

## **O Jornalismo como ferramenta de Comunicação Pública: uma análise da cobertura noticiosa sobre a Covid-19 nos portais dos estados do Sul do Brasil<sup>1</sup>**

Maiara Carvalho Batista MADURO<sup>2</sup>  
Faculdade Ielusc, Joinville, SC

### **RESUMO**

A eficácia do jornalismo enquanto ferramenta de comunicação pública pode ser comprovada com o protagonismo do setor nos órgãos públicos nas mais variadas instâncias. Este artigo se propõe a analisar a cobertura noticiosa feita em sites institucionais dos governos dos estados do Sul do Brasil: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul sobre a pandemia do novo coronavírus. O corpus é formado por 18 notícias publicadas nos três portais no dia em que cada um dos estados completou 120 dias de enfrentamento à Covid-19. Os resultados foram obtidos por meio da análise de conteúdo, dividida e categorizada à luz do embasamento teórico acerca das funções da CP e das técnicas do jornalismo. Os resultados indicam que, apesar de haver informação, prestação de contas e os textos se utilizarem da estrutura jornalística, o uso da CP para promoção pessoal, prática vedada pela legislação, é expressivo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Pública. Jornalismo. Governo. Comunicação Estatal.

### **INTRODUÇÃO**

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde declarou pandemia do novo coronavírus, SARS-CoV-2, causador da Covid-19. No dia 26 de fevereiro, o Brasil registrou o primeiro caso da doença no país. Desde então, o assunto agendou as notícias dos veículos de comunicação, das redes sociais e das conversas em aplicativos de mensagens. Com a pandemia do novo coronavírus, se instaurou também uma crise de saúde pública, econômica e social no Brasil. E em um cenário catastrófico, a disseminação de informação confiável e verídica teve papel fundamental na sociedade, tornando a comunicação feita pelos órgãos públicos protagonista, no sentido amplo da palavra, como algo importante e de destaque.

---

<sup>1</sup> Trabalho 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.

<sup>2</sup> Mestra em comunicação pela UFPR, jornalista e professora universitária, e-mail: [maiara.carvalho@ielusc.br](mailto:maiara.carvalho@ielusc.br).

---

As Secretarias de Comunicação das Prefeituras, Governos de Estado e Governo Federal são responsáveis por repassar informações sobre dados, medidas, ações, investimentos e respostas à sociedade em relação a uma situação como a que se instaurou. São profissionais de comunicação, como jornalistas, publicitários, relações públicas e outros que executam a função de repassar informação de forma transparente.

Neste artigo, partimos da premissa que a administração pública, independente da esfera, tem a obrigação de informar o cidadão, seja sobre seus atos, programas, obras, serviços e devem realizar campanhas de caráter educativo e informativo, conforme está previsto no capítulo cinco, da Constituição Federal (1988). Além disso, ter acesso às informações públicas é uma condição para que o cidadão participe, politicamente, da vida em sociedade.

E quando falamos em informação, o jornalismo se torna indispensável. Por isso, neste artigo, será aferida a forma como o jornalismo - uma das ferramentas da Comunicação Pública - foi utilizado pelos governos dos três Estados do Sul do país - Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A pesquisa analisa a cobertura noticiosa no dia em que os estados completaram 120 dias de enfrentamento à pandemia.

## **COMUNICAÇÃO PÚBLICA: DO CONCEITO À FUNÇÃO**

Estudar comunicação pública requer dedicação ao significado embrionário do termo. De forma geral, há um ponto em comum encontrado na literatura pesquisada, pelo menos para cinco dos pesquisadores da área: a comunicação pública tem que ter como foco o cidadão.

Maria Helena Weber (2017) defende que a comunicação pública é um dos principais indicadores de qualidade das democracias. Próximo desse pensamento, Mariângela Furlan Haswani (2013) acredita que os órgãos públicos deveriam ter a obrigação de informar os cidadãos sobre temas que garantam seus direitos. Margarida M. Krohling Kunsch (2012) fala em responsabilidade com a informação. Elizabeth Pazito Brandão (2012) afirma que a comunicação pública é mais do que uma profissão, deve ser vista como missão, no caso, a missão de informar o cidadão. Jorge Duarte (2012) sustenta a ideia de que a comunicação pública deve assegurar o direito ao cidadão de ter conhecimento da informação e, mais do que isso, a possibilidade de expressar suas posições.

