaboração e de consumo da informação do Estado, somado aos recursos tecnológicos, nele empregados, para agilizar a formulação e a divulgação transparentes dos atos das instituições públicas.

4.1.15. Aplicar nova Arquitetura da página de conteúdo jornalístico

Por meio de algumas prática do Modelo de Ação proposto acima vislumbra-se, por meio do quadro nº8 (abaixo), uma sugestão de como a página de conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS poderá ser estruturada atendendo aos elementos refletidos anteriormente que são, a nosso ver, indispensáveis para a potencialização da ética jornalística no serviço público. O modelo apresentado contempla o uso de recursos multimidiáticos e de convergência, os hiperlinks, a interatividade, o conceito parcial de “Jornalismo

Colaborativo”³⁶ e as ferramentas de inclusão à informação como necessários à proposta de efetivação da ética do Jornalismo em uma entidade do Estado. Por este modelo, defende-se um adequado ajustamento na arquitetura das páginas informativas de modo a garantir a participação e a colaboração dos usuários na formulação da notícia, bem como o acesso de todos os cidadãos às informações como preservação da democracia.

Quadro 8- Arquitetura da página de conteúdo jornalístico



Elaborado pelo autor

³⁶ O termo “parcial” é aqui necessário, pois como se verificou na coleta de dados a aplicação do conceito de “Jornalismo Colaborativo” ou “*open source*” no Jornalismo do serviço público deve ser ainda experimental e criteriosa com a finalidade de resguardar a correção das informações.

4.2. Propostas Culturais

Por “Propostas Culturais” entende-se, nesta pesquisa, a aplicação de um conjunto de ações de mudança e criação de novos hábitos a serem incorporados na rotina de trabalho com o intuito de introduzir as hipermídias na cultura da comunicação organizacional. O gráfico nº 17, onde se detecta um prognóstico sobre as principais limitações para a efetivação da linguagem hipermidiática no *site*, também indica as “limitações culturais” como obstáculo para a efetivação dos avanços tecnológicos da hipermídia no *site* institucional. Estas “limitações culturais” podem ser interpretadas como falta de costume, de capacitação e de conhecimento dos profissionais da comunicação para o trato eficiente das TIC contemporâneas. Por isso, é *mister* a indicação de ações que visem a superação destas objeções e, assim, constituam as hipermídias como um “*modus operandi*” para aqueles que detêm a competência da produção de conteúdo noticioso. Estas ações devem impulsionar os Jornalistas a encontrarem, em si mesmos e nas estratégias da organização, os motivos que os avivem para o exercício rotineiro das produções hipermidiáticas e introduzam esta forma de contato com o público na cultura jornalística da instituição. Sendo assim, recomendam-se as seguintes sugestões práticas para o fomento da cultura hipermidiática no portal institucional:

4.2.1. Estudar e pesquisar as técnicas hipermidiáticas

As transformações de um hábito e a mudança de uma cultura no concernente ao uso de equipamentos se dão por meio do esclarecimento e do conhecimento das funcionalidades dos dispositivos tecnológicos. O gráfico nº 18 desvenda os “Motivos Técnicos” como a principal motivação para os Jornalistas do IFSULDEMINAS aplicarem os aparatos tecnológicos hipermidiáticos na rotina de trabalho. Esses profissionais se mostram motivados a adotar os recursos hipermidiáticos instados por critérios avaliativos correspondentes ao melhor uso dos meios técnicos em vista do aperfeiçoamento e atualização tecnológica do canal. “O uso desses recursos técnicos na reportagem faz a gente ver o resultado instantaneamente. Mas é preciso saber manusear esta técnica”, constata um pesquisado.

Para isto, indica-se a realização de cursos sobre adaptação de linguagem em diversas mídias, aprofundando o conhecimento e capacitando os profissionais das ASCOM’s para o uso desse repertório tecnológico. Esta reciclagem poderá vivificar os profissionais das ASCOM’s para o sentido ético da utilidade cotidiana da linguagem hipermidiática no *site*. Os Jornalistas, ao deterem o conhecimento sobre o manuseio das técnicas das hipermídias, poderão utilizá-las com desenvoltura, pois a Análise de Conteúdo (Ver gráfico nº14)

manifesta uma presumível preocupação desses profissionais para a imputação da cultura hipermidiática no *site*. Ao serem perguntados sobre iniciativas pessoais para a aplicação dos recursos hipermidiáticos no portal, 100% dos Jornalistas entrevistados responderam positivamente à busca pessoal de aplicação dos avanços tecnológicos proporcionados pela hipermídia para melhor atendimento do público na rotina de trabalho, faltando-lhes apenas capacitação técnica. “Busco aplicar esses recursos. Mas temos que estudar mais as técnicas para podermos desenvolver um trabalho profissional”, defende um entrevistado.

Verifica-se, com clareza, neste grupo *stakholder*, a consciência da necessária formação permanente em torno deste tema. Ou seja, o cenário de inovação e de convergência tecnológica impulsiona o profissional da comunicação para uma ressignificação dos métodos utilizados no serviço público. Esta nova significação pode ser interpretada como um redirecionamento das práticas adotadas para a veiculação da informação. Se no período em que esses profissionais fizeram o estudo da Graduação em Jornalismo as ferramentas da hipermídia estavam em fase embrionária, atualmente elas ganharam a hegemonia na comunicação. Ou seja, os Jornalistas do serviço público são desafiados hoje a dominar esta linguagem. Isto será possível mediante circunstâncias de estímulo ao estudo e à pesquisa, pois conforme mostra o gráfico nº 2, o principal motivo para a não abertura do espaço de interatividade no conteúdo jornalístico do portal de notícias do IFSULDEMINAS é cultural.

4.2.2. Promover campanhas pedagógicas conectando os princípios defendidos pelo Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal à aplicação dos recursos tecnológicos de hipermídias

A ética no setor público não pode ser estimulada por práticas punitivas, mas por meio de ações estratégicas pedagógicas (BRASIL, 2015) que visem fundamentar o comportamento do servidor nos princípios da excelência. As campanhas pedagógicas, no âmbito da ética no serviço público, podem ser uma valiosa ferramenta para se prevenir possíveis falhas, defeitos e limitações no produto oferecido à sociedade, pois os servidores, revestidos da consciência e da sensibilidade ética, se esforçarão para apresentar o melhor serviço e produto ao cidadão.

No contexto da sociedade da informação, o uso dos aparatos técnicos, conforme destaca o Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, para melhor informar a comunidade, se impõe. Ou seja, os serviços de comunicação prestados pelo Estado, para atender os marcos da ética, devem se ajustar à melhor tecnologia oferecida pela ciência. Esta pesquisa verifica a necessidade de se expandir o conhecimento dos Jornalistas acerca do Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, pois do universo dos

pesquisados nenhum deles apontou “conhecer bem” as orientações desse marco legal. Considerando as duas alíneas do Código de Ética, objetos desta investigação, e o desenvolvimento tecnológico da comunicação contemporânea afere-se uma ligação lógica entre “ética” e uso dos mecanismos hipermidiáticos (Ver gráficos nº 13 e 16). Ou seja, os Jornalistas evidenciam que quando aplicam a linguagem hipermidiática nas reportagens, a ética do serviço público é potencializada (hipótese central desta investigação), bem como se auto-avaliam “mais éticos” quando elaboram as notícias configurando-as às características da hipermídia, pois a mensagem pode se tornar mais disseminada, compreendida, participativa e, portanto, democratizada. O incentivo ético é, então, uma das motivações dos Jornalistas para a implantação dos meios hipermidiáticos no *site* institucional, enquanto propicia o cumprimento das responsabilidades naturais à profissão, quais sejam, informar amplamente o público, aproximando-o com mais eficácia das informações governamentais.

Sendo assim, a gênese para a cultura hipermidiática no portal institucional passa também pela expansão do conhecimento do Código de Ética, pois este poderá intensificar e fomentar a cultura hipermidiática no *site*, enquanto conecta a consciência ética dos servidores responsáveis pela elaboração de conteúdo jornalístico às inovações tecnológicas da informação. A compreensão e a assimilação das concepções éticas defendidas pelo Código poderão ser efetivas por meio de campanhas pedagógicas de divulgação dos valores contidos nestas orientações formuladas pelo Estado brasileiro (BRASIL, 2014). Para a execução dessas campanhas pedagógicas orienta-se, por exemplo, a formulação de frases de conscientização e o envio das mesmas para os e-mails dos comunicadores do IFSULDEMINAS, bem como a publicação nas telas das TV's *indoor*³⁷, distribuídas pelos *campi*.

4.2.3. Promover cursos de atualização em legislação

A legislação em torno dos temas ética no serviço público, além de direitos e deveres concernentes ao acesso à informação, é ampla e merece aprofundamento e pesquisa³⁸. A realização de cursos referentes a estes assuntos, destinados aos servidores das ASCOM's,

³⁷ *TV Indoor* é uma tecnologia usada para comunicação interna da instituição. Diversas telas são distribuídas pelos *campi* do IFSULDEMINAS com o objetivo de publicação das informações mais relevantes à comunidade escolar.

³⁸ Dentre a legislação a ser estudada se encontra: Decreto nº 1.171/1994 (Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal); Lei nº 12.527/2011 (Acesso à Informação); Decreto nº 6.029/2007 (Sistema de Gestão da Ética do Poder Executivo Federal); Decreto nº 7.724/2012 (Regulamenta a Lei nº 12.527/2011); Resolução nº 1/2000 (Procedimentos para apresentação de informações); Decreto nº 5.296/2004 (Dá prioridade ao atendimento às pessoas portadoras de deficiência).

certamente incutiria na cultura da organização debates periódicos e avaliações recorrentes em torno da aplicação das hipermídias no *site* do IFSULDEMINAS. Estes cursos são estratégicos para mobilizar as argumentações e as prováveis buscas de inovações práticas na linguagem do conteúdo jornalístico e, ao mesmo tempo, estariam fundamentados no aprimoramento dos aspectos da legalidade e da eticidade do serviço público. “Conheço bem pouco as orientações dos Códigos de Ética e como interpretar a legislação referente à informação”, reconhece um dos entrevistados. A promoção de reciclagem referente à legislação poderia incitar os servidores públicos da área da comunicação para a busca da implantação de novas tecnologias de diálogo e de interação com o público, uma vez que, de acordo com o gráfico nº1, a maioria do público *stakeholder* considera importante o uso dos mecanismos de interatividade no *site*.

