

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

**JOSÉ VALMEI BUENO**

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DO SUL DE MINAS GERAIS

**MARIA CRISTINA COMUNIAN FERRAZ**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCAR)

**RODRIGO EDUARDO BOTELHO FRANCISCO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

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

## 1. Introdução

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS) foi criado em 2008 pela lei 11.892, quando os Centros Federais de Educação Tecnológica (Cefets), as Unidades Descentralizadas de Ensino (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 (IF's). Esta legislação, em seu artigo 2º, define as unidades 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 (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. 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. No primeiro semestre de 2017, a instituição somava mais de 19 mil e 500 alunos. O objetivo do Instituto é ampliar o acesso ao ensino profissionalizante nos 178 municípios de abrangência da macrorregião sul de Minas. A finalidade proposta pelo IF é beneficiar cerca de 3,5 milhões de pessoas, direta ou indiretamente.<sup>1</sup>

No serviço público ofertado pelo IFSULDEMINAS, no entanto, há o desafio de manter uma comunicação adequada e eficiente com tal público, especialmente a partir da linguagem das informações jornalísticas veiculadas no *site* institucional<sup>ii</sup>, principal veículo de comunicação do Instituto. Esta plataforma está sujeita, como qualquer meio de comunicação contemporâneo, à vertiginosa influência das hipermídias, sobretudo em relação ao público atendido pela organização, formado por uma geração nativa digitalmente<sup>iii</sup> (PRENSKY, 2001) ou conceituada como civilização do espetáculo (LHOSA, 2013)<sup>iv</sup>. Ao observar esta produção, nota-se que o conteúdo jornalístico do IFSULDEMINAS, predominantemente caracterizado pela difusão de textos e de fotografias, se enquadra no período denominado pelos pesquisadores como “Primeira Geração do webjornalismo”<sup>v</sup> (BARBOSA, 2007; SCHWINGEL, 2008), enquanto as Tecnologias da Informação e da Comunicação (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).

A observação crítica deste cenário conduz à questão norteadora da pesquisa descrita neste trabalho: Como aprimorar a gestão da comunicação no IFSULDEMINAS visando garantir os princípios éticos do serviço público federal na disseminação de conteúdo jornalístico hipermediático?

Como se verifica, a indagação central sobre o uso das hipermédia no conteúdo jornalístico está conectada ao contexto da ética no Serviço Público. Nesta intersecção temática, formula-se, numa perspectiva de pesquisa, um pressuposto segundo o qual a aplicação dos mecanismos de hipermédia nos produtos jornalísticos potencializa e fortalece a ética nos sistemas públicos, enquanto o Jornalista executa as orientações de natureza informacional, tecnológica e inovadoras dos processos de comunicação e de contato entre o cidadão e o Estado (BRASIL, 2013). Esta busca de inovação da linguagem, por meio da implantação de um sistema de hipermédia 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.

## 2. Contexto Investigado

Nos últimos anos, a ética e o diálogo entre o Estado e a Sociedade, num contexto histórico-cultural de introdução das Tecnologias da Informação e da Comunicação (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 suas 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 (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.

Assim, frente ao cenário em que as hiper mídias 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, dos cidadãos os quais os funcionários públicos devem reverenciar. As noções de valores e de princípios éticos esclarecem e norteiam as capacidades técnicas e gerenciais.

Neste contexto observa-se o portal de notícias mantido pelo IFSULDEMINAS na Internet.<sup>vi</sup> 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.

O conteúdo jornalístico para o portal é produzido pelas equipes das Assessorias de Comunicação (ASCOM), tanto da Reitoria quanto de cada um dos seis *campi*<sup>vii</sup>. 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

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*. 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.<sup>viii</sup>

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. Diagnóstico da situação problema

A perspectiva metodológica adotada neste trabalho foi a do “Estudo de Caso”, operacionalizada por meio de Entrevista em Profundidade com o público considerado *stakeholder*<sup>ix</sup>. Este método busca respostas para “como” e “por que” certos fenômenos ocorrem. Assim, o diagnóstico é construído a partir de uma variedade de dados coletados por meio de variadas fontes de informação e entrevista, considerada uma das técnicas fundamentais da pesquisa (GODOY, 1995), e uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada no âmbito das Ciências Sociais. Neste contexto, perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, analisar, discutir e fazer prospectivas (DUARTE; BARROS, 2005).<sup>x</sup>

