

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

LUANA HOLANDA CORREIA LIMA

**JORNALISTAS ATUANTES EM ASSESSORIA DE
IMPrensa DE CÂMARAS MUNICIPAIS DO
INTERIOR DE SÃO PAULO**

BAURU
2017

LUANA HOLANDA CORREIA LIMA

**JORNALISTAS ATUANTES EM ASSESSORIA DE
IMPrensa DE CÂMARAS MUNICIPAIS DO
INTERIOR DE SÃO PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof^a M^a Daniela Pereira Bochembuzo.

BAURU
2017

Ficha Catalográfica

Lima, Luana Holanda Correia

L7324j

Jornalistas atuantes em assessoria de imprensa de Câmaras Municipais do interior de São Paulo / Luana Holanda Correia Lima. -- 2017.

110f. : il.

Orientadora: Prof.^a M.^a Daniela Pereira Bochembuzo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo)
– Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Assessoria de Imprensa. 2. Câmara Municipal. 3. Jornalismo. 4. Poder Legislativo. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.

LUANA HOLANDA CORREIA LIMA

**JORNALISTAS ATUANTES EM ASSESSORIA DE IMPRENSA DE
CÂMARAS MUNCIPAIS DO INTEROR DE SÃO PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profª Mª Daniela Pereira Bochembuzo.

Bauru, 07 de novembro de 2017.

Banca examinadora:

Profª Mª Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade do Sagrado Coração

Profª Drª Jéssica de Cássia Rossi
Universidade do Sagrado Coração

Jornalista Gilmar Manoel Dias
Juntos! Assessoria de Comunicação

RESUMO

Este trabalho discorre sobre a atuação dos jornalistas atuantes em assessorias de imprensa de Câmaras municipais do interior de São Paulo. O trabalho de assessores de imprensa no setor público, especificamente no Poder Legislativo, tem demonstrado ser um amplo campo de atuação para jornalistas, no entanto, há pouca bibliografia e reduzido número de pesquisas acadêmicas sobre o tema. Em razão disto, este trabalho tem por objetivo estudar o atual cenário de atuação dos assessores de imprensa no Poder Legislativo Municipal, identificar as formas de gestão do fluxo da informação e quais os meios utilizados pelos profissionais que nela atuam para transmitir as informações, indicando se os graduados em jornalismo estão aptos a orientar de forma eficaz os assessorados das Câmaras Legislativas municipais e a mediar com qualidade informações entre assessorados, órgãos legislativos, imprensa e população. Para tanto, foi adotado percurso metodológico composto por pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo, executada por meio da técnica de entrevista em profundidade, com seis assessores de imprensa de Câmaras Municipais localizadas em cidades do interior paulista, de forma a identificar tendências de atuação e convergências entre a teoria e a prática relativas à atuação do assessor de imprensa. Como indica a teoria, o assessor de imprensa que representa o Poder Público atua em estruturas enxutas, muitas vezes limitadas a essa função profissional, e tem perfil multitarefa. Em comparação a demais bacharéis, os profissionais graduados em jornalismo entrevistados demonstraram maior domínio e traquejo para executar ações além da execução de releases, entre outros resultados obtidos.

Palavras-chave: Assessoria de Imprensa. Câmara Municipal. Jornalismo. Poder Legislativo.

ABSTRACT

This paper discusses the work of journalists working in press offices of municipal councils in the interior of São Paulo. The work of press advisors in the public sector, specifically in the Legislative Branch, has shown to be a broad field of action for journalists, however, there is a limited bibliography and a small number of academic research on the subject. The purpose of this study is to study the current situation of media advisors in the Municipal Legislative Branch, to identify the ways in which the information flow is managed, and the means used by the professionals involved in transmitting the information, indicating whether graduates in journalism are able to effectively guide the advisers of the municipal Legislative Chambers and to mediate with quality information among advisers, legislative organs, press and population. To this end, a methodological course was adopted, consisting of bibliographical research, documentary research and field research, carried out by means of the in-depth interview technique, with six press officers from Municipal Councils located in cities of the interior of São Paulo, in order to identify trends in performance and convergence between theory and practice regarding the role of the press officer. As the theory indicates, the press officer who represents the Public Power operates in lean structures, often limited to this professional function, and has a multitasking profile. In comparison to other bachelors, the graduated professionals in journalism interviewed demonstrated greater mastery and ability to perform actions besides the execution of releases, among other results obtained.

Keywords: Press Office. Town Hall. Journalism. Legislative Power

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Função e escolaridade.....	34
Quadro 2- Composição e estrutura da assessoria de imprensa do Poder Legislativo.....	35
Quadro 3- A quem o assessor de imprensa responde.....	35
Quadro 4- Quem de fato o assessor de imprensa atende com suas atividades?	36
Quadro 5- Atividades de assessoria de imprensa previstas e realizadas.....	36
Quadro 6- Métodos utilizados para a divulgação das sessões.....	37
Quadro 7- As informações a respeito das sessões chegam à população? Como esse retorno é Mensurado.....	38
Quadro 8- Atividades realizadas para estabelecer melhor comunicação entre Poder Legislativo e comunidade.....	38
Quadro 9- O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?.....	39
Quadro 10- Planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa.....	40
Quadro 11- Qual é a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?.....	41
Quadro 12- Em sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?	41
Quadro 13- No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode acrescentar ao Poder Legislativo Municipal?.....	42
Quadro 14- Principais desafios encontrados na assessoria de imprensa do Poder Legislativo e o que poderia ser feito para superar esses desafios?.....	43
Quadro 15- Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?.....	43
Quadro 16- Em sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?.....	44

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	3
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	8
1.2	HIPÓTESE	8
1.3	JUSTIFICATIVA	8
1.4	OBJETIVOS.....	10
1.5	METODOLOGIA	10
1.6	PROPOSTA DE CAPÍTULOS.....	13
2	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO / ASSESSORIA DE IMPRENSA	15
3	ATIVIDADE DA ASSESSORIA DE IMPRENSA EM ÓRGÃOS PÚBLICOS	24
4	PESQUISA DE CAMPO	32
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
	REFERÊNCIAS	51
	APÊNDICE A – Roteiro de entrevista- pesquisa de campo	54
	APÊNDICE B -Transcrições das entrevistas	55

1 INTRODUÇÃO

A Assessoria de imprensa surgiu no início do século XX, nos Estados Unidos, com o exercício do jornalista Ivy Lee, em 1906, que deixou as redações para cuidar da imagem do empresário Jonh Rockefeller. Lee marcou o surgimento da assessoria de imprensa quando resolveu criar uma declaração de princípios no formato de uma carta aos editores, na qual indicou como preocupação que suas publicações não fossem confundidas com agenciamento de anúncios e que as mesmas não fossem veiculadas na seção comercial dos jornais, pois seu objetivo era divulgar assuntos de interesse público sem omitir, enganar ou mentir os colegas de profissão e a população. Com essa atitude, Lee conseguiu não só mudar a imagem da empresa como a do proprietário que o contratou, inaugurando e consagrando-se no mundo da assessoria de imprensa. (CHAPARRO, 2011 apud DUARTE, 2011).

Segundo o Manual de Assessoria de Imprensa (FEDERAÇÃO NACIONAL DE JORNALISMO, 2007), a assessoria de imprensa é o serviço prestado às instituições públicas e privadas e consiste no envio frequente de informações jornalísticas dessas organizações para os veículos de comunicação em geral. Um trabalho incessante da assessoria de imprensa permite à organização criar um vínculo de confiança com os veículos de comunicação e sedimentar sua imagem de forma positiva na sociedade. No Brasil, cabe ao profissional formado em jornalismo coordenar esse tipo de serviço, determinando o que é ou não notícia para ser enviada à imprensa.

Um dos principais campos de atuação para os jornalistas, a assessoria de imprensa está a cada dia abrindo mais portas para esses profissionais. Segundo a pesquisa sobre o perfil do jornalista realizada pelo programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em convênio com a Federação Nacional de Jornalismo (FENAJ), em 2015, com 2.731 jornalistas, 40% trabalham fora da mídia, em outras atividades como assessoria de imprensa e comunicação ou outras ações que utilizam conhecimento jornalístico. Dos atuantes na assessoria de imprensa, um terço trabalhava em empresas ou órgãos públicos, outro terço em empresas privadas especializadas em assessoria de imprensa e comunicação e os demais se dividiam em organizações de terceiro setor ou da sociedade civil e em empresas privadas. (BERGAMO; MICK, 2013).

Segundo Kopplin e Ferraretto (1993), a origem da assessoria de imprensa confunde-se muito com outras áreas da comunicação Social, em especial as Relações Públicas. Mesmo confundindo-se, cada profissional tem papel fundamental para a realização de um trabalho

consistente, cabendo ao relações-públicas prezar pela imagem do assessorado e o jornalista realizar a divulgação das informações junto à imprensa.

Conforme Moutinho e Sousa (2011 apud DUARTE, 2011), na Europa, a Assessoria de Imprensa não se distancia muito da forma como é trabalhada no Brasil, a não ser pelo fato de que na União Européia a assessoria de imprensa fica a cargo das relações públicas. Já em Portugal, o jornalista que trabalha com assessoria de imprensa é obrigado a devolver sua carteira profissional de jornalista à Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas, durante o período em que estiver exercendo a função de assessor de imprensa, podendo reavê-la quando parar de exercer a atividade de assessor de imprensa.

No Brasil, a atuação da assessoria de imprensa teve como grande influenciador conceitos utilizados pelos norte-americanos de relações públicas. No governo de Nilo Peçanha (1909-1910), foi feito o uso do jornalismo como forma estratégica de divulgar as informações do governo. (DUARTE, 2011).

No governo de Getúlio Vargas, em 1931, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), cujo principal objetivo era promover a imagem do governo, censurando conteúdos que fizesse oposição à figura estadista do ditador. Com o fim do governo Vargas, o DIP foi substituído pelo Departamento Nacional de Informação, que tratava da divulgação e atendimento a jornalistas de forma mais intensa. (TORQUATO, 2010).

Já o governo de Juscelino Kubistchek, marcado pela chegada das multinacionais ao país, serviu para expandir a prática da assessoria de comunicação social. Reflexo disso é que em 1967 foi criada a Associação Brasileira de Jornalismo Empresarial (ABERJE). Em 1971, na cidade de São Paulo, os jornalistas Reginaldo Finotti e Aloar José Gomes deram início a uma nova proposta de assessoria, com a fundação da pioneira agência Unipress. As primeiras empresas a contratarem no país os serviços de assessoria de imprensa foram Volkswagen, Aab e Esso. (DUARTE, 2011).

Com essas mudanças, multiplicaram-se as atividades de relacionamento com a mídia, fato esse que aconteceu tanto pelo aumento de profissionais comprometidos com as práticas de assessoria de imprensa quanto pela preocupação das empresas com a divulgação de sua imagem diante da sociedade. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007).

Em 1985, o Manual de Assessoria de imprensa foi editado pela primeira vez, modelo esse que já não sobrevive devido às mudanças que ocorreram no perfil dos jornalistas e, principalmente, pela valorização e novos segmentos que a assessoria de imprensa veio a adquirir com o passar dos anos. Em 1999, no Encontro Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Comunicação, foi apresentada e aprovada a instituição de um manual de

assessoria de comunicação, que contou com a colaboração de diversos profissionais da área de comunicação de todo o País. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007).

As mudanças no campo de trabalho acabaram por ratificar que o trabalho do assessor de imprensa é disseminar informações do seu assessorado, fazer o intermédio entre o seu contratante e o público utilizando os meios de comunicação para atingir seus objetivos. Segundo Kopplin e Ferraretto (1993), o jornalista que atua em AI interfere de diversas maneiras e formas na opinião das pessoas e dos grupos, afetando, assim, os fatores psicológicos, sociológicos e históricos de uma dada comunidade. Um erro ou desvio na atuação desse profissional poderá causar distorções nesse processo, podendo servir de interesse escuso.

A tentativa de minimizar esse problema veio com o manual de assessoria de imprensa e as delimitações de sua função pré-estabelecida pela FENAJ e a ABERJE.

As delimitações éticas, em conjunto com a expansão do mercado de comunicação no país, permitiram que, ao longo dos anos, a assessoria de imprensa ganhasse espaço, tornando-se um campo de atuação crescente e que atrai diversos profissionais no Brasil em diferentes frentes, como nas áreas privada, terceiro setor e pública.

A atuação da assessoria de imprensa nos órgãos públicos, segundo Araújo (2017), envolve explicar como as ações e programas de governo têm impacto na vida do cidadão. Isto porque o poder público tem obrigação de prestar contas à sociedade e ao cidadão, razão de sua existência.

Torquato (2010) diz que, através das TVs, as duas casas legislativas assumem a função de um tipo de transparência parlamentar, criando certa interatividade entre o agente político e o seu representado por meio da disseminação de informações. Trata-se de uma ferramenta que tem sido bastante utilizada e que vem contribuindo para melhorar o nível de representação e o controle desses pelas bases, constituindo-se de outro campo de exercício do assessor de imprensa.

Para uma melhor compreensão da atuação da assessoria de imprensa nos órgãos públicos, mostra-se fundamental uma breve análise da imagem dos três poderes públicos Executivo, Legislativo e Judiciário, o que se fará por meio das contribuições de Torquato (2010).

Segundo o autor, no Poder Executivo, a questão da imagem, objeto central dos nossos interesses, de certa forma sempre se fez dependente da maneira de como a economia em seu estado geral está. Porém, a crise estrutural do Estado provoca o surgimento de alguns transtornos nos aspectos do ânimo, conceito e imagem da administração federal, ou seja,

acaba por ocasionar um período de baixa credibilidade, que ocasiona outro de recuperação de imagem.

Para os autores a imagem do poder Executivo é frequentemente associada à imagem do presidente, que é a representação central do conjunto de forças da administração, ou seja, a figura principal em nosso país, o que ocasiona as distorções provenientes da estrutura governamental.

Para Torquato (2010), no Poder Legislativo, é comum que as Câmaras Altas e Baixas (o Senado e a Câmara dos Deputados) recebem todas as críticas que dizem respeito ao sistema político. Esse é um dos principais problemas relacionados à imagem do Poder Legislativo: a instituição acaba por ter sua imagem confundida com a imagem dos políticos. Assim como é de costume em nosso país que a imagem negativa sobressaia sobre a imagem positiva, o que faz com que esse aspecto negativo da imagem dos nossos representantes seja facilmente relacionado ao espaço que atuam.

Já em relação ao Poder Judiciário, o autor avalia que a imagem institucional fica agregada à postura e ao comportamento de maus juízes, fato esse que tem sido registrado com bastante frequência. Critica-se, também, a ostentação das instalações da Justiça, o que acaba por se contradizer com a grande carência social na qual se encontra nosso país.

No Brasil, o autor avalia que o Poder Judiciário está mais próximo da população, tendo por base o consenso de que o acesso à Justiça é pleno e facilitado, indicando uma aproximação desta em direção aos cidadãos. Em sua visão, o conceito de poder fechado, intocável, onipotente, gradativamente tem sido esvanecido, pois o Judiciário começa a introduzir-se em um espaço de democratização do acesso e os ministros, que antes viviam em um pedestal, parecem descer à “planície dos mortais”. (TORQUATO, 2010).

No caso dos poderes Executivos e Legislativos, o pesquisador observa certa coincidência em relação às imagens, por estarem relacionadas à parte suja da política. E como a política não está entre os melhores conceitos perante a população, acaba prevalecendo a estigma de que o Executivo e Legislativo conspiram nas tramas da politicagem e das negociatas. Em relação ao Poder Judiciário, o fato está relacionado ao componente político, como invasões de propriedade, greves etc. Já a imagem do Poder Legislativo, na esfera dos Estados, está subordinada às decisões corporativistas e doutrinárias, tais como aumento de salários, vantagens e benefícios para os próprios parlamentares.

No que concerne à comunicação, a administração pública tem o costume errôneo de privilegiar a pessoa e não o fato. A isso o autor denomina “fulanização” comunicativa. Isso acontece pelo fato de que geralmente acontece uma visão adulterada, adquirida por pessoas

sem formação adequada ou até mesmo por um tipo de assessoria inadequada ou indevidamente qualificada em compreender que o objetivo da imprensa consiste no fato que é notícia e não no agente, que é elemento reforçador. (TORQUATO, 2010).

A respeito dos Três Poderes, o autor conclui que só será possível que a imagem dessas instituições possa melhorar se os padrões de desempenho delas sejam alcançados e perceptíveis à população, mas ressalta que a comunicação sozinha não faz milagres.

Os problemas de comunicação na administração pública podem ser qualificados pelas condições relacionadas à linguagem, à estrutura, ao profissional e ao planejamento. (TORQUATO, 2010).

Partindo do pressuposto de que a comunicação é um bem que se faz necessário, principalmente no Brasil, com a edição da Lei da Transparência (de nº 12.527/2011), fica garantido a todo cidadão o acesso à informação dos atos dos órgãos públicos e às autarquias, tanto da União quanto dos Estados, municípios e do Distrito Federal. Porém é comum encontrar algumas administrações públicas brasileiras que ainda mantêm mentalidade arcaica. Uma parte bastante representativa dos funcionários públicos no país ainda pensa de forma antiquada, considerando o ambiente onde trabalham “baú velho” e seus trabalhos uma “obrigação”. (TORQUATO, 2015).

A comunicação, conclui o autor, sofre desse mal que é o comodismo, a estagnação da malha pública. Os setores públicos geralmente são mecanismos papelocraticos, imóveis, colossais e a comunicação acabam por ser falha. O desafio concentra-se exatamente em fazer essa aproximação com a sociedade. E para essa adaptação com as novas tecnologias e mudanças, se faz necessário uma reestruturação desde o espaço físico a uma orientação e treinamento dos funcionários, à inclusão de novos procedimentos e técnicas, bem como a elaboração ou reformulação de canais diretos e indiretos para a realização de contatos com o público, a comunicação e informação para que se possa implantar uma “cultura de transparência”. (TORQUATO, 2015).

Dentro dessa perspectiva, e dos questionamentos em torno da transparência das instituições públicas, principalmente as legislativas, torna-se pertinente compreender a atuação de jornalistas assessores de imprensa de câmaras municipais do interior de São Paulo, objeto deste trabalho.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Problema: como é o cenário de atuação de assessoria de imprensa em Câmaras Municipais no Interior de São Paulo?

1.2 HIPÓTESE

Derivam da questão problema as seguintes hipóteses: 1) Os assessores de imprensa atuantes nas Câmaras Municipais paulistas são graduados em Jornalismo, mas há, também, profissionais de outras áreas; 2) A atuação dos assessores de imprensa das Câmaras Municipais paulistas não se restringe ao que se apregoa como atividade de assessoria de imprensa; 3) Nem todos os assessores de imprensa realizam divulgação jornalística por meio de órgãos de comunicação da Câmara Municipal em que atuam.