4.2.4. Promover o serviço conjunto entre os setores de TIC e ASCOM

Um dos apontamentos mais comuns para as prováveis soluções de implantação da cultura hipermidiática no *site* do IFSULDEMINAS, encontradas na fase de Análise de Conteúdo desta pesquisa, é a necessidade de se estabelecer um trabalho conjunto entre os setores de TI e as ASCOM's. Quaisquer intervenção e aplicação das ferramentas de hipermídia na linguagem do conteúdo jornalístico do portal dependem da conflagração entre as competências dos servidores lotados nos setores de Tecnologia da Informação e de Assessoria de Comunicação, bem como a união entre as técnicas em posse desses dois setores. Esta demanda fica explícita na argumentação de um dos entrevistados: “O trabalho conjunto entre a ASCOM e o setor de TI equilibra as competências. Enquanto os Jornalistas elaboram o conteúdo hipermidiático, os técnicos de TI descobrem os mecanismos para o conteúdo chegar até a sociedade”.

Por isto, há a necessidade de se incentivar a cultura de um trabalho em “rede” entre os departamentos citados. Se os Jornalistas conhecem as técnicas da linguagem para o estabelecimento de uma comunicação participativa, objetiva, colaborativa e dialógica, conforme dita a literatura referente às hipermídias e os Códigos de Ética do Estado brasileiro, por outro lado, os profissionais do campo da Tecnologia da Informação dispõem de cognição sobre sistemas de comunicação digital a serem adotados para viabilizar as práticas hipermidiáticas.

Este trabalho conjunto poderia ser viabilizado pela organização das atividades dos dois setores em um local ou ambiente de serviço comum, onde, cotidianamente, estes servidores estariam em contato próximo. Esta medida poderia facilitar a busca de soluções e a troca de

conhecimentos, criando a unidade de campo de atuação, visando uma mesma finalidade: a construção de mecanismos facilitadores de fluxo de comunicação entre a instituição e a sociedade.

4.3. Propostas Políticas/Econômicas

Outros indicadores relativos às limitações acerca do emprego das hipemídiás são de natureza Políticas/Econômicas (Ver gráfico nº17). Ou seja, ações que envolvem decisões administrativas e impactos financeiros estão incluídas no Modelo de Ação requerido por esta pesquisa. Frente ao prognóstico desta pesquisa, apresentam-se as “Propostas Políticas/Econômicas” como ações de fomento a decisões administrativas e, ao mesmo tempo financeiras, favoráveis à implantação dos mecanismos hipermidiáticos no *site* institucional, sendo elas:

4.3.1. Ampliar a equipe de servidores da ASCOM

Verifica-se como um forte elemento dificultador da viabilidade das hipermídiás a escassez de servidores públicos gabaritados nas áreas de Comunicação Social lotados no setor exclusivo para a produção de conteúdo jornalístico (Ver gráfico nº17). Apura-se, a partir daí, a necessária decisão Econômica/Política dos gestores do IFSULDEMINAS para a busca da criação de novos códigos de vagas para o cargo de Jornalista a serem preenchidos mediante concurso público. Com o reduzido número de servidores públicos graduados em Jornalismo, a produção de conteúdo emoldurado às características das hipermídiás, atendendo o “valor notícia”, ficam prejudicadas. Ou seja, ainda que uma reportagem seja reconhecida pela pertinência à comunidade, a sua publicação instantânea, por exemplo, pode ficar comprometida pela ausência de profissionais envolvidos em sua elaboração, como indica o gráfico nº6. Ademais, como se nota, (Ver gráfico nº5), o grande volume de trabalho destinado aos poucos servidores da ASCOM impede a execução da produção de conteúdo informativo hipermidiático. O conteúdo jornalístico da instituição, produzido de acordo com as orientações da literatura das hipermídiás, poderá ser efetivado mediante a urgente ampliação das equipes das ASCOM’s, pois a existência de capital humano proporcionará a elaboração de volumes maiores de informações rápidas, ágeis e participativas, atendendo os aspectos legais e profissionais (Ver gráfico nº 7), na qual a beneficiária será a sociedade. A ampliação da equipe das ASCOM’s, além da promoção de concurso público, poderia ser resolvida também

mediante a inserção de estagiários nos ambientes de trabalho das Assessorias de Comunicação.

4.3.2. Instituir um Grupo de Estudos em Hipermídias

O uso das hipermídias pela ASCOM necessita ser institucionalizado. Para isto, sugere-se a criação de um Grupo de Estudos em Hipermídias no IFSULDEMINAS, com a finalidade de atualização sobre os recursos técnicos, o desenvolvimento de linguagem, as leis e os benefícios de se criar a cultura hipermidiática na produção de conteúdo jornalístico da instituição. Este Grupo de Estudos pode ser oficializado pelo PDI do IFSULDEMINAS (p.12).:

O Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) propõe um conjunto de parâmetros para construir um IFSULDEMINAS melhor [...] É um documento que funciona de forma semelhante a um planejamento estratégico. Possui informações pedagógicas, mas se fundamenta na literatura de planejamento estratégico [...] O PDI deve ser usado para subsidiar decisões futuras, não para substituí-las. É um documento que não serve para decidir agora o que será feito [...] Ele traça parâmetros gerais e sugere abordagens e metas que auxiliarão decisões futuras. Trata-se, portanto, de uma plataforma para decisões dialogadas que se processarão nos próximos cinco anos. Não há como antecipar os detalhes dessas decisões, mas há como antecipar as áreas que carecem de ações estruturantes, bem como critérios para implementá-las.

Uma vez que o PDI é elaborado a cada 5 anos, novos contextos, novas carências e novas demandas podem ser introduzidas neste documento. Logo, o Grupo de Estudos pode privilegiar a coleta de fatos administrativos, de amparo na literatura e na legislação, constituindo-se e apresentando diretrizes com o objetivo de se evitar que a implantação da cultura hipermidiática nas Assessorias de Comunicação se converta em decisões improvisadas ou aplicação de novas técnicas sem fundamentação no entendimento legal e sem amparo no contexto contemporâneo da implantação dessas novas ferramentas, não repercutindo, deste modo, na rotina de trabalho. Conforme constata o PDI (p.17), “o IFSULDEMINAS de fato não possui todos os procedimentos dos quais precisa nem tem todas suas políticas com um grau de solidez ideal”. Por isso, para se contribuir com a elaboração de políticas de comunicação com “solidez ideal”, é útil contemplar as hipermídias no PDI e isto se faz mediante a instauração deste debate na instituição por meio da criação de um Grupo de Estudos oficializado, onde participariam, além dos comunicadores, docentes, discentes e técnicos administrativos de outros setores da instituição.

4.3.3. Elaborar uma Resolução para normatizar o uso das hipermídias

A elaboração de uma Resolução, no âmbito das TIC's contemporâneas, tem por objetivo propor princípios de Governança e de Gestão, Planejamento, Diretrizes de Gestão, monitoramento e avaliação, bem como tratamento de possíveis divergências (RESOLUÇÃO Nº 76/2015). Desta maneira, a elaboração deste documento asseguraria o alinhamento das práticas de governança, de gestão e de uso de TIC's contemporâneas com as estratégias de implantação de conteúdo jornalístico justificado aos princípios éticos da colaboração, da participação e do diálogo entre sociedade e Estado, além da transparência dos atos dos órgãos públicos. Esta Resolução poderia: I - Determinar as atividades que contribuirão para a sustentabilidade e o cumprimento da missão do IFSULDEMINAS no concernente à aproximação deste órgão público com a comunidade, por meio da informação; Prever mecanismos da gestão ética dos mecanismos hipermidiáticos; III. Estabelecer as diretrizes da organização, do planejamento e dos investimentos da área de hipemídias; IV. Definir papéis e responsabilidades dos atores da governança e gestão do conteúdo jornalístico hipermidiático no *site* institucional.

4.3.4. Criar uma rede de comunicadores

A criação de uma rede de comunicadores envolvendo servidores e estudantes, recompensando-os por meio de benefícios institucionais, como bolsas e RSC³⁹ é um dispositivo para ampliar as fontes de informação de acordo com os parâmetros hipermidiáticos. Para favorecer a elaboração de conteúdo jornalístico, segundo os moldes do “Jornalismo Colaborativo”, os membros desta rede poderiam receber um código de acesso às páginas de distribuição de conteúdo informativo com o intuito de colaborarem com a construção das reportagens. Este mecanismo permitiria apenas a usuários credenciados a manipulação das informações, de tal forma a contribuir com a descentralização da elaboração da notícia de maneira segura, garantindo a confiabilidade e a correção das informações. Sabe-se que esta proposta implicaria em uma aplicação parcial do “*journalism open source*”, pois este requer uma abertura mais democrática e ampla aos cidadãos na formulação de uma informação. A criação da rede, por meio do credenciamento de acesso às ferramentas de

³⁹ O RSC - Reconhecimento de Saberes e Competências (RSC) é um benefício acrescido aos vencimentos dos professores por suas experiências individuais e/ou profissionais adquiridas dentro ou fora da instituição. O RSC é um instrumento legal previsto na lei nº 12.772 de 28 de dezembro de 2012 e dá direito a professores que não tenham especialização, receberem a devida RT (Retribuição por Titulação) de especialista, assim como os professores especialistas receberem como Mestre, e os Mestres receberem a RT de Doutores.

elaboração e manipulação da notícia, é uma maneira de assegurar a participação dos cidadãos de forma criteriosa.

4.3.5. Integrar à RedeIFES

No contexto contemporâneo, a execução de trabalhos feitos em parceria tem repercutido de forma positiva nos resultados (ZAJDSZNAJDER, 1994). Em agosto de 2008, a Andifes aprovou a criação de uma Rede de Comunicação entre as Instituições Federais de Ensino Superior. A iniciativa funciona numa perspectiva convergente de uma rede interativa e colaborativa de comunicação horizontal para a permuta de conteúdo audiovisual pela Internet. É crucial adotar uma articulação para a participação nesta rede como estratégica política de incremento das hipermídias no portal do IFSULDEMINAS, enquanto se verifica que a maioria dos entrevistados do público *stakeholder* Diretores Gerais interpreta a publicidade e a propaganda (Ver gráfico nº21) como benefícios de se considerar as hipermídias como estratégicas. Na medida em que os serviços oferecidos pela instituição podem ser compartilhados por outras instituições da Rede Federal, por meio de reportagens audiovisuais, as atividades desenvolvidas pelo Instituto Federal do Sul de Minas poderão ser propagadas em um espectro mais amplo. Além disso, a integração à RedeIFES permitirá o aprimoramento, a profissionalização e a troca de conhecimentos sobre a gestão da comunicação hipermidiática na instituição, dado que a RedeIFES é um projeto colaborativo e aglutinador de soluções para a gestão midiática (BOTELHO *et al.*, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para viabilizar a presente investigação foi realizada uma revisão bibliográfica acerca dos dois conceitos balizadores deste trabalho, quais sejam a ética e as hipermídias. Estes conceitos são investigados a partir do enfoque na dimensão da Administração Pública. Para isto, são considerados alguns relevantes indicadores de intercessão destes dois conceitos como o poder da democracia e a exigência da transparência pela sociedade contemporânea; além da demanda da interatividade e o empoderamento do cidadão pela participação provocados pelos mecanismos de comunicação hipermidiáticos.

