

A Assessoria de Imprensa do MPF/RN e a Configuração do Discurso Informativo sobre a Ocupação de Áreas de Proteção Ambiental¹

André Wolmer de Melo²

Luciana Miranda Costa³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

A assessoria de imprensa (AI) é parte importante das ferramentas de comunicação organizacional. A relação entre AI e redações jornalísticas impacta a configuração do discurso informativo e a notícia que chega ao público. Nesse artigo, que apresenta uma análise quantitativa da cobertura de portais e *blogs* sobre a atuação do MPF/RN contra a ocupação de áreas de proteção ambiental por empresas salineiras, quase metade dos conteúdos divulgados pelos veículos foi repetição literal de *releases* enviados pelo órgão. Ao apenas reproduzir textos, o suporte jornalístico se restringe a um papel passivo diante das informações recebidas e suscita questões éticas e de credibilidade na relação com o leitor. Para a AI, no entanto, o índice de repetições significa o alcance do objetivo de repercutir o discurso institucional.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional; Gestão da Comunicação; Assessoria de Imprensa; Ministério Público Federal; Meio Ambiente

1. Introdução

O impacto da interação entre assessoria de imprensa (AI) e as redações jornalísticas é reconhecido fator determinante no processo de configuração do discurso informativo (MOLONEY et al, 2013; SAMPAIO, 2014; MACNAMARA, 2009; BUARQUE, 2008). Essa interação permeia conceitos do cotidiano jornalístico e perspectivas teóricas como o *newsmaking*, noticiabilidade e valores-notícia⁴ (TRAQUINA, 2005; WOLF, 2001).

¹Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Mestrando do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN); graduado em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda pela UFPE (2013), com pós-graduação em Comunicação Pública (Instituto Cotemar, 2018). Analista de Comunicação Social do Ministério Público da União e Assessor-Chefe de Comunicação do Ministério Público Federal no Rio Grande do Norte. Endereço eletrônico: andrewolmer@gmail.com.

³Professora Docente do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN) e do Programa de Pesquisa em Comunicação Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCom-UFPA). Endereço eletrônico: lmirandaeua@hotmail.com.

⁴*Newsmaking* é a análise do processo de produção profissional da notícia, considerada como construção da realidade social (WOLF, 2001); “os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia (TRAQUINA, 2005, p. 63).

A cobertura midiática de portais de notícias e *blogs*⁵ sobre a atuação do Ministério Público Federal no Rio Grande do Norte (MPF/RN) contra a ocupação de áreas de proteção permanente (APPs) por empresas produtoras de sal é um exemplo de como o contrato transacional entre assessoria de imprensa e redações contribui para a seleção e conteúdo dos temas publicados pelos suportes jornalísticos, muitas vezes a partir dos *releases*⁶ da AI.

Este artigo é um desdobramento de pesquisa de mestrado em andamento no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PpgEM/UFRN). A pesquisa busca entender de que forma a atuação do MPF/RN foi retratada pelos veículos digitais, considerando o apelo da temática ambiental e o contexto socioeconômico, cultural e político da produção jornalística. A presente análise quantitativa das 90 notícias publicadas por 45 veículos integrantes da cobertura, em 2019, já permite traçar considerações acerca da efetividade da divulgação por AIs de órgãos públicos e a rotina do jornalismo digital, a partir das principais proposições teóricas envolvidas.

2. Contextualização da Temática

O Rio Grande do Norte concentra 95% da produção de sal do país, com mais de sete milhões de toneladas de sal marinho e sal gema produzidas anualmente, destinadas ao mercado brasileiro e à exportação. São 35 salinas em sete municípios do semiárido potiguar, na denominada região da Costa Branca, que segundo os sindicatos dos produtores, geram mais de 75 mil empregos diretos e indiretos (G1, 2019).

A atuação do MPF/RN em relação às salinas se deve ao fato de haver, na região de produção do sal, APPs formadas principalmente por manguezais, que são protegidos por lei e cujo uso, segundo o MPF, não pode ser regularizado (MPF, 2019a). O objetivo é que a produção nas salinas possa continuar, porém sem os atuais riscos e prejuízos ao meio ambiente (MPF, 2019a). O Ministério Público Federal – enquanto instituição pública incubida da defesa dos interesses sociais e individuais indisponíveis, da ordem

⁵Portais são “websites de notícias online de referência que oferecem conteúdos editoriais semelhantes aos da imprensa” (HERSCOVITZ, 2009, p. 3). Já um *blog* pode ser definido como “publicação virtual contendo comentários sobre outros sites, atualizada regularmente e organizada cronologicamente (...) constituída de informações atualizadas e breves, organizadas em ordem de data, como uma página noticiosa ou um diário” (RABAÇA & BARBOSA, 2014, p. 3).

