

ESCOLA SUPERIOR DO PARLAMENTO CEARENSE - UNIPACE
MBA DE ASSESSORIA PARLAMENTAR

DIEGO ALMEIDA DA CUNHA

**REVISTA PLENÁRIO: ANÁLISE E EVOLUÇÃO DO PRODUTO
COMUNICACIONAL DA ALECE**

FORTALEZA
2023

DIEGO ALMEIDA DA CUNHA

**REVISTA PLENÁRIO: ANÁLISE E EVOLUÇÃO DO PRODUTO
COMUNICACIONAL DA ALECE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola Superior do
Parlamento Cearense - Unipace no MBA
de Assessoria Parlamentar, sob a
orientação do professor Eduardo Neto
Moreira De Souza.

FORTALEZA
2023

RESUMO

A Assembleia Legislativa do Ceará (Alece) apresenta, entre seus vários núcleos de comunicação, o periódico denominado de Revista Plenário. Este artigo apresenta e analisa esse produto comunicacional responsável por levar conhecimento e informações das ações dos trabalhos legislativos dos 46 deputados presentes no Ceará. A pesquisa contou com o método de análise bibliográfica por meio das leituras da revista publicada entre os anos de 2017 a 2021. Avaliamos a produção textual, as ferramentas interativas e as produções audiovisuais. Observou-se na revista a perspectiva de construção de um produto destinado ao livre exercício da democracia. A Revista Plenário busca promover discussões sobre a cultura de convergência e unificar linhas discursivas com os outros recursos de comunicação do legislativo estadual. Percebe-se ainda a importância do uso de ferramentas interativas ao longo dos últimos anos, ressignificando a relação do leitor com a revista; também pela atenção de um projeto gráfico buscando deixar mais moderno, mas sem perder o respeito que o órgão possui. Por fim, a Revista Plenário é um importante meio de combate às fakes news, notícias falsas sobre o parlamento cearense que circulam na internet.

***Palavras-chaves:** Revista Plenário; Alece; Comunicação Pública; Cultura de Convergência*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	7
3. METODOLOGIA.....	8
4. RESULTADOS ALCANÇADOS.....	10
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
6. REFERÊNCIAS	19
7. ANEXOS.....	20

1. INTRODUÇÃO

A Assembleia Legislativa do Ceará (Alece) assume um papel relevante na sociedade cearense ao promover a criação de leis por parte dos seus 46 deputados eleitos. A casa legislativa possui várias ações no exercício da democracia, que caracterizam o andamento dos trabalhos, como audiências públicas, reuniões técnicas e de comissões, sessões solenes e principalmente as sessões plenárias. Tudo isso precisa ser divulgado para garantir acesso à população no conhecimento das leis estaduais e o impacto delas na sociedade. Obedecendo o Princípio da Publicidade, presente na administração pública, com a finalidade de desenvolver a transparência para a população, a Revista Plenário estabelece uma publicidade educativa, seja pelas informações das ações do órgão como também pela divulgação dos serviços à população que a Alece oferece.

A Revista Plenário é o periódico oficial do Poder Legislativo estadual. Atualmente, está em sua 65ª edição, em 2023, com produção bimestral e distribuição gratuita. Além disso, apresenta formatos digitais com adequações para computador e celular, audiovisuais com ferramenta de *QRcode*, que liga ao canal do *Youtube* da TV Assembleia, além de *podcast* em várias plataformas digitais de *streaming* da rádio FM Assembleia (96,7MHz). A revista traz à população cearense três linhas fundamentais na sua composição, galgando a ideia de democracia nos atos da gestão pública estadual no Poder Legislativo. São: o acesso à informação, transparência nas ações legislativas e publicidade para a população.

Este artigo apresenta um percurso de análise bibliográfica produzida pela leitura dessas publicações elencando as modificações relevantes na linguagem editorial, a análise do discurso sobre os temas desenvolvidos e o uso das tecnologias digitais com a modernização da Revista Plenário. O recorte parte de sua edição 50ª até a edição 61ª, de 2017 a 2021.