Esta estrutura contribui para a percepção da ética como elemento a ser exercitado cotidianamente nos processos decisórios da comunicação pública e como componente essencial a ser considerado na elaboração das estratégias de ação de uma organização do Estado, que não pode abdicar da inegável imersão da sociedade nas tecnologias do ciberespaço, em especial as hipermídias, como ferramentas para estipular uma comunicação colaborativa, participativa e dialógica entre as instituições públicas e os cidadãos.

A pesquisa fornece componentes teóricos e práticos de um Modelo de Ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático em uma instituição pública. Perante o contexto de fomento da ética na Administração Pública e de fortalecimento das TIC contemporâneas como canais de diálogo entre a Sociedade e o Estado, cabe aos profissionais da comunicação em instituições públicas, a lúcida consciência de que essas ferramentas potencializam a ética no serviço público na medida em que, pela implantação de um modelo colaborativo de produção da informação, empoderam o cidadão relacionando-o mais eficaz e abertamente aos sistemas do Estado. Ademais, a comunicação no serviço público carrega em sua natureza constitucional a tarefa de tornar os atos governamentais totalmente transparentes, além de garantir ao cidadão o seu amplo direito de acesso a todas as fases de elaboração da informação, pois o cenário atual exige das organizações públicas brasileiras um compromisso com a lisura dos atos governamentais e a construção de canais de comunicação eficazes, em sistemas abertos. Desta maneira, o serviço jornalístico do Estado estará configurado à cultura contemporânea, pois inter-relacionará os sistemas públicos e a sociedade, consolidando a

democracia pela informação colaborativa, dialógica, participativa e aberta.

Ao conectar a revisão de literatura e os dados colhidos para o Estudo de Caso, o presente trabalho evidencia a natureza ética do serviço público como propulsora da criação de mecanismos e de tecnologia de canais de diálogo e de interação com a sociedade, engendrando no cidadão a consciência e o conhecimento das origens, das consequências, das motivações e das diversas ideologias envolvidas nas decisões políticas e econômicas do Governo. Isto pode se dar por meio da efetivação de uma comunicação social configurada à ética da liberdade e do despertar do senso crítico e participativo e não da sujeição à lógica da dominação, do sigilo e da comunicação monolítica.

Os conceitos adquiridos com este estudo permitem apontar a conduta ou o hábito ético no serviço público como decorrente da crença e do significado dado à compreensão da natureza do serviço à sociedade, cuja essência é beneficiar o cidadão. A compreensão sobre o que de fato é o serviço público é edificada e construída na consciência e na prática diária do servidor público a partir do conhecimento e da internalização dos princípios defendidos pelos Códigos de Conduta e pela legislação, dentre os quais resguarda a busca pelo aperfeiçoamento dos processos de comunicação e de contato com o público, bem como a utilização dos avanços tecnológicos e científicos para este fim. Por isso, a formação ética para o uso das hipermídias no conteúdo jornalístico deve partir do ponto de vista pedagógico e não punitivo, de maneira a ser adotada e inserida como ingrediente da cultura organizacional.

Este estudo permitiu a compreensão de que a construção do caráter ético no serviço público tem como resultado ações contínuas de aperfeiçoamento das técnicas e implantação de inovações, com a finalidade de apresentar ao cidadão as melhores ferramentas para se alcançar a cidadania pela informação. Certamente, a construção dos ambientes de hipermídia nos conteúdos jornalísticos virtuais permitirá a imersão do cidadão nos processos de elaboração da informação como resultado de uma política de comunicação participativa, dialógica e colaborativa.

Contudo, a pesquisa deixa em aberto a seguinte indagação: pode o jornalismo do serviço público desenvolver suas atividades de acordo com os parâmetros do webjornalismo participativo e colaborativo, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser demarcada ou não existe (PRIMO; TRÄSEL, 2006; QUADROS, 2005)? Ainda que a participação da sociedade na elaboração de conteúdo jornalístico exista na cultura da instituição pesquisada, no entanto, ainda não se ajusta, a nosso ver, ao conceito pleno de “jornalismo colaborativo e participativo” (SCHWINGEL, 2008) ou ao “*open source journalism*”, pois estes requerem fontes mais abertas de intervenção do público na produção

do conteúdo jornalístico, quando “o sujeito que lê é o mesmo que escreve” (BRAMBILLA, 2005, p.9). Ou seja, ainda há muito por fazer.

Atualmente a participação dos usuários no conteúdo jornalístico do *site* é mediada fortemente pela seleção da informação praticada pelos Jornalistas do IFSULDEMINAS. Aqui pode-se introduzir um outro questionamento pertinente acerca da produção de conteúdo jornalístico em um órgão público: as notícias veiculadas nos *sites* informam sobre todos os fatos importantes aos cidadãos, indiscriminadamente, ou informam o que é ideologicamente beneficiário a quem detêm poderes na instituição e não aos cidadãos?

Desta maneira, ao confrontar o modelo de veiculação noticiosa utilizado contemporaneamente pelo *site* do IFSULDEMINAS com as reflexões mobilizadas pela literatura sobre jornalismo hipermidiático, contida nesta pesquisa, e os Códigos de Ética evidenciados neste trabalho, observa-se a conflagração de uma possível tensão decorrente das seguintes concepções construídas no decorrer desta investigação:

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros	Fundamenta-se no direito fundamental do cidadão de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.
Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal	Legisla o dever do servidor público buscar aperfeiçoamentos no processo de comunicação e de contato com a sociedade por meio da utilização dos avanços técnicos e científicos.
Literatura jornalística hipermidiática	Defesa do “Webjornalismo Colaborativo” entendido como práticas noticiosas desenvolvidas de maneira participativa entre jornalistas e cidadãos. Ambos são produtores e leitores da informação.
Assessorias de Comunicação de entidade pública	Defesa da abertura ao diálogo e à participação dos cidadãos. Contudo, sinaliza para uma proteção da imagem da instituição, tendo como efeito uma provável impermeabilidade da instituição às opiniões e à participação da sociedade.

Esta presumível tensão iça à seguinte reflexão, a ser aprofundada em pesquisas futuras: enquanto a literatura sobre jornalismo hipermidiático está alinhada aos princípios defendidos pelos Códigos de Ética, segundo os quais os cidadãos têm direito à participação e ao acesso amplo aos processos comunicacionais, os resultados da Análise de Conteúdo permitem apontar a presença de concepções impermeabilizadoras da instituição à sociedade no referente ao entendimento dos Jornalistas sobre as competências das ASCOM’s do

IFSULDEMINAS. Estas concepções podem funcionar como “escudos” entre a entidade pública e os cidadãos.

No seu decurso até este momento, a investigação propicia elementos que podem ser objetos para futuros aprofundamentos e análises sobre a postura ética dos comunicadores das instituições públicas frente às novas ferramentas de comunicação introduzidas pela cultura de massa, em especial a Internet. Os dispositivos da hipermídia e a cultura criada por ela alçam os profissionais da comunicação à uma ressignificação dos métodos adotados para a produção de conteúdo jornalístico e estimulam os mesmos para uma auto avaliação ética acerca do trabalho como servidores públicos. Questões como: a linguagem adotada no *site* empodera o cidadão ou é mero cumprimento formal e legal? A técnica adotada para a disseminação da informação favorece a participação democrática e a opinião transparente do cidadão acerca das notícias? Utilizam-se as ferramentas tecnológicas à disposição para aproximar o cidadão do órgão público por meio da informação? Os benefícios legais e éticos propiciados pela hipermídia são tratados como política de governança institucional? Estas e outras indagações surgem a partir deste trabalho e podem introduzir os gestores do portal do IFSULDEMINAS em um ciclo de debate e de buscas de ajustes do conteúdo jornalístico à linguagem da sociedade contemporânea.

Se este trabalho tem por objetivo apresentar um Modelo de Ação, por meio de propostas Técnicas, Culturais e Políticas/Econômicas (Ver Quadro nº 7, p.111), configurado à ética pública, para a disseminação de conteúdo jornalístico hipermidiáticos em uma instituição pública de ensino, ao mesmo tempo, não tem a pretensão de apresentar verdades unívocas e absolutas. Ao contrário, quer ser uma oportunidade para indexar estes temas (Ética, Hipermídia e Administração Pública), provocar os debates oriundos do encontro destes conceitos e incentivar o implemento e a intervenção de TIC contemporâneas nos serviços das ASCOM's da Administração Pública, capazes de favorecer a aproximação e de estabelecer um diálogo aberto e participativo entre o cidadão e a entidade do Estado.

As Propostas Técnicas permitem inferir para o necessário ajuste do conteúdo jornalístico do *site* às tecnologias colocadas à disposição pelas ciências. As Propostas Culturais incidem para a indução de mudanças e ressignificação do trabalho jornalístico do serviço público, no contexto hipermidiático. As Propostas Político/Econômicas, por sua vez, deduzem para a urgente consideração da comunicação jornalística como elemento estratégico da organização, cujos efeitos são a introdução do jornalismo institucional na Política organizacional, bem como assegurar os prováveis impactos orçamentários com o objetivo de garantir os investimentos necessários à implantação das hipermídias. Considerando a teoria

dos *stakeholders* proposta por Kuroski (2002), segundo a qual as estratégias organizacionais devem visar o consentimento e não a igualdade e a neutralidade de posição entre os grupos ou indivíduos afetados pela busca dos objetivos de uma organização, depreende-se dos dados colhidos e publicados por esta pesquisa o consentimento tanto dos Jornalistas quanto dos Diretores Gerais, para a aplicação dos mecanismos hipermediáticos no *site* do IFSULDEMINAS, com o intuito de potencializar a ética na comunicação pública.