---

Essa relação pode ser explicada, em partes, pela história da comunicação realizada em órgãos públicos no Brasil, no momento pós-regime militar (1964-1985) até os dias atuais. O conceito se valorizou a partir do momento em que a sociedade necessitava de uma comunicação qualificada vinda por parte do Estado. Ao contrário de um estado totalitário, onde há o controle da informação e da participação caracterizada pela censura, repressão, a democracia valoriza a acessibilidade ao saber. “Sem informação não há argumentação e sem possibilidade de criticar, argumentar, não há comunicação, sobressai a propaganda, a divulgação do poder que tenta se legitimar e, portanto, não há comunicação pública” (WEBER, 2017, p. 28).

Haswani (2013) argumenta que o estudo da comunicação pública possui duas vertentes diferentes, mas que em determinado momento se cruzam: de um lado as ciências jurídica e social para fundamentar o Estado Democrático de Direito e constitucional, de outro as ciências da comunicação para fechar o escopo no que diz respeito à comunicação pública de fato. Assim como a autora expõe ser necessário a identificação dos termos que formam o conceito comunicação pública, Weber (2017, p.26) alerta para o fato de que, muitas vezes, o que deveria ser de interesse público, mascara o interesse privado, “entendido este como privilegiando determinados governantes e seus dependentes familiares ou políticos”.

Para Elizabeth Pazito Brandão (2012), o principal desafio está na definição do próprio termo comunicação pública. Para a pesquisadora, é possível identificar pelo menos cinco áreas de conhecimento e atividade profissional que se utilizam do termo: comunicação organizacional; comunicação científica; comunicação do Estado e/ou governamental; comunicação política e comunicação da sociedade civil organizada.

Para Brandão (2012), a comunicação pública vista como comunicação do Estado e/ou governamental possui a responsabilidade em estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos. Dessa forma, a comunicação promovida pelos governos pode ter a preocupação de despertar o sentimento cívico; informar e prestar contas; motivar e educar; proteger e promover a cidadania ou, ainda, convocar os cidadãos para o cumprimento de seus deveres.

A partir desse panorama, é possível identificar um ponto comum de entendimento: “aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.” (BRANDÃO, 2012, p. 9). Assim como o mercado passou a se preocupar com imagem

pública, responsabilidade social, prestação de contas e transparência, por exemplo, o Estado começou a entender a comunicação como parte do processo de restauração da democracia.

Kunsch (2012) chama a atenção para o fato de que as “instituições públicas deveriam ter mais responsabilidade” com a comunicação e exalta ainda que alguns princípios deveriam ser fundamentais, como ser uma instituição aberta e que ouve a população. Nesse panorama, a comunicação pública utiliza, na verdade, distintos campos de conhecimento e de práticas profissionais, como relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda e comunicação digital. Multiprofissionais que trabalham, de acordo com a autora, com o objetivo de alcançar o interesse público.

## **JORNALISMO COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Na estrutura administrativa de um órgão público, a comunicação tem lugar de destaque. E nela, o jornalismo se torna peça fundamental, principalmente, no que diz respeito a disseminação de informação de interesse público, bem como na visibilidade das ações de governo. A pesquisadora Ana Javes Luz (2017) propõe visualizar a comunicação pública feita por governos como um Sistema de Comunicação Governamental, que conta com 11 estruturas, sendo uma delas o jornalismo:

refere-se às atividades desenvolvidas pelos jornalistas das estruturas de comunicação do Estado, com o objetivo de divulgar políticas públicas, ações do governo e avaliar sua repercussão. São atividades que abrangem a produção de notícias, entrevistas, reportagens, artigos e publicações, a partir de fontes institucionais. Envolve também as atividades de assessoria de imprensa, voltadas ao relacionamento com os veículos de comunicação, seus profissionais e visando adentrar o espaço midiático. Seus principais produtos são os avisos de pautas, as notas oficiais, a intermediação de entrevistas com gestores públicos e a divulgação de agendas e eventos. (LUZ, 2017, p. 27)

Corroborando com as atividades descritas acima, em uma pesquisa empírica sobre o trabalho da assessoria de imprensa em prefeituras, Lara (2017) elencou seis características presentes na produção informativa de órgãos públicos e que, em muitos casos, se aproximam da publicidade e propaganda. São elas: a) presença de falas de autoridades; b) falta de informação; c) falta de linguagem jornalística; d) uso de adjetivos; e) generalizações; e f) previsões inconsistentes.

---

De forma geral, o produto jornalístico apresentado por um órgão deve ser orientado por duas vias. De um lado, as premissas da comunicação pública, no que diz respeito a garantia ao cidadão de ter informação, transparência, prestação de contas e publicidade dos atos. Por outro, as premissas do jornalismo em si, no que diz respeito aos deveres profissionais do jornalismo, aos critérios de noticiabilidade e ao respeito as normas de escrita jornalística.