Estabelecemos alguns pontos de partida para a produção desse artigo, tais como, Como se deu a evolução da Revista Plenário? Quais as principais mudanças ocorridas neste período do recorte que impactaram o andamento da revista? Quais as principais expectativas da Revista Plenário?

Os objetivos giram nas seguintes afirmações: analisar a evolução da Revista Plenário, a partir de sua edição 50 - considerado ponto de maior mudança deste material

cultural e informativo; observar e relatar o uso de ferramenta de comunicação digital, principalmente durante o período de isolamento social provocado pela Pandemia da Covid-19 nos anos de 2020 e 2021 e ainda, elencar os pontos de melhoramento da Revista Plenário.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Inicialmente, cabe sinalizar a importância que os diversos meios de comunicação possuem para aproximar o poder público da sociedade. O Legislativo estadual é um espaço de representação dos interesses da sociedade. As estratégias de comunicação precisam promover ainda mais essa aproximação, considerando a necessidade de fortalecer a democracia e o poder da representação na política. Um desses meios são as mídias impressas que dão às ações do parlamento estadual sobre as políticas públicas debatidas e desenvolvidas para a população e seus impactos sociais e econômicos na sociedade cearense. Segundo Araújo (2009), a informação é um fator fundamental para a própria produção de capital, atuando em diferentes sistemas de produção, tornando-o um item de tomada de decisão, principalmente política.

A Revista Plenário assume ser um produto de comunicação relevante e um elo de comunicação do povo cearense com o órgão estadual, obedecendo às diretrizes no exercício da democracia e enaltecendo os direitos e deveres dos cidadãos. Como é um produto comunicacional originalmente mais concreto e palpável, teve que acompanhar a evolução das tecnologias para se adequar aos desafios da sociedade de comunicação de massa no século XXI

Ferreira (2007) enfatiza, em sua apresentação do artigo sobre o impacto da produção científica da área de ciências da comunicação, a importância do aumento de revistas, explosões de bibliografia e o desenvolvimento de novas tecnologias para gerenciamento e organização de conteúdo pelo surgimento do uso da internet.

Além de perceber a relevância de um periódico na construção do conhecimento humano, outro fator bastante importante é a fabricação de um projeto gráfico dessas publicações. Segundo Leslie (2003), é o mais valioso processo de comunicação, porque permite identificação da marca, no caso do objeto deste artigo, a Revista Plenário, como peça comunicacional do Poder Legislativo estadual. Com isso, um projeto gráfico deve estabelecer uma relação da equipe do designer ao conhecimento de jornalismo e perceber que o leitor aguarda inovações.

Maingueneau (2011, p. 17) destaca que a “opção pela atualização de um certo dispositivo enunciativo nunca é gratuita e tem sempre a ver com a totalidade dos dispositivos acionados num dado conjunto textual”.

A linguagem apresentada na Revista Plenário é a jornalística, contudo há anuências de mudanças na estrutura textual do periódico, principalmente quando são

adicionadas informações mais relevantes para criar mais sustentação na informação. De acordo com Maingueneau (2011, p.140) “*o discurso direto não se contenta em eximir o enunciador de qualquer responsabilidade, mas ainda simula restituir as falas citadas.*” A revista faz uso dessas estratégias para estabelecer uma linearidade mais suave, por ser um texto que carrega uma linha política e institucional.

É possível relacionar este produto de comunicação do poder legislativo estadual com o processo de estratégias de marketing, principalmente o do Marketing Digital na esfera pública. Vaz (2011) destaca a necessidade de qualquer produto de comunicação ser inserido na web seguindo o planejamento baseado em sua técnica correspondente à pesquisa, planejamento, produção, publicidade, promoção, propagação, personalização e precisão, principalmente com uso das redes sociais. A Revista Plenário busca trazer ferramentas mais atuais do universo da comunicação para ficar mais interativa e moderna em comparação às publicações das assembleias do Brasil.

Por fim, para trabalhar com comunicação social de um poder público é adequado percorrer todas as ramificações de veículos que o órgão deva apresentar. De acordo com Jenkins (2009), a cultura de convergência acontece a partir dos meios de comunicação, de uma cultura participativa e da inteligência coletiva. Meio e conteúdo devem apresentar qualidade no processo de comunicação, ou seja, trazer debates, chamar a atenção apresentando vários conteúdos em diversas plataformas. A Revista Plenário vem aderindo, dentro do Complexo de Comunicação Social da Alece, a essa convergência na prática.