1.3 JUSTIFICATIVA

Todo poder público tem obrigação de prestar contas à sociedade, mantendo as pessoas informadas sobre o que acontece. Nas Câmaras municipais não é diferente, ficando em parte a cargo do jornalista como assessor de imprensa comunicar de forma clara e precisa informações de interesse público para que órgãos de imprensa, jornalistas e munícipes saibam e entendam o que ali se passa.

A assessoria de imprensa é um segmento que está consolidado no mercado de comunicação, sendo uma das áreas que mais emprega jornalista. É nesse campo de atuação que o jornalista passa a exercer um papel essencial, pois ele está pronto para interagir e preencher possíveis lacunas que possam vir existir entre os poderes públicos, a iniciativa privada e o terceiro setor com os meios de comunicação e com a própria sociedade ao atuar como intermediador entre esses segmentos. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007).

Para o órgão máximo da categoria jornalística, o profissional de assessoria de imprensa passou a coordenar e gerir fluxo de informação interno e externo, portanto essa atividade é norteada pelo cuidado e o comprometimento com o interesse público. Fato esse que é histórico e que atribuiu características de credibilidade e eficiência em pautas e assuntos disponibilizados aos meios de comunicação, assim o assessor de imprensa passou a ser fonte qualificada para os veículos de comunicação. A urgência de uma resposta ágil e rápida

solicitada pela imprensa passou a dar respeitabilidade ao profissional, que tem em suas atribuições divulgar, com coerência e qualidade, releases, boletins, pautas, e notícias mais complexas. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007).

Bueno (2014) relata que independentemente do tipo de instituição, tratam-se as mídias sociais com displicência, sem dar a elas a devida importância que lhes cabe. Isto acontece por avaliarem que basta estar inserido nesse meio que já é o suficiente, o que pode acarretar prejuízos a perder de vista, pois as mídias sociais têm o poder de disseminar a informação, criticar ou elogiar de maneira instantânea. O autor reforça essa ideia ao informar que essa é uma atividade que já acontece em outros campos, mas que deve ser pautada pela atuação de uma organização nas mídias sociais, ou seja, ter objetivos bem alinhados e definidos, a fim de que se possa conhecer e identificar o público que se deseja conhecer.

Tendo essas funções como uma de suas referências, este trabalho visa apurar o atual cenário de atuação dos assessores de imprensa das Câmaras municipais paulista, observando a quantidade de jornalistas atuantes como assessores de imprensa e a forma que o fluxo de informação está sendo exercido.

Sobre o trabalho do assessor de imprensa em relação à opinião pública, segundo Kopplin e Ferraretto (1993, p.29), entende-se:

O trabalho do assessor de imprensa está – dependendo do caso, em menor ou maior grau – relacionado com a formação de opinião pública, na medida em que pretende atingir um determinado número de pessoas com uma mensagem, influenciando o que pensa esses receptores (públicos internos e/ou externos do assessorado).

Sob tal perspectiva, este trabalho irá colaborar não só para o jornalista que migra cada vez mais para a assessoria de imprensa, mas principalmente para as pessoas e órgãos públicos ou privados, que precisam ser bem assessoradas. É na ausência da assessoria de imprensa que as lacunas levam a sociedade a não saber o que está acontecendo no Poder Legislativo.

Para futuros pesquisadores, este trabalho poderá servir como um apoio para outras ramificações ou um aprofundamento no assunto, tendo em vista que a assessoria de imprensa é um segmento dentro da comunicação que cresce a cada dia, abrindo oportunidades para diversos jornalistas e assim, avalia-se preliminarmente, devem ser preenchidas as vagas nessa área por profissionais formados.

Ao abordar a assessoria de imprensa e política, Kopplin e Ferraretto (1993, p.53) reforçam que o político está a serviço da população, que lhe conferiu poderes para tal. Assim, é inaceitável que uma informação seja omitida aos meios de comunicação e,

consequentemente, aos cidadãos. A assessoria de imprensa, neste caso, auxilia na transparência dessa relação.

1.4 OBJETIVOS

Com base no problema de pesquisa e justificativas apresentadas, tem-se como objetivo geral do trabalho: realizar pesquisa exploratória, composta por pesquisas bibliográfica, documental e de campo, sobre a atuação de assessores de imprensa de Câmaras municipais do interior de São Paulo.

Pretende-se, como objetivos específicos, analisar o atual cenário de atuação desses assessores de imprensa; identificar as formas de gestão do fluxo de informação e os meios por eles utilizados para transmitir informações; e demonstrar que a pessoa graduada em jornalismo está apta a orientar de forma eficaz os assessorados alocados em Câmaras Municipais.

1.5 METODOLOGIA

A metodologia aplicada neste trabalho tem caráter qualitativo e finalidade exploratória. Isso ocorre porque a pesquisa qualitativa tem como ato inicial a análise e a interpretação de aspectos mais profundos. Silva (2004) diz que a pesquisa qualitativa estima que há uma relação proativa entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo inerente entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. É relatado através de uma descrição. Os pesquisadores se inclinam a analisar seus dados de forma inferencial. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Selltizet al. (1967, p. 63) descreve de forma bastante clara a pesquisa exploratória, quando diz que:

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que "estimulem a compreensão".

No caso deste trabalho exploratório, os métodos utilizados envolvem pesquisa bibliográfica e documental e pesquisa de campo.

Na etapa inicial do trabalho foi construído um referencial teórico cujo propósito foi à realização do levantamento bibliográfico com o intuito de obter informações sobre os, aspectos, definições e conceitos a serem abordados no decorrer da temática.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do que se procura resposta. (FONSECA, 2002, p.32).

Sob tal perspectiva, o referencial teórico do trabalho é baseado nos autores Chaparro (2003), Federação Nacional dos Jornalistas (2007), Mafei (2007), Martinez (2003), Souza (2006), Traquina (2001), Kopplin e Ferraretto (1993), Torquato (2010), Torquato (2015), Jaurês Palmas (1989), entre outros autores da área de comunicação.

Os livros usados como base são Assessoria de imprensa teoria e prática, de Kopplin e Ferraretto (1993); Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia, de Duarte (2003); Jornalismo Empresarial, de Palma (1994); e Tratado de comunicação organizacional e política, de Gaudêncio Torquato (2010) e o Manual de Assessoria de Imprensa, Federação Nacional dos Jornalistas(2007), pois abordam a assessoria de imprensa voltada para área da política, destacando a importância do jornalista na produção de conteúdos voltados para a assessoria política.

Entre outras obras que serviram de apoio para a realização deste trabalho destacam-se: Cem anos de assessoria de imprensa, de Chaparro (2003); Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia, de Mafei (2007); Implantando e administrando uma assessoria de imprensa, de Martinez (2003); Planejamento Estratégico: um método de sucesso na política, de Souza (2006); e O Estudo do jornalismo no século XX, de Traquina (2001).

Junto com a leitura e inferências a respeito das referências bibliográficas, foi realizada com a pesquisa documental, permitindo melhor aprofundamento do tema.

A pesquisa documental trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas,

tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc. (FONSECA, 2002, p. 32).

Como ponto de partida para a realização deste trabalho e uma melhor compreensão do tema, foi usado o Manual de assessoria de comunicação: imprensa da Federação Nacional dos Jornalistas (2007), que serve de manual para quem pretende seguir a assessoria como profissão, quer conhecê-la ou vai contratar um assessor de imprensa.

Realizadas as pesquisas bibliográfica e documental, seguida de redação monográfica, foi realizada a pesquisa de campo em Câmaras Municipais do interior de São Paulo, para que se pudesse identificar como os assessores de imprensa estão atuando atualmente no Poder Legislativo, sua área de formação, as funções atribuídas a eles e as formas de gestão de informações sob a responsabilidade desses profissionais.

Sobre o estudo em campo, Gil (2002) explica que este define certa comunidade, que pode não ser geográfica, mas uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou orientada para qualquer outra atividade humana. O pilar desse tipo de pesquisa consiste na elaboração, por intermédio da observação direta das práticas dos grupos analisados e de entrevistas com informantes para entender suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo. Partindo desse fundamento, configura-se a pesquisa de campo pelas averiguações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, acontece a coleta de dados junto às pessoas oriundas de diferentes tipos de pesquisa (pesquisa *ex-post-facto*, pesquisa-ação, pesquisa participante, etc.). (FONSECA, 2002).

Essas técnicas geralmente são fundidas com muitos outros, bem como o estudo de caso, a análise de documentos e a utilização de métodos qualitativos. Silva (2004) explica que, quando a pesquisa requer interrogativas diretas das pessoas, cujo comportamento se deseja conhecer, podem ser realizadas entrevistas em profundidade ou utilizados questionários.

Gil (2002) define o estudo de caso como uma análise de um ou alguns casos, cujo principal objetivo não é ter a compreensão exata das peculiaridades de uma população, mas de possibilitar uma ampla visão do problema ou a identificação de prováveis fatores que determinam ou são determinados por eles.

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o

percebe. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador. (FONSECA, 2002, p. 33).

Os sujeitos da pesquisa foram assessores de câmaras municipais do interior de São Paulo, utilizando como lócus as cidades de Bauru, Piratininga, Pederneiras, Agudos, Borebi, Macatuba e Lençóis Paulista, escolhidas por estarem localizadas ao sul de Bauru e cujas localizações facilitam o acesso da pesquisadora.

Por fim, espera-se conseguir através das entrevistas com os assessores de imprensa, estudos bibliográficos, documental e a pesquisa de campo, identificar tendências em relação à situação e atuação do cargo de assessor de imprensa no Poder Legislativo, especialmente no interior paulista.

1.6 PROPOSTA DE CAPÍTULOS

Os capítulos que estruturam o andamento da pesquisa estão alinhavados nos seguintes tópicos:

- a) capítulo 1 – introdução:
 - este primeiro capítulo da introdução trata da apresentação inicial da temática da pesquisa, explanando as problemáticas, hipóteses, justificativa, objetivos e questões que abordam o estudo;
- b) capítulo 2 – Assessoria de Imprensa/ Assessoria de Comunicação:
 - neste encontram-se explicações sobre a Assessoria de imprensa e suas ramificações com o objetivo de abordar o seu processo de desenvolvimento. Aborda-se o campo de trabalho, profissionais atuantes, código de ética, a assessoria de imprensa em órgão públicos, em especial nas câmaras municipais;
- c) capítulo 3 - atividade da assessoria de imprensa em órgãos públicos:
 - o terceiro capítulo descreve o que são os três poderes – Judiciário, Executivo e Legislativo - e como são as atividades do assessor de imprensa em órgãos públicos;
- d) capítulo 4 -pesquisa de campo:
 - o quarto capítulo descreve a metodologia aplicada para a elaboração do trabalho, a análise e discussão obtidos com a coleta de dados por meio de

pesquisa de campo, que consiste na aplicação de pesquisa nas Câmaras Municipais e com os assessores de imprensa do Poder Legislativo;

e) capítulo 5 – considerações:

- neste último capítulo do trabalho, são descritos os resultados obtidos com estudos realizados, permitindo verificar se foram alcançados os objetivos almejados com a metodologia, as análises e pesquisas selecionadas.

2 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO / ASSESSORIA DE IMPRENSA

A assessoria de comunicação social realiza um serviço singularizado, coordenando as atividades de comunicação do assessorado com seu público e delimitando políticas e táticas que compreende iniciativas nas áreas de Jornalismo (assessoria de imprensa), Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. (KOPPLIN; FERRARETTO, 1993). Para os autores, é necessário que os responsáveis pelas ACS conservem sempre um contato direto e cotidiano com a diretoria da organização, pois com isso terão a possibilidade de estipular as diretrizes e estratégias de comunicação que são necessárias para obter melhores resultados.

Ainda de acordo com os autores, é preciso esclarecer e determinar qual é a função de cada integrante da ACS, para que não haja desrespeito à legislação ou ao código de ética dos profissionais de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda que nelas atuam, ou mesmo para que um profissional não realize a tarefa do outro privilegiando o seu assessorado.

Kopplin e Ferraretto (1993) definem de maneira geral estas responsabilidades, funções e atividades da seguinte maneira:

Jornalismo (Assessoria de Imprensa): compreende tanto “[...] o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa”. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007, p.12).

De maneira mais sucinta, pode-se dizer que as atividades de uma assessoria de imprensa podem ser explanadas como: convívio com meios de comunicação, efetuando a intermediação na relação entre ambos e atendendo aos pedidos dos jornalistas, independente de qual seja o órgão de imprensa; controle e arquivo de todas as informações que dizem respeito ao assessorado e que foram divulgadas nos veículos de comunicação; atualização constante dos meios de comunicação, bem como a organização e atualização dos nomes dos principais cargos dos veículos, como diretores e editores, endereço, telefone e e-mail; produção e edição dos periódicos que têm como objeto, públicos externos e internos, assim como a realização de produtos jornalísticos, como fotografia, vídeos, programas de rádio e televisão, sites; participação na definição dos planos de comunicação.

Relações Públicas: têm por responsabilidade a criação, planejamento e execução de programas de integração interna e externa; têm por comprometimento a realização de pesquisas para conhecer opiniões, hábitos e atitudes dos públicos, bem como manter o cadastro atualizado dos diversos segmentos de interesse para a instituição, além de referências históricas do próprio assessorado; e colaborar na definição de estratégias globais de

comunicação. A Federação Nacional dos Jornalistas (2007, p. 35) define a tarefa do relações-públicas como:

Identificar os problemas, apresentar soluções e melhorar o relacionamento dos assessorados com seus vários públicos [...], excetuando-se as relações com jornalistas, que são atribuição da própria categoria dos jornalistas, através da AIs. O trabalho de relações-públicas visa a promover o diálogo real e desenvolver um clima de boa vontade junto a esses públicos internos e externos, em relação aos assessorados, produtos, serviços, filosofia e, ainda, integrando o assessorado na sociedade.

Publicidade e propaganda: Rego (1986 apud KOPPLIN; FERRARETTO, 1993, grifo do autor) diz que esta área é “[...] um subsistema de comunicação que coloca em relação produtores e consumidores por meio dos distribuidores e dos *mass media*”. Procura, de forma direta, o consumo dos produtos ou serviços oferecidos pela instituição, por meio de peças publicitárias e de propagandas, decidindo pelos veículos de comunicação que mais se enquadrem nos objetivos adequados para sua difusão e as agências para intermediação.

A Assessoria de comunicação é um dos serviços oferecidos pelo “tripé” da comunicação – jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda, que, juntos, produzem um fluxo de informação interno e externo. Esse serviço pode ser produzido por um departamento interno, por contratos de terceiros ou realizado de forma mista pelas duas anteriores. De maneira mais sintética, consiste na administração da informação.

Sobre a comunicação integrada, Bueno (2014) informa que se trata de elaborar e colocar em prática diferentes tipos de ações, estratégias e produtos de comunicação. Na prática, essas decisões se resumem à articulação de algumas atividades para amparar determinado trabalho em especial. Da mesma maneira pode se definir comunicação estratégica como o discurso nas organizações, porque na prática os profissionais de comunicação não participam diretamente das tomadas de decisões.

É possível ainda, segundo o autor, identificar a comunicação empresarial, que transcende as competências da comunicação, principalmente ao jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda. O autor descreve a comunicação empresarial como um sistema complexo de conhecimento e prática e delimita sua função como a relação entre a organização e seus públicos de interesse. (BUENO, 2014, p.10).

É comum certo equívoco sobre as responsabilidades e atribuições dos profissionais das ACS, principalmente entre a Assessoria de Imprensa e as Relações Públicas, e diversas vezes se torna rotineiro a prática em algumas instituições de atribuir a atividade do outro a um e

vice-versa. Sobre a questão, a Federação Nacional dos Jornalistas (2007, p. 35) defende a seguinte posição:

Em função de alguns conflitos de legislação envolvendo as atividades de profissionais jornalista e relações públicas, sobretudo no que diz respeito à questão de quem deve responder pela edição e execução de publicações jornalísticas empresariais, tanto o departamento Jurídico do Sindicato dos jornalistas profissionais do Estado de São Paulo quanto o da ABI – Associação Brasileira de Imprensa - elaboraram estudos, analisando a legislação sob os mais variados ângulos, os quais dão conta de que essa é uma responsabilidade privativa do jornalistas profissionais.

Chaparro (2003) aborda que a questão dessa relação entre organização e a imprensa não é nova. Esse é um assunto de quase um século, seja ele tema ou problema. Como estudiosos ou profissionais da comunicação empresarial, organizacional ou institucional, seríamos herdeiros do pai da comunicação organizacional, o jornalista Ivy Lee, que em 1906 criou a assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação.

Ivy Lee, conta Chaparro (2003), deixou as redações dos jornais para fazer com que John Rockefeller, na época um dos homens de negócios com maior impopularidade dos Estados Unidos, se tornasse veneradas pelo povo americano. Ivy fez muito mais do que criar uma declaração de princípios em forma de carta aos editores, por meio do que se comprometeu a oferecer apenas notícias, ele se colocou à disposição dos jornalistas, para elucidar qualquer dúvida e fornecer respostas “verdadeiras e honestas” (CHAPARRO, 2003, p.36).

Kopplin e Ferraretto (2001) destacam o seguinte trecho da Declaração de Princípios feita por Lee:

Este não é um departamento de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos divulgar notícias, e não distribuir anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor como matéria paga, não o publiquem. Nossa informação é exata. Maiores pormenores sobre qualquer questão serão dados prontamente e qualquer redator interessado será auxiliado, com o máximo prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato. Em resumo, nossos planos, com absoluta franqueza, para o bem da empresa e das instituições públicas, são divulgar a imprensa e ao público dos Estados Unidos, pronta e exata, informações relativas a assuntos com valor e interesse para o público.

Enquanto isso, no Brasil, Duarte (2003) relata que Nilo Peçanha, ao organizar a estrutura do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio, criou a Secção de Publicações e Bibliotheca para incorporar os serviços de atendimento, publicações, informação e propaganda. O setor tinha por objetivo agrupar e distribuir informações através de notas ou

notícias enviadas à imprensa ou por meio do Boletim do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio.

Duarte (2003) informa, ainda, que foi estabelecido em 1915 o nome Serviço de Informações e especificadas novas atribuições, como divulgação pela imprensa, em forma de notas sucintas, as mais completas informações que fossem o bastante para difundir o desenvolvimento da produção nacional, aspecto esse similar à observada na atuação dos serviços de relações públicas nos Estados Unidos.