⁶*Release* é a “ferramenta que a Assessoria usa para organizar as informações que está divulgando. Trata-se de um texto, cuja essência é a informação” (FENAJ, 2007, p. 13).

jurídica e do regime democrático – tem, entre suas atribuições, a defesa do meio ambiente⁷ (MPF, c2020).

As ações são fundamentadas por estudos do Grupo de Trabalho do Sal (GT-Sal), formado por técnicos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e do Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente (Idema/RN). As análises sustentam que a continuidade da atividade pode resultar em riscos de impermeabilização de planícies de maré; soterramento de gamboas e braços de maré; aumento dos processos erosivos; alteração do ciclo hidrológico regional e da qualidade da água estuarina gerada por efluentes e diminuição da biodiversidade associada ao manguezal (GT-SAL, 2017).

Segundo o órgão, as áreas irregulares representam apenas 10,7% do espaço ocupado pelas salinas. Um prazo de quatro anos, a partir da assinatura de acordo das empresas com o MPF, podendo ser prorrogado por igual período, foi sugerido para que os proprietários possam concluir a remoção sem que os empreendimentos percam sua viabilidade econômica (MPF, 2019a).

O Sindicato das Indústrias de Extração do Sal (Siesal) e o Sindicato da Indústria de Moagem e Refino de Sal (Simorsal) do RN afirmam que a retirada das pilhas de sal em questão, próximas dos cursos hídricos, inviabilizaria toda a produção, pois é nelas que está concentrada a área de cristalização, onde o sal é efetivamente retirado. Além disso, as empresas afirmam terem contratado estudos que demonstrariam a falta de prejuízo ambiental pela atividade industrial (SIESAL & SIMORSAL, 2019).

Após a realização de audiências públicas e tentativas de acordos administrativos com as empresas, em janeiro de 2019, o MPF ingressou com 18 ações civis públicas (ACPs) pedindo à justiça que as salineiras fossem obrigadas a apresentar um plano para realocação gradual das pilhas de sal em APPs. Entre junho e julho, o MPF obteve no Tribunal Regional Federal da 5ª Região (TRF5) liminares ordenando a retirada (MPF, 2019c). No entanto, com a edição do Decreto 9.824/19 pelo presidente da República Jair Bolsonaro, em junho de 2019, a atividade salineira passou a ter *status* de interesse social, o que possibilitaria às empresas continuar ocupando as APPs (BRASIL, 2019).

⁷Conforme informações no *site* do MPF: <http://www.mpf.mp.br/o-mpf/sobre-o-mpf>. Acesso em: 20 set. 2020.

Como reação, o MPF/RN ingressou com mais uma ACP, pedindo a anulação do decreto (MPF, 2019d). De acordo com o órgão, o decreto 9.824/19 desrespeita o princípio do desenvolvimento sustentável e diversos tratados de direitos humanos (MPF, 2019d).

3. Fundamentação teórica

Um das principais fontes de informação para os veículos de comunicação são as assessorias de imprensa, inclusive de órgãos públicos (MOLONEY et al, 2013; MACNAMARA, 2009; BUARQUE, 2008). Como afirma Cristovam Buarque (2008, p. 20), “as assessorias de imprensa assumiram forte papel nos fluxos de comunicação envolvendo mídia e sociedade”, sendo necessárias para que a mídia possa retratar a realidade.

Duarte (2007) ressalta que a AI é apenas a “ponta do *iceberg*” das atividades de comunicação de uma organização – pública ou privada. O papel da comunicação organizacional é manter interação efetiva com os diferentes *stakeholders* da organização, que têm demandas comunicacionais heterogêneas (KUNSCH, 2006). Em várias instituições, como é o caso do MPF, as AIs estão inseridas dentro da assessoria de comunicação social (AC ou ACS), setor que engloba as atividades integradas do tripé jornalismo, publicidade e relações públicas (RP).

No contexto da comunicação de órgãos públicos, deve ser levada em conta a obrigação constitucional de transparência e diálogo com a sociedade. Parte desse dever se traduz na divulgação da atuação institucional – investigações, ações judiciais, audiências, recomendações –, que versa sobre temas inerentemente pertencentes à esfera do interesse público. Duarte (2007, p.2) também destaca que a comunicação pública tem o expressivo papel de viabilizar “o direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Essa comunicação, muitas vezes por meio de *releases* das AIs, possibilita “fortalecer as relações com os cidadãos e estimular sua participação para aumentar a confiança pública no governo, melhorar a qualidade da democracia e a capacidade cívica da população” (NOVELLI, 2006, p. 12).