Por fim, a pesquisa contribui para evidenciar um grande desafio profissional aos gestores dos *sites* das organizações do Estado, especialmente os Jornalistas, qual seja: apontar, analisar e interpretar quais são os limites a serem superados e quais são as formas de comprometimentos a serem reforçadas para favorecer o desenvolvimento e a potencialização da ética no serviço público, pelas hipermídias, cuja aplicação sempre é dinâmica, dadas as vertiginosas mudanças da linguagem e da cultura contemporânea. Esta constante revisão permite a adaptação de novas ferramentas de comunicação às práticas do trabalho como forma de consolidação da democracia e da cidadania. Estes constantes ajustes e moldagem efetivam a aproximação entre o indivíduo e o Estado e fazem do servidor público um ente em permanente elaboração ética.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Karen Cristina Kraemer. Biblioteca online de Ciências da Computação: Unisinos. **História e usos da Internet**. Disponível em: <<http://chile.unisinos.br/pag/abreu-karen-historia-e-usos-da-internet.pdf>> . Acesso em: fev.2017.
- ALMEIDA, Carlos Cândido de. **Peirce e a organização da informação: contribuições teóricas da Semiótica e do Pragmatismo**. 2009, 418f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista, Marília-SP, 2009.
- AMORIM, Sônia Naves David; Ética na esfera pública: a busca de novas relações Estado\Sociedade. **Revista do Serviço Público**, ano 51, n.2, pp94-103.abr-jun 2000.
- ANGÉLICO, F. **Lei de Acesso à Informação Pública e seus possíveis desdobramentos à accountability democrática no Brasil**, 2012. 133f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 2012.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Coleção: Os pensadores, 4ª Ed, vol.II. São Paulo: Nova Cultural, 1991. 377 p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR ISO 9000: Sistema de Gestão da Qualidade: Fundamentos e vocabulário**. Rio de Janeiro, 2005.35p.
- AURÉLIO. **Dicionário de Português Online**. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/>> Acesso em: out .2017.
- BAIOCCHI, Josephina Desounet; FERREIRA, Nelson Braga Octaviano. Montagem de Projetos de Ação Pedagógica. Brasília: Ebrasa, 1972. 145p.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007. 180p.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 129p.
- BARGER, Robert N. **Ética na Computação: uma abordagem baseada em casos**. Rio de Janeiro: LTC, 2011. 226p.
- BAUMAN, Z. **Ética Pós-Moderna**. São Paulo: Paulus, 1997. 352 p.
- BERGUE, Sandro Trescastro. **Cultura e Mudança Organizacional**. Brasília: Capes, 2010.106p.

BLANCHET, Luiz Alberto; HACHEM, Daniel Wunder; SANTANO, Ana Cláudia. **Eficiência e Ética na Administração Pública**. Curitiba: Editora Íthala, 2015.411p.

BLÁZQUEZ, Niceto. **Ética e Meios de Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1999. 711p.

BORGES, Suzana. **A segunda fase do Jornalismo Público**. Estudos em Comunicação. Instituto Politécnico de Coimbra/ Universidade Nova de Lisboa, nº5, pp.96-114, mai.2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/EC05-2009.pdf>>. Acesso em: jan.2017.

BORGES, Charles Irapuã Ferreira. **Deleuze, ética e imanência**. 2013. 114f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, PUCRS. Porto Alegre, 2013.

BOTELHO, Rodrigo Eduardo. Inovação e Gestão do Conhecimento em comunicação na UFSCar. **Comunicação&Inovação**, São Caetano do Sul, v.12. nº22. pp35-46, jan-jun 2011. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/1113/939>. Acesso em: fev.2017.

_____ ; BELA, R. **Sistemas convergentes e interativos de comunicação social**, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/106496101391699633395178345603485387470.pdf>>. Acesso em: fev.2017.

_____ ; ROCHA, Carlos; ESTRADA, Sérgio Nazaré de Sá Meyer; DAHER JÚNIOR, Francisco José. RedeIfes: uma perspectiva convergente e viável de uma rede interativa de comunicação horizontal e colaborativa das IFES. **Revista Cadernos de Comunicação**. Universidade Federal de Santa Maria, v.20, nº1, art 6, p.3 de 19, jan/abr.2016.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: UNESP, 2004. 85p.

BRAMBILLA, Ana M. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do Imaginário, Porto Alegre – RS, n.13, p.87-94, 2005.

BRASIL. Presidência da República. **Código de Conduta da Alta Administração Federal: Normas complementares e legislação correlata**. Brasília, 2013. 175p.

_____. Secom. **Manual de Diretrizes: identidade Padrão de Comunicação digital do Poder executivo Federal**. Brasília, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/pdfs-da-area-de-orientacoes-gerais/internet-e-redes-sociais/diretrizes-comunicacao-digital-governo-federa-jan2014.pdf-1>>. Acesso em: nov.2017.

_____. Comissão de Ética Pública da Presidência da República. **XVI Seminário Internacional Ética na Gestão: Educação para a Ética**. Brasília, 2015. 240p.

_____. Presidência da República. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: fev. 2017.

_____. **Decreto 6.029**. De 1º de fevereiro de 2007. Sistema de Gestão da Ética do Poder Executivo Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6029.htm>. Acesso em: nov.2017.

_____. **Decreto n. 5.296**, de 2 de dezembro de 2004. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm>. Acesso em: nov. 2017.

_____. IFSULDEMINAS. **Resolução n. 76**, de 17 de dezembro de 2015. Dispõe sobre a aprovação da Política de Governança de TI. Disponível em: <<https://portal.ifsuldeminas.edu.br/attachments/article/387/Resolucao.076.2015.pdf>>. Acesso em: jan.2018.

_____. **Lei 11.892**, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Seção I, p.1, 30/12/2008.

_____. **Lei nº 12.527**, de 18 de novembro de 2011. Regulamenta o acesso a informação previsto no XXXIII do art.5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm>. Acesso: jan. 2017.

_____. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. **Padrões Web em Governo Eletrônico: Cartilha de Codificação**. Disponível em: <<https://www.governoeletronico.gov.br/documentos-e-arquivos/e-pwg-Codificacao.pdf>>. Acesso: fev.2017.

_____. IFSULDEMINAS. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2014-2018**. Disponível em: <https://portal.ifsuldeminas.edu.br/images/PDFs/acoes_e_programas_/PDI2014-2018Ifsuldeminas.pdf>. Acesso: jan.2018.

_____. **Diário Oficial da União**. Seção 3. p.51.10\03\ 2010.

BUGAY, Edson Luiz. **Hipermídia Adaptativa: o modelo AHAM-MI**. Florianópolis: Editora Visual Books, 2008.246p.

CAMINADA, Thiago Amorim. **Erro jornalístico nos comentários das redes sociais: interações entre leitores e veículos**. 2015.202f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

CANAVILHAS, João. Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimidiática e personalizada. In: CONGRESSO INTERNACIONAL LATINA DE COMUNICAÇÃO, 4.,2008, São Paulo. **Atas do IV CILCS - Congresso Internacional Latina de Comunicação**, 2012, 19p.

CARDOSO, Gustavo; LAMY Cláudia. **Redes sociais: comunicação e mudança**. E-journal of International Relations. Vol. 2, n.º 1, 2011. pp. 73-96 .

CARNEIRO, João Geraldo Piquet; Aprimoramento da conduta ética no serviço público federal. **Revista do Serviço Público**, Ano 49, n.3, pp120-133.jul|set1998.

CARVALHO, Marisa Araújo. Padrões inter-relacionados: modelos teóricos e estudos de web 2.0 de e-gov para o ambiente virtual colaborativo. **Governo eletrônico e inclusão digital**. Florianópolis: Conceito Editorial, 2014.319p. Disponível em:<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/livro_governo_eletronico_e_inclusao_digital_final_0.pdf> Acesso em: fev.2017.

CASAGRANDE, Cledes Antonio; CASAGRANDE, Euclides Fábio. A ética discursiva e o caráter procedimental do discurso prático. **Conjectura**, v.16, n.3, pp131-145.set/dez.2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 617p.

CHAPARRO, Manuel. **Sotaques d'aquém e d'além mar - percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro**. Santarém, Jortejo Edições, 1998. 100p.
GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias. In: XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2004. Disponível em:<http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38930817/roteiro_para_as_novas_mídias_-_Vicente_Gosciola.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1486495983&Signature=qVjtjYTa3csGGUCGYu9cppSTes%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRoteiro_para_as_Novas_Mídias_1_Vicente_G.pdf>. Acesso em: fev.2017.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008. 125p.

COELHO, Marcos Antonio Pereira *et all*. O uso do CMS Joomla e suas ferramentas hipertextuais na produção de sites educativos e de material didático *online*. **Texto Livre: Linguagem e Tecnologia**. Ano: 2011 – Volume: 4 – Número: 2. Disponível em: <file:///C:/Users/Jose%20Valmei/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/77-23869-1-PB.pdf>. Acesso em: nov.2017.

COSTA, Marcos Roberto Nunes. O livre arbítrio, segundo Santo Agostinho. Um bem ou um mal? **Ágora Filosófica**. Ano 7, n. 1, pp. 89-110, jan./jun. 2007.

DOMINGUES, Diana. **A arte do século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: UNESP, 1997. 376p.

DELEUZE, Gilles; **Bergsonismo**. São Paulo: Editora 34, 2004. 141 p.

_____; GUATTARI, Félix. **Introdução: Rizoma**. Disponível em:<https://rizoma.milharal.org/files/2012/11/Rizoma-Deleuze_Guattari.pdf>. Acesso em: fev.2017.

DIMAGGIO, P.J; POWEL, W.W. Jaula de ferro revisada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **American Sociological Review**, V.48, nº2, p. 147-160.1983.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007, p.59-71.

_____;BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, 380p.

ENGHOLM JR. Hélio. **Engenharia de Software na prática**. São Paulo: NovaTec Editora, 2010. 437p.

ENRIQUEZ, Eugène. Os desafios éticos nas organizações modernas.**Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 37, n. 2, p. 6-17, abr./jun. 1997.

FACHIN, Roberto; RODRIGUES, Suzana Braga. Teorizando sobre Organizações – Vaidades ou Pontos de Vista? **Handbook de Estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999. p98-102.

Fenaj.**Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: jun. 2017.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.192p.

FLIGSTEIN, N. Habilidade Social e a Teoria dos Campos. **Sociological Theory**, V.19, nº2, p. 105-125, 2001.

FONSECA, Abílio da. **Comunicação Institucional: Contributo das Relações Públicas**. Edições: Publismai, Série Manuais, 1998.

GIDDENS, Anthony. **Capitalismo e moderna teoria social**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994. 335p.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa Qualitativa: Tipos Fundamentais. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar projetos de pesquisa**.São Paulo: Editora Atlas, 2010.184p.

_____.**Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas, 2012. 200p.

GRADIM, Anabela; WebJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder; In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007.p.85-98.