Dando continuidade à história nacional, Gaudêncio Torquato (2010) aborda que na Era Vargas que foi criado o Departamento Oficial de Propaganda em 1931, o mesmo que mais tarde, em 1934, foi modificado para Departamento de Propaganda e Difusão de Cultura e, logo depois, em Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), administrado por Lorival Fontes, que implantou no Brasil as técnicas de propaganda do ditador e da maquinaria psíquica engendrada por Goebbels, na Alemanha. Definia-se então o perfil de Getúlio, estabelecido como o estadista, magnânimo, corajoso, nobre, conhecedor afincado dos homens, seguro, argucioso, pai dos pobres. Foi desenvolvido, então, um mito, de um governo que falava e ninguém contrariava. Foram censurados jornais e com isso o Estado Novo passava a ter divulgações apenas de notícias favoráveis.

Anos depois, Torquato (2010) informa que no governo de Juscelino Kubitschek ele próprio utilizava a então Voz do Brasil para disseminar seu plano de metas norteado pelo lema “50 anos em 5”. Com a chegada das multinacionais ao país, durante esse período foi possível expandir a prática da assessoria de comunicação social.

Reflexo disso é que, décadas depois, em 1967, foi criada a Associação Brasileira de Jornalismo Empresarial (Aberje). Em 1971, na cidade de São Paulo, os jornalistas Reginaldo Finotti e Aloar José Gomes deram início, então, a uma nova proposta de assessoria, em que unidos fundaram a Unipress, agência pioneira em assessoria de imprensa. As primeiras empresas no país a contratarem os serviços foram: Esso, Volkswagen e Aab. Com essa ação, as atividades de relacionamento com a mídia se proliferaram, tanto com o aumento de profissionais empenhados com as atividades da assessoria de imprensa quanto pela atuação das empresas, receosas com a divulgação de sua imagem perante a sociedade.

No período entre o fim dos anos 70 e começo dos anos 80, com um mercado de consumo consolidado e a situação do autoritarismo militar, termina para as organizações o período em que o relacionamento com as autoridades era o mais importante (NORI, 1990 apud DUARTE, 2011). O retorno da democracia, o movimento sindical, a liberdade de imprensa, novos padrões de competitividade e a ameaça de maior exigência quanto aos

direitos sociais e dos consumidores fizeram surgir à necessidade das empresas e instituições em saber se comunicar com a sociedade e seus diversos segmentos.

Nesse contexto, a imprensa foi reconhecida como um grande instrumento e o caminho mais curto para atuar sobre a agenda pública, comunicar e adquirir uma imagem positiva. É nesse momento que as grandes organizações intensificaram o uso das pessoas responsáveis pelos setores de recursos humanos para desenvolver esse papel de porta-voz, relações públicas, atender jornalistas e editar divulgações empresariais. (DUARTE, 2003).

O autor relata que, no início da década de 80, as instituições, dos mais diversos tipos, passaram a buscar profissionais que estabelecessem essa ligação com a imprensa e para que realizasse a produção produtos de comunicação, tais como boletins, jornais, revistas, vídeos, rádio internas. Nessa época, os jornalistas oriundos dos cortes de pessoal nas redações aproveitaram a oportunidade, oferecendo seu conhecimento, bem como relacionamento junto aos “coleguinhas”, sua experiência sobre produtos informativos, habilidade ao tratar com o poder e, ainda, a concepção da informação como direito público.

Além de ser uma alternativa do desemprego, conta Duarte sobre o contexto de 1980, muitos decidiram pelas assessorias devido às conjunturas do trabalho, horário fixo, sem fechamentos, sem muito estresse e com um salário maior. Com isso as redações passaram a necessitar de certo apoio das assessorias, devido à limitação das equipes, o crescimento comercial e industrial e possíveis notícias. Para garantir a idoneidade das informações e da execução da atividade de assessoria de imprensa, o sindicato de jornalistas, como o de São Paulo, passaram a realizar um controle para coibir que a atividade fosse exercida por pessoas desqualificadas (CAMPOI, 1982 apud DUARTE, 2011, p.60).

Duarte (2003) relata que a dispersão dos jornalistas para diversas áreas, foi ocasionada pela ação adequada da assessoria no campo de trabalho, que surgiu em particular na década de 80, quando a utilização da informação e a necessidade de se ter relacionamentos adequados (não apenas com a imprensa) tornou-se estratégica para as instituições brasileiras.

As “assessorias de imprensa” tornaram-se então o embrião de estruturas de comunicação que fornecem grande diversidade de produtos e serviços. E estão, ainda na forma original ou ampliada, no Legislativo, Executivo, Judiciário (no âmbito federal, estadual e municipal), terceiro setor, em universidades, nas Forças Armadas, sindicatos, entidades de classe, apoiando pessoas físicas (artistas, esportista, políticos). (DUARTE, 2003, p.81).

Como reflexo desse movimento, em 1985, o Manual de Assessoria de Imprensa foi pela primeira vez editado. Tal modelo já não existe mais, ocasionado pelas mudanças do

perfil dos jornalistas. O que perdura como referência foi o de 1999, elaborado durante o Encontro Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Comunicação, quando foi aprovado o Manual de Assessoria de Comunicação. (CARMO, 2009).

Martinez (2003) destaca que as assessorias de imprensa é apenas um dos muitos instrumentos da comunicação, entendendo que faz parte de suas atribuições o planejamento, a estratégia, o gerenciamento da informação e o mapeamento de mídia, que estão à disposição de órgãos, empresas e instituições. As assessorias não desempenham suas atividades sozinhas nem realizam milagres pela divulgação e pela imagem das pessoas ou das instituições. Porém a falta dessa estrutura competente de comunicação pode ser a principal responsável por perdas irreversíveis para empresas, pessoas e instituições, que podem se mostrar expressivas tanto no aspecto financeiramente quanto na imagem.

Sob essa perspectiva, Kopplin e Ferraretto (2001) recomendam que as atividades de AI devam ser realizadas com cautela e principalmente com organização, sem improviso e com a constante avaliação dos resultados. O planejamento é de fundamental importância, pois evita que situações inesperadas peguem o assessor desprevenido.

Kopplin e Ferraretto (2001) relatam que se faz necessário compreender as diferenças entre os termos planejamento, política, plano e estratégia, que indicam diferentes etapas do processo de planejamento das atividades de uma AI. Rabaça e Barbosa (1987 apud KOPPLIN; FERRARETTO, 2001, p.33) definem planejamento como o “[...] ato de relacionar e avaliar informações e atividades – de forma ordenada e com lógico encadeamento entre elas – a serem executadas num prazo definido, visando à consecução de objetivos predeterminados”.

Sob essa definição, Kopplin e Ferraretto (2001) avaliam que o planejamento, portanto, é um processo extensivo que estabelece metas, objetivos, públicos-alvo da instituição e, acima de tudo, as políticas de comunicação a serem aplicadas. Todo planejamento será composto por diferentes planos, que de forma resumida consistem em documentos que, partindo do que foi acordado no planejamento, definem quais atitudes serão aplicadas para realizar o serviço de assessoria de imprensa à instituição.

Por fim, Kopplin e Ferraretto (2001) relatam que as estratégias seriam aquelas técnicas que são necessárias para serem aplicadas de forma inesperada, ou seja, quando uma situação em específico envolver o assessorado e exigir atitudes e decisões especiais por parte do jornalista.

Sobre as etapas do planejamento, Richers (1983 apud KOPPLIN; FERRARETTO, 2001, p.34) propõe que podem ser estruturadas em quatro fases: análise, adaptação, ativação e avaliação.

A análise consiste no momento em que o assessor de imprensa conhece as instituições, seus públicos e o contexto em que está inserida. É nesse momento também que devem ser apontados os problemas e as falhas de comunicação da instituição. O próximo passo será a adaptação, quando será ajustada a situação encontrada anteriormente com a projeção de ações necessárias. Nesta etapa, serão estabelecidas as políticas e os planos. Em seguida será a ativação, ou seja, momento em que os planos serão colocados em prática, seguindo as ações estipuladas. Por fim, ocorre a avaliação, quando serão estudados os resultados de todos os planos e estratégias empregados, com o objetivo de averiguar se foram os mais adequados.

Kopplin e Ferraretto (2001) informam ainda que, no contexto da estruturação, a avaliação passa a ter um papel fundamental, já que em sua ausência todo o processo terá sido inútil. Ou seja, uma AI pode analisar a realidade institucional, ajustar um plano a ela e o colocar em prática, porém, se em nenhum momento efetuar uma avaliação deste trabalho, ela não terá o conhecimento real do seus resultados e, em consequência, não terá condições de aperfeiçoar seu trabalho nem de efetuar correções em possíveis falhas.

Para facilitar a constante avaliação, Kopplin e Ferraretto (2001) sugerem que deve haver constantemente um controle do processo informativo da instituição, que pode ser realizado através de verificações diárias, semanais e mensais. Existe uma ferramenta que facilita esta atividade, o *check-list*, que consiste na relação completa e minuciosa de medidas a serem tomadas periodicamente para o acompanhamento das atividades dos assessorados. Os autores informam que o conteúdo de cada *check-list* varia de acordo com as peculiaridades da instituição assessorada. O modelo básico se modifica de acordo com a frequência (diário, semanal e mensal) e o tipo (reunião).

No *check-list* diário, deve-se, segundo os autores, realizar a verificação da leitura de jornais e publicações; escuta de rádio e televisão (se houver); verificar as notícias de hoje que podem gerar: *release* de opinião, pauta, comunicados, notas oficiais, nota para agenda, entrevistas em televisão ou rádio, eventos especiais e informações para o assessorado; procurar saber se há notícias de interesse da empresa de assessoria; investimento em atividades futuras, possibilidade para geração de visitas para sondagem de clientes, o que ocasiona a realização de algumas iniciativas especiais de comunicação; atualização dos relatórios de atendimento; verificação da agenda do cliente para o dia.

No *check-list* semanal, deve-se verificar a agenda do cliente para a semana; quais as possíveis pautas podem ser realizadas para os diversos veículos; quais clientes poderiam ser fontes de matéria pautada pela imprensa; quais assuntos relacionados ao cliente podem render entrevistas em televisão e rádio e quais renderiam notas especiais para colunistas; procurar estabelecer um cronograma com futuras atividades que irão ser executadas; programar reuniões com clientes para que se possa realizar discussão, elaboração de matérias, pautas e avaliação dos resultados apurados.

No *check-list* mensal, é preciso realizar a verificação da relação da imprensa (*mailing*); o calendário de eventos e possíveis datas comemorativas para o mês seguinte; quais atividades podem ser realizadas para que se possa atingir os objetivos propostos; definição dos objetivos para o mês seguinte, realização do cronograma básico mensal.

Já o *check-list* de reunião consiste na avaliação de todas as atividades realizadas, do desempenho das atividades programadas durante este período; verificação do que pode ser produzido, como pautas, notas para colunistas, *releases*, artigos, espaços em programas de rádio e televisão; saber quais assuntos merece tratamento especiais, bem como reunião de almoço, coletivas, coquetel, seminários, palestras, debates, entre outros; quais assuntos podem ser programados para possíveis temas de palestra em eventos de associações, sindicatos e/ou outras entidades, reunião – almoço, seminários e/ou congressos.

Kopplin e Ferraretto (2001) relatam que o principal objetivo do processo de planejamento na área de Comunicação especial é a organização pregressa e, posteriormente, continuada do trabalho a ser realizado. Com isso, o plano, ferramenta que passa para o papel estas intenções, deve ser construído de forma clara e concisa, criando uma ligação de comprometimento entre o jornalista e o seu assessorado. Essencialmente, um bom plano de assessoria de imprensa se subdivide em: a) Apresentação, que consiste no resumo conciso do trabalho a ser executado, no qual são propostos os parâmetros básicos para sua execução; b) Objetivos, que consistem em mostrar o que se aspira alcançar com a atividade a ser realizada; c) Atividades consistem, preferencialmente, no trabalho proposto, que deve ser apresentado em forma de módulos, o que facilita a compreensão do assessorado e, também, as negociações com ele; d) Responsabilidades, essa é a parte do plano que vai servir, após a delimitação das atividades que serão desenvolvidas pelo profissional, como base para a execução do contrato; e) Custo, da mesma forma que as atividades, o ideal é que sejam apresentados em módulos, podendo ser atribuído um desconto para a contratação de dois ou mais módulos; f) Informações sobre a empresa de assessoria, essencial, principalmente quando o assessorado não conhece o assessor.

Martinez (2003) informa que os únicos que têm capacidade de ter uma assessoria de imprensa bem estruturada são os órgãos do Governo Federal e dos governos dos Estados. Se para esses órgãos o orçamento não é o problema em questão, para grande número de órgãos governamentais é restrito, principalmente se levado em conta que nem todas as estruturas do governo prevêem cargos de confiança e recursos para a assessoria de imprensa.

Normalmente, tanto o Legislativo quanto o Judiciário e o Executivo contam com assessoria de imprensa ligada a uma coordenação de comunicação social. São estruturas consideravelmente grandes e bem equipadas, pois ambas têm recursos orçamentários previstos em lei e avaliados anualmente.

A atividade de assessor de imprensa em órgãos públicos será abordada no capítulo seguinte, com ênfase na área política.

3 ATIVIDADE DA ASSESSORIA DE IMPRENSA EM ÓRGÃOS PÚBLICOS

O Poder Legislativo Federal, segundo o artigo 44 da Constituição, é composto pela Câmara dos Deputados (com representantes da população brasileira) e pelo Senado Federal (com representantes de todos os Estados e do Distrito Federal), formando, assim, o Congresso Nacional, cuja sede é em Brasília (BRASIL, 1988). Compete a esse Poder fiscalizar se os recursos públicos estão sendo aplicados conforme a lei. Para que isso ocorra, o órgão conta com o auxílio do Tribunal de Contas da União, que exerce o controle e a fiscalização.

É de responsabilidade do Congresso Nacional (composto pela Câmara dos Deputados e Senado Federal), segundo o site da Câmara dos Deputados, a elaboração das leis e a fiscalização contábil, financeira operacional, patrimonial e orçamentária da União das entidades da administração direta e indireta. (BRASIL, [2017?]).

Adotado pelo Brasil, o sistema bicameral consiste no mecanismo cujo projeto de lei se inicia em uma das casas legislativas e a outra revisa o mesmo, propondo mudanças ou confirmando o que foi aprovado inicialmente, havendo a exceção de leis privativas de cada órgão.

O Poder Legislativo Estadual, segundo informações do site da Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo é composta por deputados eleitos a cada quatro anos para representar o cidadão. Cabe ao Poder Legislativo Estadual a elaboração de leis pertinentes aos Estados e a fiscalização do governador do Estado, dentro de suas atribuições constitucionais. (SÃO PAULO, 2017).

Os deputados, em suas funções, participam ainda de debates sobre os mais variáveis projetos que tramitam na casa em duas instâncias. A primeira com a comissão permanente, onde ocorre uma discussão prévia sobre as proposituras antes de irem ao Plenário, e as comissões de Constituição e Justiça, que examinam os projetos para saber se estão de acordo com a legislação do Estado e brasileira; a comissão de Redação, que tem por responsabilidade a elaboração do texto final de cada projeto aprovado e, por fim, o Conselho de Ética e Decoro Parlamentar, cujo objetivo é cuidar de possíveis desvios de conduta no âmbito da Assembléia.

Além dessas comissões permanentes, cabe aos deputados atuarem através de comissões parlamentares de inquéritos – CPI, para investigarem denúncias de irregularidades cometidas pelo Estado, seja em administração pública estadual ou particular, desde que afetem o interesse público.

O art. 31 da Constituição Federal estabelece que fica sob responsabilidade do Poder Legislativo Municipal a fiscalização do Município, mediante controle externo (definido no

inciso 1º como a atividade exercida com o auxílio dos Tribunais de Contas dos Estados ou do Município ou dos conselhos onde houver) e pelo sistema de controle interno, na forma de lei, do Poder Executivo Municipal (BRASIL, 1988).

Para uma melhor compreensão sobre a atuação de comunicadores no Poder Legislativo, independente da instância, Martinez (2003) informa que as assessorias de imprensa não trabalham como uma atividade final da organização. A assessoria de imprensa facilita e dinamiza as coisas, mas não se enquadram na rotina de produção da organização, pois, assim, como outras atividades, têm sua rotina própria.

A autora descreve a rotina da assessoria de imprensa com a leitura dos principais jornais e dos clippings dos meios eletrônicos e os que circulam pela internet como o primeiro passo do dia. Conversar com o assessorado sobre as notícias publicadas sobre a organização, como foi a repercussão e a divulgação da mesma também são outras funções da AI. Observar com atenção as questões que a organização não pode ignorar restabelecer as ações, na sequência, de acordo com as necessidades de divulgação, completam suas atribuições.

Conferir as notícias de interesse de divulgação e checar a origem das fontes e o grau de credibilidade são outras atividades da AI, que define as tarefas com a equipe, como realizar os trabalhos de rotina, procurar colocar a organização em evidência, saber quais as mídias e os jornalistas apropriados para o perfil da empresa e quais os especialistas adequados para falar em nome da instituição. Saber conquistar um espaço na mídia, seja como fonte ou foco principal da matéria também, deve ser propósito da AI, cujos profissionais devem desenvolver um bom plano de mídia e atender os jornalistas que buscam informações ou que precisam falar com quem responde pela organização.

Martinez (2003 apud DUARTE, 2003) relata que em órgãos e empresas do governo federal as assessorias de imprensa dirigem-se diretamente ao coordenador de comunicação, sendo esse o responsável pelo atendimento externo, realizando também o suporte a ministros, secretários, parlamentares e demais autoridades dos Três Poderes quando se fizer necessário o contato com a imprensa. Quando às suas instalações, devem ter um espaço adequado, contar com equipamentos como computadores, entre outros, que se façam necessários ao desempenho de suas funções diárias. Deve ter uma estrutura que permita interagir com a imprensa, pois o governo está sempre exposto, é observado e cobrado diariamente e de todas as formas pela população e setores da sociedade.

No entanto, alguns setores, observa a autora, como os ministérios, secretarias e autarquias, ainda têm estrutura muito simplificada de assessoria de imprensa, que conta com a presença de um único assessor. Nesse caso, adverte, “[...] a rotina é pesada e esse profissional

passa a responder por todo o trabalho da assessoria” (MARTINEZ, 2003 apud Duarte 2003, p. 233). Em geral, uma vez que a assessoria de imprensa é instalada, tende a crescer pela necessidade tomar algumas decisões em relação às ações do governo, e pela transparência de suas divulgações, assim como o reconhecimento de sua eficiência.