A partir do conteúdo recebido pelas AIs, os suportes jornalísticos tomam uma série de decisões sobre qual conteúdo divulgar ou não, qual destaque e espaço determinado o assunto terá, e quais dados e argumentos devem ser priorizados. Esse processo é permeado pelos conceitos midiáticos de *newsmaking*, noticiabilidade e valores-notícia (TRAQUINA, 2005; VIZEU, 2005).

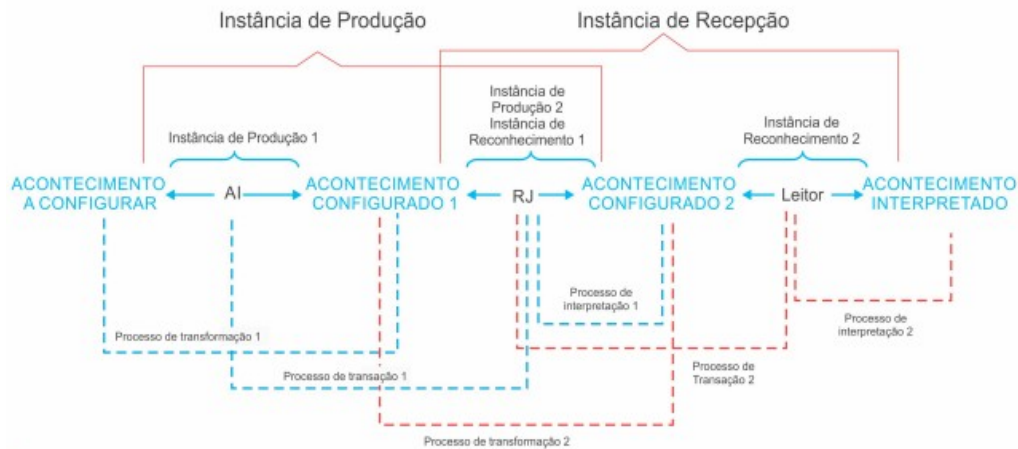
O processo de fazer notícia – *newsmaking* – e decidir quais fatos merecem ou não ser noticiados – noticiabilidade – são influenciados pela rotina de trabalho nas redações e pela cultura profissional do meio jornalístico (HOLANDA, 2017). Traquina (2005), ao analisar a corrente construtivista dos estudos da comunicação, defende que não existe notícia inteiramente neutra, pois fatores como a rapidez exigida, limitações orçamentárias e possibilidade de cobertura interferem na seleção dos acontecimentos.

A produção jornalística também é influenciada pela realidade social, política e econômica com que interage (TRAQUINA, 2005). A comunicação é um direito humano garantido constitucionalmente e por tratados internacionais, mas que é também uma atividade remunerada e produto financeiro, o que gera questionamentos quanto a ética e imparcialidade dos veículos (HOLANDA, 2017). Vizeu (2005, p. 76), ressalta que “a mensagem é um produto socialmente produzido (...) a notícia é um produto gerado por um processo historicamente condicionado – o contexto social da produção e suas relações organizacionais, econômicas e culturais”.

É justamente no campo da produção jornalística que acontecem relações e configurações que resultarão no produto jornalístico, como a interação entre AIs e os veículos (SAMPAIO, 2014). Charadeau (1997, 2005, 2012 apud SAMPAIO, 2014) observa que a construção do texto informativo “ocorre no duplo processo de semiotização, que envolve a transformação (a configuração do acontecimento) e a transação (a negociação entre as instâncias de produção e de reconhecimento para realizar a configuração)”. Ao se considerar a notícia que parte da assessoria de imprensa (normalmente através de *releases*) este processo torna-se mais complexo, com mais instâncias de produção e reconhecimento (SAMPAIO, 2014).

Assim, como esquematizado na figura abaixo, o fato inicial passa por duas configurações (da AI e do suporte jornalístico), atreladas a dois contratos (ou transações) de comunicação: assessoria–redação e suporte-leitor.

FIGURA 01 – O processo de produção e recepção do discurso informativo



Fonte: SAMPAIO, 2014, p. 87.

Essa representação permite observar que “a notícia publicada na mídia é a interpretação feita pela redação jornalística para o acontecimento, narrado pela assessoria de imprensa” (SAMPAIO, 2014, p. 88). Fica claro, pois, que até chegar à instância de interpretação do leitor, o discurso informativo passa por processos complexos de produção e recepção que envolvem configurações e transações entre agentes, muitas vezes, com interesses diversos. É dever do profissional da informação jornalística checar os dados trazidos em *releases* e confrontá-los com documentos e relatos de outras fontes (MACIEL, 2006).