3. METODOLOGIA

A metodologia desenvolvida para este artigo está atrelada à análise bibliográfica das edições da Revista Plenário.

Através das leituras das edições do recorte, fui elencando algumas características durante o passar das leituras das edições, elaborando fichamentos sobre as matérias, enfatizando aspectos como: quais foram os principais temas debatidos no parlamento cearense e o impacto dos leitores; a estrutura textual, com base na Análise do Discurso, observando os fatores utilizados na produção textual; projeto gráfico que, durante o avançar do tempo, acaba se modificando, principalmente em projetos especiais desenvolvidos pela Alece, e os audiovisuais para ratificar que a revista está presente e atual nas ferramentas de tecnologia da informação e comunicação.

De acordo com Lopes (2003 p. 15), “a legitimação de comunicação no campo científico depende muito do avanço da prática da pesquisa, que é essencialmente uma prática metodológica.”

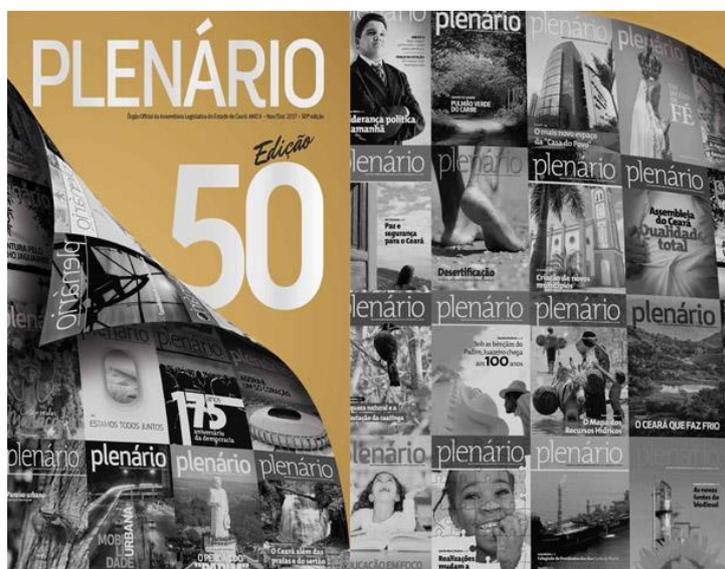
Como pesquisador, trazer a Revista Plenário para o debate científico é abrir um produto importante para o exercício da democracia em nível estadual. Isso, de acordo com a autora acima, torna um processo fundamental para a divulgação de conhecimento saindo do campo teórico presente em trabalhos de comunicação, mas criando uma metodologia no campo da prática de forma inovadora dentro do poder legislativo estadual. Vale ressaltar que, através das observações feitas durante os fichamentos, percebem-se as nuances da política dentro da revista, o que não é de espantar, pois o periódico traz o viés político e institucional do órgão público.

4. RESULTADOS ALCANÇADOS

A evolução da Revista Plenário está marcada pelos aspectos de linguagem textual, aspectos do projeto gráfico do periódico e aplicabilidade de ferramentas na questão comunicacional da relação entre o leitor e a revista.

O recorte deste artigo começa a partir da 50ª edição de aniversário da Revista Plenário em 2017. Ela é marcada por grandes transformações em relação a avanços na questão da comunicação social da Assembleia Legislativa do Ceará (Alece). Wheeler (2008) denomina a identidade visual como comunicação base da marca, levando em consideração os pontos de contato com público, seja pelo logotipo, uso de website ou experiência do produto. Observando o aspecto do projeto gráfico desta edição 50ª, a capa da revista assume tonalidades da festividade, com viés mais sofisticados e a impressão se torna inovadora, pois utiliza o papel couchê em alto-relevo, papel relativamente mais caro comparado com outras impressões de revista em setor público, principalmente entre as assembleias do Brasil, e acaba explorando a questão sensorial do leitor neste produto comunicacional. Confira a imagem 1:

Imagem 1 – Capa e contracapa da edição 50 de aniversário da Revista Plenário



Fonte: site da Alece

A mudança da diagramação da revista também é observada com utilização de mais títulos e subtítulos, diminuição de caracteres textuais com intuito de maior número de

páginas para outras reportagens e foco na linguagem fotográfica. Nesta edição 50, há a utilização de fontes mais limpas, sem arestas e mais arredondadas, o que deixa a estrutura textual mais leve e uma linearidade constante sem interrupção de leitura.