Nos órgãos e empresa dos governos estaduais, Martinez (2003 apud DUARTE, 2003, p. 233) informa que:

As estruturas costumam ser bem menores, em virtude do tamanho e da importância do Estado. O Distrito Federal, o Rio de Janeiro e São Paulo têm estruturas competentes de assessoria de imprensa para seus governadores, mas menos eficientes para os secretários estaduais.

Já nos órgãos e empresas dos governos municipais, a autora destaca que:

Também prevalece a mesma lógica anterior: os municípios mais prósperos ou que sediam o governo de seu Estado, em especial na região Sul e Sudeste, têm mais recursos, uma exposição maior à imprensa e da mesma forma têm assessorias mais bem estruturadas.

Como é o caso do município de Bauru, por exemplo, que conta com nove assessores de imprensa¹.

Para Duarte (2003), na rotina diária da maioria das assessorias, é muito provável que as mesmas não tenham a possibilidade de ter uma estrutura que conte com o setor de recursos humanos, financeiros e com materiais disponíveis. Em razão disso, podem ocorrer diversas limitações em relação às ações da assessoria de imprensa quanto às expectativas e condições de trabalho oferecidas e ao nível de profissionalismo exigido, entre outras variáveis. Para as demais, não existem condições ideais.

Acredita-se que, mesmo com esses obstáculos, é de grande importância expor os produtos e serviços diversificados que possam ser avaliados de forma estratégica e adaptados de acordo com as condições locais, ajudando, assim, as organizações ou assessorado a alcançarem os objetivos traçados e manterem seus públicos informados.

De acordo com o autor, entre os produtos e serviços de responsabilidade do assessor de imprensa estão: acompanhamento de entrevista; administração da AI; análise do noticiário; apoio a eventos; apoio a outras áreas; arquivo de material jornalístico; artigos; atendimento à imprensa; auditoria de mídia; avaliação dos resultados; *briefing*; brindes; capacitação de

¹Informações obtidas pela pesquisadora junto ao assessor de imprensa Adham Fillipe Marin, da Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Bauru, por meio de mensagem trocada *inbox* via *Facebook* em maio de 2017.

jornalistas; *clipping* e análise do noticiário; concursos; contatos estratégicos; entrevistas coletivas; fotos; jornal mural; *mailing* ou cadastro de jornalistas; manuais; monitoramento; pauta; planejamento; *press kit*; publiteditorial; relatórios; *release*; site; texto em geral; treinamento de fontes (*media training*); elaboração de veículos jornalísticos; e realização de visitas dirigidas, desde que previstos no plano estratégico da organização.

A seguir algumas atividades da assessoria de imprensa de vital importância aos diversos momentos do cotidiano do responsável pela empresa ou órgão de acordo com o Freitas (2007 apud LUCAS, 2007):

Por *Clipping* entende-se a organização de recortes de jornais distribuídos aos executivos da empresa todos os dias pela manhã. Serve de fonte de referência, pois contém as últimas notícias de interesse da empresa e mostra como a mesma está aparecendo na mídia.

Já o Manual de Comunicação deve conter, além da política de comunicação, a definição da missão da empresa e quais são seus públicos principais e como lidar com eles. Acrescenta-se que o documento serve para difundir essas características e deixar claro para todos os setores da empresa, sejam eles internos ou externos, como usar a área de comunicação para realizar planejamentos e discussão relacionadas à mídia e aos eventos.

O *press list* é um lista que consiste nos nomes, telefones e e-mails dos profissionais de comunicação das diferentes editorias da mídia em geral. Essa lista deve estar sempre atualizada pela equipe de assessoria de imprensa, que deve, sempre que souber de alguma mudança de um editor ou repórter, realizar a atualização do cadastro com a finalidade de economizar tempo na hora que se fizer necessário o contato com os mesmos.

O *Mailing list* consiste no banco de dados composto por cadastro de autoridades e pessoas importantes para a empresa; deve ser atualizado de forma constante. Essas informações são de grande relevância seja para o setor público ou privado, pois os dados servem para o envio de convites ou informativos da empresa ou setor, daí ser necessário conter nome, endereço, telefone e e-mail.

O banco de especialistas da instituição envolve a listagem de pessoas qualificadas, sejam técnicos ou especialistas da empresa, que tenham competência para falar sobre os diversos assuntos da empresa.

Media training é um treinamento composto por exercícios de como articular bem as palavras para o rádio, TV, telefone, de como cuidar da aparência para fotos e TV. Prepara o executivo para saber lidar e contornar perguntas maldosas sem perder a classe e a elegância, seja para coletivas, *off*, exclusivas etc.

Press kit básico é um material de apoio, pode ser um *folder*, que tenha o histórico da instituição e um último relatório da empresa, além de *release*, no qual podem ser acrescentadas outras informações se for necessário. Esse material vai servir de apoio caso seja importante enviar dados para a imprensa a respeito da organização e seu porta-voz ou produto ou, em uma situação específica sobre um assunto em questão.

Independente das atividades a serem realizadas, Kopplin e Ferraretto (2001, p. 44) fazem as seguintes ressalvas em relação à assessoria de imprensa em política:

Para muitas pessoas que detêm cargos nos poderes Legislativos e Executivos, a política assume a mais profunda conotação maquiavélica. É a busca desenfreada por poder, valendo o alerta de Machiavelli a Lorenzo de Médici, várias vezes repetido em *O Príncipe*: “Se os homens fossem melhores, não precisaríamos da força e da fraude”. Este tipo de convicção, ao invés de abrir espaço na imprensa, desacredita a política junto aos jornalistas; o político está a serviço da população, que lhe delegou poderes para tal. Assim é inadmissível que uma informação seja sonegada à grande imprensa e, por consequência, aos cidadãos.

Sob essa perspectiva, a assessoria de imprensa passa a ser responsável pela transparência organizacional. Para os autores Kopplin e Ferraretto, muitos assessores de imprensa pecam por realizarem uma superprodução de material sobre seus assessorados, o que acaba por prejudicar ao invés de ajudar. Um exemplo bastante comum citado pelos autores é o do Poder Legislativo, quando acontece constantemente a distribuição da opinião dos vereadores, deputados e senadores, porém sem levar em consideração que a mídia está interessada no fato, não na opinião.

Em meio a essas reflexões, Freitas (2007 apud LUCAS, 2007) recomenda que o responsável pela empresa ou órgão esteja sempre atento aos produtos de comunicação diários de sua assessoria, pois não destinar tempo para a revisão desses conteúdos pode acarretar em prejuízos futuros, em que a reclamação vai ser consequência da ausência da fiscalização do mesmo.

Tais cuidados, de acordo com Freitas (2007 apud LUCAS, 2007), indicam que a assessoria de imprensa é apenas uma peça que faz parte de um conjunto chamado comunicação social de uma empresa pública. E esta não terá uma boa estrutura e em certos momentos não poderá exercer seu papel com excelência se não tiver em seu alicerce as demais atividades de comunicação relacionadas às relações públicas, à publicidade e ao jornalismo.

Além disso, continua o autor, deve existir em todas as etapas e momentos diários da assessoria, assim como em qualquer outra área profissional séria, a ética e os princípios de transparência e diálogo.

A ética do assessor de imprensa é observada pelo Código de Ética do Jornalista, que define ser o jornalista o único responsável pela execução da assessoria de imprensa. Segundo o mesmo código, aprovado em congresso da Federação Nacional dos Jornalistas (2007), cabe ao jornalista levar ao cidadão a informação, seja de cunho público, estatal ou privada. Em nenhum momento o jornalista pode admitir a censura, a omissão à informação, esta deve se pautar pela veracidade dos fatos.

Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas (2007), os Artigos do Código de Ética determinam o que são direitos e deveres do jornalista:

Art. 5º É direito de o jornalista resguardar o sigilo da fonte.

Art. 6º É dever do jornalista: I - opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos; II - divulgar os fatos e as informações de interesse público; III - lutar pela liberdade de pensamento e de expressão; IV - defender o livre exercício da profissão; V - valorizar, honrar e dignificar a profissão; VI - não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha; VII - combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação; VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão; IX - respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas; X - defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito; XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias; XII - respeitar as entidades representativas e democráticas da categoria; XIII - denunciar as práticas de assédio moral no trabalho às autoridades e, quando for o caso, à comissão de ética competente; XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

No artigo 7º do parágrafo V, o Código determina que o jornalista não pode usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime. E o parágrafo VI observa que o jornalista não pode realizar coberturas para os meios de comunicação no qual trabalha sobre organizações, sejam elas públicas, privadas ou não governamentais, em que ele seja o assessor.

Em situações especiais como as de crise, será baseado nesses princípios que irá manter a integridade da empresa e sua imagem positiva diante a opinião pública. Para tanto, se faz necessário, na visão de Freitas (2007 apud LUCAS, 2007), o que ele denomina como “um trabalho de formiguinha”, que pode construir e consolidar no dia a dia o conceito favorável à instituição.

Maia (2013, já ressaltava a necessidade da comunicação da Câmara com a população, quando disse:

Com objetivo de tornar realidade essa democracia e a percepção da sociedade com relação a esta Instituição é que se faz necessária a mudança de postura com relação à estruturação da coordenadoria de comunicação, órgão responsável por toda mudança junto à sociedade. Novos servidores na área de comunicação, com habilitação em jornalismo, comunicação social (institucional) e multimídia, todos habilitados para lidar com as redes sociais, reforçando aqui o fortalecimento das áreas de relações públicas, com projetos próprios e integrados, desenvolvidos por profissionais nos diversos materiais que devem ser disponibilizados para reforçar a imagem desta instituição: TV e Rádio Distrital, Jornal Legislativo, Site ágil e preciso e outros meios eficazes de comunicação que precisam ser estruturados para se atingir tanto junto à população o objetivo almejado, quanto junto aos próprios servidores desta Instituição.

O objetivo de Maia, na ocasião, era fazer com que a sociedade passasse a se enxergar, a confiar, a fiscalizar e a participar do Poder Legislativo. Para isso faz o entendimento sobre a necessidade de boa comunicação social para esclarecer a população, explicando que votar leis e orçamento e fiscalizar o Executivo são atividades básicas do Poder Legislativo. (MAIA, 2013).

Aproveitando as palavras de Maia, ressalta-se que a Câmara dos Deputados e a Câmara dos Vereadores são palco de grandes decisões que afetam direta ou indiretamente a vida de toda população. Ter uma equipe de assessoria de imprensa eficiente e bem estruturada é de grande relevância, pois isso irá beneficiar não somente os parlamentares, mas a pessoas que desconhecem dos procedimentos legislativos. Neste caso, a assessoria de imprensa age como um intermediador, fazendo chegar às pessoas de forma clara e concisa as decisões tomadas no Poder Legislativo. (MAIA, 2013).

Para Freitas (2007 apud LUCAS, 2007), o setor de comunicação não deve ser menor na estrutura da organização. A afirmação é feita pelo fato de que acontecem constantemente diversas controvérsias e conflitos nas instituições públicas, ocasionadas em geral pelas medidas tomadas nos poderes. A área de comunicação é uma peça fundamental nesse quebra-cabeça, pois estando preparada e com uma boa equipe poderá cuidar da consolidação da imagem da instituição diante do público.

Dias (2007 apud LUCAS, 2007) destaca as quatro ações chave nessa relação: Confiar em sua assessoria, para saber como potencializar o trabalho da assessoria de imprensa; e Ganhar a confiança do seu assessorado, que é, na opinião da autora, uma das principais dificuldades encontradas pelos profissionais de comunicação, para que possam realizar a

intermediação do relacionamento entre o assessorado e a imprensa, tão necessário em um Estado democrático como é o Brasil.

Zémor (1995, p. 1) destaca em seu livro a necessidade do papel de comunicação:

O desenvolvimento da comunicação, notadamente a do serviço público, é uma resposta à complexidade crescente de nossas sociedades; ela facilita a busca do interesse geral que resulta de uma arbitragem difícil entre interesses singulares e categorias. A Comunicação Pública responde a uma busca da significação, bem como a uma necessidade de relação.

Padeiro (2016) comenta que o Poder Judiciário foi o último dos três Poderes a perceber a importância de manter uma comunicação com a população. No texto, aponta ainda que, em busca de votos, o Poder Executivo e o Poder Legislativo buscaram a assessoria de imprensa para manter uma comunicação com os eleitores. Como exemplo, cita o caso da jornalista Rosângela Sanches, que informou que, em 1998, quando trabalhava no Tribunal de Justiça de São Paulo, havia apenas dois jornalistas que cobriam o cotidiano e uma assessora para atendê-los, e atualmente são 18 pessoas na assessoria de comunicação, sendo 11 jornalistas.

4 PESQUISA DE CAMPO

A fim de conferir a realidade do assessor de imprensa atuante no Legislativo Municipal, sobre o que discorreremos por meio das pesquisas bibliográfica e documental nos capítulos anteriores, este trabalho tem como etapa metodológica a pesquisa de campo.

A pesquisa de campo tem por finalidade a busca de informações diretamente com as pessoas com as quais se pretende pesquisar e exige que o pesquisador esteja no espaço onde a situação ocorre ou ocorreu, para que assim possa colher o máximo de informações possíveis.

Para Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa de campo é aquela utilizada para conseguir informações sobre um problema, seja em busca de uma resposta, para comprovar algo ou descobrir algo novo ou uma relação entre os mesmo.

As etapas da pesquisa de campo, de acordo com os autores, devem ser precedidas por uma pesquisa bibliográfica sobre o objeto de pesquisa. A justificativa para esse primeiro passo se deve pelo fato de que o pesquisador precisa saber qual a atual situação do objeto de estudo, que outros trabalhos e opiniões existem em torno desse assunto, e, posteriormente, estabelecer um referencial teórico inicial.

Esse “estado da arte” encontra-se descrito nos capítulos 2 e 3 deste trabalho e checá-lo, portanto, é o objetivo da pesquisa de campo. Para tanto, definiu-se como lócus de pesquisa as Câmaras Municipais de sete cidades do interior de São Paulo: Bauru, Piratininga, Pederneiras, Agudos, Borebi, Macatuba e Lençóis Paulista, selecionadas pela facilidade de acesso da pesquisadora a esses locais.

A amostra foi composta por sete profissionais que atuam como assessores de imprensa dessas instituições, a fim de conhecer a realidade da situação dos assessores do Poder Legislativo Municipal do interior de São Paulo, bem como sua formação e sua atuação como intermediador da relação entre a Câmara e a população, quais meios e técnicas utilizam no processo de comunicação.

Após a determinação da amostra, considerada representativa o suficiente para uma pesquisa qualitativa, que visa identificar tendências e comportamentos e, portanto, não tem função quantitativa, para a etapa de campo, os autores afirmam que é necessário estabelecer as técnicas que serão aplicadas na coleta de dados.

Neste caso, pesquisa de campo teve como técnica a entrevista em profundidade, por meio de perguntas diretas, cujo objetivo é conhecer o comportamento das pessoas. Através de roteiro padrão, avaliou-se preliminarmente que seria possível coletar dados e observações que o pesquisador poderia investigar os pesquisados. (PRESTES, 2007).

Sobre a pesquisa em profundidade podemos dizer que possibilita maior flexibilidade ao entrevistado, pois permite construir uma resposta um pouco mais ampla, sem que seja obrigado responder em nível mais rigoroso, direto por parte do entrevistador, como pode se observar no uso de questionários e entrevistas de finalidade quantitativa. Esse tipo de entrevista qualitativa possibilita a ampliação do entendimento do objeto de pesquisa, uma vez que permite certa interação entre entrevistados e entrevistador (GIL, 2008).

Duarte (2014) informa que a entrevista em profundidade individual está caracterizada pela técnica qualitativa, que busca explorar as informações através da compreensão e da experiência do informante, para que com esses dados ele possa analisar e explorar seu tema de pesquisa de maneira coerente. O autor ressalta que uma característica bastante singular dessa abordagem é a existência da flexibilidade tanto do informante, que pode definir os termos das respostas, quanto do entrevistador, que poderá realizar os ajustes das perguntas durante sua execução. O resultado deste tipo de entrevista é a busca pela veemência nas respostas e não a pela dimensão ou representação numérica.

Para Duarte (2014), esse recurso baseia-se na coleta de informações amparadas em teorias e conjecturas pré-estabelecidas pelo investigador, para apurar respostas através do conhecimento subjetivo de uma fonte, escolhida por obter informações sobre o que se tem interesse em conhecer. Assim sendo, o autor faz referências a Demo (2001, p. 10) para classificar a pesquisa qualitativa como um conjunto de resultados da interpretação e reconstrução realizada pelo pesquisador de forma a alcançar um diálogo sensato e analítico com o real. Através desse processo poderá ser traçado um trajeto no qual se possa aprofundar, explorar, um determinado assunto de maneira que se consiga descrever, compreender o que se foi feito anteriormente, discutir, analisar e traçar horizontes. Pode-se ainda com essa técnica realizar a identificação de possíveis problemas, padrões e detalhes, fazer interpretação, caracterizar a importância de um tema e explicar fenômenos de abrangência delimitada.

Geralmente realizadas de forma individuais, as entrevistas em profundidade, explica Duarte (2014), são classificadas por meio de um gama de variedade de tipologia, normalmente caracterizadas como aberta, semiaberta e fechadas, sendo elas originárias de questões não estruturadas, semiestruturadas e estruturadas. Para uma melhor compreensão ressalta-se que as abertas e semiabertas são caracterizadas como do tipo em profundidade, assim definidas por serem flexíveis e por explorar a fundo um determinado tema, permitindo uma dinâmica da fonte com o entrevistado.

Duarte (2014 apud TRIVIÑOS, 1990, p. 146) informa que a entrevista semiaberta tem origem em uma matriz, em que se faz necessário um roteiro composto por questões

norteadoras e que abrangam o interesse da pesquisa. O instrumento inicia-se com um questionário básico, estruturado em teoria e hipóteses que são de interesse da pesquisa e que posteriormente ofereçam um campo abrangente de interrogativas, uma consequência de novas hipóteses que poderão surgir com o decorrer das respostas dadas pelos informantes.

O autor relata que as questões desse tipo de entrevista têm origem no problema de pesquisa e buscam a abrangência do tema, retratando cada pergunta de maneira mais ampla possível. Ele informa que geralmente a entrevista semiaberta deve ter em torno de quatro a sete perguntas, tratadas de forma individual como abertas. Duarte lembra que é necessário explorar ao máximo cada questão até que seja esgotada. Dessa forma, uma pergunta pode se desmembrar e virar duas e vice-versa. Somente depois desse aprofundamento é que se poderá seguir para um próximo questionamento. Assim a entrevista será guiada pelo entrevistado, em certos momentos, reconhecendo o seu conhecimento, porém ajustada ao roteiro do pesquisador.