As etapas descritas na imagem, no entanto, podem ser aglutinadas ou ignoradas na prática do cotidiano jornalístico (MACNAMARA, 2009; MACIEL, 2006). MacNamara (2009) alerta que consumidores de meios de comunicação, inclusive veículos populares e de qualidade reconhecida, leem diariamente *releases* de AIs como se fossem notícias independentes desenvolvidas pela redação jornalística. A transmutação de *release* para notícia, pela simples cópia, “elimina o processo intermediário imparcial, objetivo, mediador, contestador e baseado na neutralidade” (MACIEL, 2006, p. 21)

A relação entre assessores de imprensa e jornalistas é pesquisada e discutida em várias partes do mundo há mais de oito décadas, mas estudos indicam aumento na incidência de conteúdos trazidos pelas assessorias com a consolidação do jornalismo digital (SAMPAIO, 2014; MACNAMARA, 2009; MACIEL, 2006). Jornalistas apontam o crescimento da área de relações públicas (RP) – em que se inserem as AIs –

e os cortes nas equipes de redação como causas para o considerável volume de cópias e adaptações de *releases* (MACNAMARA, 2009).

Maciel (2006) também destaca o surgimento dos veículos online de informação jornalística, a partir de meados da década de 1990, que demandaram mudanças na produção de notícia: maior velocidade e textos curtos e objetivos. O autor descreve:

Diante da pressão para produzir a notícia em uma velocidade vertiginosa, sobra pouco tempo para o profissional da informação jornalística, que trabalha nos sites, aprofundar o processo de investigação. Esta situação obriga-o a lançar mão dos releases que chegam à sua caixa postal e reproduzi-los sem checar os dados e informações neles contidos (MACIEL, 2006, pp. 2 e 14-15)

Essa rotina acompanha a mudança de hábitos de leitores, que cada vez mais deixam de consumir o jornalismo tradicional, como demonstram estudos nos EUA, Reino Unido e Austrália. “Enquanto isso, mídias sociais como *blogs*, *sites* de redes sociais e compartilhamento de vídeos crescem em escala sem precedentes” (MACNAMARA, 2009, p. 3)⁸. No Brasil, o relatório de notícias digitais da agência de notícias Reuters de 2020 indica que as redes sociais são a principal fonte de notícias para 67% das pessoas, superando a TV (com 66%). Oitenta e sete por cento dos brasileiros se informam por meios online, enquanto apenas 23% leem jornais impressos – índice que era de 50% em 2013 (REUTERS, 2020).

Acompanhando as mudanças, as assessorias têm adequado a formatação de *releases*. Originalmente eram documentos curtos, com informação inicial para posterior complementação pelos jornalistas. Na dinâmica atual, os *releases* ganham estrutura textual de notícia consolidada, com dados completos e falas de especialistas ou autoridades. “Esse novo tipo de suporte trouxe várias vantagens claras para as assessorias, pois permitiu uma maior difusão e melhor visibilidade do documento oficial” (MACIEL, 2006, p. 10).

No entanto, pesquisas internacionais dos anos 1920 a 1980 já apontavam a cópia ou uso sistemático de informações de RP pela imprensa – em índices que variavam de 30% a 80% do total de textos – mesmo em épocas de crescimento na circulação de jornais impressos e da televisão aberta (MACNAMARA, 2009). Assim, não se pode atribuir o cenário atual da relação AI-redações jornalísticas apenas às mudanças mercadológicas recentes.

⁸Texto original: “*Meanwhile, social media such as blogs, social network sites and video sharing sites are growing at an unprecedented rate*”. Tradução livre dos autores.

4. Análise quantitativa da cobertura

4.1 Extensão da cobertura e datas das publicações

A cobertura de portais e *blogs* sobre a ocupação de áreas de preservação permanente (APPs) por empresas salineiras no Rio Grande do Norte, acompanhada de janeiro de 2019 a agosto de 2020, é composta por 90 publicações. O levantamento partiu dos relatórios de *clipping* do Ministério Público Federal no estado (MPF/RN) no período e foi complementado com a ferramenta de busca de notícias do Google, com diferentes palavras-chave – “MPF/RN salinas APP”; “MPF sal RN”; “salineiras RN MPF”; “indústria sal Rio Grande do Norte APP”. As publicações ocorreram em 2019, distribuídas conforme a Tabela 01. Não houve notícias em 2020.