Nesta perspectiva, o jornalismo, seja ele praticado por ente público ou privado, tem a missão de prover a sociedade de informação que interesse a todos. Compreende-se, portanto, que um portal de notícias poder executivo tem o duplo dever de contemplar o interesse público não só por emanar da esfera estatal, mas por se propor à atividade jornalística, ou seja, à produção de notícias. (LESSA, 2017, p.35)

Entretanto, o jornalismo praticado em órgãos públicos não possui normas pré-determinadas que orientem a atividade. Situação que deixa espaço aberto para conflito de interesses, como visibilidade política (LESSA, 2017). Neste caso, acionamos o conceito de “paradoxo da visibilidade” para explicar que se, de um lado a comunicação pública é um indicador da qualidade da democracia, por outro, ela precisa prestar contas e acionar os dispositivos de visibilidade pública.

Nesse cenário, o que a autora chama de jornalismo institucional - a prática de produção de notícias em um órgão público - tem a função de evidenciar o posicionamento da instituição sobre determinado assunto, bem como traduzir questões inerentes ao público, a sociedade. “Nas notícias está registrado o que a instituição escolhe dizer de si e dos seus feitos para ser publicizado em seu site e também como sugestão de pauta para a imprensa.” (WEBER, 2016).

No que diz respeito as normas jornalísticas, a prática se utiliza também te ferramentas do jornalismo praticado fora da instância pública. Entre elas está a ética profissional, conduta prevista no Código de Ética dos Jornalistas (FENAJ, 2007). No artigo 7º do documento, está claro a necessidade de manter o compromisso com a verdade dos fatos, bem como pautar o trabalho pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação. De acordo com o Código, é, também, dever do jornalista prezar pelo interesse público. Sendo esse um importante valor-notícia.

Em uma pesquisa que teve como objetivo traçar o perfil do comunicador público brasileiro, Machado e Moreira (2005) constataram que o jornalismo exercido em órgãos públicos nem sempre pode ser chamado de jornalismo porque enfrenta duas nuances: a) a falta de iniciativa de produção e divulgação de conteúdo negativo para a imagem da

instituição em que trabalha; b) baixa diversidade de fontes e assuntos, limitada pelo próprio órgão.

Os dados também indicam que os comunicadores públicos, de modo geral, identificam-se com o interesse público e demonstram preocupação em cumprir seu papel na promoção do direito dos cidadãos à informação. O maior ou menor grau dessa identificação depende das dificuldades que cada organização oferece. No geral, porém, não resta dúvida de que o Estado permite excessivas pressões sobre o trabalho desses profissionais, retirando-lhes grande parte da autonomia. Outro tipo de dificuldade são as causadas pela mídia - ainda a principal forma de acesso dos cidadãos às informações públicas. Sem esforço de ambos os lados, não há como suprir adequadamente o direito à informação. (MACHADO, MOREIRA, 2005, p. 123).

Apesar desse cenário, as autoras são otimistas em relação ao futuro do jornalismo praticado pelo que elas denominam jornalistas públicos. E um dos motivos é aceitação em utilizar mecanismos próprios do jornalismo, como os critérios de noticiabilidade, já que interesse público é um importante valor-notícia. (MACHADO, MOREIRA, 2005). Por isso, neste artigo, a discussão sobre o processo de construção da notícia, mesmo que de forma superficial, se faz necessário para que o objeto empírico possa ser analisado também com esse olhar.

Contribuições sobre os critérios de noticiabilidade foram extraídas de um estudo da professora Gislene Silva (2005), em que ela faz um levantamento de autores como Mauro Wolf, Nelson Traquina, Michael Kunczik, Manuel Carlos Chaparro, Mário Erbolato e Nilson Lage sobre as teorias propostas por eles para entender como as notícias são como são, quais os critérios de noticiabilidade escolhidos e os valores-notícias utilizados quando os fatos viram notícias. A autora elaborou uma lista<sup>3</sup> com 11 macro-valores-notícias, sendo que cada um deles tem outros micro-valores notícias.