Na entrevista em profundidade não se tem por objetivo provar ou generalizar algo, mas sim usar do seu caráter subjetivo, que lhe impõe uma adequação aos procedimentos metodológicos e confiança nos resultados finais. Saber fazer uso válido e confiável dos instrumentos de forma coerente favorecerá o fornecimento de resultados de que o pesquisador se dispôs a alcançar.

Duarte (2014) informa que a validade e a confiabilidade na utilização das técnicas desse tipo de entrevista estão ligadas a três aspectos em particular: (1) Saber escolher as fontes que estarão aptas a responder a questão da pesquisa; (2) Fazer a utilização de procedimentos que assegurem a coleta de respostas confiáveis; (3) Relatar os resultados de forma que possa confirmar as informações que foram obtidas com o conhecimento teórico disponível. Assim, é possível realizar entrevistas com pequenos números de pessoas, desde que sejam devidamente selecionadas e possam fazer um relato consistente sobre o tema. Com isso serão obtidas informações compostas por diferentes visões e relatos sobre o mesmo assunto.

O autor relata a existência de dois tipos básicos de seleção não probabilística para a utilização em entrevistas qualitativas: por conveniência e intencional. Nesta pesquisa foi selecionada a entrevista por conveniência, baseada na viabilidade de acesso da pesquisadora, isso por que as fontes foram selecionadas por proximidade geográfica.

E, por fim, Marconi e Lakatos (2010) relatam que, antes que seja iniciada a coleta dos dados, é preciso delimitar quais técnicas de registro dos dados e quais serão utilizadas em sua análise final.

Posteriormente, houve o cruzamento dos dados observados com os conceitos levantados na pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Sob essa perspectiva, esta pesquisa pode ser entendida como um estudo qualitativo de finalidade exploratória.

4.1 APLICAÇÃO

A pesquisa de campo foi realizada nas Câmaras Legislativas dos municípios de Pederneira, Piratininga, Bauru, Lençóis Paulista, Borebi e Agudos com os assessores de imprensa dessas instituições, após contato com os entrevistados via e-mail, no primeiro momento, e depois via *Whatsapp*, para que fosse marcado o dia e horário da entrevista de acordo com a disponibilidade dos entrevistados.

A assessoria de imprensa da Câmara de Macatuba foi contatada diversas vezes, mas não retornou há tempo para a realização da entrevista, resultando na decisão pela manutenção por seis participantes, depois da avaliação de que isso não inviabilizaria o estudo.

Ajustadas as datas, adotou-se o uso de gravadores para o registro das entrevistas, bem como de um celular com aplicativo de gravação de áudio, como prevenção a incidentes de gravação.

As entrevistas foram realizadas nas Câmaras Legislativas de cada cidade, em comum acordo com cada entrevistado. No encontro presencial com os entrevistados de forma individual, foi esclarecido o motivo da entrevista, que se trata de uma pesquisa para conhecer a atual atuação dos assessores de imprensa no Poder Legislativo das Câmaras Municipais do interior de São Paulo. Também foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que se encontra no Apêndice C deste trabalho, e que esclarece de acordo com orientação do Comitê de Ética e Pesquisa (CEP) da Universidade do Sagrado Coração, os benefícios e riscos do estudo, indica responsabilidade dos pesquisadores e formaliza a manutenção do anonimato dos participantes.

Depois de assinados os TCLEs, foi informado que a entrevista seria gravada. O questionário com dezesseis perguntas começou com questões simples e foi aprofundando em outras perguntas com a finalidade de identificar como está a atuação dos jornalistas na assessoria de imprensa no Poder Legislativo. O roteiro encontra-se disponível no Apêndice A.

Posteriormente à entrevista, foi realizada a transcrição dos áudios, que se encontram no apêndice B. Depois disso, o material transcrito foi lido e selecionados os trechos mais significativos e pertinentes ao debate realizado por meio dos dados coletados na pesquisa bibliográfica e documental. Depois os dados foram analisados e separados por tópicos

principais e indicados em quadros, tendo os entrevistados sido identificados como E1, E2, E3, E4, E5, E6 e E7, conforme assegurou o TCLE, de forma a evitar riscos por constrangimento.

4.2 RESULTADOS

A seguir, são indicados os conteúdos mais significativos e relacionados ao debate teórico. Primeiro, são apresentados o tema e a pergunta abarcada, seguida do quadro e, posteriormente, de inferências breves a respeito das respostas apresentadas.

Desta forma, o Quadro 1 refere-se ao perfil dos participantes (como a identidade vai ser preservada conforme citado no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, os entrevistados serão identificados com as siglas E1, E2, E3, E4, E5, E6), função e escolaridade. Da questão derivam outros questionamentos acerca de outras formações e/ou especializações dos entrevistados.

Quadro 1 – Função e escolaridade

Entrevistado	Resposta
E1	“Sou assessor técnico, tenho ensino superior completo, sou formado em administração de empresa e faço o terceiro ano de engenharia civil [...]”
E2	“Minha função é assessor técnico e a escolaridade é ensino superior completo. Sou formado em administração com ênfase em sistema de informação [...]”
E3	“Sou assessora de imprensa [...]. Tenho duas faculdades, gestão em marketing e gestão em letras. Jornalista, eu tenho o registro porque exerço a função já há certo tempo[...]”
E4	“Sou jornalista formado, com superior completo em comunicação social com habilitação em jornalismo [...]”
E5	“Sou assessor de comunicação e imprensa. Jornalista há 26 anos. Sou formado pela Unesp, pós-graduado pela Unesp, mestre em comunicação e semiótica na Unesp de Bauru.”
E6	“Sou jornalista, atuo como assessor de imprensa [...] e sou graduado em comunicação social com habilitação em jornalismo pela Unesp de Bauru e agora estou cursando uma pós-graduação em história, cultura e poder na Universidade Sagrado Coração[...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos seis entrevistados, dois são assessores técnicos e quatro são assessores de imprensa. Dos quatro assessores de imprensa, um é jornalista pelo tempo que exerce a função e os outros três são jornalistas graduados. Os seis entrevistados possuem graduação, três em jornalismo e os outros três em outras áreas, destes apenas dois possuem especialização e desses dois, um possui mestrado.

O Quadro 2 refere-se ao questionamento sobre a mão de obra e estrutura disponível para atuação como assessor de imprensa no Poder Legislativo.

Quadro 2 – Composição e estrutura da assessoria de imprensa do Poder Legislativo

Entrevistado	Resposta
E1	“Hoje sou só eu. Trabalho como assessor e faço toda a parte de comunicação. A nossa estrutura é um site. E divulgo as informações [...]; tem o contrato com o jornal de Agudos, para onde são enviadas todas as matérias [...].”
E2	“A nossa estrutura aqui é bem pequena. A Câmara, pelo fato dela ser bem enxuta, é composta por dois funcionários [...].”
E3	“Hoje apenas eu faço parte da assessoria de imprensa [...]. A Câmara tem um programa na rádio local, que é programa informativo, da Câmara Municipal são 20 minutos a cada sábado, no qual sou eu quem apresenta, nós estamos em desenvolvimento da TV Câmara. [...].”
E4	“Não tem uma estrutura pra isso, tanto é que eles estão contratando minha empresa pra prestar esse serviço e na verdade não é nem assessoria de imprensa especificamente que eu faço, também faço assessoria de comunicação, mas faço outros serviços também.”
E5	“Nós somos duas pessoas, dois profissionais de comunicação - um jornalista e um de publicidade e propaganda -, dois profissionais graduados. Em termos de estrutura, a gente tem uma boa estrutura de equipamento, tem veículo de apoio à disposição, material sem dificuldade, material de trabalhos, nenhuma observação negativa não. [...].”
E6	“A Câmara tem uma diretoria de comunicação, mas a função de assessoria de imprensa só é desempenhada por mim. A diretoria tem sob sua responsabilidade a TV Câmara e a Rádio Câmara, que funcionam aqui. São dois jornalistas, dois radialistas, o pessoal da técnica, os editores, os programadores e os cinegrafistas. [...].”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos seis entrevistados, quatro atuam sozinhos, mesmo no caso de E4, que trabalha como representante de sua própria empresa. A estrutura de pessoal, portanto, é enxuta e confirma o indicado pela bibliografia consultada, demonstrando que o serviço de assessoria de imprensa limita-se, em geral, a um profissional.

O Quadro 3 refere-se ao questionamento sobre a quem a assessoria de imprensa está subordinada.

Quadro 3 – A quem o assessor de imprensa responde

Entrevistado	Resposta
E1	“Ao presidente.”
E2	“[...] voltado para o presidente [...].”
E3	“Eu respondo ao meu diretor [...].”
E4	“Diretamente ao presidente, sempre ao presidente [...].”
E5	“Presidente diretamente [...].”
E6	“À presidência, mas também [...] respondendo pra diretoria de comunicação.”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos entrevistados, quatro respondem à Presidência da Câmara Municipal, no caso, um vereador; um está subordinado ao diretor legislativo e um ao presidente e ao diretor, indicando que a função de assessoria de imprensa é um cargo de confiança.

O Quadro 4 traz respostas a respeito dos atendimentos realizados pelo assessor de imprensa aos vereadores.

Quadro 4 – Quem de fato o assessor de imprensa atende com suas atividades?

Entrevistado	Resposta
E1	“Atendo todos os vereadores e às vezes alguma entidade que necessite de divulgação nessa parte de imprensa [...]”
E2	“Atendo tanto as necessidades da Câmara, pelo andamento do dia a dia, quanto à população, que está sempre vindo aqui e pedindo algumas orientações [...]”
E3	“Todos os vereadores [...]”
E4	“Atende a todos [...], o presidente sempre vai ter um ‘destaquesinho’ um pouco maior que os outros, mas a gente sempre tenta também deixar todos os vereadores representados na assessoria de imprensa [...]”
E5	“A instituição como um todo [...]”
E6	“Todos os vereadores [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Quatro dos entrevistados atendem aos vereadores, os outros dois atendem a instituição. Além disso, dois atendem a terceiros, seja a população em busca de informação ou entidades que precisam de divulgação jornalística, mostrando um desvio da função original. Observa-se que, por conta da proximidade com o presidente do Legislativo, este acaba por gozar de maior atenção por parte de um dos assessorados, contrariando, em parte, as respostas do item 3.

O Quadro 5 refere-se ao questionamento sobre quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas.

Quadro 5 – Atividades de assessoria de imprensa previstas e realizadas

(continua)

Entrevistado	Resposta
E1	“Envolve mais a parte de matérias [...], respostas à população via site ou rede social, no caso do <i>Facebook</i> ou <i>Whatsapp</i> [...]. Faz um resumo do que foram tratados na sessão os projetos, as indicações [...]”
E2	“Em relação aos atos oficiais da Câmara, as publicações de quadrimestre de alguns quadros oficiais editais, isso a gente tem a empresa de jornalismo [...], tem a publicação no site. Sou eu mesmo quem cuida disso.”
E3	“Após a sessão do Legislativo, nós temos entrevistas com os vereadores [...], todas as segunda-feira ou terça pela manhã faço um resumo da sessão de tudo que aconteceu, ordem do dia, o expediente e monto o esquema em forma de notícia [...]. Alimentamos o site, o <i>Facebook</i> da Câmara e disparamos para os meios de comunicação da cidade regional, disparo para o Jornal da Cidade de Bauru, para o SBT em Jaú, pra TV Tem, para os nossos jornais locais e <i>Facebooks</i> de pessoas que alimentam com informação.”

Quadro 5 – Atividades de assessoria de imprensa previstas e realizadas

(conclusão)

E4	“Eu trabalho em cima da pauta da sessão só. A ordem do dia chega e eu acompanho a sessão com a pauta na mão. Eu faço somente atos oficiais legislativos [...]”
E5	“A gente trabalha com comunicação estratégica, então, extrapola a questão da assessoria de imprensa, a assessoria de imprensa basicamente é a relação do cliente do assessorado com os veículos de comunicação [...]. A gente trabalha a imagem pública quando se trata do atendimento individual do parlamentar [...]”
E6	“Levar pra fora da Câmara a partir dos veículos de comunicação que atuam na cidade o que os vereadores e o Poder Legislativo estão produzindo e discutindo [...]. Divulgação da agenda de trabalho aqui da Câmara, o que incluir sessões legislativas ordinárias e extraordinárias, audiências públicas, reuniões públicas reuniões de comissões a câmara [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Sobre as atividades da assessoria de imprensa, três entrevistados relataram que fazem a divulgação de matérias/notícias e resumo do que foi tratado na sessão; desses, um realiza entrevistas com vereadores, outros dois divulgam apenas os atos oficiais do Legislativo. E5 foi o único a afirmar que trabalha com a comunicação estratégica, aplicando-a à imagem individual do parlamentar. Tais respostas indicam que predomina nas assessorias de imprensa consultadas uma rotina de trabalho, muitas vezes ligada à rotina da própria casa legislativa, em geral reativa e de certa forma burocratizada.

O Quadro 6 refere-se ao questionamento sobre quais métodos são utilizados para a divulgação das sessões.

Quadro 6 – Métodos utilizados para a divulgação das sessões

Entrevistado	Resposta
E1	“O site [...]”
E2	“O site [...]”
E3	“Divulgada nas duas plataformas no <i>Facebook</i> e no <i>YouTube</i> [...]. Nós temos o nosso site [...]”
E4	“Principalmente o site oficial da Câmara e as mídias sociais [...]”
E5	“Mídias digitais, a mídia radiofônica, a mídia impressa, site [...]”
E6	“Site da Câmara e release.”

Fonte: Elaborado pela autora.

O site institucional é o meio mais utilizado para a divulgação de conteúdo jornalístico de interesse público. O ambiente digital é complementado, no caso de três dos entrevistados, pelo uso das mídias sociais. Apenas um dos entrevistados fez menção ao uso de mídia *offline*, no caso radiofônico e impresso, buscando atender ao perfil heterogêneo da população, que tem diversos tipos de hábitos de consumo de mídia.

Os participantes também foram questionados se as informações a respeito das sessões chegam à população. As respostas são apresentadas no Quadro 7.

Quadro 7 – As informações a respeito das sessões chegam à população? Como esse retorno é mensurado.

Entrevistado	Resposta
E1	“Não tem como medir um <i>feedback</i> [...] a gente posta site [...], no jornal as indicações e resumos das sessões [...]”
E2	“A questão da mensuração eu não sei te responder exatamente, mas acredito que é <i>atingível</i> a população por conta da publicidade do site [...]”
E3	“Através das redes sociais, a Câmara tem retorno aqui na recepção e os próprios vereadores [...]”
E4	“Eu ‘tô’ medindo pelas mídias sociais, aqui da Câmara de [...] eu não tenho um valor fechado ainda [...]. Cada publicação aqui dá em torno de mil e quinhentas visualizações e picos de cinco, seis mil [...]”
E5	“Não tem uma mensuração numérica [...], mas a gente percebe assim a movimentação em sessões [...]. A gente mede através da presença do pessoal de imprensa do acompanhamento o interesse da imprensa nos atos do Legislativo.”
E6	“A gente tem percebido bastante retorno porque o material que sai daqui via assessoria de imprensa tem sido fortemente explorado e utilizado pelos veículos de comunicação tanto de natureza impressa quanto eletrônica, digo internet quanto em rádio como em televisão [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Sobre o acesso da população às informações divulgadas pela AI, os entrevistados avaliam que existe consumo desse conteúdo, tendo em vista a divulgação via site, bem como a presença de jornais e outras mídias nas sessões legislativas. Em relação à mensuração desse *feedback*, três dos entrevistados afirmam não ter como medir ou não saber informar, outros dois o fazem através do impacto do conteúdo veiculado nas mídias sociais e/ou da presença de pessoas na recepção da Câmara Legislativa e procurando os vereadores. No caso de E6, este acredita no retorno tendo em vista que o material divulgado é fortemente explorado.

O Quadro 8 refere-se ao questionamento sobre outras atividades realizadas para estabelecer melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade.

Quadro 8 – Atividades realizadas para estabelecer melhor comunicação entre Poder Legislativo e comunidade

(continua)

Entrevistado	Resposta
E1	“A gente usa a rede social [...], fora isso mais no dia a dia, (isso acontece) no meio da rua [...]”
E2	“As redes sociais [...] eles mesmos fazem na página deles [...]”
E3	“A Câmara tem o programa informativo, na rádio local e eu acho que o grande agente divulgador mesmo é o próprio vereador [...]”

Quadro 8 – Atividades realizadas para estabelecer melhor comunicação entre Poder Legislativo e comunidade

(conclusão)

E4	“Não, no meu caso eu não faço nenhuma outra coisa [...]. Aqui a Câmara já tem a TV Câmara[...]. Não tem um setor de rádio aqui dentro, o mesmo áudio que está sendo transmitido na TV Câmara ele é jogado pra rádio[...].”
E5	“A gente tem por lei o canal de transparência [...], esse canal ele é aberto, fica ali o tempo todo, ouvidoria, e-mail, enfim, esses canais as mídias digitais todas, além disso, a gente tem um sistema de atendimento. [...] ao público, uma estrutura que recebe as pessoas diariamente [...]”
E6	“O próximo passo pra gente fazer isso é a presença da Câmara Municipal nas redes sociais [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Quatro dos seis assessores relatam que os próprios vereadores estabelecem essa aproximação com a população, desses quatro, duas assessorias de imprensa dizem que os vereadores realizam o contato através das redes sociais e uma assessoria informa fazê-lo através de um programa radiofônico, a outra assessoria o realiza através do site oficial da Câmara. Duas das seis assessorias de imprensa relatam não realizarem outras atividades para estabelecer essa comunicação.

O Quadro 9 refere-se ao questionamento sobre o que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos.

Quadro 9 – O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

Entrevistado	Resposta
E1	“[...] Teria que ter mais interesse da população [...]”
E2	“[...] A ata eletrônica, eles estão estudando, para fazer a implantação [...]”
E3	“[...] A população teria que ter uma participação mais efetiva nas reuniões da Câmara municipal [...]”
E4	“Eu acho que tem que investir mais, tem que contratar gente especializada, tem que qualificar as pessoas, os próprios comunicadores, as próprias pessoas que se interessam em prestar esse serviço tem que está cada vez mais qualificado, aprendendo sempre [...], a Câmara tem que fazer investimento para que tenha jornalistas capacitados que consigam transformar essas informações que sejam de interesse da população [...], os vereadores teriam que se qualificar [...], criar a cultura das pessoas entenderem o que é uma sessão, como acompanhar uma sessão, saber o que realmente um vereador pode ou não fazer[...].”
E5	O entrevistado não respondeu.
E6	“[...] A interação com a população, interação direta [...], a criação da Câmara itinerante [...], vai estar nos bairros da cidade com uma determinada frequência [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos seis entrevistados, três acreditam que falta interesse da população em participar das sessões. E4 destacou que é necessária a realização de investimento em especialização e qualificação dos comunicadores que tenham interesse em prestar esse serviço e ressaltou que por sua vez, a Câmara Municipal deve auxiliar na capacitação de jornalistas para a cobertura legislativa. Para tanto, avalia o participante, os vereadores teriam de se qualificar em paralelo ao incentivo para desenvolvimento de uma cultura participante por parte da população. Já E6 destacou a interação da população com a Câmara por meio da criação de um Legislativo itinerante.