É também observada a linguagem visual por parte das fotografias, produzidas pelo Núcleo de Fotografia da Alece. Ficou evidenciada a valorização da utilização de imagens mais trabalhadas, oscilando entre fotojornalismo e a fotografia artística, dependendo da pauta.

Outra característica ainda mais relevante dessa edição 50 foi a inserção do Núcleo de Mídias Digitais da Alece, recém-estabelecido no organograma do departamento, para produção de audiovisuais das entrevistas, através de um *QR code*, espécie de código de barra que pode armazenar diversos conteúdos, lido por um aparelho celular com câmera, que faz a ligação para o canal do Youtube da TV Assembleia e bastidores da produção da matéria nas redes sociais da Alece, promovendo a inserção do periódico na internet e aumentando a divulgação do produto comunicacional. Para Jenkins (2009), a proliferação de canais e a portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações causam a existência de mídia em todos os lugares, ou seja, informação acessível a todos.

Na evolução da Revista Plenário, a partir da 50ª edição, podemos perceber estratégias jornalísticas para captar mais o leitor e divulgar ações do parlamento cearense. As séries de reportagens especiais foram bastante exploradas, trazendo aos cearenses curiosidades do nosso Estado, por exemplo, as séries de reportagens, nas edições 51 e 52 (ver Anexo, imagem 2), em 2018, contam sobre as cidades que foram cobertas pelas águas e durante a seca ressurgem, mostrando um pouco da história do Ceará. Novamente, a linguagem da fotografia é destaque na exploração desses lugares, mostrando detalhes e depoimentos de antigos moradores do local. Outra série de reportagem destacou o turismo no Ceará, na edição 53, em 2018 (ver Anexo, imagem 2). A equipe percorreu o litoral oeste e leste do nosso Estado, trazendo depoimentos dos moradores, empreendedores e turistas que visitavam as praias, além de projetos dos parlamentares da casa legislativa para esse ramo da economia. A linguagem fotográfica foi novamente relevante, pois mostrou as belezas de nosso litoral.

Nessas séries de reportagens, não foi identificado o uso das redes sociais da Alece, tanto fazendo bastidores como produção de vídeo audiovisual sobre o tema. Pecou bastante, pois teria muito material disponível sobre o turismo no Ceará envolvendo o Poder Legislativo estadual.

Outro ponto importante encontrado durante a análise dessas amostras presentes neste artigo é a capa da edição 52, na qual o projeto gráfico utiliza a composição preto e branco em uma matéria que aborda a maternidade no regime penitenciário feminino no estado do Ceará. Isso choca o leitor com a ideia inicial de valorização da fotografia, com a estratégia de “fisgar” o leitor. A proposta preto e branco tornou-se estrategicamente pioneira na Revista Plenário. De acordo com os autores Caldwell e Zappatena (2007), a parte mais importante de uma publicação é a capa, pois é estampada a marca, no caso do Poder Legislativo, e seus valores. A ideia da desconstrução da maternidade, normalmente marcada por alegria e cores, é diferente dentro do regime prisional. A produção textual foi muito complexa, pois buscava tratar a maternidade em ambiente hostil, respeitando as diretrizes dos direitos humanos e dos direitos da mulher. Além disso, o leitor pode saber das políticas públicas desenvolvidas e trabalhadas na Alece voltadas para essa temática. Também não houve o trabalho de audiovisual em parceria com o Núcleo de Mídias Digitais.

O ano de 2018 foi o ano de eleição para os cargos de deputados estaduais e governador. Nesse período, as produções da Revista Plenário foram reduzidas devido ao cumprimento da lei eleitoral sobre a proibição de material publicitário durante o processo de campanha.