TABELA 01 – Quantidade e datas das publicações sobre a ocupação de APPs por salinas no RN

Mês	Data	Inserções	Total
Janeiro/2019	29/01/19	15	20
	30/01/19	3	
	31/01/19	2	
Fevereiro/2019	02/02/19	1	4
	07/02/19	1	
	08/02/19	1	
	14/02/19	1	
Maio/2019	20/05/19	1	1
Junho/2019	04/06/19	13	29
	05/06/19	5	
	06/06/19	1	
	11/06/19	7	
	12/06/19	2	
	13/06/19	1	
Julho/2019	02/07/19	2	4
	03/07/19	1	
	05/07/19	1	
Agosto/2019	07/08/19	12	29
	08/08/19	9	
	09/08/19	3	
	10/08/19	1	
	12/08/19	2	
Outubro/2019	02/10/19	2	2
Dezembro/2019	30/12/19	1	1
			90

Fonte: produção dos autores.

Em geral, elas se concentraram nas datas dos principais acontecimentos do

procedimento movido pelo MPF/RN, em combinação com *releases* disparados pela assessoria de comunicação do órgão, como se percebe na Tabela 02.

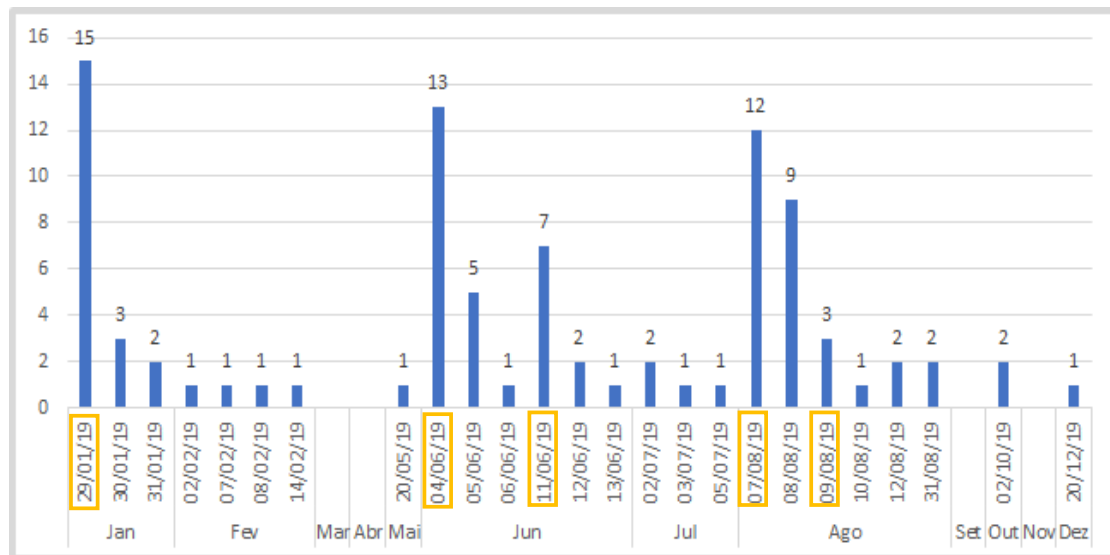
TABELA 02 – Releases divulgados pelo MPF/RN sobre a ocupação de APPs por salinas

Data	Título	Fato relacionado
29/01/19	MPF quer retirada de salinas de áreas de preservação e realocação da produção do sal ⁹ (MPF, 2019a)	Ingresso de 18 Ações Cíveis Públicas em face das empresas salineiras pelo MPF
04/06/19	MPF obtém liminar para que empresa pare gradativamente de utilizar pilhas de sal localizadas em área de preservação ¹⁰ (MPF, 2019b)	Decisões judiciais favoráveis ao MPF
11/06/19	MPF obtém liminar para mais uma empresa desativar pilhas de sal em área de preservação ¹¹ (MPF, 2019c)	
07/08/19	MPF quer anular decreto que permite funcionamento de salinas em áreas de preservação ¹² (MPF, 2019d)	Ingresso de ACP com pedido de anulação de decreto presidencial que tornou a produção salineira de interesse social
09/08/19	MPF quer impedir licenciamento ambiental para salinas em áreas de preservação ¹³ (MPF, 2019e)	

Fonte: produção dos autores.

O gráfico abaixo demonstra a relação entre o envio de *releases* pelo MPF/RN – atrelados a um fato relevante no procedimento – e grande número de notícias publicadas pelos veículos em datas próximas.

GRÁFICO 01 – Quantidade de inserções em comparação à divulgação de *releases* do MPF/RN



Legenda: ■ Quantidade de inserções na data | □ Data de disparo de *releases* do MPF/RN

Fonte: produção dos autores.