O Quadro 10 refere-se ao questionamento sobre a existência de planejamento ou avaliação em relação ao assessoramento executado pela assessoria de imprensa.

Quadro 10 – Planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa

Entrevistado	Resposta
E1	“Não, não planejamento a gente não tem e avaliação também não [...]”
E2	“[...] Não porque a gente vem de uma mudança recente [...]”
E3	“[...] eu respondo ao diretor [...], na terça cedo disparo um release com o resumo da sessão [...], em cima disso ele vai dá um set pra me e vai falar [...]”
E4	“Existe um planejamento, mas é muito informal, tanto a avaliação também [...]. Eu e o presidente conversamos toda semana. O presidente tem a senha de todas as redes sociais, ele acompanha em tempo real todas as estatísticas do que está sendo feito [...]”
E5	“[...] A métrica não [...], a avaliação é muito intuitiva [...]”
E6	“[...] Não, não existe de forma sistemática não [...], é feito o clipping [...], o monitoramento de tudo que sai dos veículos de comunicação e entregue para os vereadores [...], um mecanismo de avaliação e controle do assessoramento não existe.”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos seis entrevistados, quatro informam que não é realizado planejamento ou avaliação das ações executadas pela AI. Os outros dois o fazem de forma informal. O que há é um diálogo entre os assessores de imprensa e quem eles respondem diretamente. As respostas contrariam a recomendação teórica sobre a necessidade de análise (planejamento) e avaliação constante dos planos e estratégias da Assessoria de Imprensa, elencadas por Richers (1983 apud KOPPLIN; FERRARETTO, 2001, p.34).

O Quadro 11 refere-se ao questionamento sobre a necessidade de se ter alguém exercendo a função de mediador entre o Poder Legislativo, imprensa e população.

Quadro 11 – Qual é a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

Entrevistado	Resposta
E1	“[...] Saber divulgar a informação certa, com as palavras certas [...], para que a população tenha a informação necessária [...], para o político seja orientado [...].”
E2	“[...] Para facilitar a transparência com a população [...].”
E3	“[...] Essa pessoa vai fazer o crivo, o filtro e vai fazer a ponte entre todos [...].”
E4	“[...] Simplificar a informação, por terem essas leis uma linguagem técnica [...], simplificar a notícia, simplificar a informação e dar a informação no lugar que o público está [...].”
E5	“[...] Tornar clara as informações, tornar legíveis as informações, o tratamento [...], melhor qualidade, com melhor técnica. [...].”
E6	“[...] São muitas discussões extremamente relevantes pra cidade que são feitas aqui e, se não houver esse trabalho de mediação que é feito pela assessoria, essas discussões não chegam às pessoas [...].”

Fonte: Elaborado pela autora.

Todos os entrevistados reconhecem a necessidade da mediação entre a Câmara Municipal e seus públicos, seja pela necessidade de transparecer as ações do Legislativo, seja por favorecer o acesso à informação por meio de linguagem simples, atendendo ao direito das pessoas conhecerem o que está sendo debatido. Esta percepção corrobora as recomendações previstas no Código de Ética dos Jornalistas e está latente principalmente nas respostas dos entrevistados graduados em Jornalismo.

O Quadro 12 elenca a opinião dos participantes a respeito da formação acadêmica do assessor de imprensa da Casa Legislativa.

Quadro 12 – Em sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Entrevistado	Resposta
E1	“[...] Tem que ser um profissional de comunicação e no caso lógico um jornalista que tem a competência técnica [...].”
E2	“Acho que é o ideal [...], é fundamental para saber tratar a informação e chegar da melhor forma a população.”
E3	“Em minha opinião não. [...] Acho que essa pessoa tem que entender o mínimo de comunicação e [...] um pouco da política [...].”
E4	“Tem que ser jornalista e com uma formação política avançada, no meu ponto de vista, por que o publicitário ele vê outra coisa [...].”
E5	“Esse profissional ele tem que ser um jornalista, formado no meio acadêmico e tem que ter certa experiência de mercado[...].”
E6	“Sim, acredito que deva ser um jornalista ou algum outro profissional formado em comunicação que tenha familiaridade, com os princípios básicos da assessoria de comunicação [...].”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos seis entrevistados, inclusive dois não graduados em Jornalismo, cinco concordam que a função de assessor de imprensa de uma Câmara Municipal deva ser um jornalista, pois

entendem que esse profissional tem as habilidades técnicas necessárias para realizar a intermediação entre as informações do Legislativo. Um dos participantes acrescentou que, além de jornalista, o AI deva ter conhecimentos sobre a política e outro ressaltou que a pessoa deva ter experiência no mercado. Para E3, não é necessário ser um jornalista, mas sim um profissional que entenda de comunicação e política.

O Quadro 13 refere-se ao questionamento sobre o que a formação ou qualificação do assessor de imprensa pode acrescentar ao Poder Legislativo.

Quadro 13 – No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode acrescentar ao Poder Legislativo Municipal?

Entrevistado	Resposta
E1	“[...] A Câmara ganha tendo um profissional que saiba as técnicas [...], qualifica as informações, as fazendo chegarem à população [...]”
E2	“[...] Fazer um filtro e disponibilizar as a informação da melhor forma possível e de forma mais clara [...]”
E3	“[...] Sendo um agente que pega a informação, aquela nua e crua, e compila todos os dados e oferece à população.”
E4	“Conseguir manter esse distanciamento, conseguir entender o que é um favorecimento pessoal, um trabalho normal [...], a qualificação, o distanciamento, saber o que é notícia e o que não é isso ai é tudo [...]”
E5	“[...] A informação [...], ela nasce difusa e no meio ela é naturalmente difusa [...], como um conjunto de dados e aí quem pega esses dados trata esses dados, trabalha esses dados, organiza esses dados e transforma isso em informação palatável e inteligível ao poder público não é o agente político, é um profissional de comunicação [...]”
E6	“[...] A formação humanitária, formação teórica que a gente traz da universidade, a gente pode aprender a ler o mundo de uma forma mais ampla e complexa [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

Os entrevistados informam que a formação ou qualificação do assessor de imprensa pode acrescentar, através de suas técnicas, conhecimentos e habilidades, à Câmara Municipal, por meio da seleção, tratamento e distribuição da informação de interesse público, melhor mediação com a população. Esse processo, a maior parte dos participantes entende que cabe ao profissional de comunicação.

O Quadro 14 refere-se ao questionamento sobre quais os principais desafios encontrados pela assessoria de imprensa no Poder Legislativo.

Quadro 14 – Principais desafios encontrados na assessoria de imprensa do Poder Legislativo e o que poderia ser feito para superar esses desafios?

Entrevistado	Resposta
E1	“[...] Fomentar mais essa parte de divulgação [...], conseguir trazer mais a população, fazer a informação chegar mais à população [...].”
E2	O entrevistado não respondeu.
E3	“[...] Se o jornal vai querer ou não em determinada seara [...], o fato de divulgar ou não, essa é uma das grandes barreiras que a gente precisa ainda transpor, é esse relacionamento.”
E4	“Manter essa distância dos vereadores e políticos por que eles vão tentar toda semana, eles tentam um pouquinho [...], eles tentam se aproximar pra ver se conseguem alguma vantagem [...].”
E5	“[...] Em minha opinião fica sempre faltando àquela formação acadêmica, o tratamento profissional a notícia. Não vejo o que pode ser feito em curto prazo [...].”
E6	“[...] Uma sobrecarga de trabalho [...], mais uma pessoa que ajudaria [...].”

Fonte: Elaborado pela autora.

Os entrevistados relataram diferentes desafios ligados à assessoria de imprensa no Poder legislativo. Dos entrevistados um encontra dificuldade em fazer a população ir às sessões, o outro em ter a aceitação dos jornais sobre determinados assuntos. Também foram listados conseguir manter distanciamento profissional dos vereadores, encontrar profissionais formados que saibam realizar o tratamento da notícia e, por fim, a sobrecarga de trabalho.

O Quadro 15 refere-se ao questionamento sobre outras tarefas que o assessor de imprensa pode executar além daquelas que são de sua responsabilidade.

Quadro 15 – Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

Entrevistado	Resposta
E1	“Sim, realizo bastante [...].”
E2	“[...] A gente sempre acaba fazendo um pouco mais [...].”
E3	“Não.”
E4	“Não acho que não [...], costumo me ver como assim uma empresa de um homem só, então eu tiro foto, eu faço texto, edito, eu que faço o contato, eu que tiro a nota eu que recebo o dinheiro [...].”
E5	“Sim, realizo. [...], a assessoria de imprensa é uma espécie dentro de um gênero de comunicação que a gente atua hoje [...].”
E6	“Não.”

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos seis entrevistados, três acreditam que realizam tarefas além das que são de competência da assessoria de imprensa. O entrevistado E4, por se tratar de um jornalista que tem uma empresa de assessoria de imprensa, acaba por realizar outras atividades da comunicação. O entrevistado E5 afirma realizar outras tarefas, pois ele exerce não só a

atividade de assessoria de imprensa, mas foi contratado para fazer a assessoria de comunicação.

O Quadro 16 refere-se ao questionamento sobre se o assessor de imprensa acaba por ser um assessor político e justificativa a essa resposta.

Quadro 16 – Em sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

Entrevistado	Resposta
E1	“O certo não era, mas muitas vezes o assessor de imprensa é colocado no cargo por que ele apoiou algum político. [...] Acaba não tendo um poder de crítica por que tudo que o político falar você acaba concordando [...]”
E2	“[...] De certa forma, sim. [...]. A forma que ele vai tratar essas informações e disponibilizar pra população, eu acho que acabam interferindo ou afetando a forma que as pessoas vão ver a atuação desse político.”
E3	“[...] Se você tem a tendência de servir a um e não servir a outro, talvez você acabe se transformando em um assessor de imprensa barra assessor político.”
E4	“[...] Eu acho que ele é um assessor político à medida que divulga atividades políticas, pois o assunto que ele trata é político, mas ele não é assessor político diretamente como a gente vê nas câmaras esses esquemas. O assessor é o cara que faz a ponte entre a população e o vereador [...]”
E5	“Sim [...], quando ele tem um embasamento ético, coisa que ele só vai adquirir nas aulas lá da faculdade, ele consegue agir dentro desse mercado prestando serviço de interesse da população, interesse comum e político a serviço de interesse popular.”
E6	“Sim, acredito que sim. [...] No conceito maior da política [...], muitas vezes o vereador recorre para saber como você acha que isso seria recebido, esse projeto, essa iniciativa, então isso é uma discussão política acaba sendo nesse sentido. [...] Não confundir com assessoria parlamentar, que é o cara que recebe o cara do bairro [...]”

Fonte: Elaborado pela autora.

As opiniões dos entrevistados se diferenciam, porém o resultado indica duas linhas de pensamento: o primeiro seria que um assessor de imprensa pode acabar sendo um assessor político; o segundo que, quando o profissional possui uma formação acadêmica, torna-se um assessor político no sentido maior da palavra, por conhecer o ambiente político e suas funções. Já o assessor parlamentar seria aquele que atende as pessoas que vão atrás do político para pedir algo.

4.2.1 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Por meio dos dados obtidos na pesquisa de campo, é possível identificar a presença da assessoria de imprensa como uma função profissional dentro da Casa Legislativa e a percepção predominante de que tal tarefa deva ser realizada por comunicadores, em especial

por jornalistas graduados, em razão da especificidade do processo e do entendimento de que a informação transmitida é de interesse público e fator preponderante para conferir transparência às ações legislativas.

A estrutura que compõe a assessoria de imprensa foi identificada como um serviço limitado a um profissional, mesmo quando esse está representando uma empresa.

Os dados permitiram detectar que a AI responde ao presidente da Câmara ou ao diretor legislativo. Nenhum dos assessores técnicos ou assessores de imprensa é concursado, mas ocupa essa função por nomeação realizada pelas pessoas a que respondem. A despeito disso, os AI atendem, além de seu gestor direto, aos vereadores ou instituição e, em alguns casos, a população.

Em relação às atividades de assessoria de imprensa, encontram-se: produção de matérias, notícias, resumos, entrevistas e comunicação estratégica. A divulgação das sessões é realizada pelo site institucional, mas também foram citadas as mídias radiofônica e impressa, ampliando a atenção a outros públicos, cujo *feedback* se dá através das mídias sociais, dos próprios vereadores e da procura dos órgãos de imprensa pelo conteúdo divulgado.

Todas essas atividades não se dão de forma planejada, nem mesmo a avaliação oficial dos assessorados em relação aos trabalhos realizados pelos assessores de imprensa, contrariando as recomendações teóricas e possivelmente ocasionadas pela estrutura enxuta e restrita a um único profissional atuante.

Diante desse contexto produtivo e relacional, há concordância por parte dos AIs de que a função deva ser exercida por um mediador que entenda de comunicação e política, que tenha habilidades técnicas e que transmita as informações de forma correta. Neste caso, para cinco dos seis participantes da pesquisa, tal função deve ser executada por jornalista graduado.

Tal opinião é reforçada quando, por meio dos relatos, se observa que são diferentes e diversos os desafios encontrados pela assessoria de imprensa do Poder Legislativo, entre os quais se encontram: fazer a população comparecer às sessões, ter a aceitação dos conteúdos realizados pela assessoria de imprensa pelos veículos de comunicação, distanciamento da função da cobertura de ações particulares dos vereadores e, por fim, a sobrecarga de trabalho.

O perfil multitarefa exigido pelos contratantes e reclamado pelos AIs não encontra respaldo na bibliografia consultada, que aponta, inclusive, que tal característica é uma tendência do cenário atual do trabalho em comunicação e em jornalismo.

Apesar dessa observação, é claro para os entrevistados que há uma aproximação entre o assessor de imprensa e um assessor político, pois ambos precisam saber como fazer política,

viver o mundo político e entendê-lo, já que ao assessor parlamente cabe a mediação entre a população e o vereador.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final do percurso metodológico percorrido, avalia-se que o objetivo deste trabalho, que era analisar o atual cenário dos assessores de imprensa; identificar as formas de gestão do fluxo de informação e os meios, por eles utilizados para transmitir a informação e, por fim, demonstrar que a pessoa formada em jornalismo está apta a orientar de forma eficaz os assessorados alocados em Câmaras Municipais, foi atingido integralmente. Isto permite responder à questão norteadora, sobre como é o cenário de atuação de assessoria de imprensa em Câmaras Municipais no Interior de São Paulo, por meio da hipótese, 1) os assessores de imprensa atuantes nas Câmaras Municipais paulista são graduados em Jornalismo, mas há, também, profissionais de outras áreas, que foi confirmada integralmente ao observamos que dos entrevistados todos possuem graduação e que três deles são graduados em jornalismo.

A hipótese 3) nem todos os assessores de imprensa realizam divulgação jornalística por meio de órgãos de comunicação da Câmara Municipal em que atuam, foi confirmada parcialmente, em razão de algumas Câmaras contarem com órgãos de comunicação, enquanto em outras há ausência desses meios.

Já a hipótese 2) a atuação dos assessores de imprensa das Câmaras Municipais paulistas não se restringe ao que se apregoa como atividade de assessoria de imprensa foi confirmada parcialmente. Isto porque parte dos entrevistados entende que o perfil multitarefa não compete ao assessor de imprensa, contradizendo a pesquisa bibliográfica, e parte avalia que a atuação de atendimento à população compete ao assessor parlamentar, que atua diretamente nos gabinetes a serviço do vereador.

Foi possível identificar, através do relato dos entrevistados, que o atual cenário de assessoria de imprensa no Poder Legislativo do interior de paulista é composto por jornalistas formados e pós-graduados e graduados de outras áreas, mas que reconhecem a necessidade do conhecimento e das técnicas de comunicação para atuar na área. Percebeu-se, também, que tal atuação envolve sobrecarga de tarefas, ações múltiplas em geral não planejadas e analisadas, mas que sempre são norteadas pelo interesse público de dar divulgação e transparecer ações legislativas, sendo entendidas como fundamentais à manutenção do Estado democrático.

Esses profissionais reconhecem que a mediação efetiva, que possa resultar em comunicação, ou seja, em tornar comum, depende de uma população mais ativa na cobrança de seus direitos e no dever de fiscalizar os atos da Câmara, bem como de jornalistas que compreendam melhor a dinâmica legislativa, mas que isso envolve a formação dessas pessoas, o que deveria ser papel do Legislativo municipal.

Diante dos fatos apresentados, reforça-se a pertinência deste estudo, que confirma que a assessoria de imprensa é uma atividade especializada, que compete ao comunicador, em especial ao jornalista graduado, por conta das especificidades das ações previstas, da complexidade do meio e do processo comunicativo jornalístico e do entendimento do perfil e das demandas dos públicos envolvidos, o que somente pode ser identificado e executado após graduação na área. Por fim, percebeu-se que, ao se comparar o trabalho e as ferramentas utilizadas pelos assessores de imprensa, notória diferença na argumentação e ações entre os que não são graduados em jornalismo e aqueles graduados em jornalismo, estes em geral mais atentos à complexidade do processo.

Isto reforça, na visão desta pesquisadora, a necessidade da graduação em jornalismo e, para aqueles que já são graduados, a reciclagem e atualização constante, por conta do reconhecimento das mídias digitais e da tecnologia inseridas no contexto profissional e Legislativo, bem como quando se reflete sobre as competências da assessoria de imprensa, pois foi observada que muitas dessas atividades são interpretadas como atividades extras, que não fazem parte de suas obrigações.

Ao final desta jornada de pesquisa, entende-se que o estudo pode acrescentar e muito, no campo do jornalismo, a respeito da atuação da assessoria de imprensa nos Órgãos Públicos, em especial no Legislativo Municipal. Entende-se, ainda, que esta é uma contribuição ao curso de Jornalismo, pois foi possível esclarecer de forma bastante clara o que é a assessoria de imprensa, quais suas atribuições, quem deve e pode exercer essa função, mas principalmente o que a AI pode fazer pelo seu assessorado e, se mal executada, o que pode acarretar para seu cliente. Nesse sentido, avalia-se que o tema devesse ser mais explorado tanto por quem a contrata, mas principalmente pelas universidades, que em muitas situações tratam a assessoria de imprensa em órgãos públicos sem a ênfase necessária.