São eles: (1) Impacto: número de pessoas envolvidas (no fato); número de pessoas afetadas (pelo fato); grandes quantias (dinheiro); (2) Proeminência: notoriedade; celebridade; posição hierárquica; elite (indivíduo, instituição, país); sucesso/herói; (3) Conflito: guerra; rivalidade; disputa; briga; greve; reivindicação; (4) Entretenimento/curiosidade: aventura; divertimento; esporte; comemoração; (5) Polêmica: controvérsia, escândalo; (6) Conhecimento/cultura: descobertas; invenções; pesquisas; progresso; atividades e valores culturais; religião; (7) Raridade: incomum; original; inusitado; (8) Proximidade: geográfica; cultural; (9) Governo: interesse

---

<sup>3</sup> A lista original está em forma de tabela, mas neste artigo optou-se por colocar em texto corrido, por conta do espaço disponível.

nacional; decisões e medidas; inaugurações; eleições; viagens; pronunciamentos; (10) Tragédia/drama: catástrofe; acidente; risco de morte e morte; violência/crime; suspense; emoção; interesse humano; (11) Justiça: julgamentos; denúncias investigações; apreensões; decisões judiciais; crimes.

Neste artigo, em que consideramos o jornalismo como uma ferramenta da comunicação pública, nos limitamos a trabalhar esses critérios de noticiabilidade descritos acima como parte da estrutura jornalística utilizada nos conteúdos noticiosos publicados nos sites dos governos de Estado. Eles servirão de base para analisar o objeto empírico, ao lado de outros indicadores, conforme apresentado no caminho metodológico a seguir.

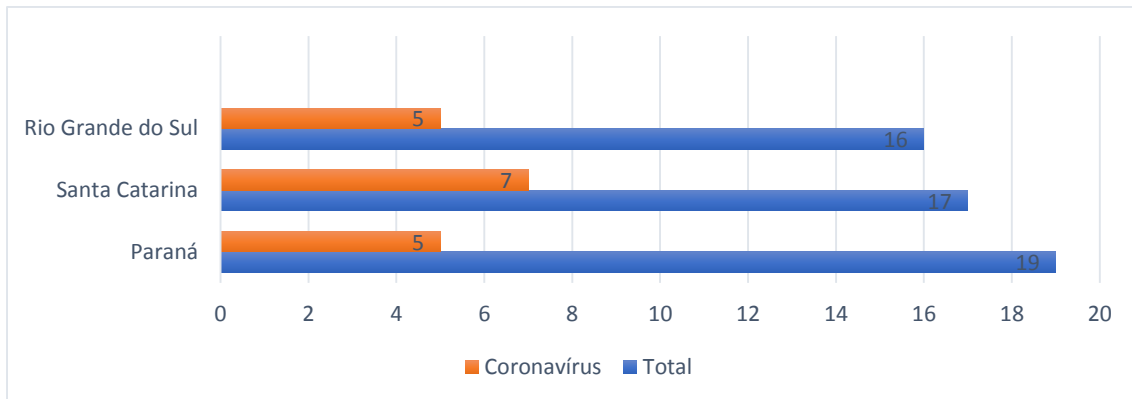
## **CAMINHOS DA PESQUISA**

Nesta pesquisa, optou-se pela metodologia da análise de conteúdo, conforme preconiza Bardin (2016). Embora tenha histórico positivista, AC tem ganhado espaço em análises qualitativas, principalmente, na interpretação de dados. Já que esse tipo de análise permite ao pesquisador observar além dos “significados imediatos”. Isso porque, o método exige pelo menos três fases: a pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados obtidos e interpretados.

Na pré-análise, os sites dos governos e as páginas onde as notícias são publicadas foram visitados. Todas as notícias publicadas no dia em que o referido Estado completou 120 dias de enfrentamento à pandemia foram coletados (13 de julho de 2020 para os estados do Paraná e Rio Grande do Sul e 15 de julho de 2020 para Santa Catarina). A escolha metodológica por este recorte temporal se deu pelo fato de que neste período (nos dias próximos a essa data), todos esses três Estados estavam com uma situação preocupante em ascensão, com aumento no número de infectados pela doença, bem como aumento no número de óbitos.

Na primeira fase foram selecionadas todas as notícias publicadas na data especificada acima, totalizando 52, sendo 19 no site do Governo do Estado do Paraná, 17 no de Santa Catarina e 16 no Rio Grande do Sul. Após a seleção, foi realizada a leitura flutuante - etapa responsável pelo primeiro contato com o objeto empírico -, que resultou na constituição dos corpus, formado por textos que abordaram temas relacionados ao coronavírus, conforme mostra o gráfico 1.

Gráfico 1: Corpus da pesquisa



Fonte: a autora (2020).

