

## **O Discurso Ambiental que Dá Certo: a Divulgação de Releases pela Assessoria de Imprensa do MPF/RN e a sua Reprodução Fiel pelo Jornalismo Potiguar**

*Environmental Speech that Works: Press Releases from Brazilian Federal Prosecution Service in the Rio Grande do Norte State and its Anchored Reproduction by Local Journalism*

*Discurso Ambiental que Funciona: la Divulgación de Releases por la Sala de Prensa del Ministerio Público Federal Brasileño en el Estado de Rio Grande do Norte y su Fiel Reproducción por el Jornalismo Local*

*André Wolmer de Melo<sup>1</sup>  
Luciana Costa<sup>2</sup>*

### **Resumo**

A assessoria de imprensa é parte importante das ferramentas de comunicação organizacional. A relação entre assessorias e redações jornalísticas impacta a configuração do discurso informativo e a notícia que chega ao público. Análise quantitativa da cobertura de portais e blogs sobre a atuação do Ministério Público Federal no Rio Grande do Norte contra a ocupação de áreas de proteção ambiental por empresas salineiras mostra que quase metade dos conteúdos divulgados pelos veículos foram repetições literais 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 assessoria de imprensa, no entanto, o índice de repetições significa o alcance do objetivo de repercutir o discurso institucional.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional. Assessoria de Imprensa. Discurso informativo. Ministério Público Federal. Meio Ambiente.

### **Abstract**

Press offices play an important role as tools of corporate communication. The interaction between press assistants and editorial staff influences the informative discourse configuration and the news text that reaches the public. The quantitative analysis of blogs and news portals' coverage about the actions of Brazilian Federal Prosecution Service in the Rio Grande do Norte state against the occupation of environmental protection areas by salt companies reveals that almost half of the published content was literal reproduction of the press office releases. By merely repeating the texts, the editorial offices are limited to a passive role in face of the received news and provoke ethical and credibility issues in the relation with readers. To the press office, however, the high rate of repetitions means reaching the goal of positive repercussion of the corporate views.

**Keywords:** Corporate Communication. Press Office. Informative Discourse. Brazilian Federal Prosecution Service. Environment.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil, [andrewolmer@gmail.com](mailto:andrewolmer@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil, [lmirandaeua@hotmail.com](mailto:lmirandaeua@hotmail.com)

## Resumen

La sala de prensa es una importante parte de las herramientas de comunicación corporativa. La interacción entre asesores de prensa y las redacciones de periódicos influyen la configuración del discurso informativo y las noticias que llegan al público. La análise quantitativa de la cobertura de portales y blogs sobre la actuación del Ministerio Público Federal brasileño en el estado de Rio Grande do Norte contra la ocupación de áreas de protección ambiental por salinas expone que quasi mitad de las noticias publicadas son repeticiones de releases de la sala de prensa. Cuándo solo reproduce los textos, los medios de comunicación se limitan a un papel pasivo delante de las informaciones recibidas y suscitan cuestiones de ética y credibilidad en la relación con lectores. Aunque para la sala de prensa el índice de repeticiones significa el alcance del objetivo de repercutir el discurso corporativo.

**Palabras clave:** Comunicación Corporativa. Sala de Prensa. Discurso informativo. Ministerio Público Federal de Brasil. Medio 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 (BUARQUE, 2008; MACNAMARA, 2009; MOLONEY; JACKSON; MCQUEEN, 2013; SAMPAIO, 2014). Essa interação permeia conceitos do cotidiano jornalístico e perspectivas teóricas como o *newsmaking*, noticiabilidade e valores-notícia<sup>3</sup> (TRAQUINA, 2005; WOLF, 2001).

A cobertura midiática de portais de notícias e *blogs*<sup>4</sup> 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*<sup>5</sup> da AI.

Este artigo é um desdobramento de uma pesquisa de mestrado no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). A análise quantitativa das notícias e veículos integrantes da cobertura já

---

<sup>3</sup> *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).

<sup>4</sup> Portais e *blogs* são diferenciados, neste artigo, conforme os conceitos aceitos no campo da comunicação. Portais são “websites de notícias online de referência que oferecem conteúdos editoriais semelhantes aos da imprensa, incluindo boletins de esportes e trânsito, assim como seções e links categorizados por temas, áreas para bate-papo, e-mails, dicas, e uma variedade de serviços e produtos” (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).