No ano de 2019, foram produzidas quatro revistas, com inúmeras modificações de projetos gráficos, construção de textos e temáticas de pautas.

Vale ressaltar que a Revista Plenário se desenvolve muito sobre a perspectiva do coordenador de comunicação social da Alece, ou seja, o olhar do gestor, lembrando que há gestores que gostam de um viés de comunicação pública mais despojado e outros preferem ser mais técnicos ou formais, tendo como referência o perfil do presidente do Poder Legislativo estadual. Esse novo gestor optou por uma construção mais formalizada e direta sobre as temáticas do periódico. Inicialmente, foram produzidas matérias para mostrar ao leitor a nova formação do parlamento cearense naquele período, deixando-a com uma leitura mais densa e criteriosa, por exemplo, foco nos partidos e nomes de parlamentares com suas bandeiras de defesa dos mandatos.

Contudo houve outras temáticas interessantes. Na edição 55 houve matéria destacando a “cidade-fantasma” do Ceará, que fica no município de Parambu: o distrito de Cococi. Está abandonada pelos moradores por conta da seca e dos desvios de verbas públicas dos poderosos do lugar. Houve produção de audiovisual, ainda fraco, com algumas melhorias, sobre a pauta, apresentando várias entrevistas de personagens

relevantes. Para abertura dos trabalhos legislativos, em 2019, a pauta de Cococi iria ser a capa, mas o gestor de comunicação optou por comprar material de um banco de imagens e utilizar apenas tipografia para ilustrar a Revista Plenário. Confira a imagem 3 abaixo:

Imagem 3 – Capa da edição 55 com matéria de Cococi: cidade-fantasma do Ceará



Fonte: site da Alece

A questão da cultura de convergência foi bastante marcada dentro do Complexo de Comunicação Social da Alece, não só o meio desenvolvido que era importante, mas também o conteúdo diversificado usado nos vários núcleos de comunicação que a Alece possui. O Núcleo de Mídias Digitais, TV Assembleia (31.1), Revista Plenário e Agências de Notícias (site oficial) foram bastantes explorados em termos de comunicação, ou seja, a convergência comunicacional começou a ser desenvolvida com a junção desses núcleos para um projeto relevante à Assembleia Legislativa do Ceará: os 30 anos da Constituição do Estado do Ceará, edição 58. Confira a imagem 4:

Imagem 4 – Capa da edição 58 – 30 anos da Constituição do Ceará



Fonte: site da Alece

Para Jenkins (2009), o novo cenário comunicacional surge a partir das evoluções tecnológicas com indivíduos participantes deste meio, ou seja, é preciso explorar uma comunicação interativa pensando na importância dos conteúdos produzidos. Com isso, em outubro de 2019, a Assembleia Legislativa do Ceará lançou o projeto dos 30 anos da Constituição do Estado. Isso desencadeou a unificação dos núcleos com seus diferentes formatos e linguagens, certamente pode ser exemplificado na prática como modelo da cultura de convergência dentro do meio de comunicação pública.

A Revista Plenário, naquele projeto, foi o produto mais esperado pela gestão de comunicação, pois era algo concreto do fechamento dos trabalhos desenvolvidos por várias equipes durante as festividades no parlamento cearense. A revista passou por mudanças específicas do projeto gráfico habitual para aquele momento, no qual o foco são os ex-deputados constituintes que fizeram a Carta Magna do Ceará de 1989. Daí, voltamos para o ponto que já foi discutido, o viés mais formal e técnico na estrutura textual, por exemplo, a escolha do discurso direto como estratégia de marketing.

De acordo com Maingueneau (2011), através da análise de textos de comunicação, destacamos algumas particularidades para o uso dessa escolha, como criar autenticidade no discurso, citação de autoridade daquilo que é dito e mostrar-se objetivo no discurso. Percebe-se esse mecanismo através do relato dos entrevistados sobre os bastidores da produção do documento dentro do parlamento cearense naquela época. É marcante o uso de audiovisual das entrevistas, produzidas pela equipe de mídias digitais e inseridas em uma página especial dentro do site oficial da Alece, juntamente com outros materiais

produzidos sobre a mesma temática pela TV Assembleia (31.1), FM Assembleia (96,7MHz) e Agência de Notícias.