_____ ; **Comunicação e Ética:** o sistema semiótico de Charles S. Peirce. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2008. 591p.

HOBBS, Thomas. **O Leviatã.** Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/anthist/marcos/hdh_thomas_hobbes_leviatan.pdf>. Acesso em: jan.2017.

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento:** a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 34. 2003. 291p.

IBRI, Ivo Assad. **Kósmos Noétós:** a arquitetura metafísica de Charles S. Peirce. São Paulo: Perspectiva, 1992. 196p.

JAGUARIBE, H. **Brasil, mundo e homem na atualidade.** Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2008.

JUNIOR, Walter Teixeira Lima. Jornalismo Computacional em função da “Era do Big Data”. **Líbero:** São Paulo – v.14, nº28, p.45-52, dez. de 2011. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/1-Jornalismo-computacional.pdf>>. Acesso: fev.2017.

KUROSKI, Márcio. **Ética & Estratégias Empresariais:** Influência de Stakeholders e Dirigentes. 2002. 170f. Dissertação (Mestrado em Administração). Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2002.

LARIZZATTI, Dóris Sathler de Souza. Hipermídia: links históricos de um jogo. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)** - v.1, n.2, pp117-128. jul.2012 / dez.2012.

LEÃO, Lucia. **O Labirinto da Hipermídia:** Arquitetura e Navegação no Ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005. 158p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34. 2000. 260p.

_____. **As tecnologias da Inteligência:** o futuro do pensamento na era da informação. Rio de Janeiro: Editora 34. 2011. 207p.

LHOSA, Mario Vargas. **A Civilização do Espetáculo:** uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2013. 118p.

LIMA VAZ, Henrique Cláudio de. **Ética & Direito.** São Paulo: Loyola; Landy, 2002.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L. et al. **Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas** - uma coletânea luso-brasileira. Ed. São Paulo : Iglu, 2000, p. 123-150.

MARCONDES, Danilo. **Textos Básicos de Ética:** de Platão a Foucault. Rio de Janeiro: Zahar. 2007. 142p.

MARK, S.M. Análise de Redes Sociais: Avanços Recentes e Controvérsias Atuais. **Acta Sociologica**, V.37, nº4, p. 329-343.2006.

MASIERO, Paulo Cesar. **Ética em Computação**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2013. 213p.

MATOS, Heloiza; Comunicação pública, esfera pública e capital social. In DUARTE, Jorge (Org.) **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.245p.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2003. 220p.

MENDEL, Toby. **Liberdade de informação**: um estudo de direito comparado. 2008. Brasília: UNESCO, 2009. Disponível em:<http://portal.unesco.org/ci/en/files/26159/126398551119freedom_information_pt.pdf/freedom_information_pt.pdf>. Acesso em: fev.2017.

MENDES, Anitta Valléria Calmon; JÚNIOR, Hermes de Andrade. Administração pública federal: a percepção de servidores sobre a ética. In: **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**. Maringá, v. 32, n. 2, p. 115-125, 2010.

MIELNICZUK, Luciana; et al. A reportagem hiperímídia em revistas digitais móveis. Jornalismo para dispositivos móveis: In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Produção, Distribuição e Consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015, 487p.

MORAIS, José Luis Bolzan de; SOUZA, Leonardo da Rocha de; SALGADO, Karine. Teoria e Filosofia do Estado. In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI. 24., 2015, Belo Horizonte. **Anais do XXIV Congresso Nacional do CONPEDI**. UFMG/FUMEC/DOM HELDER CÂMARA, 2015. p.94-113.

MOURA, Sandra; CARNEIRO, Angélica Gomes de Oliveira Lúcio. Convergência jornalística e a produção de notícias para dispositivos móveis: a experiência dos jornais paraibanos. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Produção, Distribuição e Consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015, 487p.

MORGAN, Gareth. **Imagens da Organização**. São Paulo : Atlas, 1996. 380p.

_____. Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças na teoria das organizações. **Revista Administrative Science Quarterly**. V25, n.4. Cornell University, p12-28.1980.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (org). **Comunicação Pública**. Campinas: Ed.Alínea. 2004.201p.

ORTIGARA, Claudino. **Políticas para a educação profissional no Brasil: Os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e a educação integral**. Pouso Alegre: IFSULDEMINAS, 2014.198p.

PACHECO, P.S., SPINELLI, E.M. Desenvolvimento do Uso de Multimídias em Portais Brasileiros. **Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação Ano 7 - Edição 1** – Setembro - Novembro de 2013.15p.

PALACIOS, MARCOS. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: nov.2017.

PASSARELI, B; JUNQUEIRA, A. H. **Gerações Interativas Brasil– Crianças e Adolescentes diante das telas**. São Paulo: Escola do Futuro/USP, 2012. 352 p.

PAULA, Ana Paula Paes. **Por uma nova gestão pública: limites e potencialidades da experiência contemporânea**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.201p.

PASSOS, E. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2008. 184p.

PFANNEMULLER, Cinthia Moreira. **A inserção de princípios éticos na gestão empresarial**.2006, 94f.Dissertação (Mestrado em Administração). São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-28072008-224558/pt-br.php>. Acesso em: jan. 2017.

PLATÃO. **Mênnon**. Tradução: Maura Iglésias. Rio de Janeiro. Editoras PUC e Loyola. 2001.117p.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aloízio R. **Teorias da Comunicação: O pensamento e a prática de Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 179p.

PRENSKY, M.: Digital Natives Digital Immigrants. **On the Horizon**. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October (2001a). Disponível em <<http://www.marcprensky.com/writing/>>. Acesso em: mar.2017.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

QUADROS, Claudia Irene de. A participação do público no webjornalismo. **In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, p. 2/17, dezembro de 2005 .

_____. Jornalismo na internet: conveniência, informação e interação. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS**. Setembro de 2001.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de Investigação em Ciências Sociais**.Lisboa: Gradiva, 2005.282p.

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. **História da filosofia: Antiguidade e Idade Média I**.São Paulo: PAULUS, 1990.170p.

REED, Michael. Teorização Organizacional: um campo historicamente contestado. **Handbook de Estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999. p61 – 91.

RISSARDI JR.,D.J.; SHIKIDA,P.F.A.; DAHMER, V. de S. Inovação, tecnologia e concorrência: uma revisita ao pensamento neoschumpeteriano. **Economia&Tecnologia**, v.5, n.16, p. 117-130, jan.-mar.2009. Disponível em <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/ret/article/view/27308>>. Acesso em: fev.2017.

SABBATINI, Marcelo. O problema da ética na comunicação pública da ciência e da tecnologia: uma proposta de manual deontológico. **Actas do III Sopcom, VI lusocom e II ibérico – volume III**, 2005. pp237-244.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética Profissional**. 9. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012. 312p.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento**: sonora, visual, verbal-aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras, 2005.415p.

SAVATER, Fernando. **Ética para meu filho**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.176p.

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo**: composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos. 2008.345f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador-BA, 2008.

SILVA, Gislene. **Estudos em Jornalismo e Mídia Vol.II Nº 1** - 1º Semestre de 2005. pp .95-107.

SILVA, Luciano Braz; POZZOLI, Lafayette. A Ética e a Virtude como Matrizes da Concepção de Justiça na Filosofia Grega Clássica. **Anais do XVIII Congresso Nacional do CONPEDI**. São Paulo.2009. pp. 7320-7342.

SIMON, Herbert. **Comportamento administrativo**, 2ªEd. Rio de Janeiro : FVG,1970. 277p.

SOUZA, Renato Rocha. Sistemas de Recuperação de Informações e Mecanismos de Busca na web : panorama atual e tendências. **Perspect. ciênc. inf., Belo Horizonte**, v.11 n.2, p. 161 - 173, mai./ago. 2006

SROUR, Robert H. **Ética Empresarial**. Rio de Janeiro: Campus,2000. 286p.

TURNER, David; MUÑOZ, Jesus. **Para os filhos dos filhos de nossos filhos**: uma visão da sociedade internet. São Paulo: Summus, 2002.101p.

UNESCO. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/por.pdf>. Acesso: jan.2017.

VÁZQUEZ, A.S. **Ética**. Trad. João Dell'Anna. 22ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. 267p.

ZAJDSZNAJDER, Luciano. **Ser Ético no Brasil**. Rio de Janeiro: Gryphus.1994. 185p.

WENDLING, Arthur Felipe. **Conhecendo a Internet**. Passo Fundo: Ediupf, 1997. 148p.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **Administração estratégica: conceitos**.São Paulo: Atlas, 2000.433p.

APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE PESQUISA COM OS JORNALISTAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES E SISTEMAS
 PÚBLICOS

Prezado (a) Profissional,

Apresente pesquisa tem a finalidade de contribuir para o Trabalho de Conclusão de Curso para a obtenção do título de mestre em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos pela Universidade Federal de São Carlos-SP. Ela tem por objetivo apresentar **a hipermídia como viabilização da ética na administração pública, além de propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico em uma instituição federal de ensino**, a partir da percepção dos jornalistas e dos gestores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS).

Solicitamos sua contribuição em participar da pesquisa, respondendo livremente as questões abaixo. Nos comprometemos pela garantia do anonimato dos participantes.

Muito obrigado pela colaboração!

José Valmei Bueno (Pesquisador). E-mail: valmei.bueno@ifsuldeminas.edu.br

Professora Doutora Maria Cristina Comunian Ferraz (Orientadora). E-mail: cristinacferraz@gmail.com

Professor Doutor Rodrigo Botelho (Coorientador) . E-mail: robotelho@gmail.com

O (a) Sr. (a) aceita participar de livre vontade desta pesquisa?

- Sim
 Não

Pesquisa com Jornalistas do IFSULDEMINAS:

Sexo: Masculino Feminino

Tempo de trabalho na instituição:.....(anos)

Idade:(anos)

Tempo de atuação como jornalista na instituição:(anos)

Questionário

Área 1: Código de Ética Profissional do Servidor Público e hipermídias

1. O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal apresenta como um dos principais deveres do Servidor Público: “Tratar cuidadosamente os usuários dos serviços, aperfeiçoando o processo de comunicação e contato com o público” (Seção II – Nº XIV – Alínea E). Frente a este Marco Legal, como avalia a adequação do site institucional à linguagem hipermidiática, nos seguintes aspectos:

a) **(A Interatividade)** Existe espaço para o público comentar as notícias no site institucional?

- () Sim
 () Não
- Qual o principal motivo para a abertura ou não deste espaço de interatividade com o público?.....
 - **(Responda somente se marcou a opção “sim”):** Como o espaço de interatividade é administrado?