<sup>5</sup> De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), *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).

permite trazer resultados acerca da efetividade da divulgação por AIs de órgãos públicos e a rotina do jornalismo digital, a partir das principais proposições teóricas envolvidas.

## 2 A INDÚSTRIA SALINEIRA DO RN E SEUS IMPACTOS AMBIENTAIS

O Rio Grande do Norte concentra 95% da produção de sal marinho do país, com mais de sete milhões de toneladas produzidas anualmente, destinadas ao mercado brasileiro e à exportação, segundo o Sindicato das Indústrias de Extração do Sal do Estado do Rio Grande do Norte (Siesal) (PUBLICADO, 2019). O mais recente Sumário Mineral, do ano-base 2017, indica que o Brasil produziu 7,4 milhões de toneladas (Mt) de sal – sendo 1,4 Mt de sal-gema<sup>6</sup> e 6Mt de sal marinho<sup>7</sup>. O RN representou cerca de 77,3% (5,7 Mt) da produção total e 95,4% do sal marinho brasileiro (BRASIL, 2018).

A indústria salineira do RN, atualmente, é formada por salinas distribuídas em sete municípios do semiárido potiguar, na região da Costa Branca (também conhecida como “Território do Sal” ou “Zona Salineira”), compreendendo os estuários<sup>8</sup> dos rios Apodi-Mossoró, Piranhas-Açú e Galinhos-Guamaré (FERNANDES, 2019; PUBLICADO, 2019). As áreas estão inseridas em dois ambientes naturais: o ecossistema manguezal e o bioma caatinga (BRASIL; RIO GRANDE DO NORTE, 2017).

Lima (2018) identificou 27 salinas mecanizadas na região, sendo 11 de pequeno e médio porte, oito de grande porte (com área de 500 a 1.500 hectares), e seis de porte excepcional (maiores que 1.500 hectares). Costa *et al.* (2013, p. 27) ressaltam que “nos dias atuais, pouco resta da produção salineira artesanal no RN, apenas algumas pequenas salinas que ainda se utilizam de pás e de carros-de-mão para realizar a colheita do sal”.

---

<sup>6</sup> Também chamado de chá de rocha, o sal-gema é retirado de minas subterrâneas.

<sup>7</sup> Sal extraído do processo de evaporação da água do mar.

<sup>8</sup> “A zona estuarina é caracterizada pela transição entre um rio e o mar [...] até onde o mar influencia (fluxo e refluxo da maré, salinidade, fauna, flora...) dentro do rio e na sua margem” (BRASIL; RIO GRANDE DO NORTE, 2017, p. 15).

**Imagem 1** - Salina mecanizada na região da Costa Branca



**Fonte:** Fernandes (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 incumbida da defesa dos interesses sociais e individuais indisponíveis, da ordem jurídica e do regime democrático – tem, entre suas atribuições, a defesa do meio ambiente<sup>9</sup> (MPF, ©2020).

As ações são fundamentadas por estudos do Grupo Técnico de Trabalho para Regularização dos Empreendimentos Salineiros (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).

O GT-Sal afirma que

a histórica ocupação das áreas estuarinas pela atividade salineira no litoral setentrional do Rio Grande do Norte vem paulatinamente ocupando Áreas de Preservação Permanente-APP como manguezais, margem de curso d'água e até em sistemas dunares, apontando em todas as situações, para o comprometimento socioambiental dessas áreas. (BRASIL; RIO GRANDE DO NORTE, 2017, p. 4)

---

<sup>9</sup> Disponível no *site* do MPF: <http://www.mpf.mp.br/o-mpf/sobre-o-mpf>. Acesso em: 20 set. 2020.

As análises sustentam que a continuidade da atividade pode resultar, além dos impactos ambientais gerados diretamente pela ocupação ou supressão do mangue, 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 (BRASIL; RIO GRANDE DO NORTE, 2017).

Segundo o MPF, 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, 2019a).