A pesquisa permitiu à pesquisadora viver de perto o mundo da assessoria de imprensa, que vai além de apenas um contato e/ou uma intermediação entre assessorado e mídia, e que esse “galho” de uma “árvore” chamada jornalismo agrega todas suas funções, isso por que um assessor de imprensa é fotógrafo, repórter, redator, editor, algo maior do que se imaginava antes de do estudo sobre o assunto.

Por essa razão, avalia-se que há mais espaço para a realização de outras pesquisas em torno do tema, mostrando-se essencial sua exploração para que sejam elucidadas dúvidas e ações sobre a complexidade da assessoria de imprensa em órgãos públicos.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, E. R. Reflexões sobre assessoria de imprensa na área pública e governamental. **conexaopublica.com.br**, c2017. Disponível em:

<<http://www.conexaopublica.com.br/?p=498>>. Acesso em: 25 jun. 2017.

BERGAMO, A.; MICK, J. (Coord.). **Quem é o jornalista brasileiro?** Perfil da profissão no país. Florianópolis: UFSC; FENAJ, 2013. Disponível em:

<<http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>>.

Acesso em: 25 jun. 2017.

BRASIL. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. **O papel do poder legislativo.**

Brasília, DF, [2017?]. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/a-camara/conheca/o-papel-do-poder-legislativo>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 12 jul. 2017.

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: alinhando teoria e prática.** Barueri, SP: Manole, 2014.

CARMO, J.P.T. **O Jornalismo no palanque: elementos políticos na assessoria de imprensa.** 2009. 111 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia de Goiás, Goiânia, 2009. Disponível em:

<<http://pt.slideshare.net/teixeirajoaopaulo/monografia-completa-para-imprimir>>. Acesso em: 09 set. 2016.

CHAPARRO, M. C. **Cem anos de assessoria de imprensa.** Rio de Janeiro: PUC-Campinas, 2003.

DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2003.

DUARTE, K. C. R. **O papel do Jornalista nas atividades de assessoria de imprensa da Canal Comunicação.** 2011. 54 f. Monografia (Bacharel em Jornalismo) – Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, Imperatriz – MA, 2011. Disponível em: <http://jornalismo.ufma.br/wp-content/uploads/monografia-karine.pdf>. Acesso em: 09 set. 2016.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Manual de assessoria de comunicação: imprensa.** 4. ed. Brasília, DF, 2007.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em:

<https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2017.

KOPPLIN, E.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa**: teoria e prática. Porto Alegre: DC Luzzatto, 1993.

KOPPLIN, E.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa**: teoria e prática. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LUCAS, L.(Org.). **Media Training**: como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa. 2. ed. São Paulo: Summus, 2007.

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa**: como se relacionar com a mídia. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

MAIA, Agaciel. Comunicação Social - desafios e compromissos. **cl.df.gov.br**, 2013. Disponível em: <https://www.cl.df.gov.br/artigos/-/asset_publisher/d81W/content/comunicacao-social-desafios-e-compromissos/pop_up;jsessionid=C57FF10085D474EA793DFB3B55A38CBC.liferay2?_101_INSTANCE_d81W_viewMode=print>. Acesso em: 20 jun. 2017.

MARTINEZ, M. R. E. **Implantando e administrando uma assessoria de imprensa**. São Paulo: Atlas, 2003.

PADEIRO, C. **A justiça aposta na comunicação**. São Paulo: ABERJE, 2016. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/revista/justica-aposta-na-comunicacao/>>. Acesso em: 21 maio 2017.

PALMA, J. **Jornalismo empresarial**. 2. ed. Porto Alegre: DC Luzzatto, 1994.

SÃO PAULO. Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo. **Atribuições constitucionais da assembléia**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/assembleia/atribuicoes/>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

SELLTIZ, C. et al. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais**. São Paulo: Herder, 1967.

SILVA, C. R. de O. **Metodologia e organização do projeto de pesquisa**: guia prático. Fortaleza: Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará, 2004. Disponível em: <<http://joinville.ifsc.edu.br/~deborapac/Methodologia%20e%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20Projeto%20de%20Pesquisa%20CEFET%20CE.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

SOUZA, G. **Planejamento Estratégico**: um método de sucesso na política. Brasília, DF: Consulex, 2006.

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

_____. **Comunicação nas organizações**: empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2015.

TRAQUINA, N. **O Estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

ZÉMOR, P. **La Communication Publique**. Paris: PUF; Col. Que sais-je?, 1995. Disponível em: <<https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista- pesquisa de campo

1. Qual seu nome, função e escolaridade?
2. Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo da (cidade a qual está sendo entrevistada) e qual é a estrutura disponível?
3. A quem você responde?
4. Quem, de fato, você atende com suas atividades?
5. Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?
6. Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?
7. As informações a respeito das sessões chega à população? Como esse retorno é mensurado?
8. Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?
9. O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?
10. Existe um planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa?
11. Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?
12. Em sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?
13. No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o poder legislativo municipal?
14. Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?
15. Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?
16. Em sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

APÊNDICE B -Transcrições das entrevistas

E1

1. Qual seu nome, função e escolaridade?

Meu nome é E 1 sou assessor técnico tenho o ensino superior completo sou formado em administração de empresa faço o terceiro ano de sou formado em administração de empresa faço também engenharia civil estou no terceiro ano tenho 24 anos trabalho na câmara há dez anos

2. Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo de Piratininga e qual é a estrutura disponível?

Hoje só eu ne, trabalho como assessor faço toda a parte de comunicação a estrutura nossa é um site e divulgo as informações

E tem também a parte do jornal e tem o contrato com o jornal de Agudos e ali a gente posta todas as matérias é só então é isso.

3. A quem você responde?

Ao presidente.

4. Quem, de fato, você atende com suas atividades?

Atendo todos os vereadores é as vezes alguma entidade que necessitem de divulgação nessa parte de imprensa é as vezes algum ato algum município que fez alguma coisa que merece ganhar destaque ne a gente tem também alguns atalhos ne jornal cidade, 94 as mídias assim que a gente faz dá um apoio quando se trata de alguma coisa que realmente merece destaque, mas no geral é mais parte de agudos as vezes quebra um galho em outras mídias.

5. Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?

Aqui na câmara a assessoria, a parte de imprensa nossa, envolve mais a parte de matérias. Como eu já disse é a respostas a população ou ao site ou via rede social no caso do Facebook ou Whatsapp é a gente também faz a parte de filmagem ne essa parte eu também dou um auxilio ne mas não cuido cem por cento são várias sessões ne agente faz um resumo do que foi tratado na sessão projeto as indicações as vezes alguma matéria não só do legislativo mas de parte do executivo quando tem até por que ele tem o assessor de imprensa mas ele não consegue fazer toda demanda ai o pessoal vem aqui e a gente faz de comunicação ajuda a desenvolver o perfil do vereador na parte de indicação mesmo por que isso também entra na parte de mesmo por que isso precisa ser divulgado pra população a gente também ajuda a promover eventos sociais a gente tem a campanha doação de sangue que a Câmara promove tem a campanha do agasalho que a gente promove é que mais que a gente pode destacar aqui

a num contexto geral assim trabalhar e cuidar ao máximo dá ao máximo de satisfação a população e transmitir a melhor imagem possível da câmara dentro da nossa ossada.

6. Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?

A gente tem o site ne a gente transmite ao vivo pelo site da Câmara mesmo e depois de transmitido ao vivo no outro dia logo pela manhã a gente deixa a sessão gravada lá mas tudo pelo site

7. As informações a respeito das sessões chegam à população? Como esse retorno é mensurado?

Então, quem acompanha a gente não tem como medir um feedback por que a gente posta no jornal as indicações e os resumos das sessões e a gente também posta no site toda matéria roteiros é as filmagens então assim a gente nunca mediu assim pra saber qual o retorno da população mas em questão de reclamação praticamente assim vamos dizer zero por que o máximo de reclamação que tem é quando um exemplo é a sessão transmitindo no meu computador as vezes é um problema no navegador é a parte técnica não é nem o problema com a câmara e agora assim falar não tem todo o site da câmara hoje é um site do estado de São Paulo que tem nota quase máxima para o tribunal de contas é uma questão de transparência em relação a matérias a gente tá bem pontuada e o feedback da população mesmo é praticamente nenhuma reclamação acredito que seja bom.

8. Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?

Você pode repetir para mim, por favor.

(Repetição da pergunta).

Então, o político tem muito essa questão de ter um assim a população tem muito contato com o político ne na eleição depois que acaba a eleição você vê que cria assim um uma barreira entre o vereador e população assim não tem mais o mesmo contato a gente usa é um canal para quebrar isso ne esse paradigma a gente usa a rede social ne então através dali que é um meio fortíssimo hoje para manter contato pra responder questionamento fazer reivindicações é atender a necessidade de algum bairro é agora fora isso mais no dia a dia no meio da rua mas que acredito que as redes sociais hoje seja o principal meio de comunicação pra quebrar sabe, pra manter a população e o poder legislativo mais próximo

***Quando você fala em rede de comunicação e mídias sociais essas coisas, a Câmara tem um Facebook ou e os vereadores cada um tem o seu que mantêm esse contato ou não?**

Não, não cada um na verdade cada um tem seu Facebook a gente não fez uma página para a câmara hoje por que nós temos dois grupos hoje aqui em Piratininga um que se chama política

em Piratininga e outro chama voz Piratininga então ali a gente já trata de tudo no município na verdade que criou isso no Facebook não foi nem nós câmara foi a própria população então ali já se trata tudo ne a gente fala de uma *fanpage* da Câmara pra gente se comunicar eu não sei qual seria o impacto assim se teria alguma eficaz por conta de cada político cada vereador publica seus próprios discurso, suas conquistas, publica suas indicações sabe fiz uma indicação tal pública e assim vai então é o Facebook particular de cada uma mesmo. A gente não tem o face da Câmara em sim

*em relação a parte da comunicação.

9. O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

Olha eu acho assim que teria que ter mais interesse por parte da população por que a câmara em si tem as portas abertas o site é transparente não dificilmente tem alguma pergunta que eles façam no Facebook que não é respondido entendeu tudo em questão de informação eu acho que falta a população ter interesse agora quais as ferramentas que a Câmara vai criar já é outra questão por que acredito que tudo que a Câmara podia criar já foi criado ne então você pode olhar qualquer outra Câmara agora a população tem que demonstrar interesse em participar em se envolver mas se envolver com críticas construtivas, críticas apartidárias buscando o bem e desenvolvimento da cidade não uma pessoa pra criticar o vereador tal digo por que eu sou assessor dos nove eu não tenho assim eu não fui colocado aqui na Câmara por que eu apoiei o vereador tal, não eu sou assessor dos nove tenho a função do que de ter jogo de cintura pra tratar os nove iguais ne então posso eu posso falar com propriedade nessa questão de você ser a parti de você é saber sabe ter uma habilidade que envolva tudo por que esse é meu ambiente de trabalho entendeu, acredito que a Câmara em si não tem mais o que por que já está tudo lá sabe já está se um pedir hoje um documento ou alguma coisa assim a gente já corre atrás pra responder lógico que não seja uma coisa absurda ne mas já vai dentro da lei já vai para o advogado o advogado defende já corre atrás e tal tal tal falta interesse da população interesse dela vir dela participar por exemplo da sessão vem cinco pessoas ai você vai ao site online tem doze ai você vai no Facebook tem 40 criticando sabe então tão acompanhando então a mídia social ajuda muito pra trazer mais perto só que mesmo assim eu acho que deixa a desejar muito sabe essa parte. De ferramenta a gente está bem sabe com site transparente todas as perguntas solicitadas respondidas prestação de serviço sempre à disposição da população dependendo do dia e da hora então eu acho que na questão de ferramenta a gente está bem estruturado falta agora a população procurar a gente.

10. Existe um planejamento ou mesmo também uma avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa?

Não, não planejamento a gente não tem e avaliação como te falei também não, ne assim não tem um feedback assim o que a gente tem é com a parte de transparência ne que nem eu te falei, nosso site foi muito bem avaliado agora a população falar está legal ou não está legal sabe a gente não tem essa ferramenta para medir. Planejamento também não a gente fala que tem uma coisa meio puxada ne por que se o vereador faz a gente tem conteúdo pra divulgar se o vereador não faz a gente não tem conteúdo pra divulgar então eu fico dependendo deles pra ter conteúdo pra soltar na mídia caso não tenha nada, mas quando tem quando tem o material quando tema tanto que dos vereadores que foram eleitos dos nove sete ou oito que concorreu à reeleição pra vereador todos tinha o jornalzinho todos tinham o jornalzinho com todo material todo o trabalho deles durante os quatros anos sabe eu salvo tudo tenho backup eu salvo tudo todo material foto matérias tudo e todo mundo fez jornalzinho assim rapidão sabe sem dor de cabeça correndo atrás de matéria eu acredito assim na minha avaliação não por que tenha sido eu está mas que tenha sido um trabalho dentro da demanda que a Câmara precisa bem realizado, que critica, não tem nenhuma.

11. Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

Eu acredito que seja um dos cargos de mais importantes por conta é a população tem o direito de dede saber o que está acontecendo é saber divulgar a informação certa ne, com as palavras certas do jeito com a linguagem certa ne não precisa ser um profissional assim que atue que fique 24 horas por dia trabalhando por que você não vai ter conteúdo eu tô dizendo aqui no caso de cidades pequenas aqui que é o nosso caso ne mas saber coletar o máximo de informação possível pra população e até para os políticos pra ele entender realmente o que está acontecendo pra não falar demais pra você orientar o papel de orientar tipo assim as vezes recebe uma crítica da própria população o vereador recebe uma crítica ai ele fala pó ne não vou falar com o cara ai você fala da uma segurada vamos devagar vamos assim assado ne eu acho que é um ponto de equilíbrio entre os dois lados legislativo e população ne de modo que pelo menos a parti da comunicação que as palavras que a gente dita é como uma flecha depois que a gente atira não tem mais como pegar

Então nesse ponto é um papel fundamental para garantir que as coisas funcione certinho para que não tenha problema e que a população tenha a informação necessária e o político possa deitar a cabeça tranquila no travesseiro e dormir pra não falar que falou demais

12. Na sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Eu acho que tem que ser um profissional de comunicação né e no caso lógico o jornalista tem a competência técnica né estudou pra isso tudo é um profissional é se formou estudou a fundo realmente como funciona no meu caso eu não sou jornalista mas eu sou o que trabalho aqui muito tempo sou empresário né então assim conheço muita gente então essa parte de comunicação pra me eu estudo muito administração essa parte de comunicação por que eu tenho que transmitir uma boa imagem da minha empresa dos meus funcionários tudo então assim eu me sinto à vontade nesse cargo por conta das competências que eu desenvolvo eu acho que é bom você ter uma formação em jornalismo ou alguma coisa próximo que envolva comunicação por exemplo engenharia civil não tem muito a ver com a comunicação acho que um engenheiro civil no meu cargo já não seria legal entendeu sei lá vamos pensar aqui um farmacêutico um professor de educação o professor até que trabalha na área de comunicação é alguma profissão que tenha que se comunicar que a pessoa vai saber mais ou menos mais que isso o mais importante é você estudar bastante saber como falar eu fiz um curso de oratória também pra me saber é conversar em público saber certinho as palavras é a questão do preparo antes sabe tanto que você falou que vinha tudo eu ia até me preparar sabe mas você chegou aqui do nada puta até meio mas acho importante Luana você ser formada pelo menos em alguma área da comunicação sabe você se formar em alguma área da comunicação se for jornalismo melhor ainda pra conhecer a parte técnica continuar buscando entendeu por que sem dúvida nenhuma o jornalismo além de ser uma das profissões é eu acho profissão importantíssima que exige mais conhecimento por conta de lidar com o palavras lidar com comunicação vocês hoje são.

13.No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o poder legislativo municipal?

É como eu falei é quem tem a ganhar além do profissional é lógico vai ter um currículo bacana a Câmara ganha tendo um profissional que saiba a parte técnica ao pé da letra que entenda do assunto mesmo qualifica a informação a faz chegar mais rápida ao munícipe sem dúvida nenhuma agrega e muito na imagem da câmara com um todo não só da comunicação acho importante isso daí.

14.Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?

Desafios do assessor olha eu acho que um desafios seria fomenta mais essa parte de divulgação assim é trabalho dos vereadores possam ser divulgados mais sabe é conseguir trazer mais a população fazer a informação chegar a população é atingir o máximo possível tem o site que muito bom tem o jornal que cobre bastante mas mesmo assim tem gente ainda

que não tem acesso a informação que fala até demais sabe sem saber o que está acontecendo então assim é seria mais a parte de ter mais material para trabalhar mais desafio e o que a gente pode fazer para mudar isso é como eu digo bastante olha gente tem alguma coisa aí tem alguma coisa aí é procurar correr mais atrás do conteúdo né está sempre presente nas reuniões está sempre presente nos eventos vê alguma outra ferramenta pra essa informação chegar que é difícil por se tratar de uma cidade pequena nem todo mundo tem por mais incrível que pareça nem todo mundo tem acesso a internet a acho que mais essa parte.

15. Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

Sim, sim, sim realiza bastante, mesmo por que aqui na câmara nós somos em cinco funcionários sou eu o motorista, o secretário, o advogado e a servente e eu já venho de cargo de mirim então minha função como mirim assim com alguns serviços como mirim continua agregado agora essa parte de imprensa ligada essa parte técnica então é bem corrido tal é bem trabalhoso mais a gente faz sim é diferente da prefeitura na prefeitura você pode ter um assessor de imprensa só pra imprensa que na verdade Luana numa cidade pequena não tem necessidade de um profissional de imprensa está lá 24 horas nem oito horas por dia por que não vai ter serviço se bem que a prefeitura é diferente a prefeitura ela tem falar pra você se quiser fazer quatro matéria por dia o estamos limpando tal lugar hoje é amanhã vamos pintar onde é montar uma agenda para o prefeito fazer se o prefeito tiver no pique mesmo dá pra fazer absurdo diferente do vereador que o papel é de fiscalizador né o prefeito é executor o vereador fiscaliza a demanda na parte de imprensa não dá pra fazer só isso né não tem necessidade o profissional trabalhar 20 horas semanais daria conta tranquilamente mas desenvolvi sim outras tarefas e da tranquilo fica correria mas dá.