 - **(Responda somente se marcou a opção “não”):** Como o espaço de interatividade poderia ser administrado?

- Considera importante a implantação do espaço para comentar as notícias?
 () Sim
 () Não
 () É indiferente
 - Quais os motivos de sua resposta acima?.....
 - O público participa da elaboração da notícia enviando fotos, vídeos e textos?
 () Sim
 () Não
 - Esta participação acontece de que maneira?
 () Espontânea
 () De maneira planejada com treinamentos para a comunidade
 () Outro:.....
- b) **(A Instantaneidade)** Os acontecimentos ocorridos no campus são noticiados imediatamente (instantaneamente)?
 () Sim
 () Não
 () Às vezes
- Se não, em média, depois de quanto tempo a notícia é veiculada?.....
 - O que determina a instantaneidade ou não do site que administra?.....
- c) **(A Perenidade\Memória)** O site oferece mecanismos de “busca” de informações?
 () Sim
 () Não
- As notícias ficam armazenadas indefinidamente no site?
 () Sim
 () Não

- Se “não”, por quanto tempo elas ficam armazenadas?.....
- d) (**A Convergência\Multimedialidade**): Por “Convergência e Multimedialidade” entende-se a veiculação de notícias por meio do uso de fotografias, slides de movimento, Infográficos dinâmicos, áudios (podcasts), vídeo (vídeocasts) e envio de informações por celular (SMS). Que relação faz destes usos com a Ética da Comunicação no Serviço Público?

- e) (**A Hipertextualidade**): Com o objetivo de aprofundar a pesquisa do internauta, abrindo a ele caminhos para assuntos relacionados, o site institucional pode fazer uso do recurso de hiperlink na notícia.
- Na sua opinião, como o hiperlink colabora para a formação do conhecimento e do senso crítico do internauta?

 - Quais motivos podem ocasionar o não uso de hiperlinks na notícia?

- f) (**A Personalização**): Esta ferramenta possibilita ao internauta escolher os assuntos que deseja acessar. Ou seja, o internauta pode “filtrar” os assuntos de seu interesse. Considera importante esta ferramenta? Porque?

- g) Que relação faz do emprego dos mecanismos acima:
- Com o exercício ético do jornalismo?

 - Com o exercício ético do serviço público?

- h) Na sua opinião, **usar** esses mecanismos o faz um profissional mais ético no serviço público?

- i) Na sua opinião, **não usar** esses mecanismos o faz um profissional menos ético no serviço público?

- j) Avalie a relação entre esses mecanismos e o empoderamento do cidadão:
- Considera esses mecanismos como meio para o cidadão se empoderar?
 () Sim () Não
 Apresente uma justificativa para sua resposta:

- Na sua opinião, pode-se afirmar que uma das funções do jornalismo do serviço público é empoderar o cidadão?

() Sim () Não

Apresente uma justificativa para sua resposta:

- Quando o jornalismo do serviço público não empodera o cidadão, você considera:

() Uma grave omissão ética;

() Uma omissão ética leve;

() Não é omissão ética;

Apresente uma justificativa para sua resposta:

- l) O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal evidencia na Seção III (Das Vedações ao Servidor Público – Alínea E) a seguinte normativa: “É vedado ao servidor público: e) deixar de utilizar os avanços técnicos e científicos ao seu alcance ou do seu conhecimento para atendimento do seu mister;”. Frente a este marco legal, você busca usar os avanços tecnológicos proporcionados pela hipermídia para o melhor atendimento do público?

() Sim

() Não

- Quais avanços tecnológicos da hipermídia implantou no site institucional, no último ano?

- Quais motivos levaram à implantação desta tecnologia no site institucional?

- Quais os resultados obtidos?

- Apresente as principais limitações para o uso dos avanços tecnológicos da hipermídia no site institucional:

- Você se sente motivado a implantar os recursos de hipermídia no site institucional?

() Sim

() Não

Apresente uma justificativa para sua resposta:

- m) Para o uso das hipermídias ser instituído em uma organização pública é necessário sensibilizar pedagogicamente os gestores acerca dos valores contidos no Código de Conduta da Alta Administração Federal (Entendendo “gestores” como sendo os jornalistas e os Diretores Gerais dos campi). Sobre esta afirmação você:

() Concorda integralmente

() Concorda parcialmente

Não concorda

Apresente uma justificativa para sua resposta:

.....

n) Sobre as normas contidas no Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal que tratam do assunto “comunicação e novas tecnologias da informação” considera:

- Conhecer superficialmente
 Conhecer alguns trechos
 Conhecer bem
 Não conhecer

Área 2: Rotina de trabalho e hipermídias

a) Qual tipo de linguagem prevalece nas informações divulgadas pelo site institucional?

- Escrita
 Audiovisual
 Áudio

b) Quais as razões da prevalência desta forma de comunicação?

.....

c) Considera que este tipo de linguagem mais usual no site é também a de mais fácil compreensão?

- Sim
 Não

Apresente uma justificativa para sua resposta:

.....

Área 3: Práticas Coletivas Ético-profissionais em hipermídias

a) Você interpreta a implantação das hipermídias no site institucional como estratégia integrante da ética do serviço público?

- Sim
 Não

Apresente os motivos de sua resposta:

.....

b) Uma das estratégias para a implantação do jornalismo hipermidiático é mudar da lógica do “Jornalismo distribucionista”(notícia formulada exclusivamente pelo jornalista. Depois de publicada não passa por atualizações) para o “jornalismo colaboracionista”(notícia formulada com a participação e interação com os internautas. A notícia passa por um processo permanente de atualização, pois o internauta tem mecanismos para atualização *online* da

informação). O que pensa sobre a aplicação do “jornalismo colaboracionista” em um órgão público?

.....

c) Como solucionar tecnicamente os possíveis conflitos existentes entre o “jornalismo distribucionista” e o “jornalismo colaboracionista”?

.....

d) Pelo seu conhecimento, considera que as reportagens elaboradas usando os recursos de hipermídias podem criar crenças, valores e hábitos na comunidade escolar? Elas teriam mais significado para o público contemporâneo?

.....

e) Frente à tecnologia e às novas linguagens das hipermídias, quais práticas sugere para os comunicadores e gestores do IFSULDEMINAS aplicarem no site da instituição, a fim de atender aos procedimentos éticos, entendendo ética como “o que melhor deve ser feito para atender o público”?

APÊNDICE B - INSTRUMENTO DE PESQUISA COM OS DIRETORES GERAIS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES E SISTEMAS PÚBLICOS

Prezado (a) Profissional,

Apresente pesquisa tem a finalidade de contribuir para o Trabalho de Conclusão de Curso para a obtenção do título de mestre em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos pela Universidade Federal de São Carlos-SP. Ela tem por objetivo apresentar **a hipermídia como viabilização da ética na administração pública, além de propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico em uma instituição federal de ensino**, a partir da percepção dos jornalistas e dos gestores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS).

Solicitamos sua contribuição em participar da pesquisa, respondendo livremente as questões abaixo. Nos comprometemos pela garantia do anonimato dos participantes.

Muito obrigado pela colaboração!

José Valmei Bueno (Pesquisador). E-mail: valmei.bueno@ifsuldeminas.edu.br

Professora Doutora Maria Cristina Comunian Ferraz (Orientadora). E-mail: cristinacferraz@gmail.com

Professor Doutor Rodrigo Botelho (Coorientador) . E-mail: robotelho@gmail.com

O (a) Sr. (a) aceita participar de livre vontade desta pesquisa?

() Sim

() Não

Pesquisa com Diretores Gerais do IFSULDEMIINAS:

Sexo: () Masculino () Feminino

Tempo de trabalho na instituição:.....(anos)

Tempo que exerce o cargo de Diretor-Geral do campus:.....(anos)

Idade:(anos)

Questionário

1. Que avaliação faz do conteúdo jornalístico do site institucional do campus onde atua como diretor-geral?

.....

2. E de outros *campi*?

.....

3. Como gestor, considera o conteúdo jornalístico como estratégico para o desenvolvimento da instituição?

.....

4. Que relação faz entre o conteúdo jornalístico da instituição e a ética do serviço público, considerando o “Código de Conduta da Alta Administração Federal”?
.....
5. Que relação faz entre o uso de hipermídias em conteúdos jornalísticos e a ética jornalística?
.....
6. Que relação faz entre o uso de hipermídias em conteúdos jornalísticos e a ética do gestor público (diretor-geral)?
.....
7. Considera o uso da linguagem hipermidiática como instrumento para a potencialização da ética na comunicação pública? Por quê?
.....
8. A implantação de ferramentas que possibilitam melhorias na linguagem do site institucional já foi enquadrada em “processos de decisão” da instituição? Em que isto repercutiu na prática?
.....
9. Caso fosse adotada uma política pública de comunicação no IFSULDEMINAS no que diz respeito à implantação de hipermídias no processo de elaboração de conteúdo jornalístico que elementos defenderia como essenciais?
.....
10. Na sua opinião, o conteúdo jornalístico do site precisa ser aperfeiçoado? Como?
.....
11. Haveria interesse em promover uma maior interatividade comunicacional por meio das hipermídias no campus em que desempenha o cargo de Diretor-Geral?
.....
12. Pelo seu conhecimento, considera que as reportagens elaboradas usando os recursos de hipermídias podem criar crenças, valores e hábitos na comunidade escolar? Elas teriam mais significado para o público contemporâneo?
.....

**APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DOS
JORNALISTAS****UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO - PROGRAMA DE PÓS
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES E SISTEMAS PÚBLICOS****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – JORNALISTAS DO
IFSULDEMINAS
(Resolução 466/2012 do CNS)****A HIPERMÍDIA COMO VIABILIZAÇÃO DA ÉTICA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
FEDERAL: PROPOSTAS DE UM MODELO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO DE
CONTEÚDO JORNALÍSTICO NO IFSULDEMINAS**

Eu, José Valmei Bueno, portador do CPF nº 0894796-59, estudante do Programa de Pós Graduação em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos (PPGGOSP) da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar o(a) convido a participar da pesquisa “A hipermídia como viabilização da ética na administração pública federal: propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico no IFSULDEMINAS” orientada pela Prof^a Dr^a Maria Cristina Comunian Ferraz.