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. Também ofenderia o art. 225 da Constituição ao ignorar a necessidade de proteção das APPs. O MPF argumenta que, de acordo com a Lei nº 12.651/12, o interesse social pode ser declarado em atividades diversas “quando inexistir alternativa técnica e locacional à atividade proposta”. No caso das salineiras potiguares, a alternativa existiria com a realocação da produção (MPF, 2019d).

A Justiça Federal determinou a realização de perícia técnica para confirmar se há ou não alternativa locacional para as pilhas de sal em APPs (BRASIL, 2019b). Aguarda-se a realização da perícia para prosseguimento do processo. Com a edição do decreto, as empresas peticionaram a extinção das ACPs originais alegando perda de objeto. Até setembro de 2020, a Justiça Federal não havia proferido decisão definitiva.

### 3 A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E AS ASSESSORIAS DE IMPRENSA

Um das principais fontes de informação para os veículos de comunicação são as assessorias de imprensa, inclusive de órgãos públicos (BUARQUE, 2008; MACNAMARA, 2009; MOLONEY; JACKSON; MCQUEENI, 2013). 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. A AI, portanto, contribui “para mostrar o que os jornalistas-noticiadores não estão vendo, ajudando no exercício da democracia e na orientação do cidadão, mas também pode ser utilizada para ajudar a deformar o que é noticiado” (BUARQUE, 2008, p. 20).

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”. Ela movimenta os fluxos de informação entre os mais diversos atores sociais, inclusive agentes e órgãos públicos, tratando de temas de relevância coletiva.

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). Guerra e Carvalho (2019, p. 2) reforçam que “o acesso à informação, além de ser um direito do cidadão, tem um papel determinante para o exercício da cidadania através do controle social da Administração Pública”.

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.

Vizeu (2005, p. 82), por sua vez, destaca que:

À medida que entendemos noticiabilidade como sendo o conjunto de elementos pelos quais a empresa jornalística controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos, entre os quais vai selecionar as notícias, podemos creditar os valores/notícia como um componente da noticiabilidade. Esses valores/notícia vão definir quais os acontecimentos que são suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias (VIZEU, 2005, p. 82).

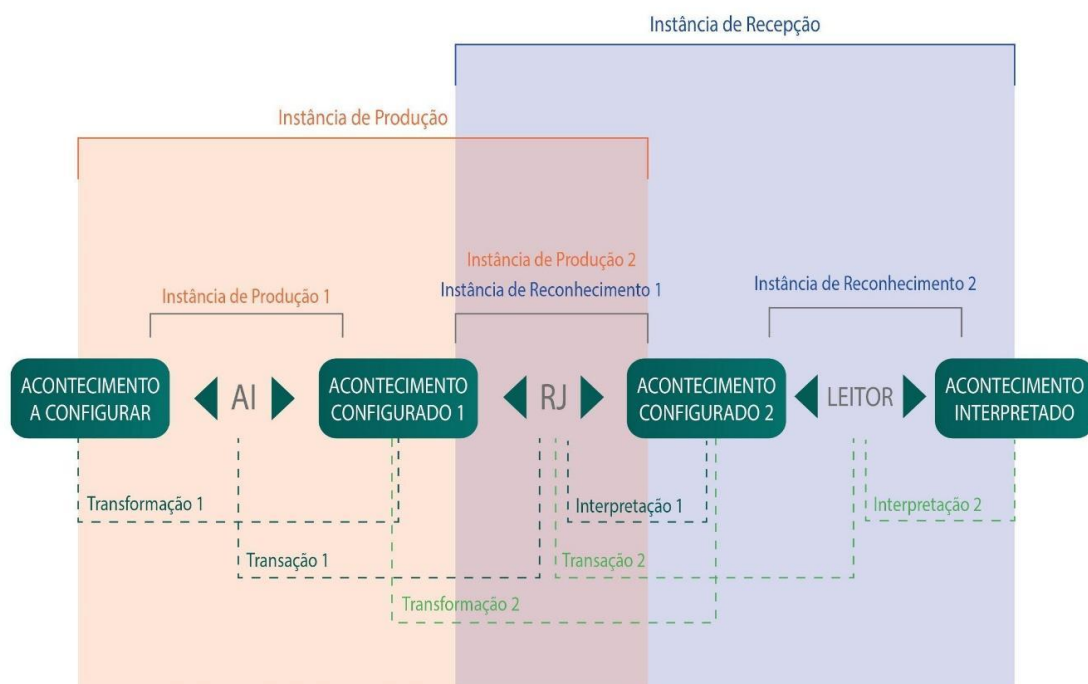
A produção jornalística também é influenciada pela realidade social, política e econômica com que interage (TRAQUINA, 2005). A comunicação é um direito humano garantido constitucionalmente e por tratados internacionais, mas que é também uma atividade remunerada e produto financeiro, o que gera questionamentos 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 1** – O processo de produção e recepção do discurso informativo