Para a consecução da pesquisa foram entrevistadas 15 pessoas, sendo 07 Jornalistas e 08 Diretores Gerais, durante os meses de agosto e setembro de 2017. Por fim, para explorar os dados coletados, é utilizada a Análise de Conteúdo, que permite apontar o seguinte diagnóstico sobre a aplicação das hipermídias no conteúdo jornalístico do *site* do IFSULDEMINAS:

#### Categoria A - Quanto às limitações

O diagnóstico 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:

Quadro 1- Limitações do Portal Institucional

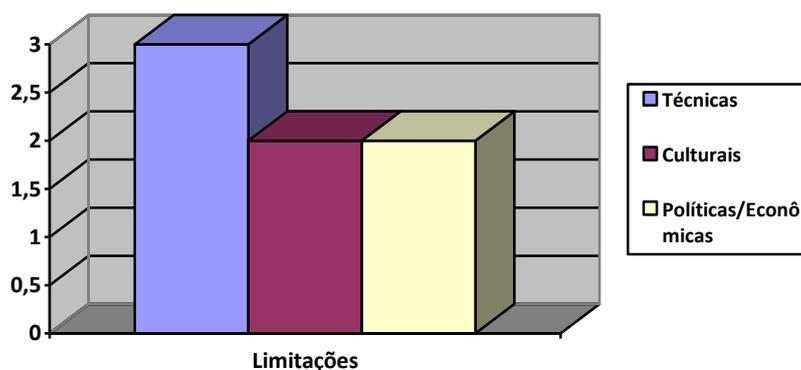
<b>1. Limitações Técnicas:</b>	Ausência de plataformas e <i>softwares</i> próprios para a realização do trabalho, além de carência de ferramentas de edição.
--------------------------------	---

<b>2. Limitações Culturais:</b>	Falta de costume, de capacitação e de conhecimento dos profissionais da comunicação para o trato eficiente das TIC contemporâneas.
<b>3. Limitações Políticas/Econômicas:</b>	Escassez de servidores públicos gabaritados nas Áreas da Comunicação e da Tecnologia da Informação lotados nos setores exclusivos de produção de conteúdo jornalístico.

Elaborado pelos autores

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

Gráfico nº1 – (Questão aberta) Quais as principais limitações para o uso dos avanços tecnológicos da hipermídia no *site* institucional?



Elaborado pelos autores

Os dados publicados no gráfico acima (nº1) explicitam as “Limitações Técnicas” como o principal gargalo para as ASCOM’s desenvolverem o conteúdo jornalístico sob os parâmetros da hipermídia. 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 (GRADIM, 2007). 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, por exemplo, 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 sociedade caracterizada pelas tecnologias da informação e da comunicação, 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 norteada pela racionalidade do planejamento e das estratégias (ZAJDSZNAJDER, 1994) e qualquer alteração de ordem estratégica repercute nas características estruturais da organização. 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 B – 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; 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 categorias: Razão Política/Econômica; Razão Técnica; e Razão Cultural. Esses vetores podem ser compreendidos da seguinte maneira:

Quadro 2 – Razões para o predomínio da linguagem escrita

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

Elaborado pelos autores

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.

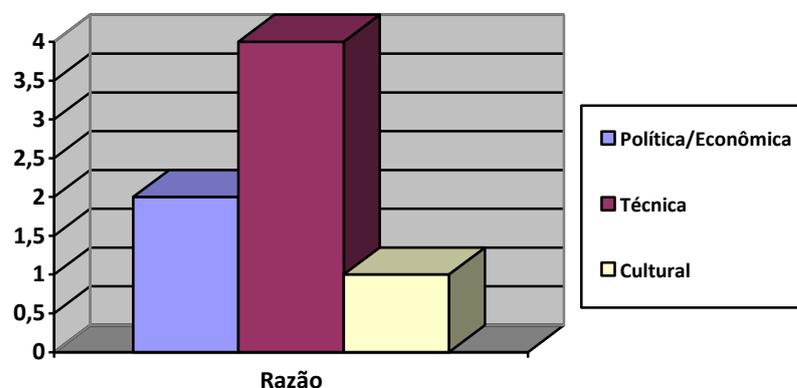
Nas respostas, é frequente também a indicação da escassez de *softwares* e equipamentos profissionais, bem como de capacitação técnica para os atuais servidores das ASCOM's desenvolverem material hipermediático. Esta realidade pode ser esboçada pela seguinte constatação de um entrevistado:

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 02) 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 2 – (Questão aberta) Razões da prevalência da escrita como linguagem do *site*

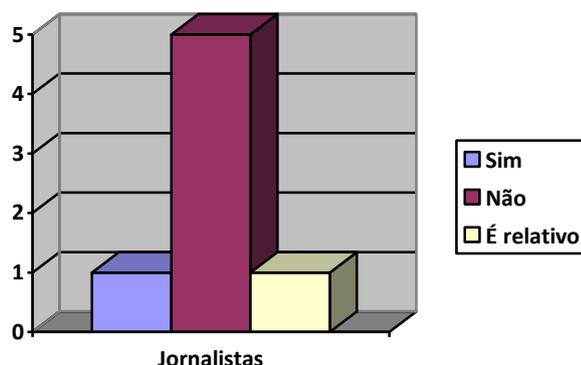


Elaborado pelos autores

### Categoria C – 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 3) 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 3 – (Questão fechada) Considera o tipo de linguagem mais usual de mais fácil compreensão?



Elaborado pelos autores

### Categoria D – Hipermídias e potencialização da ética

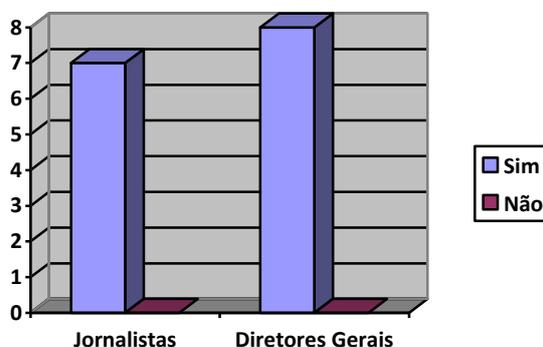
O resultado da Análise de Conteúdo, esboçado no gráfico abaixo (nº4), elucida o entendimento, tanto dos Jornalistas quanto dos Diretores Gerais, acerca da conexão entre o

uso dos aparatos hipermediáticos e a ética, enquanto o universo dos pesquisados é unânime em indicar o emprego dos aparatos tecnológicos hipermediáticos 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 hiper mídias (SCHWINGEL, 2008), conforme justifica um pesquisado:

O emprego dos recursos hipermediáticos 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 a seguir, pode-se defender a confirmação da hipótese central deste artigo, qual seja: a utilização das ferramentas de hiper mídia potencializa a ética profissional dos Jornalistas do serviço público federal. Isto é, a aplicação dos recursos de hiper mídias 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 nº4 – (Questão fechada) O uso dos mecanismos de hiper mídias potencializa a ética jornalística no serviço público federal?



Elaborado pelos autores

#### 4. Intervenção proposta

Tendo em vista 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) - este tópico apresenta ações práticas e concretas para os comunicadores e gestores do IFSULDEMINAS aplicarem no *site* da instituição. Pretende-se, assim, para cada prognóstico acerca das limitações sobre a realidade de um objeto investigado, corresponder uma proposta para a “solução” daqueles limites (BAIOCCHI; FERREIRA,1972).

Conforme verificado na Entrevista em Profundidade, as principais limitações para a aplicação das hiper mídias no *site* do IFSULDEMINAS são “Técnicas”, “Culturais” e “Políticas/Econômicas”. No mesmo sentido, a partir do prognóstico efetuado pela Análise de Conteúdo pode-se apontar 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.