A partir do embasamento teórico, as categorias de análise foram definidas com base em duas premissas: funções da comunicação pública; característica do texto noticioso. Para analisar o corpus com base na função da comunicação pública, o olhar se voltou ao material com o objetivo de identificar se aquele conteúdo realizou as funções de: a) prestar contas; b) informar; c) promover uma pessoa ou um governo. As duas primeiras ações são básicas e devem nortear todo conteúdo produzido e publicado pela administração pública, seja em qual esfera for. Já a última, é vedada a prática de promoção de uma pessoa, no caso de políticos, ou do próprio governo. Já para codificar conforme as características do jornalismo, foram acionados os seguintes indicadores: a) variação de vozes; b) critérios de noticiabilidade; c) estrutura do texto jornalístico.

## APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No portal de notícias do Estado do Paraná, das 19 matérias publicadas no dia 13 de julho de 2020, seis eram sobre a situação do coronavírus no Estado. Destas, quatro foram classificadas como prestação de contas; quatro como promoção pessoal ou do governo e todas as seis também fazem parte da categoria informação. Já no portal de Santa Catarina, das 17 matérias, sete foram sobre a pandemia no Estado, sendo seis de prestação de contas; duas como promoção pessoal ou do governo e seis como informação. No Rio Grande do Sul, foram publicadas 16 matérias, sendo cinco sobre a Covid-19. Destas, quatro como prestação de contas, duas como promoção pessoal e quatro como informação.



Apesar da análise quantitativa não ser prioridade neste artigo, é possível visualizar que entre os Estados do Sul, o Paraná utiliza o indicador “informação” em todos os textos noticiosos publicados no portal. Mas os resultados apontam também que, ao mesmo tempo em que informa e presta contas, a CP praticada se utiliza da ferramenta de visibilidade para promoção da imagem.

Como apresentado no gráfico 1, no portal de notícias do Estado do Paraná, das 19 matérias publicadas no dia 13 de julho de 2020, seis falaram sobre a situação do coronavírus no Estado. No quadro abaixo é possível visualizar a partir dos títulos das matérias publicadas:

Quadro 1 - Publicações site | Estado do Paraná

<b>Título</b>	<b>Informação</b>	<b>Promoção pessoal</b>	<b>Prestação de contas</b>
<b>Governo do Estado já abriu 913 leitos de UTI para Covid-19</b>	X	X	X
<b>Governador entrega 1ª fase do hospital regional de Guarapuava</b>	X	X	X
<b>Noroeste recebe reforço na estrutura hospitalar para Covid-19</b>	X	X	X
<b>Paraná tem alto índice de transparência em ações contra a Covid-19</b>	X	X	X
<b>Paraná acumula 43.095 casos positivos e 1,072 mortos</b>	X	-	-
<b>Estudantes da rede estadual produzem máscaras para doação</b>	X	-	-

Fonte: autora (2020)

Dois textos tem somente a função de informar. Um deles é o boletim diário emitido pela Secretaria Estadual de Saúde, com os números acumulados, aumento diário, óbitos, internações. Nesse texto, especificamente, é possível identificar a função da CP na sua essência, já apresentada na revisão da literatura deste artigo: informar o cidadão sobre determinado assunto.

Outro dado que chama a atenção é o fato de que quatro textos se encaixam nas três categorias. Três desses textos exaltam o aumento no número de leitos para o tratamento da Covid-19, colocando o governo e o governador como peças fundamentais para que tal ação fosse realizada. Um dos textos inicia dessa forma: “O governador Carlos Massa Ratinho Junior entregou nesta segunda-feira (13) a primeira fase das obras do Hospital de Guarapuava...”. Apesar da prestação de contas e da informação fazerem parte do conteúdo noticioso, a promoção pessoal da figura do governador e da própria gestão é evidente.

A prática, vedada na legislação, é menos presente nas matérias publicadas no site do Governo do Estado de Santa Catarina, conforme mostra o quadro abaixo:

Quadro 2 - Publicações site | Estado de Santa Catarina

<b>Título</b>	<b>Informação</b>	<b>Promoção pessoal</b>	<b>Prestação de contas</b>
<b>Procon encontra diferença de até 200% nos preços dos exames de Covid-19</b>	X	-	X
<b>Lacen recebe insumos e equipamentos para agilizar resultados de exames</b>	X	-	X
<b>Núcleo intersetorial de Inteligência de Dados entrega Sala de Situação Digital a municípios catarinenses</b>	X	-	X
<b>Em visita a Florianópolis, secretário do Ministério da Saúde garante entrega de medicamentos do kit intubação</b>	-	X	X
<b>Estado confirma 47.976 casos e 569 mortes por Covid-19</b>	X	-	-
<b>Secretaria da Saúde alinha ações de enfrentamento à pandemia com municípios do Sul do Estado</b>	X	-	X
<b>Governo do Estado completa 120 dias de enfrentamento à pandemia e mantém melhor desempenho do país</b>	X	X	X