**Fonte:** Adaptado de 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 (MACIEL, 2006; MACNAMARA, 2009). 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 (MACIEL, 2006; MACNAMARA, 2009; SAMPAIO, 2014). 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, p. 2).

Campo de produção do conhecimento sempre apegado à utilização das novas tecnologias, o jornalismo vive um período de crise narrativa na sociedade da informação como poder. A afirmação dos textos fragmentados, da velocidade e do afã pela notícia antecipada, o ‘furo’, fazem com que a prática profissional ingresse no paradoxo da mensagem que desinforma. (Ibid, p. 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)<sup>10</sup>. 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

---

<sup>10</sup> Texto original: “*Meanwhile, social media such as blogs, social network sites and video sharing sites are growing at an unprecedented rate*”. Tradução livre dos autores.

(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).

Sampaio (2014, p. 90) complementa a descrição do cenário atual, com apoio em vários estudos:

equipes reduzidas de jornalistas nas redações dos veículos; profissionais sobrecarregados e se adequando a um novo perfil imposto pela convergência tecnológica – associação de informática, telecomunicações e audiovisuais (FAUSTO NETO et al, 2011); uma sociedade complexa, composta por diferentes sociabilidades e tipos de organizações, cuja abrangente cobertura dos fatos, se considerarmos apenas a estrutura das redações jornalísticas, torna-se inviável (ALSINA, 2009; CHAPARRO, 2010; DUARTE, 2003, 2011; LIPPMANN, 2008) e, por fim, em nome da sobrevivência, empresas jornalísticas são absorvidas por grandes conglomerados com atividades múltiplas, tornando-se divulgadoras das ações desses conglomerados. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003).

Para Farias e Tajra (2019, p. 14), as redações jornalísticas passam a ter “novas formas de produção de notícias e a divulgação ganham mais possibilidades em acessibilidade, qualificação de público, custos de produção e instantaneidade”, seguindo as modificações sociais no consumo e relação com os meios de comunicação.

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). Farias e Tajra (2019, p. 14) destacam que “assessores de comunicação e de imprensa passam a ser mais estratégicos em suas ações, visando um relacionamento mais direto, transparente e duradouro com os públicos”.

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 jornalístico apenas às mudanças mercadológicas recentes.

## **4 ANÁLISE QUANTITATIVA DA COBERTURA JORNALÍSTICA**

### **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 1. Não houve notícias em 2020.

**Tabela 1** – 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	
Março/2019	-	0	0
Abril/2019	-	0	0
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	
Setembro/2019	-	0	0
Outubro/2019	02/10/19	2	2
Novembro/2019	-	0	0
Dezembro/2019	30/12/19	1	1
			<b>90</b>