9 Texto disponível em: <https://bit.ly/3hK9D1S>. Acesso em: 10 set. 2020.

10 Texto disponível em: <https://bit.ly/2FrZjhV>. Acesso em: 10 set. 2020.

11 Texto disponível em: <https://bit.ly/35OMadz>. Acesso em: 10 set. 2020.

12 Texto disponível em: <https://bit.ly/33BU9b6>. Acesso em: 10 set. 2020.

13 Texto disponível em: <https://bit.ly/2RxWiPh>. Acesso em: 10 set. 2020.

Os principais picos de inserções foram: de 29 a 31 de janeiro (20); quatro a seis de junho (19); 11 a 13 do mesmo mês (10) e sete a 12 de agosto (27). Todos relacionados a disparos do MPF/RN, respectivamente, em 29 de janeiro, quatro de junho, 11 de junho e nos dias sete e nove de agosto. Das 90 publicações identificadas, 72 (80%) mostram-se relacionadas diretamente a algum dos textos divulgados pela assessoria de comunicação. Há publicações não vinculadas às datas da divulgação de *releases*, como nos meses de fevereiro, julho, final de agosto, outubro e dezembro. Essas ocasiões, no entanto, não ultrapassaram duas inserções por dia.

4.2 Perfil dos veículos

O levantamento identificou 54 veículos de comunicação responsáveis pelas 90 publicações. Destes, 31 são *blogs* (57,4%) e 21 são portais de notícias (38,8%). Também foram identificados textos de duas agências de notícias. A descrição dos próprios veículos permite classificá-los quanto a temática a que se dedicam. O gráfico abaixo demonstra que a vasta maioria (87%) é de veículos dedicados a notícias em geral. Apenas três são voltados prioritariamente à temática ambiental (6%), outros três ao campo político e um relacionado à área jurídica.

Quanto à base geográfica dos veículos, verificou-se que 85% (46) são do Rio Grande do Norte, confirmando o caráter predominantemente regional da cobertura. Veículos das capitais de São Paulo (4), Amazonas (2), Ceará (1) e Pernambuco (1) também compõem a amostra, mas em menor escala.

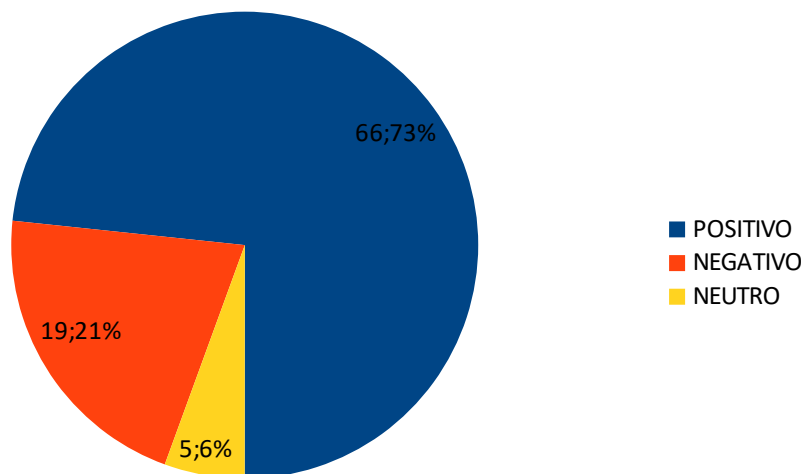
Em análise mais detalhada dos 46 veículos potiguares, tem-se que 43% (20) são da capital Natal. Outro destaque é para a cidade de Mossoró – maior município da região onde se encontram as salinas –, com 20% (9) dos veículos do RN. Os 17 veículos restantes (37%) são distribuídos em outros 13 municípios potiguares.

Outra análise relevante é quanto à presença de veículos dos municípios da região da Costa Branca, onde se concentram as 35 salinas da região, que são Mossoró, Grossos, Areia Branca, Macau, Porto do Mangue, Guamaré e Galinhos. Os 14 veículos das cidades citadas correspondem a 25,9% de todos os envolvidos na cobertura, Mossoró é destaque com nove e os demais não passam de dois, de acordo com o Gráfico 06. Apenas Porto do Mangue e Galinhos não tiveram *blogs* ou portais com publicações identificadas sobre o tema no período.

4.3 Posicionamento das publicações

Em uma primeira análise das publicações – a fim de se captar a tendência geral dos textos – é possível classificá-las quanto ao seu posicionamento (positivo, neutro ou negativo) em relação ao MPF/RN.

GRÁFICO 02 – Posicionamento das publicações em relação ao MPF/RN



Fonte: produção dos autores.

Assim, percebe-se que 73% das publicações são, em aspectos gerais, favoráveis aos argumentos expressos pelo MPF/RN.

De fato, 44 notícias de veículos (48,8% do total) são transcrições fidedignas dos *releases*, sem acréscimos ou supressões, o que representa, ainda, mais de 66% das publicações favoráveis. É interessante notar que apenas duas das 44 repetições são de veículos de fora do RN. Além disso, 27 das repetições partiram de *blogs* (61,3%) e 17 de portais, o que se aproxima da proporção entre *blogs* e portais de toda a cobertura (conforme item 4.2) e indica que a incidência se repetições foi bastante próxima nos dois tipos de veículos.