#### **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 exposto acima (nº01), as limitações técnicas se referem à principal retenção para a aplicação dos avanços tecnológicos da hiper mídia no *site* institucional. Dentre as propostas, destacamos: adotar a produção de materiais audiovisuais e aplicá-los junto às reportagens escritas; equipar as ASCOM’s com estúdios de gravação de vídeo e de áudio; aplicar mecanismos de Jornalismo de “fonte aberta” ou “*open source*”<sup>xi</sup>; publicar “aba” para recepção de material jornalístico produzido pelo cidadão; abrir campos para a publicação de opinião dos usuários no rodapé da notícia; aplicar mecanismos de filtro e de moderação nos espaços de participação do internauta; Elaborar um Projeto de Extensão, fundamentado no conceito de “Jornalismo Colaborativo”; adequar o *site* institucional aos sites governamentais brasileiros; disponibilizar o conteúdo do *site* em plataformas para dispositivos móveis; trabalhar o conteúdo do *site* em link com as mídias sociais; adotar plataformas de acesso à informação para as pessoas com deficiência, introduzindo ferramentas de personalização e de inclusão; desenvolver ou aprimorar softwares para a edição de conteúdo jornalístico hiper midiático; implantar o sistema “SACI”<sup>xii</sup>; aplicar nova Arquitetura da Informação para o conteúdo jornalístico.

Por meio de algumas prática do Modelo de Ação proposto acima vislumbra-se, por meio do quadro 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 conceitode “Jornalismo Colaborativo”<sup>xiii</sup> 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 3- Arquitetura da página de conteúdo jornalístico



Elaborado pelos autores

## 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 1, 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: estudar e pesquisar as técnicas hipermidiáticas; 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; promover cursos de atualização em legislação; promover o serviço conjunto entre os setores de Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC) e ASCOM.

### 4.3. Propostas Políticas/Econômicas

Outros indicadores relativos às limitações acerca do emprego das hipermídias são de natureza Políticas/Econômicas. Ou seja, ações que envolvem decisões administrativas e impactos financeiros estão incluídas no Modelo de Ação requerido por este trabalho. 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. Dentre elas estão: ampliar a equipe de servidores da ASCOM; instituir um Grupo de Estudos em Hipermídias; elaborar uma Resolução<sup>xiv</sup> para normatizar o uso das hipermídias; e integrar à Plataforma de Permuta de Conteúdo Audiovisuais das Instituições Federais de Ensino Superior (RedeIFES)<sup>xv</sup>.

### 5. Resultados obtidos

Os resultados obtidos com a aplicação das propostas indicadas acima ainda são parciais, pois a aplicação das ferramentas hipermidiáticas no conteúdo jornalístico do Portal Institucional do IFSULDEMINAS se dará de forma paulatina. Entretanto, como primeira ação decorrente desta pesquisa, a ASCOM do Campus Inconfidentes implantou o uso de reportagens audiovisuais conjugada às reportagens produzidas por meio de textos, bem como a veiculação de entrevistas em vídeo. Estas reportagens e entrevistas audiovisuais também são divulgadas por meio de uma rede social administrada pela instituição. Como principais efeitos desta primeira medida podem-se citar:

1. **Maior repercussão das informações:** as reportagens em vídeo estão atingido mais a comunidade escolar. No período de três meses de implantação desta ferramenta, entre os meses de março e maio de 2018, a ASCOM recebeu cerca de 15 manifestações de membros da atual direção geral, professores e discentes, incentivando a iniciativa, sob a justificativa de que “assistir é melhor do que ler”.
2. **Mais engajamento:** por meio da página de monitoramento do número de visitas em cada artigo publicado pela rede social do IFSULDEMINAS – Campus Inconfidentes, verifica-se o aumento do número de visitantes engajados com a informação veiculada em audiovisual. Houve também o aumento de pessoas interessadas em compartilhar as notícias. Enquanto em notícias produzidas somente por textos o número de pessoas alcançadas é em média 200 e o número de “curtidas” é de cerca de 10 pessoas, as informações divulgadas em audiovisual atingem cerca de 2 mil usuários e, em algumas delas, podem-se contar até 50 curtidas, além de comentários referentes a elas.
3. **Aumento de demanda para a produção de reportagens exclusivamente em audiovisual:** a análise do número de demandas para a produção de reportagens por meio da ferramenta denominada GLPI<sup>xvi</sup>, onde os usuários cadastram as solicitações de reportagens para a equipe da ASCOM, mostra o aumento da preferência pela produção de matérias em audiovisual. Desde o início da aplicação de matérias deste gênero, foram registrados 13 pedidos de cobertura jornalística, dos quais seis explicitaram a predileção pelo audiovisual. Antes da implantação da linguagem em áudio e vídeo não há registro de solicitação nestes termos.