**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

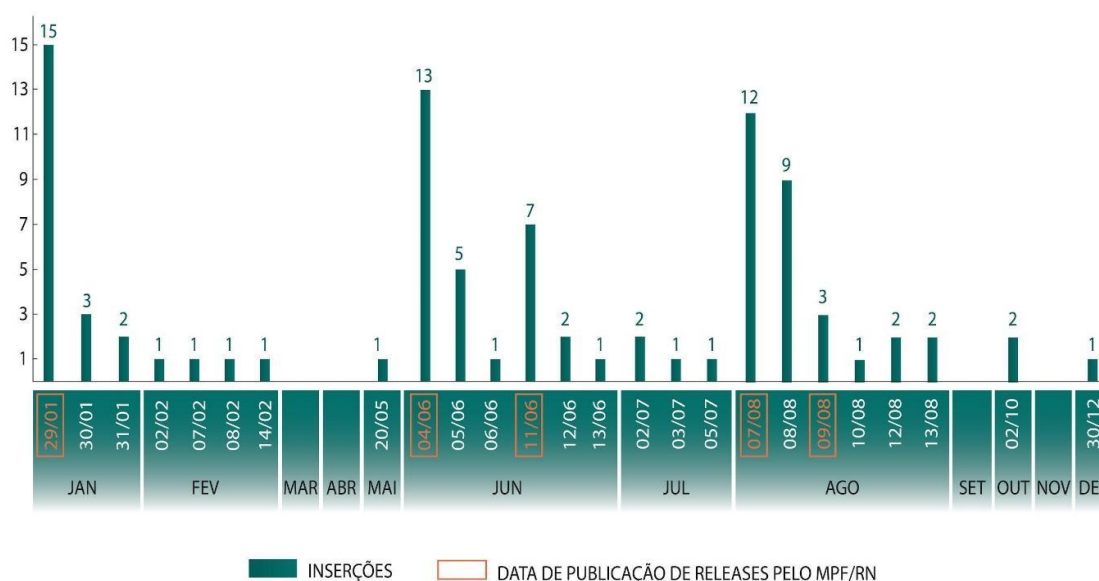
Em geral, elas se concentraram nas datas dos principais acontecimentos do procedimento movido pelo MPF/RN, em combinação com *releases* disparados pela assessoria de comunicação do órgão, como se percebe na Tabela 2.

**Tabela 2** – *Releases* divulgados pelo MPF/RN sobre a ocupação de APPs por salinas no RN

Data	Título	Fato relacionado
29/01/19	MPF quer retirada de salinas de áreas de preservação e realocação da produção do sal (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 (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 (MPF, 2019c)	
07/08/19	MPF quer anular decreto que permite funcionamento de salinas em áreas de preservação (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 (MPF, 2019e)	

Fonte: Elaborada pelos 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 1** – Quantidade de inserções em comparação à divulgação de *releases* do MPF/RN

Fonte: Elaborada pelos Autores.

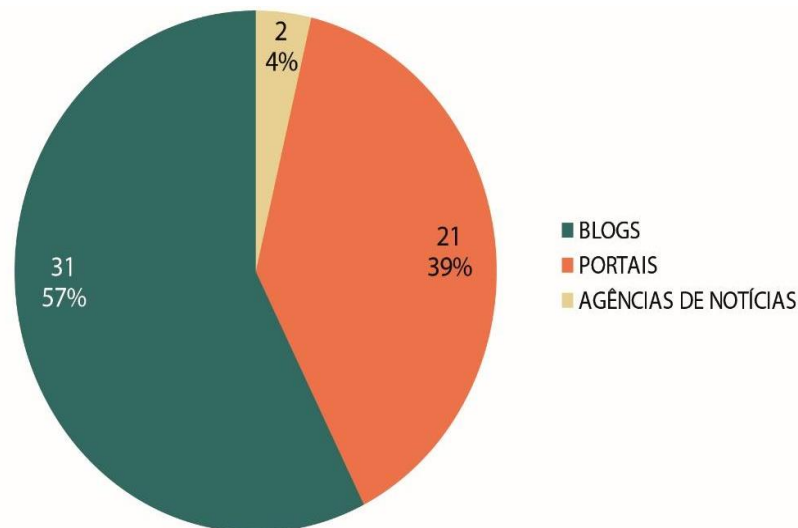
Os principais picos de inserções foram: de 29 a 31 de janeiro (20); quatro a seis de junho (19); 11 a 13 do mesmo mês (10) e sete a 12 de agosto (27). Todos relacionados a disparos do MPF/RN, respectivamente, em 29 de janeiro, quatro de junho, 11 de junho e nos dias sete e nove de agosto. Das 90 publicações 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.