Essa edição de aniversário dos 30 anos da Constituição do Ceará contou, dentro das entrevistas, com a participação popular, por meio de instituições públicas que tiveram surgimento através da Carta Magna estadual de 1989, a fala do presidente da Alece e do procurador da Casa, além dos ex-deputados contextualizando sobre as curiosidades na produção da lei maior do Ceará. Outro ponto é a capa da edição, com a utilização de desenhos dos equipamentos históricos para caracterizar o Estado. É perceptível que o uso das imagens desses patrimônios, que estão localizados na cidade de Fortaleza, não engloba o Estado como um todo, já que poderiam ter explorado outros tesouros cheios de histórias do nosso Ceará.

Em resumo, o projeto foi finalizado com sucesso e marcou o poder legislativo. Para constar, as revistas produzidas nesse período de 2019, foram marcadas por muita produção de audiovisual através do mecanismo de QRcode e uso de drone, pequeno dispositivo voador controlado a longas distâncias e que é utilizado para captar imagens aéreas. Mecanismo usado pela primeira vez na revista na edição 57ª sobre as plantações de cocos no litoral oeste, no município de Paraipaba, marcados por recordes de exportação. Confira a imagem 5:

Imagem 5 - Capa da edição 57 com matéria de destaque dos cocos



Fonte: site da Alece

A Organização Mundial da Saúde decreta, em março de 2020, a pandemia da covid-19 em todo o planeta. Com isso, toda cadeia econômica e da administração privada e pública fecham as portas para o isolamento social rígido. De acordo com uma matéria

divulgada em novembro de 2021 pela Agência Brasil, ressalta que através de uma pesquisa feita em 2020, 83% dos domicílios brasileiros intensificaram o uso das tecnologias digitais correspondente a 61,8 milhões com acesso a alguma rede de internet no Brasil. Essa pesquisa foi desenvolvida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), órgão do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Foi o momento de se reinventar. Apesar dessa fase tão difícil para o planeta, a Assembleia Legislativa do Ceará não poderia fechar completamente, pois havia leis necessárias para o atendimento da população cearense, principalmente as mais carentes.

Uso de plataformas de comunicação (zoom, google meet, whatsapp) foram bastante utilizados nesse período, as sessões plenárias, reunião de comissões técnicas e audiências públicas adotaram o formato on-line para debater e votar matérias do parlamento cearense. A Revista Plenário parou suas produções pelo grande risco de contaminação pelo Covid-19.

Em 2021, a partir de maio, a Revista Plenário foi agraciada com seu hot site (<https://revista.al.ce.gov.br/>) e a primeira revista, edição 59ª (ver Anexo, imagem 7), apenas on-line, depois da grande onda da covid-19, teve o intuito de levar ao leitor cearense mais acesso às informações sobre as políticas públicas debatidas e quais os projetos em tramitação desenvolvidos para o combate à doença. Vale ressaltar que a produção da revista teve três publicações naquele ano. A revista teve papel fundamental para o esclarecimento sobre a doença, o andamento no desenvolvimento de produção das vacinas e quais as expectativas dos cearenses. Além disso, outro combate foi estabelecido pela Revista Plenário, foram as *fakes news*, ou melhor, notícias falsas que causavam a desinformação à população, principalmente sobre falsos tratamentos e destruindo a veracidade das vacinas.

O hot site de 2021, apresentou a uma navegabilidade simples com adequação para o formato de visualização da revista, formato desktop e mobile, esse com visualização em aparelhos de celular, além de funcionalidade de reprodução dos audiovisuais presentes nas matérias no processo de folhear, e por fim, o compartilhamento da revista em redes sociais. De acordo com Vaz (2011), o sucesso de um site consiste em apresentar conteúdos relevantes, mecanismos interativos e ferramentas de estratégias de marketing digital atualizadas. Veja a imagem 8 abaixo:



Fonte: Hotsite da Revista Plenário

A edição 60ª (ver anexo, imagem 9) também tem formato on-line. E mais uma observação interessante é que só na edição 61ª (ver anexo, imagem 9), a revista volta a ser impressa pela gráfica. O projeto gráfico mantém-se o mesmo do ano anterior e por questão de curiosidade do periódico é que para os formatos de visualização, existem adequações de números de caracteres textuais, ou seja, o mesmo texto é adequado aos formatos presentes na revista.