Fonte: autora (2020)

Dos três estados analisados, Santa Catarina foi o único que publicou um conteúdo noticioso em alusão aos 120 dias de enfrentamento à Covid-19 no Estado. Sendo também o único texto que aciona os indicadores de informação, promoção pessoal ou do governo e prestação de contas. Para informar, são utilizados dados, números e uma pesquisa. Para promover a figura do governador e exaltar as ações de governo, o mecanismo utilizado é uso de citação direta. Para prestar contas, as ações e investimentos feitos pelo governo durante o período são destacadas.

No Rio Grande do Sul, foram publicadas 16 matérias, conforme mostra o quadro 3. A exemplo de SC, o Rio Grande do Sul também prestou contas relacionadas aos 120 dias de combate à pandemia, sem mencionar o número de dias, mas usando o termo “desde o início da pandemia”. No texto, o foco foi no aumento no número de leitos de Unidade de Terapia Intensiva para atendimento pelo Sistema Único de Saúde. A promoção se concentra na ação do governo estadual em ampliar esses números. Já a prestação de contas pode ser observada no momento em que foi listada os locais (cidades e hospitais) onde estão os novos leitos.

Quadro 3 - Publicações site | Estado do Rio Grande do Sul

<b>Título</b>	<b>Informação</b>	<b>Promoção pessoal</b>	<b>Prestação de contas</b>
<b>Mapa definitivo da décima rodada do distanciamento controlado tem 10 regiões em vermelho</b>	X		X
<b>Confira as ações do governo do RS no combate ao coronavírus em 13 de julho</b>			X
<b>Governo do Estado busca apoio do Ministério da Saúde para compra de medicamentos em falta no RS</b>	X	X	
<b>Estado recebe mais 103 respiradores doados pelo Ministério da Saúde</b>	X		X
<b>Estado alcança aumento de quase 75% no total de leitos de UTI para atendimento pelo SUS</b>	X	X	X

Fonte: a autora (2020)

Para alcançar o objetivo de identificar como a cobertura noticiosa sobre a Covid-19 foi realizada pelos governos executivos do Sul do país, o corpus foi submetido a análise com base nas características do jornalismo, usando os seguintes indicadores: a) variação de vozes; b) critérios de noticiabilidade; c) estrutura do texto jornalístico.

O objetivo do primeiro indicador foi identificar quem dá voz aos conteúdos noticiosos publicados nos respectivos sites institucionais, ou seja, quem são as fontes citadas. Partindo da premissa de que no jornalismo as fontes podem ser divididas da seguinte forma: (a) primárias, aquelas em que o jornalista se baseia para colher a parte principal da matéria com fatos, versões e números; (b) secundárias, surgidas com o decorrer do tema a ser desenvolvido, isto é, fontes envolvidas indiretamente com o acontecimento; (c) oficial, mantidas pelo Estado ou instituição que preserva poder de Estado; organizações, fundações, sindicatos, associações; (d) oficiosas, ligadas a uma instituição, mas não são autorizadas a falar diretamente em nome dela; (e) independentes, desvinculadas de poder e interesse direto com as instituições. (LAGE, 2001).

O mapeamento das fontes citadas nas matérias indica que nos conteúdos analisados aparecem fontes primárias, oficiais e oficiosas. Nos textos não aparecem fontes secundárias e nem independentes. Esse mapeamento das fontes, conforme mostra o quadro 5 foi importante para corroborar com os resultados apresentados acima referentes a função da comunicação pública.

Assim como o Estado do Paraná figura como um governo que utiliza a CP com o intuito de promoção de imagem, é também o Estado em que há menos variação de fontes.

Ao lado do Rio Grande do Sul, é o Estado em que o governador tem destaque no texto, aparecendo três citações cada.

Quadro 4 | Fontes utilizadas.