**Gráfico 2** - Tipos de veículos integrantes da cobertura

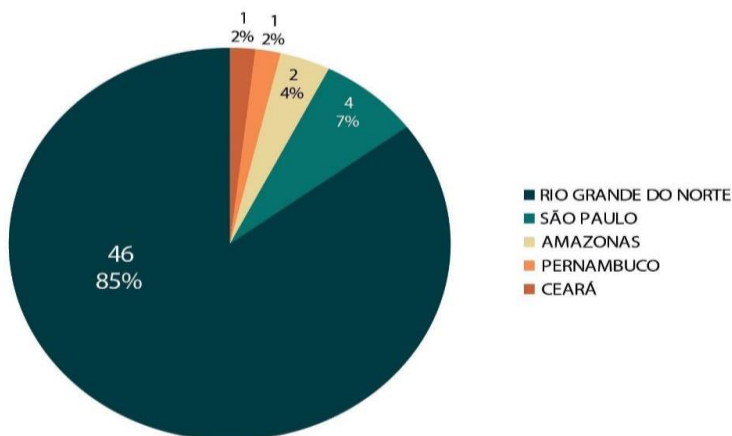


**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

A descrição dos próprios veículos permite classificá-los quanto à temática a que se dedicam. 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.

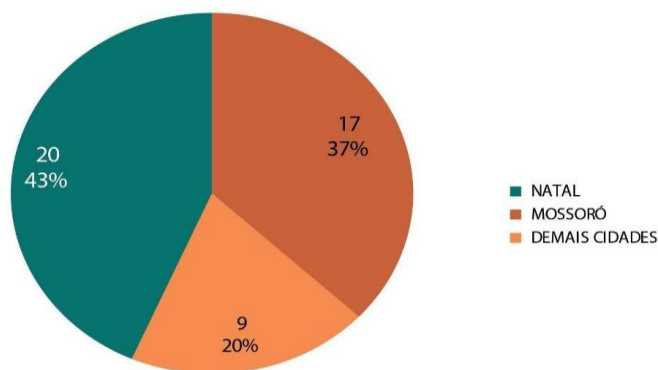
**Gráfico 3 – Base geográfica dos veículos**



**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

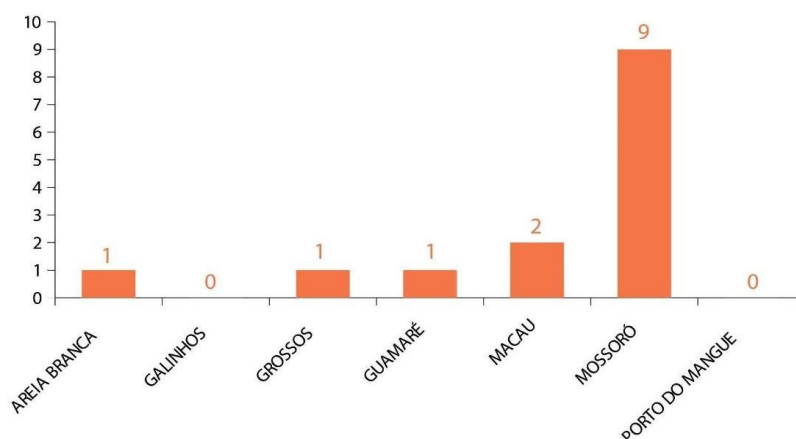
Em análise mais detalhada dos 46 veículos potiguares, tem-se que 43% (20) são da capital Natal. Outro destaque é para a cidade de Mossoró – maior município da região onde se encontram as salinas –, com 20% (9) dos veículos do RN. Os 17 veículos restantes (37%) são distribuídos em outros 13 municípios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

**Gráfico 4 - Principais cidades de veículos potiguares integrantes da cobertura**



**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

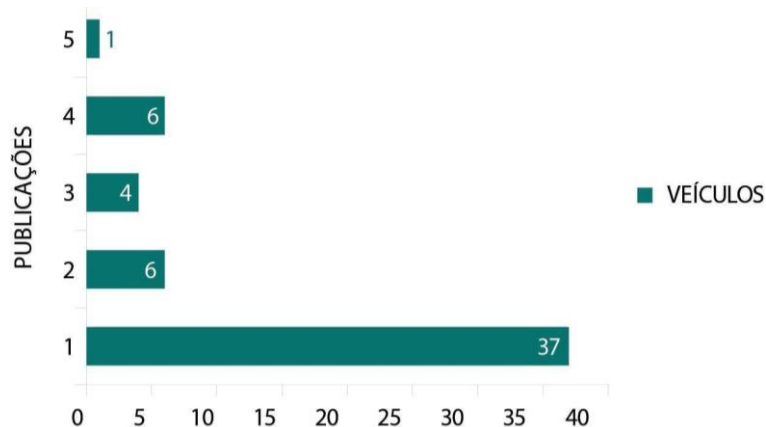
Outra análise relevante é quanto à presença de veículos dos municípios da região da Costa Branca, onde se concentram as 35 salinas da região, que são Mossoró, Grossos, Areia Branca, Macau, Porto do Mangue, Guamaré e Galinhos. Os 14 veículos das cidades citadas correspondem a 25,9% de todos os envolvidos 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.