### 6. Contribuição Tecnológica e Social

A contribuição tecnológica e social destes planos de ação são de cunho ético e democrático. A estrutura proposta para o conteúdo jornalístico 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.

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, empodere-se 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, 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, incluindo todos os cidadãos.

O resultado da pesquisa descrita neste trabalho permite 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. A iniciativa implantada no IFSULDEMINAS, ainda que parcialmente, está ao alcance de todas as instituições públicas comprometidas com a potencialização da ética nos serviços de comunicação jornalística. Esta possibilidade pode ser verificada pelas ferramentas da tecnologia à disposição de todos os profissionais, bastando a estes a decisão de capacitar-se para usá-los, com o intuito de aproximar a instituição a qual serve e a sociedade por meio de um conteúdo jornalístico estruturado à linguagem contemporânea.

Desta maneira, o serviço jornalístico do Estado estará sintonizado à cultura contemporânea, pois inter-relacionará os sistemas públicos e a sociedade, consolidando a democracia pela informação colaborativa, dialógica, participativa e aberta, por meio do conteúdo jornalístico hipermediático.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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.

BOTELHO, Rodrigo Eduardo. Inovação e Gestão do Conhecimento em comunicação na UFSCar. **Comunicação&Inovação**, São Caetano do Sul, v.12. n°22. pp35-46, jan-jun 2011. Disponível em: <[http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/1113/939](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.

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

\_\_\_\_\_. **Código de Conduta da Alta Administração Federal: Normas complementares e legislação correlata**. Brasília, 2013.

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

\_\_\_\_\_. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](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](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6029.htm)>. Acesso em: nov.2017.

BUGAY, Edson Luiz. **Hipermídia Adaptativa: o modelo AHAM-MI**. Florianópolis: Editora Visual Books, 2008.

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](http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/livro_governo_eletronico_e_inclusao_digital_final_0.pdf)> Acesso em: fev.2017.

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.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

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

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

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.

LEÃO, Lucia. **O Labirinto da Hipermídia: Arquitetura e Navegação no Ciberespaço**. São Paulo: Iluminuras, 2005.158p.

LÉVY, Pierre.**Cibercultura**. São Paulo: Editora 34.2000.

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

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

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.

PALACIOS, MARCOS. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Disponível em: <[https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](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.

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.

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.

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

WENDLING, Arthur Felipe. **Conhecendo a Internet**. Passo Fundo: Ediuopf, 1997.

---

<sup>i</sup> Dados emitidos pela Assessoria de Comunicação da Reitoria do IFSULDEMINAS em setembro de 2017.

<sup>ii</sup> O IFSULDEMINAS mantém um portal de notícias na internet. Nele são veiculados os conteúdos jornalísticos da instituição, onde há informações referentes aos projetos de pesquisa e de extensão.

---

<sup>iii</sup> 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. (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCCI, 2014).

<sup>iv</sup> “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).

<sup>v</sup> 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. (SCHWINGEL, 2008).

<sup>vi</sup> < <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.

<sup>vii</sup> Os *Campi* Avançados de Carmo de Minas e Três Corações não possuem Jornalistas efetivos no quadro de servidores.

<sup>viii</sup> Dados colhidos em junho de 2017.

<sup>ix</sup> *Stakeholders* significa público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma organização. (KUROSKI, 2002). Esta pesquisa considera os Jornalistas e os Diretores Gerais de todos os *campi* do IFSULDEMINAS como seus *stakeholders*.

<sup>x</sup> A aprovação do roteiro de entrevistas se deu por um Comitê de Ética de instituição pública. A pesquisa está registrada na Plataforma Brasil sob o número do Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE).

<sup>xi</sup> 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.. 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.

<sup>xii</sup> 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). 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.

<sup>xiii</sup> 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.

<sup>xiv</sup> 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.

<sup>xv</sup> 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.

<sup>xvi</sup> A sigla vem do francês “*Gestion Libre de Parc Informatique*” (Gestão Livre de Parque de Informática).