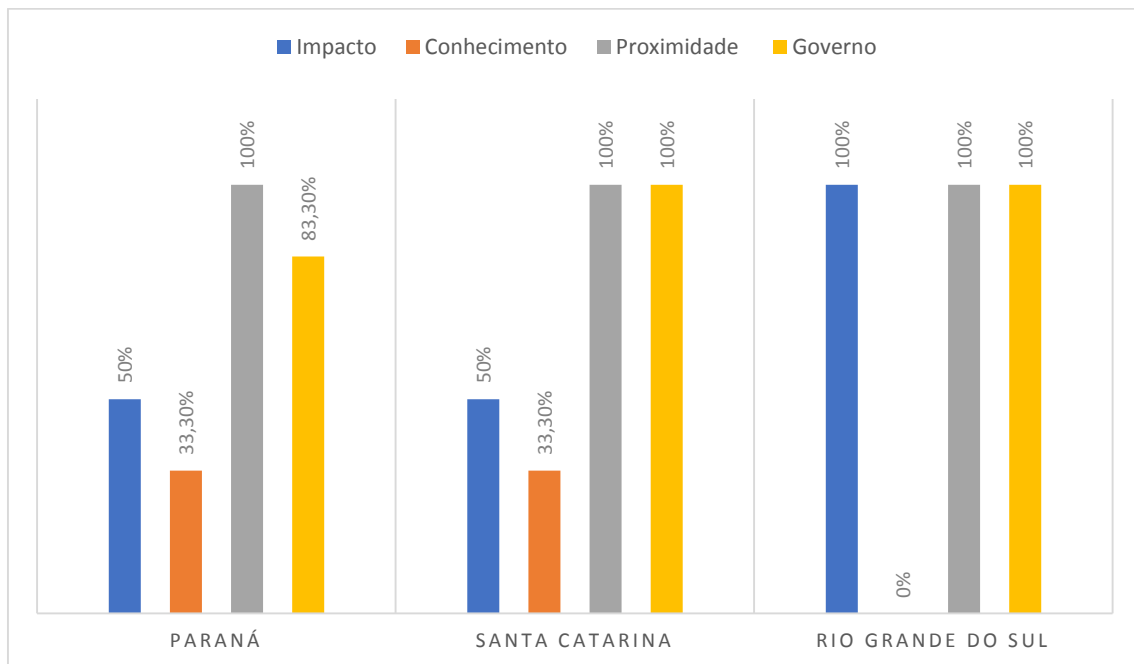
<b>Paraná</b>	<b>Santa Catarina</b>	<b>Rio Grande do Sul</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlador-geral do Estado</li> <li>- Coordenador de Transparência e Controle Social</li> <li>- Diretora escolar</li> <li>- Governador do Estado (3x)</li> <li>- Prefeito de Guarapuava</li> <li>- Secretaria de Saúde (órgão)</li> <li>- Secretário de saúde (3x)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deputada Federal</li> <li>- Diretor do Procon</li> <li>- Governador do Estado</li> <li>- Presidente voluntária do Social Good Brasil em SC</li> <li>- Secretário de Estado da Administração</li> <li>- Secretário de Estado da Saúde (3x)</li> <li>- Secretário Nacional de Atenção Especializada à Saúde</li> <li>- Secretário-adjunto da Saúde</li> <li>- Superintendente da Vigilância em Saúde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordenadora do Comitê de Dados</li> <li>- Diretora do Dep. de Assistência Hospitalar e Ambulatorial</li> <li>- Governador do Estado (3x)</li> <li>- Presidente da Federação das Santas Casas e Hospitais Beneficentes, Filantrópicos e Religiosos do Rio Grande do Sul</li> <li>- Secretária de Saúde (3x)</li> <li>- Secretária-adjunta da Saúde</li> <li>- Secretário Nacional de Atenção Especializada à Saúde</li> </ul>

Fonte: a autora (2020).

Utilizando como base a tabela de valores-notícia elaborada por Silva (2005), a pesquisa identificou quatro critérios presentes nos textos analisados: (1) impacto, se refere a número de pessoas envolvidas no fato, número de pessoas afetadas pelo fato ou grandes quantias de dinheiro; (2) conhecimento, se refere a descobertas, invenções, pesquisas, progresso, atividades e valores culturais e religião; (3) proximidade, se refere a localização geográfica ou cultural e (4) governo, que inclui interesse nacional, decisões e medidas, inaugurações, eleições, viagens e pronunciamentos.

No gráfico 2 é possível visualizar que todos os estados utilizam o critério de proximidade. Esse indicador é importante para avaliar positivamente a CP feita pelos três estados, porque isso significa dizer que o conteúdo noticioso publicado se refere àquele local, àquele Estado, mantendo os cidadãos que moram ali informados sobre os acontecimentos. Já o critério de conhecimento não aparece em nenhuma matéria publicada no site institucional do Rio Grande do Sul. Aparecendo na mesma proporção nos Estados do Paraná e Santa Catarina. No primeiro, foi identificado em uma matéria sobre o desempenho do Estado na divulgação de dados da pandemia.