**Gráfico 5** – Participação de veículos de comunicação da Região da Costa Branca na cobertura

**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

#### 4.3 QUANTIDADE DE PUBLICAÇÕES POR VEÍCULO

A média geral de publicações é de 1,66 inserção por veículo integrante da cobertura. Mais de 68% dos portais e *blogs* realizaram apenas uma publicação. O blog Guamaré News foi o que teve maior número de postagens, com cinco inserções. Outros seis veículos realizaram quatro publicações sobre o tema: os portais Tribuna do Norte, G1 RN, Mossoró Hoje, Defato.com e Agora RN, além do *blog* Coluna do Herzog.

**Gráfico 6** - Quantidade de publicações por veículo integrante da cobertura

**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

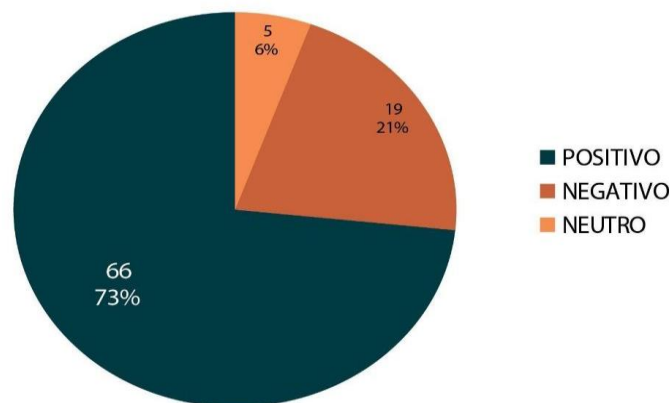
Vale ressaltar que todos os veículos com quatro ou mais publicações são do RN. Quanto aos veículos da região da Costa Branca, a média de publicações de 2,28 é superior à geral. Entre eles, está o veículo com maior número de notícias (Guamaré News) e três dos

veículos com quatro inserções (Coluna do Herzog, Defato.com e Mossoró Hoje), estes últimos baseados em Mossoró.

#### 4.4 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 7** – Posicionamento das publicações em relação ao MPF/RN



**Fonte:** Elaborada pelos 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 de 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 blinda 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

BRASIL. **Decreto 9.824, de 4 de junho de 2019**. Declara de interesse social a atividade em salina, destinada à produção e ao beneficiamento de sal marinho, nos Municípios de Mossoró, Macau, Areia Branca, Galinhos, Grossos, Porto do Mangue, Pendências e Guamaré, Estado do Rio Grande do Norte. Brasília: Presidência da Republica, 2019a. Disponível em: <https://bit.ly/3nbwnLV>. Acesso em: 23 ago. 2020.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. IBAMA; RIO GRANDE DO NORTE. Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente. **Relatório conjunto de avaliação técnica ambiental dos empreendimentos salineiros no Estado do Rio Grande do Norte: GT-SAL**.

Brasília: IBAMA: Natal, RN: IDEMA, 2017. Disponível em:

<http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=144940&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=Documentos+T%E9cnicos>. Acesso em: 23 ago. 2020.

BRASIL. Ministério de Minas e energia. Agência Nacional de Mineração. **Sumário mineral brasileiro 2018**. Brasília-DF, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3nrIBjJ>. Acesso em: 18 set. 2020.