5. Considerações Finais

Dois fatos chamam a atenção na análise dos dados quantitativos da cobertura de portais e *blogs* sobre a questão ambiental das salinas no RN, quanto à relação AI-suportes jornalísticos: (1) a vasta maioria (80%) das publicações estão diretamente

ligadas à iniciativa da AI de enviar *releases* sobre o tema; (2) quase metade (48,8% das inserções) é reprodução literal dos textos enviados pela AI. Esses fatos demonstram a passividade dos veículos pesquisados e a dependência do recebimento de informações da AI – em muitos casos se limitando a esse conteúdo – para levar o tema ao leitor. Tal postura é resultado de diversos fatores, que não são passíveis de esgotamento neste artigo.

Ao somente reproduzir palavra por palavra o discurso encaminhado pela AI, o suporte jornalístico abre mão dos processos de interpretação e transformação do conteúdo – conforme demonstrado por Sampaio (2014) –, que poderiam confirmar, redirecionar ou acrescentar elementos ao discurso inicial. Ao pular essas etapas, a redação jornalística se resume ao papel passivo de ponte entre uma AI (e sua respectiva organização) e o leitor, ouvinte ou telespectador, enfraquecendo o contrato transacional suporte-leitor. Além disso, o veículo blindo o conteúdo da assessoria – que defende o ponto de vista da organização – com sua credibilidade e pressuposta imparcialidade, muitas vezes sem informar ao leitor que se trata de uma reprodução.

Vale ressaltar, no entanto, que nem sempre a cópia do *release* indica completa abdicação da redação jornalística. É possível que a decisão pela reprodução seja tomada após checagem de fatos e contatos com fontes relacionadas e observação da qualidade do texto produzido. Outro fator que não pode ser deixado de lado é o tema do *release* copiado. Temas polêmicos ou que envolvam acusações, posicionamentos claramente políticos ou interesses econômicos, por exemplo, demandam, de forma mais clara, apuração e consultas a fontes opostas para a produção de um discurso jornalístico equilibrado.

No caso da cobertura analisada, tem-se o interesse público da defesa do meio ambiente proposto pelo MPF/RN, um órgão público federal sem fins lucrativos, o que pode contribuir para a credibilidade e aceitação do discurso produzido pela assessoria. No entanto, os *releases* trazem elementos passíveis de maior detalhamento e busca do contraditório para a construção do discurso informativo, tais como: trechos de pesquisas científicas, cujo conteúdo poderia ser aprofundado e contestado; dados e afirmações sobre a produção de sal que poderiam ser rebatidos pelos produtores; menção a interferências políticas que poderiam ser comentadas pelos demais agentes envolvidos.

Considerando-se a base geográfica dos veículos, chama a atenção o fato de que quase todas as repetições de *releases* (42 do total de 44) foram de portais e *blogs* do RN.

Mesmo com o alto índice de participação de veículos potiguares no total da cobertura (85%), não se pode desconsiderar que a maior proximidade com o órgão e sua AI – o que pode indicar conhecimento dos assessores e das fontes citadas nos *releases* – influenciou a decisão de repetição do material recebido.

Como demonstrado na análise, o índice de reprodução de textos por tipo de veículo pesquisado (portais ou *blogs*) foi proporcional a participação de cada tipo no total da cobertura. Esse dado demonstra que as redações de portais tiveram tendência semelhante de repetição de *releases* em relação aos *blogs* – que, por sua natureza, tendem a ser produções pessoais, informais e por vezes amadoras. Inclusive, portais de grande expressão no estado do RN, como o Tribuna do Norte e o Agora RN estão entre os repetidores.

Os estudos de MacNamara (2009), Maciel (2006) e Sampaio (2014) apontam como um dos fatores para as cópias de conteúdo pelas redações, a dinâmica do jornalismo digital, que impõe um ritmo frenético de produção em que a velocidade se sobrepõe ao conteúdo das notícias. O alto índice de repetições na cobertura analisada reforça esse entendimento, já que trata de 54 veículos digitais de comunicação.

Para a assessoria de imprensa, por outro lado, a reprodução literal de um *release* significa o alcance pleno do objetivo de divulgar o acontecimento sob o enfoque pretendido pela organização, sem sequer enfrentar questionamentos ou a interferência de outras fontes que poderiam ser ouvidas pela redação jornalística, como destacou Maciel (2006). A repetição é, ainda, um indicador de reconhecimento da credibilidade da organização e da própria AI, tendo em vista que o suporte jornalístico precisa ter alto grau de confiança nas fontes e dados citados no *release*.