A Ética das organizações e sistemas públicos exige a construção de mecanismos de relacionamento abertos, transparentes e democráticos entre a Sociedade e o Estado. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) contemporâneas favorecem a interatividade entre o cidadão e as instituições federais. Um dos meios mais eficientes para travar uma comunicação plural entre os indivíduos e as organizações públicas é o conteúdo jornalístico construído nos *sites* institucionais. No século XXI, quando a linguagem hipermidiática mostra um poder vigoroso de influência sobre a sociedade, o Estado não pode abdicar de implantá-la em seus sistemas de comunicação, o que exige da gestão pública uma reorientação cultural no estabelecimento da conversação com os indivíduos. No contexto da aplicação das ferramentas

disponibilizadas pelas hipermídias, as informações geradas no seio das organizações públicas não são elaboradas pela lógica do monólogo, mas são construídas pela diversidade das opiniões; e são expostas e edificadas instantaneamente no ciberespaço. Neste contexto, esta pesquisa tem como objeto de análise os conceitos éticos de “aperfeiçoamento do processo de comunicação e contato com o público” e “utilização dos avanços técnicos e científicos” abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e a conexão entre este marco legal, o conteúdo jornalístico veiculado no *site* institucional do IFSULDEMINAS e as TIC contemporâneas. O objetivo é apresentar as hipermídias como viabilização da ética no serviço público por meio de propostas de um modelo de ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático em uma instituição federal de ensino. Para isso, é perseguida a metodologia de pesquisa exploratória, fundamentalmente pela revisão de literatura e por estudo de caso mediante a execução de entrevistas em profundidade. Como resultado pretende-se dar resposta à pergunta: como aprimorar a gestão da comunicação no IFSULDEMINAS visando garantir os princípios éticos do serviço público federal na disseminação de conteúdo jornalístico hipermidiático?

Você foi selecionado (a) por ser profissional efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas (IFSULDEMINAS), instituição onde o estudo será realizado. Primeiramente você será convidado a responder uma entrevista em profundidade, semiestruturada, com tópicos sobre diversos aspectos que envolvem três áreas ou categorias referente ao trabalho jornalístico na instituição, a saber: Área 1: Código de Ética Profissional do Servidor Público Federal e Hipermídias; Área 2: Rotina de Trabalho e Hipermídias; e Área 3: Práticas Coletivas Ético-Profissionais.

No primeiro momento, a pauta contendo as perguntas será enviada, por e-mail, além do convite solicitando a participação nas entrevistas. Neste e-mail são anexadas as pautas da entrevista contendo as perguntas com a finalidade de preparar os entrevistados para o segundo momento desta etapa.

O segundo momento será realizada a entrevista individual, “face a face”, com o objetivo de gravar as respostas e os possíveis esclarecimentos de coleta das informações pertinentes à pesquisa.

O terceiro momento é a transcrição das entrevistas para o formato de textos, com o objetivo de analisá-los e interconectá-los à sustentação da revisão literária para a confirmação

ou não das hipóteses, bem como a formulação e a indicação dos resultados finais. Destaca-se que após a transcrição feita exclusivamente por este pesquisador, ela será enviada a você para validação ou correção das respostas.

A entrevista “face a face” será individual e realizada no próprio local de trabalho do entrevistado ou em outro local, se assim o preferir, combinado anteriormente com o pesquisador. As perguntas não serão invasivas à intimidade dos participantes, entretanto, esclareço que a participação na pesquisa pode gerar estresse e desconforto como resultado da exposição de opiniões pessoais em responder perguntas que envolvem as próprias ações e também constrangimento e intimidação, pelo fato do pesquisador trabalhar na mesma rede de ensino, atuando como jornalista na mesa instituição. Diante dessas situações, os participantes terão garantidas pausas nas entrevistas, a liberdade de não responder as perguntas quando a considerarem constrangedoras, podendo interromper a entrevista a qualquer momento. Serão retomados nessa situação os objetivos a que esse trabalho se propõe e os possíveis benefícios que a pesquisa possa trazer. Em caso de encerramento das entrevistas por qualquer fator descrito acima, o pesquisador irá orientá-la e encaminhá-la para profissionais especialistas e serviços disponíveis, se necessário, visando o bem-estar de todos os participantes.

Sua participação nessa pesquisa auxiliará na obtenção de dados que poderão ser utilizados para fins científicos, proporcionando maiores informações e discussões que poderão trazer benefícios para a área da Comunicação e da Ética no serviço público, para a construção de novos conhecimentos e para a identificação de novas alternativas e possibilidades para o trabalho da equipe de comunicadores do IFSULDEMINAS, bem como de outras instituições públicas do Poder Executivo Federal. O pesquisador realizará o acompanhamento de todos os procedimentos e atividades desenvolvidas durante o trabalho.

Sua participação é voluntária e não haverá compensação em dinheiro pela sua participação. A qualquer momento o (a) senhor (a) pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa ou desistência não lhe trará nenhum prejuízo profissional, seja em sua relação ao pesquisador, à Instituição em que trabalha ou à Universidade Federal de São Carlos.

Todas as informações obtidas através da pesquisa serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação em todas as etapas do estudo. Caso haja menção a

nomes, a eles serão atribuídas letras, com garantia de anonimato nos resultados e publicações, impossibilitando sua identificação.

Solicito sua autorização para gravação em áudio das entrevistas que será feita exclusivamente por este pesquisador. As gravações realizadas durante a entrevista semiestruturada serão transcritas pelo pesquisador, garantindo a manutenção de sua fidedignidade. Depois de transcritas, as respostas serão enviadas a você para submeter à sua análise e validação das informações. A transcrição das gravações será realizada na íntegra pelo pesquisador. Essas transcrições serão comparadas para verificar a concordância entre elas e a gravação, garantindo a fidelidade e integridade.

Todas as despesas com o transporte e a alimentação decorrentes da sua participação na pesquisa, quando for o caso, serão ressarcidas no dia da coleta. Você terá direito a indenização por qualquer tipo de dano resultante da sua participação na pesquisa.

Você receberá uma via deste termo, rubricada em todas as páginas por você e pelo pesquisador, onde consta o telefone e o endereço do pesquisador principal. Você poderá tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação agora ou a qualquer momento.

Se você tiver qualquer problema ou dúvida durante a sua participação na pesquisa poderá comunicar-se pelo telefone (35) 99996-6370 ou procurar pessoalmente este pesquisador, José Valmei Bueno, na rua Quatro, nº211, Bairro Santa Isabel, Inconfidentes-MG, no horário das 8h às 12h e das 14h às 17h. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e o endereço do pesquisador principal, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou a qualquer momento.

Declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar. O pesquisador me informou que o projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da UFSCar que funciona na Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Federal de São Carlos, localizada na Rodovia Washington Luiz, Km. 235 - Caixa Postal 676 - CEP 13.565-905 - São Carlos - SP - Brasil. Fone (16) 3351-8110. Endereço eletrônico: cephumanos@ufscar.br

Endereço para contato (24 horas por dia e sete dias por semana):

Pesquisador Responsável: José Valmei Bueno

Endereço: Rua Quatro, nº 211 – Bairro Santa Isabel - CEP: 37576-000 –

INCONFIDENTES/MG.

Contato telefônico: (35) 99996-6370 e-mail: valmei.bueno@ifsuldeminas.edu.br

Local e data: _____

José Valmei Bueno

Nome do Pesquisador

Assinatura do Pesquisador

Nome do Participante

Assinatura do Participante

**APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DOS
DIRETORES GERAIS**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
PRÓ-REITORIA DE PÓS GRADUAÇÃO / PROGRAMA DE PÓS
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES E SISTEMAS PÚBLICOS**

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
DIRETORES-GERAIS DOS CAMPI DO IFSULDEMINAS**

(Resolução 466/2012 do CNS)

**A HIPERMÍDIA COMO VIABILIZAÇÃO DA ÉTICA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
FEDERAL: PROPOSTAS DE UM MODELO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO DE
CONTEÚDO JORNALÍSTICO NO IFSULDEMINAS**

Eu, José Valmei Bueno, portador do CPF nº 0894796-59, estudante do Programa de Pós Graduação em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos (PPGGOSP) da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar o(a) convido a participar da pesquisa “A hipermídia como viabilização da ética na administração pública federal: propostas de um modelo de ação para produção de conteúdo jornalístico no IFSULDEMINAS” orientada pela Prof^ª Dr^ª Maria Cristina Comunian Ferraz.

A Ética das organizações e sistemas públicos exige a construção de mecanismos de relacionamento abertos, transparentes e democráticos entre a Sociedade e o Estado. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) contemporâneas favorecem a interatividade entre o cidadão e as instituições federais. Um dos meios mais eficientes para travar uma comunicação plural entre os indivíduos e as organizações públicas é o conteúdo jornalístico construído nos *sites* institucionais. No século XXI, quando a linguagem hipermidiática mostra um poder vigoroso de influência sobre a sociedade, o Estado não pode abdicar de implantá-la em seus sistemas de comunicação, o que exige da gestão pública uma reorientação cultural no estabelecimento da conversação com os indivíduos. No contexto da aplicação das ferramentas

disponibilizadas pelas hipermídias, as informações geradas no seio das organizações públicas não são elaboradas pela lógica do monólogo, mas são construídas pela diversidade das opiniões; e são expostas e edificadas instantaneamente no ciberespaço. Neste contexto, esta pesquisa tem como objeto de análise os conceitos éticos de “aperfeiçoamento do processo de comunicação e contato com o público” e “utilização dos avanços técnicos e científicos” abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e a conexão entre este marco legal, o conteúdo jornalístico veiculado no *site* institucional do IFSULDEMINAS e as TIC contemporâneas. O objetivo é apresentar as hipermídias como viabilização da ética no serviço público por meio de propostas de um modelo de ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermidiático em uma instituição federal de ensino. Para isso, é perseguida a metodologia de pesquisa exploratória, fundamentalmente pela revisão de literatura e por estudo de caso mediante a execução de entrevistas em profundidade. Como resultado pretende-se dar resposta à pergunta: como aprimorar a gestão da comunicação no IFSULDEMINAS visando garantir os princípios éticos do serviço público federal na disseminação de conteúdo jornalístico hipermidiático?

Você foi selecionado (a) por ser profissional efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas (IFSULDEMINAS), instituição onde o estudo será realizado. Primeiramente você será convidado a responder uma entrevista em profundidade, semiestruturada, com tópicos sobre diversos aspectos que envolvem as áreas ou categorias referente ao trabalho jornalístico e de gestão da comunicação na instituição, a saber: avaliação do trabalho jornalístico hipermidiático; estratégias de ação; relação ética e jornalismo; a relação ética, hipermídia e gestor público; a relação ética, hipermídia e jornalista; as hipermídias nos processos de decisão para a formulação de políticas públicas e sugestões práticas para a implantação das hipermídias no IFSULDEMINAS.