BRASIL. Tribunal Regional Federal (5. Região). **Ação Civil Pública nº**

**080143295.2019.4.05.8401, de 25/07/2019**. Proposta pelo MPF contra União Federal, que tem por objetivo a nulidade do Decreto nº 9.824, de 04 de junho de 2019, o qual concedeu o status de interesse social à atividade salineira, argumentando de que este encontra-se eivado de ilegalidades e inconstitucionalidades reflexas. Brasília: TRF, 2019b . Disponível: <https://pje.jfrn.jus.br/pjeconsulta/ConsultaPublica/DetalleProcessoConsultaPublica/listView.shtm?signedIdProcessoTrf=26620d262878d95e5faebb4d10cdd6bd#o>. Acesso em: 22 abril 2020.

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

COSTA, D. *et al.* A. Breve revisão sobre a evolução histórica da atividade salineira no estado do Rio Grande do Norte (Brasil). **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, v. 25, n. 1, p. 21-34, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3jHT7Rt>. Acesso em: 18 set. 2020.

DUARTE, J. **Comunicação pública**. São Paulo: Atlas, 2007.

FARIAS, L; TAJRA, V. Gestor, o novo perfil do jornalista nas assessorias de comunicação no Ceará: um estudo de caso da Caramelo Comunicação e Coworking. **Comunicação & Informação**. Goiânia, GO, v. 22, p. 1-17, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/47785/33581>. Acesso em: 5 out. 2020.

FENAJ. Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual dos jornalistas em assessoria de comunicação**. Brasília: FENAJ, 2007.

FERNANDES, R. **Atividade salineira em manguezais do semiárido: impactos ambientais e reflexos econômicos da recuperação ou compensação ambiental das áreas degradadas**. 2019. Tese (Doutorado em Ciência Animal) - Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Mossoró-RN, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2GrTS7T>. Acesso em: 10 ago. 2020.

GUERRA, M.; CARVALHO, K. Transparência pública e acesso à informação: a utopia virando realidade na UEPB. **Comunicação & Informação**. Goiânia, GO, v. 22, p. 1-19, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/53137/33776>. Acesso em: 5 out. 2020.

HOLANDA, J. **Ventos do desenvolvimento: o início da cobertura sobre energia eólica no jornal Tribuna do Norte**. 2017. Dissertação (Mestrado em Estudo da Mídia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2017.

HERSCOVITZ, H. Características dos portais brasileiros de notícias. **SBPJor**, 2009. 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, 2006.

LIMA, V. **Mapeamento de áreas produtoras de sal do Rio Grande do Norte.** 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciência e Tecnologia) - Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Mossoró-RN, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2Gu5uCC>. Acesso em: 15 ago. 2020.

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, 2009. Disponível em: [shorturl.at/ikqP1](http://shorturl.at/ikqP1). Acesso em: 5 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. p.259-181.

MPF. Ministério Público Federal. **Sobre o MPF.** Brasília: MPF, ©2020. Disponível em: <https://bit.ly/3js27dE>. Acesso em: 20 set. 2020.

MPF. Ministério Público Federal. **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. Ministério Público Federal. **MPF obtém liminar para que empresa pare gradativamente de utilizar pilhas de sal localizadas em área de preservação.** Brasília: MPF, 2019b. Disponível em: <https://bit.ly/2FrZjhV>. Acesso em: 10 set. 2020.

MPF. Ministério Público Federal. **MPF obtém liminar para mais uma empresa desativar pilhas de sal em área de preservação.** Brasília: MPF, 2019c. Disponível em: <https://bit.ly/35OMadz>. Acesso em: 10 set. 2020.

MPF. Ministério Público Federal. **MPF quer anular decreto que permite funcionamento de salinas em áreas de preservação.** Brasília: MPF, 2019d. Disponível em: <https://bit.ly/33BU9b6>. Acesso em: 10 set. 2020.

MPF. Ministério Público Federal. **MPF quer impedir licenciamento ambiental para salinas em áreas de preservação.** Brasília: MPF, 2019e. Disponível em: <https://bit.ly/2RxWiPh>. Acesso em: 10 set. 2020.

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. Disponível em: <https://goo.gl/ifotzW>. Acesso em: 13 set. 2020.

PUBLICADO decreto presidencial que reconhece produção salineira potiguar como bem de interesse social. **G1**, Rio Grande do Norte, 5 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3naE84P>. Acesso em: 25 ago. 2020.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Campus, 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](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. **Coluna do Herzog**, [S. l.], 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. Recife-PE: UFPE, 2005.

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