Diante destas considerações, como defendeu McNamara já em 2009, fica claro que a relação assessoria-redação precisa continuar a ser explorada por pesquisas e debatida de forma transparente no campo de produção jornalística, assim como as implicações das mudanças trazidas pela rotina do jornalismo digital.

Referências Bibliográficas

BRASIL. Decreto 9.824, de 4 de junho de 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3nbwnLV>. Acesso em: 23 ago. 2020.

BUARQUE, C. Prefácio. In: DUARTE, J. (org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2008.

-
- DUARTE, J. **Comunicação Pública**. São Paulo: Atlas, 2007.
- FENAJ. **Manual dos jornalistas em assessoria de comunicação**. Brasília: Fenaj, 2007.
- G1. **Publicado decreto presidencial que reconhece produção salineira potiguar como bem de interesse social**. Rio Grande do Norte, 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3naE84P>. Acesso em: 25 ago. 2020.
- GT-SAL. **Relatório Conjunto de Avaliação Técnica Ambiental dos Empreendimentos Salineiros no Estado do Rio Grande do Norte**. Natal-RN, 2017.
- HOLANDA, J. **Ventos do desenvolvimento: o início da cobertura sobre energia eólica no jornal Tribuna do Norte**. 2017. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal-RN, 2017.
- HERSCOVITZ, H. **Características dos portais brasileiros de notícias**. SBPJor, 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/197/196>. Acesso em: 28 ago. 2020.
- KUNSCH, M. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, Marlene. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006
- MACIEL, A. **Jornalismo Ctrl c/ Ctrl v: uso do release na comunicação da informação online**. Brasília: Universidade de Brasília, 2006. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/33531782.pdf>. Acesso em: 1 set. 2020.
- MACNAMARA, J. **Journalism and PR: Beyond myths and stereotypes to transparency and management in the public interest**. Sidney: University of Technology Sidney, 2019. Disponível em: https://www.academia.edu/830291/Journalism_and_PR_Beyond_Myths_and_Stereotypes_to_Transparency_and_Management_in_the_Public_Interest. Acesso em: 5 set. 2020.
- MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL - MPF. **Sobre o MPF**. c2020. Disponível em: <https://bit.ly/3js27dE>. Acesso em: 20 set. 2020.
- _____. **MPF quer retirada de salinas de áreas de preservação e realocação da produção do sal**. Natal-RN, 2019a. Disponível em: <https://bit.ly/3hK9D1S>. Acesso em: 10 set. 2020.
- _____. **MPF obtém liminar para que empresa pare gradativamente de utilizar pilhas de sal localizadas em área de preservação**. Natal-RN, 2019b. Disponível em: <https://bit.ly/2FrZjhV>. Acesso em: 10 set. 2020.
- _____. **MPF obtém liminar para mais uma empresa desativar pilhas de sal em área de preservação**. Natal-RN, 2019c. Disponível em: <https://bit.ly/35OMadz>. Acesso em: 10 set. 2020.
- _____. **MPF quer anular decreto que permite funcionamento de salinas em áreas de preservação**. Natal-RN, 2019d. Disponível em: <https://bit.ly/33BU9b6>. Acesso em: 10 set. 2020.
- _____. **MPF quer impedir licenciamento ambiental para salinas em áreas de preservação**. Natal-RN, 2019e. Disponível em: <https://bit.ly/2RxWiPh>. Acesso em: 10 set. 2020.
- MOLONEY, K; JACKSON, D.; MCQUEEN, D. *News journalism and public relations: a dangerous relationship*. In: ALLAN, S.; FOWLER-WATT, K. **Journalism: New Challenges**. Bournemouth: Bournemouth University, 2013 (pp.259-181).
- NOVELLI, A. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. **Organicom**, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 74-89, jun. 2006. ISSN 2238-2593. Disponível em: <https://goo.gl/ifotzW>. Acesso em: 13 set. 2020.
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Campos, 2014.

REUTERS. *Digital News Report 2020*. Oxford: *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2020. Disponível em: https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em: 1 set. 2020.

SAMPAIO, C. **A construção do discurso informativo na relação entre assessoria de imprensa e jornalismo**: apontamentos metodológicos para análise. Salvador: UFBA, 2014.

SIESAL & SIMORSAL. **Nota à imprensa**. RN, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3jnslxE>. Acesso em: 15 set. 2020.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Santa Catarina: Insular, 2005.

VIZEU, A. **Decidindo o que é notícia**. Os bastidores do telejornalismo. 2005. Universidade Federal de Pernambuco, Recife-PE, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.