Por fim, as edições mais atuais da Revista Plenário assumem teor de maior qualidade tanto na questão textual como no uso dos mecanismos de estratégia para encantar o leitor. Algumas dessas ações correspondem a criação do podcast da revista na FM Assembleia, existência do gênero artigo presente na revista e que é feito pelos deputados estaduais e a maior visibilidade, no formato on-line, da linguagem fotográfica para matérias especiais. É importante ressaltar que o núcleo de Fotografia da Alece ganhou em 2022, o Prêmio Gandhi de Comunicação pelas imagens do lugar onde foram erguidos os campos de concentração existentes no Ceará, município de Senador Pompeu, e de produzir a imagem do último sobrevivente: o senhor Joaquim Barbosa, na edição 62ª, com presença de audiovisual feito pelo Núcleo de Mídias Digitais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, através deste artigo, é observado as características presentes nas análises das edições da Revista Plenário, podemos desenvolver as seguintes considerações:

- É um produto do poder legislativo estadual galgado no rigor da informação, combatendo às notícias falsas, e democratizando o acesso à Alece e as políticas públicas;
- Apresenta um projeto gráfico atualizado, seguindo as regras do Manual de Identidade da Alece, e inserindo ferramentas interativas que estimulam o leitor a conhecer a revista;
- O núcleo da Revista Plenário é presença marcante entre os outros meios da Alece, favorecendo assim a cultura de convergência, como troca de informações sobre a pauta;
- Necessidade de atenção, por parte da produção, sobre a questão do tempo de divulgação e distribuição do periódico. Alguns fatores sociais, políticos, individuais ou técnicos atrasam a finalização dos trabalhos, isso dificulta o processo para a fabricação da próxima edição;
- Maior divulgação da revista, não só pelas redes sociais, mas aderir a programação da TV Assembleia, um espaço para exibição dos audiovisuais produzidos pelo Núcleo de Mídias Digitais.

A Revista Plenário desenvolve uma tarefa fantástica em mostrar ao povo cearense como estão nossas leis e quais as curiosidades do nosso Estado. Há muito para melhorar, mas certamente é gratificante quem procura saber mais sobre o Ceará e a revista faz essa tarefa com responsabilidade e ética para a Assembleia Legislativa do Ceará.

6. REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. **Apropriação de Bruno Latour pela ciência da informação no Brasil: descrição, explicação e interpretação.** 2009. 150f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECID-7UUQGN/1/ppgci_ronaldo_2009.pdf>. Acesso em: mar. de 2023.

FERREIRA, S. M. S. P. **Fator de impacto da produção científica da área de ciências da comunicação: um longo caminho a ser percorrido.** In: José Benedito Pinho. (Org.). Comunicação brasileira no século XXI - Intercom: ação, reflexão. São Paulo: Intercom. v. 2, p. 125-154, 2007.

GETINO, Octavio. **Cine latinoamericano: economia e novas tecnologias audiovisuais.**

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação** - 7. ed. - São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação/** Dominique Maingueneau; tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. - 6. ed. - São Paulo: Cortez: 2011.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 Ps do marketing digital: o seu guia estratégico de marketing digital** - São Paulo: Novatec Editora, 2011.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

ZAPPATERRA, Yolanda. **Arte direction + editorial design.** USA: AbrahamsStudios, 2007.

Sites consultados

Assembleia Legislativa do Ceará

<https://www.al.ce.gov.br/publicacoes-revista-plenario>

<https://revista.al.ce.gov.br/>

Agência Brasil

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-11/estudo-mostra-que-pandemia-intensificou-uso-das-tecnologias-digitais>

7. ANEXOS

Imagem 2 – Capas das edições 51, 52 e 53



Imagem 7 – Capa edição 59



Imagem 9 – Capas das edições 60 e 61