No primeiro momento, a pauta contendo as perguntas será enviada, por e-mail, além do convite solicitando a participação nas entrevistas. Neste e-mail são anexadas as pautas da entrevista contendo as perguntas com a finalidade de preparar os entrevistados para o segundo momento desta etapa.

O segundo momento será realizada a entrevista individual, “face a face”, com o objetivo de gravar as respostas e os possíveis esclarecimentos de coleta das informações pertinentes à pesquisa.

O terceiro momento é a transcrição das entrevistas para o formato de textos, com o objetivo de analisá-los e interconectá-los à sustentação da revisão literária para a confirmação ou não das hipóteses, bem como a formulação e a indicação dos resultados finais. Destaca-se que após a transcrição feita exclusivamente por este pesquisador, ela será enviada a você para validação ou correção das respostas.

A entrevista “face a face” será individual e realizada no próprio local de trabalho do entrevistado ou em outro local, se assim o preferir, combinado anteriormente com o pesquisador. As perguntas não serão invasivas à intimidade dos participantes, entretanto, esclareço que a participação na pesquisa pode gerar estresse e desconforto como resultado da exposição de opiniões pessoais em responder perguntas que envolvem as próprias ações e também constrangimento e intimidação, pelo fato do pesquisador trabalhar na mesma rede de ensino, atuando como jornalista na mesa instituição. Diante dessas situações, os participantes terão garantidas pausas nas entrevistas, a liberdade de não responder as perguntas quando a considerarem constrangedoras, podendo interromper a entrevista a qualquer momento. Serão retomados nessa situação os objetivos a que esse trabalho se propõe e os possíveis benefícios que a pesquisa possa trazer. Em caso de encerramento das entrevistas por qualquer fator descrito acima, o pesquisador irá orientá-la e encaminhá-la para profissionais especialistas e serviços disponíveis, se necessário, visando o bem-estar de todos os participantes.

Sua participação nessa pesquisa auxiliará na obtenção de dados que poderão ser utilizados para fins científicos, proporcionando maiores informações e discussões que poderão trazer benefícios para a área da Comunicação e da Ética no serviço público, para a construção de novos conhecimentos e para a identificação de novas alternativas e possibilidades para o trabalho da equipe de comunicadores do IFSULDEMINAS, bem como de outras instituições públicas do Poder Executivo Federal. O pesquisador realizará o acompanhamento de todos os procedimentos e atividades desenvolvidas durante o trabalho.

Sua participação é voluntária e não haverá compensação em dinheiro pela sua participação. A qualquer momento o (a) senhor (a) pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa ou desistência não lhe trará nenhum prejuízo profissional, seja em sua relação ao pesquisador, à Instituição em que trabalha ou à Universidade Federal de São Carlos.

Todas as informações obtidas através da pesquisa serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação em todas as etapas do estudo. Caso haja menção a nomes, a eles serão atribuídas letras, com garantia de anonimato nos resultados e publicações, impossibilitando sua identificação.

Solicito sua autorização para gravação em áudio das entrevistas que será feita exclusivamente por este pesquisador. As gravações realizadas durante a entrevista semiestruturada serão transcritas pelo pesquisador, garantindo a manutenção de sua fidedignidade. Depois de transcritas, as respostas serão enviadas a você para submeter à sua análise e validação das informações. A transcrição das gravações será realizada na íntegra pelo pesquisador. Essas transcrições serão comparadas para verificar a concordância entre elas e a gravação, garantindo a fidelidade e integridade.

Todas as despesas com o transporte e a alimentação decorrentes da sua participação na pesquisa, quando for o caso, serão ressarcidas no dia da coleta. Você terá direito a indenização por qualquer tipo de dano resultante da sua participação na pesquisa.

Você receberá uma via deste termo, rubricada em todas as páginas por você e pelo pesquisador, onde consta o telefone e o endereço do pesquisador principal. Você poderá tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação agora ou a qualquer momento.

Se você tiver qualquer problema ou dúvida durante a sua participação na pesquisa poderá comunicar-se pelo telefone (35) 99996-6370 ou procurar pessoalmente este pesquisador, José Valmei Bueno, na rua Quatro, nº211, Bairro Santa Isabel, Inconfidentes-MG, no horário das 8h às 12h e das 14h às 17h. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e o endereço do pesquisador principal, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou a qualquer momento.

Declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar. O pesquisador me informou que o projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da UFSCar que funciona na Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Federal de São Carlos, localizada na Rodovia Washington Luiz, Km. 235 - Caixa Postal 676 - CEP 13.565-905 - São Carlos - SP - Brasil. Fone (16) 3351-8110. Endereço eletrônico: cephumanos@ufscar.br



Programa de Pós-Graduação em
Gestão de Organizações e Sistemas Públicos

Endereço para contato (24 horas por dia e sete dias por semana):

Pesquisador Responsável: José Valmei Bueno

Endereço: Rua Quatro, nº 211 – Bairro Santa Isabel - CEP: 37576-000 –

INCONFIDENTES/MG.

Contato telefônico: (35) 99996-6370 e-mail: valmei.bueno@ifsuldeminas.edu.br

Local e data: _____

José Valmei Bueno

Nome do Pesquisador

Assinatura do Pesquisador

Nome do Participante

Assinatura do Participante

APÊNDICE E – FORMULÁRIO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO**ANÁLISE DE CONTEÚDO****FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO****Grupo:**

Gestores do site do IFSULDEMINAS () Jornalistas () Diretores Gerais

ÁREA: CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL DO SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL E HIPERMÍDIAS

ANÁLISE DE TEXTO: ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE**Categoria A – Mecanismos de Interatividade:****1. Considera importante o uso de mecanismos de interatividade no *site*?**

() Sim () Não

2. Qual o principal motivo para a não abertura do espaço de interatividade no *site*?**Entre os Jornalistas:**

() Cultural () Técnica

Entre os Diretores-Gerais

() Cultural () Política

3. O público participa da elaboração da notícia enviando fotos e textos?

() Sim () Não

4. Maneira como se dá a participação do público na composição da notícia.

() Espontânea () Planejada () Das duas maneiras

5. Ações práticas para a aplicação da interatividade:

() Econômica/Política () Ética () Técnica

Categoria B – Mecanismos de Instantaneidade**1. Os acontecimentos ocorridos no campus são noticiados instantaneamente?**

() Sim () Não () Às vezes

2. Qual notícia tem prevalência para ser publicada instantaneamente?

() Atendem Aspectos Legais () Atendem Aspectos Profissionais

() Não respondeu

3. Quais fatores influenciam a decisão de publicar ou não uma notícia instantaneamente?

() Fatores Profissionais () Fatores Políticos/Econômicos

Categoria C – Mecanismos de “Busca” e “Perenidade”?

1. O *site* do Campus oferece mecanismos de “busca” e as notícias ficam armazenadas perenemente?

Sim Não

Categoria D – Mecanismos de Convergência ou Multimídia

1. Quais os benefícios da implantação dos recursos de multimídia no conteúdo jornalístico?

Benefício Ético Benefício Legal

Categoria E – Aplicação de hipertextualização

Motivos Técnicos Motivos Profissionais

Categoria F – Mecanismos de Personalização

1. Porque considera importante a aplicação das ferramentas de Personalização?

Fator Ético Fator Político Fator Técnico Não respondeu

Categoria G – Relação Ética e Aplicação dos Recursos de Hipermídias

1. Usar os mecanismos hipermidiáticos o faz um profissional mais ético no serviço público?

Sim Não É indiferente

2. Busca usar os avanços tecnológicos proporcionados pela hipermídia para o melhor atendimento do público?

Sim Às vezes

3. Considera os mecanismos hipermidiáticos meios para o cidadão se empoderar?

Empoderamento Cognitivo/Informativo Empoderamento Social/Econômico

4. O uso dos mecanismos de hipermídias potencializa a ética jornalística no serviço público federal?

Sim Não

Categoria H - Limitações para uso das Hipermídias

Limitações Técnicas Limitações Culturais Limitações Políticas/Econômicas

Categoria I – Motivações para ajuste do site às hipermídias

Motivos Éticos Motivos Técnicos

ÁREA 2: ROTINA DE TRABALHO E HIPERMÍDIAS

Categoria A: Razões da prevalência da escrita como linguagem do *site*:

Razões Políticas/Econômicas Razões Técnicas Razões Culturais

Categoria B: O tipo de linguagem usual é o de mais fácil compreensão?

Sim Não É relativo

ÁREA 3: PRÁTICA COLETIVAS ÉTICO/PROFISSIONAIS

Categoria A: Benefícios de se considerar as hipermídias como estratégicas:

Ético Publicitário/Propagandista

Categoria B: Do Jornalismo Distribucionista para o Jornalismo Colaborativo

Viável Viável, mas com regras Inviável

Categoria C: Nos processos de decisão, as hipermídias devem ser tratadas sob quais aspectos de aprimoramento?

Aprimoramento Técnico Aprimoramento Legal Não respondeu

ÁREA 4: PROPOSTAS DE UM MODELO DE AÇÃO

Categoria A: Sugestões práticas

Técnicas Culturais Políticas/Econômicas

ANEXO - A**AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA**

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais
Avenida Vicente Simões, 1.111 - Bairro Nova Pousa Alegre 37550-000 – Pousa Alegre/MG
Fone: (35) 3449-6150/ e-mail: reitoria@ifsuldeminas.edu.br

AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA

Pelo presente instrumento, eu, Marcelo Bregagnoli, Reitor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS), portador de RG nº 6.517.588, autorizo o servidor público desta instituição, José Valmei Bueno, lotado como jornalista no Campus Inconfidentes, sob matrícula SIAPE Nº 2015936, a realizar a pesquisa sobre o site desta instituição pública, quando o mesmo deverá desenvolver um “estudo de caso” por meio de entrevistas em profundidade com 15 servidores desta instituição, sendo eles 7 jornalistas e 8 diretores-gerais dos campi.

O objetivo da pesquisa é apresentar proposta de um modelo de ação para a produção de conteúdo jornalístico hipermediático no IFSULDEMINAS, a partir dos conceitos éticos abrigados no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal como viabilização da ética jornalística de uma instituição federal de ensino superior.

O servidor é aluno regularmente matriculado no Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações e Sistemas Públicos da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e a pesquisa orientará a elaboração da dissertação final para a obtenção do título de Mestre.

Pousa Alegre, 20 de junho de 2017.


Marcelo Bregagnoli
Reitor do IFSULDEMINAS
DOU nº 154/2014 – Seção 2 – Pág. 2
Decretos de 12 de agosto de 2014