Gráfico 2 - Critérios de noticiabilidade



Fonte: a autora (2020).

Também foi intenção dessa pesquisa, identificar, mesmo que de forma superficial, os elementos do texto jornalístico utilizado nos conteúdos publicados. Com exceção dos boletins informativos diários com números do coronavírus nos Estados do Paraná e Santa Catarina, e do boletim com ações feito pelo Rio Grande do Sul, todos os outros textos contém características de um texto jornalístico, que podem ser listadas da seguinte forma: uso de dados/números/informações, uso de citações diretas e indiretas, uso do lead, da pirâmide invertida, título chamativo, entre outros elementos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo identificar, analisar e comparar como o jornalismo foi utilizado enquanto ferramenta de comunicação pública pelos Governos Estaduais do Sul do Brasil: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul durante a pandemia do novo coronavírus. Os resultados da análise de conteúdo aplicada apontam para o fato de que, apesar dos conteúdos noticiosos conterem informação e alcançarem seu objetivo de prestarem contas à população, o uso para promoção da imagem se destaca.

O estudo aponta ainda que, apesar da estrutura de texto jornalístico, a variação de vozes é baixa e o uso de fontes primárias oficiais alcança totalidade, fazendo com que faltem especialistas, personagens e outras vozes que não sejam representantes daquela

determinada instituição. E se, por um lado, os critérios de noticiabilidade utilizados são a maioria de proximidade e de governo, as notícias sobre pesquisas e inovação são mais baixas.

De modo geral, os três estados tem peculiaridades semelhantes quanto ao uso do jornalismo na comunicação pública. Nesta pesquisa, a análise se voltou, exclusivamente, aos conteúdos que informaram questões relacionadas a pandemia do novo coronavírus. Dessa forma, a semelhança principal está no destaque às ações de combate a doença nos respectivos Estados, como uso de verba pública para ampliação de leitos em hospitais. Já a principal diferença está nos boletins emitidos diariamente com os números de casos dos estados. Sendo que Paraná e Santa Catarina emitem números e informações sobre a doença, enquanto que o Rio Grande do Sul publica são informações diárias sobre ações.

Ao encerrar este artigo, é preciso admitir que a análise possui limitações, como o recorte temporal. Em pesquisas futuras sobre essa mesma temática, um recorte temporal mais amplo, com mais elementos para analisar, pode aprofundar ainda mais o debate acerca da importância do jornalismo na Comunicação Pública feita por órgãos públicos. A escolha do objeto empírico também pode variar, podendo estabelecer diferenças entre estados de diferentes regiões, prefeituras e outros órgãos públicos.

Outra importante proposta que surgiu com este artigo é a possibilidade de elaborar uma metodologia para análise de conteúdos noticiosos publicados por instituições públicas, a fim de entender melhor quais os mecanismos do jornalismo utilizados e se atendem as funções do jornalismo e da comunicação pública. De forma geral, há ainda um vasto terreno para ser explorado no campo da pesquisa em comunicação pública para que mais conhecimento seja produzido na academia e que chegue até as instituições e profissionais que atuam nas lideranças de comunicação pública.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.) et al. **Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012.

---

FEDERAL, Senado. **Constituição federal de 1988**. Fonte: Planalto. gov. br: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm), 1988.

FENAJ. Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória: FENAJ, 2007. Disponível em: [https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf)

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação pública: bases e abrangências**. São Paulo: Saraiva, 2013.

KUNSCH, Margarida. Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação Pública: Interloquções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA-USP, p. 13-30, 2012.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LARA, Matheus Henrique de. **Jornalismo a serviço de quem? Produção informativa em assessorias de imprensa de prefeituras do interior do Paraná**. 2017. 128 f. Dissertação (mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2017.

LESSA, Alessandra Siqueira. **Comunicação pública versus comunicação do governo: estudo de caso sobre o Portal de Notícias do Poder Executivo de Goiás**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Goiás. Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Goiânia, 2017.

LUZ, Ana Javes. Sistemas de comunicação governamental: a experiência da Prefeitura de Fortaleza (2005-2012). **Comunicação pública e política: pesquisa & práticas**. Florianópolis: Insular., v. 1, p. 423-437, 2017.

MACHADO, Marcia Benetti; MOREIRA, Fabiane. Jornalismo e informação de interesse público. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, n. 27, p. 117-124, 2005.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (Org.). **Comunicação pública e política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular, p. 23-56, 2017.

WEBER, Maria Helena; CARNIELLI, Fiorenza Z. A comunicação de instituições públicas e o paradoxo da visibilidade estratégica. **Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v. 25, 2016.