16. Na sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

O certo não era né mas acaba por que muitas vezes o assessor de imprensa ele é colocado no cargo por que ele apoiou algum político por esta no cargo de confiança então praticamente ele acaba sendo um assessor político também né o assessor de imprensa só que isso acaba atrapalhando um pouco por que você acaba não tendo um poder de crítica por que tudo que o prefeito fala você acaba concordando entendeu eu acho que o assessor de imprensa igual eu te falei legal a qualificação dele por que ele vai trabalha pra você vai te ajudar a transmitir a informação correta pra população e se for assessor político você acaba aceitando uma coisa que você pode discordar mais por conta de você está naquele cargo por causa da política você acaba tendo que concorda e aí que está o problema então eu acho assim o assessor político o assessor de imprensa tem que ter jogo de cintura ele tem que saber se comunicar com a

população defender na hora certa se for pra criticar chama antes o prefeito ou o vereador pra não deixar expor a imagem dele também eu acho que sim na maioria dos casos no me caso não, mas na maioria dos casos sim.

*** só uma dúvida que eu ia perguntar antes e não perguntei as sessões são transmitidas ao vivo pelo site.**

Ao vivo pelo site

Pela rádio não?

Não, pela rádio não.

Então vocês têm o site de vocês e a matérias que vocês realizam são enviados para os jornais e rádios daqui?

A gente manda no correio regional daqui de agudos quando tem alguma matéria de expressão ai a gente manda no jornal cidade também, mas assim bem raramente e tem a 94 FM também que quando eu preciso de alguma coisa eu mando pra está indo também mais é mais coisas voltadas para o institucional sabe parte de entidade, matéria da Câmara eu nunca mandei para o rádio eu nunca mandei para o rádio por jornal cidade quando é algo de expressão e para o correio regional sai matéria por que nós temos contato com eles ne daí nós temos os espaço do jornal daí eu sempre mando o resumo das sessões mando matérias que acontecem no dia a dia os editais da Câmara que tem que publicar e sites também e as mídias digitais cada vereador tem o seu.

E2

1.Qual seu nome, função e escolaridade?

Meu nome completo? E2. Minha função é assessor técnico, e a escolaridade ensino superior completo, sou formado em administração com ênfase em sistema de informação pela instituição Toledo de ensino.

2.Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo da (cidade a qual está sendo entrevistada) e qual é a estrutura disponível?

A nossa estrutura aqui é bem pequena, é a câmara pelo fato dela ser bem enxuta ela é composta por dois funcionários, que é eu e o Anderson que é um outro assessor, é isso é temporário foi aberto um concurso e como ele está sob subisse, ne então por enquanto quem dá o suporte para a câmara é eu e esse outro funcionário, até que se decida essa questão do concurso ai vão agregar outras funções aqui na câmara.

3.A quem você responde?

Diretamente é assim é mais voltado para o presidente, tanto eu como o outro assessor agente dá um respaldo para o presidente e também aos demais vereadores é no caso de alguma eventual necessidade, mas o funcionamento da câmara mesmo a gente responde ao presidente.

4. Quem, de fato, você atende com suas atividades?

Atendo tanto as necessidades da câmara, pelo andamento do dia a dia, quanto a população que está sempre vindo aqui é pedindo algumas orientações, ajuda com alguma coisas então a gente acaba também atuando dessa forma diretamente com a população.

5. Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?

Em relação aos atos oficiais da câmara publicação de quadrimestre de alguns quadros oficiais editais isso a gente tem a empresa de jornalismo que faz isso as publicações oficiais em alguns casos é excepcionais o site mesmo sou eu quem alimenta quando a alguma coisa em especial, por exemplo, recentemente teve a entrega de uma homenagem a dois atletas que participaram dos jogos regionais de Lençóis Paulista. E esses dois atletas eles são deficientes e acho que foi até a primeira vez na cidade que eles que alguém dessa modalidade é conseguiu conquistar medalhas até a questão da participação por que eu acho que antes nem tinha participado, pelo menos deficientes ai como foi uma homenagem, uma sessão diferenciada por conta da homenagem ai a gente faz a publicação no site sou eu mesmo quem cuida disso. Mais é basicamente isso que a câmara aqui não é muito grande então a gente acaba fazendo essas coisinhas mais simples

6. Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?

A divulgação das sessões é tanto presencial se a pessoa quiser saber o que tem em pauta ela vem e pergunta aqui na sessão e também no site, nós temos o no site nós temos a data o horário da próxima sessão é até mesmo a questão da matéria do dia é cadastrado tudo na sessão o que vai ser votado e tal, inclusive a ata após a sessão ne, após a sessão na sessão seguinte é votado essa ata e assim que ela é aprovada essa ata ela é publicada no site também.

7. As informações a respeito das sessões chega à população? Como esse retorno é mensurado?

A questão da mensuração eu não sei te responder exatamente mais acredito que é atingível a população por conta da publicidade do site, então a parti do momento que a gente disponibiliza as informações da câmara no site isso ai pode chegar a qualquer pessoa, hoje em dia é muito difícil uma pessoa não ter acesso a internet já faz parte do dia a dia de todos.

8. Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?

Agora você me pegou rsrsrsrs é bem lembrado hoje em dia as redes sócias é um bom aliado na questão da divulgação, então muitas coisas que acontece por exemplo as vezes eles vão resolver algum problema da cidade ou se reunir com alguma figura pública de maior importância pra pedir algum apoio algum respaldo alguma ajuda pra algum político então sempre que eles estão atuando dessa forma a redes sociais ajuda eles mesmos fazem na página deles posta uma foto que esteve reunido com tal deputado solicitando tal coisa então eles sempre abordam dessa forma e acho que vem dando resultado por que a gente vê ne as curtidas os comentários que as pessoas fazem então acho que estão acompanhando o trabalho dos vereadores dessa forma.

9.O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

Eu acho que sempre a alguma coisa a ser melhorada em todos os sentidos ne. é recentemente o presidente esteve também em outras câmaras aqui da região pra estuda a hipótese de fazer a ata eletrônica ne e eles estão estudando trabalhando pra fazer a implantação de uma de um sistema pra que a população saiba o que está acontecendo aqui dentro não só presencialmente mas pra fazer a divulgações das sessões da atuação dos vereadores aqui dentro em tempo real então enquanto está acontecendo as sessões aqui o pessoal possa acompanhada de casa ou da onde estiver acessando ao mesmo tempo isso tanto pelas redes sócias como pelo site da câmara. Então é uma coisa que já está sendo estudado.

10.Existe um planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa? Se os vereadores, o presidente fazem um planejamento ou avaliação com vocês assessores?

Você fala da publicidade? Na verdade pensando num planejamento no futuro acredito que não por que a gente vem de uma mudança recente é aonde até foi em contato com a promotoria que a gente teve uma avaliação do portal da transparência a divulgação das informações estrutura organizacional tudo é um instituto que se chama Encla ne eles fizeram essa avaliação de todos os órgãos públicos câmaras e prefeituras e atribuíram uma nota ne é esses órgãos que não atingiram o índice desejado o ministério público expediu foi aberto um processo e entrou em contato com esses órgãos para fazer a regularização então a câmara aqui sofreu uma alteração muito grande recente não que nossa nota estivesse tão ruim mais a gente fez uma mudança recente é tanto na parte de sistema aqui dentro quanto na parte de web que é o site então mudou a nossa avaliação a última avaliação primeiro a gente tinha chegado a 9.8 e ai por que tinha ficado uma pendência pra corrigir no site mais como a gente estava dependendo do jurídico ficou essa nota 9.8 mais após essa correção atingimos a

nota dez com todas as exigências do ministério público já estão no site inclusive nós já tivemos o retorno do ministério público que o processo foi arquivado por a gente ter atingido essa necessidade que é pra atender a lei da transparência.

11.Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

Eu acho que a necessidade é pra facilitar a transparência com a população por que as vezes mesmo que o órgão tenha disponibilizado a informação as vezes as pessoas tem um pouco de dificuldade pra buscar essa informação ou até mesmo despertar o interesse de ir atrás então as vez você tendo esse intermediador é pra usar a informação e colocar ela de forma mais clara talvez sei lá seja um facilitador para as coisas ficarem mais claras.

12.Na sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Acho que é o ideal é lógico que cada lugar tem um necessidade, mas o ideal seria por conta da acho que dá experiência ou do aprendizado que ela tem de como lhe dá com a informação por que muitas vezes a gente tem a informação só que ela não consegui ser transmitida da forma que deveria então um profissional dessa área acho que é fundamental para saber tratar a informação e chegar da melhor forma a população.

13.No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o Poder Legislativo municipal?

Acho que justamente isso, como o volume de informações dos órgãos hoje em dia é muito grande ne é uma coisa que um profissional dessa área ele poderia justamente isso fazer um filtro e disponibiliza a informação da melhor forma possível para a população de forma mais clara por que o volume de informação é muito grande e talvez faça a diferença um profissional dessa área.

14.Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?

15.Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

É como eu disse anteriormente, como aqui a câmara é pequena é a gente está nessa situação do concurso que está sob júdice eu acho que independente disso a gente sempre acaba fazendo um pouco mais e só pelo fado de ser pequena a câmara então a gente sempre acode uma coisa ou outra então acaba abraçando uma coisa outra.

16.Na sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

Acho que de certa forma sim por que é ele quem vai tratar as informações dos acontecimentos ne que acontece dentro do órgão ne então a forma que ele vai tratar essas informações e

disponibilizar pra população eu acho que acaba interferindo ou afetando a forma que as pessoas vão ver a atuação desse político

E3

1.Qual seu nome, função e escolaridade?

E3, aqui na câmara sou assessora de imprensa, eu fiz eu tenho duas faculdade gestão em marketing e tenho letras, jornalismo eu tenho registro por que eu exerço a função já há um certo tempo mais eu tenho meu MTB registrado no ministério do trabalho como jornalista e como radialista que eu atuo aqui na emissora local da cidade.

2.Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo da (cidade a qual está sendo entrevistada) e qual é a estrutura disponível?

Aqui o que acontece eu assumir a assessoria de imprensa aqui no mês de julho até então não tinha, por quê? Por que essa é uma decisão que compete a cada presidente até o ano passado houve uma legislatura o antigo presidente entendia que talvez não era necessário não tinha assessoria de imprensa a partir de janeiro como houve a nova eleição ne eleito prefeito vereadores e tal foi feito a eleição da nova mesa diretora da câmara foi eleito um novo presidente que ele achou por bem instituir a assessoria de imprensa na câmara municipal por que até então não existia hoje apenas eu faço parte da assessoria de imprensa, a câmara tem seus demais assessores ne para os vereadores e tal mais a assessoria de imprensa só uma pessoa que seria eu que até então não havia.

Você falou alguma coisa de recurso? Seria a estrutura disponível, seria assim em relação a TV, rádio...O que vocês utilizam?

Está o que nós temos, com o que a câmara trabalha? a câmara tem um programa na rádio local que é o programa informativo da câmara municipal é são vinte minutos a cada sábado ao qual eu também apresento é nós estamos em desenvolvimento da TV câmara primeiro passo está sendo o que a transmissão das sessões através das plataformas ou YouTube e o face por que como o novo presidente assumiu como a nova definição com relação a imagem da câmara agora está acontecendo esses investimentos, então daqui até o final do ano nós vamos melhorar a nossa estrutura em plenário é hoje nós só temos uma câmara pra fazer ali (telefone toca e ela pede um minuto....) então como ele tem novo pensamento voltado para a divulgação ai dos trabalhos legislativo então eles estão fazendo toda reestrutura interna da câmara.

3.A quem você responde?

Eu respondo ao meu diretor.

4. Quem, de fato, você atende com suas atividades?

Todos os vereadores a assessoria de imprensa ela é da câmara municipal para todos os vereadores não é um trabalho exclusivo pra um pra A ou pra B, então todos os focos inclusive das nossas matérias ela é direcionada a câmara municipal.

5. Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?

E assim é todas as segundas acontece as sessões do legislativo após a sessão do legislativo encerrou a sessão nós temos entrevistas com o vereadores também que eu também faço, então ali nós ouvimos algum tema polêmico vamos debater o vereador vai falar um pouco mais um projeto de lei uma indicação um requerimento é eu faço toda segunda-feira ou terça pela manhã um resumo da sessão então tudo que aconteceu, ordem do dia o expediente tal é monto o esquema em forma de notícia(telefone tocou...) então eu faço o resumo que nós alimentamos o site o Facebook da câmara e disparamos para os meios de comunicação da cidade regional então disparo para o jornal cidade de Bauru, para o SBT em Jaú, pra TV tem para os nosso jornais locais e Facebook pessoas que alimentam com informação é fora isso o que nós fazemos durante a semana nós estamos em contato com os vereadores ai nós montamos em cima da pauta semana, matérias pertinentes para a câmara municipal para destacamos no site e no Facebook.

6. Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?

A sessão ela é divulgada nas duas plataformas no Facebook e no YouTube, mas fora isso nós temos o nosso site então quer dizer ela vai tá no nosso site a versão em vídeo, mas se você acessar o nosso site você vai ter o resumo da sessão vai ter toda a matéria com as fotos

7. As informações a respeito das sessões chega à população? Como esse retorno é mensurado?

Aqui diferente de outras câmaras mas nós temos aqui pessoas que vem não muitas não são muitas pessoas que participam das sessão em lócus, mais muita gente vem dão retorno fora isso são as redes sociais é a câmara tem retorno aqui na recepção tem muita gente que vem até câmara também e o próprio vereador que ele é um agente que transmite a informação também ele nos traz bastante coisa a respeito da população

8. Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?

A gente tenta colocar o poder legislativo cada vez mais próximo da comunidade é pra isso a câmara tem o programa informativo, na rádio local e eu acho que o grande agente divulgador mesmo é o próprio vereador por que muita coisa, muita reclamação, muita queixa, muita sugestão chega pelo próprio vereador porque ele vai transformar em uma indicação, num

requerimento, que vai entrar na pauta da sessão que posteriormente vai ser divulgada pelos releases que a gente solta ne e nas plataformas do Facebook e do YouTube também

9.O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

Eu acho que o que falta talvez um pouco seria a consciência que a população teria que ter uma participação mais efetiva nas reuniões das Câmara municipal. A Câmara municipal está aberta a receber a população. Só que a conta partida é complicada por que não é todo mundo que sai da sua casa pra vir até a sessão. o que ela acha, mais fácil acompanhar em Facebook em redes social nas entrevistas do rádio no programa informativo pra isso a câmara está fazendo o que? está investindo numa melhoria na implantação da TV câmara e pra essa transmissão está investindo também na alteração da internet aqui e deve ser o primeiro lugar em pederneiras a ter a internet em fibra ótica por que a gente está enfrentando muito problema na transmissão do Facebook, por que a internet está caindo sabe está caindo muito e está gerando muita reclamação , mas não é um problema nosso, mais sim da internet não está suportando então isso daí está sendo licitado agora e possivelmente em 40 dias a gente já vai está transmitindo com a fibra ótica mas é acho que seria mesmo o interesse da população em tudo que acontece por que ao final de contas a vida do cidadão muitas das vezes ela é decidida na câmara ne.

10.Existe um planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa?

Por que aqui eu respondo ao meu diretor e, então muita das vezes por exemplo algumas correções alguns ajustes, ele vai pedir e nós vamos fazer, agora com relação a população eu já não sei dizer.

Em relação a ele vocês tem um planejamento o trabalho da assessoria de imprensa.

É assim nós temos a sessões na segunda feira na segunda ou já na terça cedo já dispara um release com o resumo da sessão. Ela já vai estar lá no Facebook ou vai estar disponível no *Youtube* pra quem quiser assistir é em cima disso ele vai dá uma set pra me e vai falar E3 teve um assunto polêmico a respeito desse projeto de lei e nós vamos focar essa semana em cima disso ou nós vamos focar em cima daquilo então esse direcionamento vem dele, mas rotineiramente vai ser isso, vai ser a sessão, vai ser disparado na terça-feira cedo o resumo da sessão da durante a semana vai vir matérias pertinentes aquela sessão ou algum fato inédito que aconteça ne durante a semana que chame atenção com relação a câmara englobada não necessariamente em um vereador por que o foco da assessoria aqui é atender a câmara por um todo.

11.Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

Por que eu acho que essa pessoa que vai fazer o crivo, o filtro e vai fazer a ponte ne entre todos, vai pegar a informação nua e crua vai compilar e vai divulgar ne.

12.Na sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Na minha opinião não, na minha simples opinião não acho que essa pessoa tem que entender o mínimo de comunicação e ela tem que entender um pouco parte política do ambiente político que a cidade vive e onde ela está inserida necessariamente eu acho que não tem necessidade.

13.No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o poder legislativo municipal?

Eu acho assim é acrescenta como eu disse anteriormente sendo um agente que pega a informação aquela crua e compila todos os dados e oferece a população.

14.Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?

Às vezes a gente por exemplo nós temos temas importante que julgamos importante que a gente tenta colocar na mídia regional as vezes a gente encontra algum tipo de barreira por que ai tem a linha editorial do jornal se o jornal vai querer ou não entrar em determinada seara ou não por que como a gente vai desenvolvendo o network com os jornalistas ou com aquelas pessoas que estão nos meios de comunicação é ai já sai da nossa ossada nós mandamos mais o fato de divulgar ou não essa é uma das grandes barreiras que a gente precisa ainda transpor é esse relacionamento.

15.Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

Não aqui eu realizo todas as atividades relacionadas a assessoria de imprensa elaboração de matéria, elaboração de release fotografia e entrevista.

16.Na sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

Vai depender do assessor de imprensa ele que vai ter que ter o crivo pra isso o assessor político ele vai trabalhar diretamente com o vereador aqui pelo menos a determinação que eu tenho é de servir a câmara municipal como um todo talvez se você tem a tendência de servir a um e não servir a outro talvez você acabe se transformando ne um assessor de imprensa barra assessor político.

Eu observei que vocês estão implantando a TV Câmara. Em relação à estrutura da comunicação, fora a TV, falta alguma coisa ou vocês estão bem estruturado com o que tem?

Eu acho que se nós conseguirmos estruturar, estruturar a TV Câmara da maneira como nosso diretor pensou ai nós vamos conseguir fechar dois meios de comunicação importante que é o rádio e a TV que não vai ter a transmissão em canal aberto mais é a transmissão pela internet pelo canal da Câmara no YouTube e no Facebook ou outras plataformas digitais.se a gente conseguir por que tudo tem um tramite tudo no poder público é mais moroso e nó estamos fazendo licitações e hoje por exemplo nós operamos com uma Câmara fica difícil se você observar um dia a nossa sessão você vai ver que a Câmara ela está num determinado ponto que não tem um corte pro um outro vereador ou pra uma outra situação a nossa Câmara ela roda por que até então é a tecnologia que nós temos se tudo correr bem sair tudo dentro do cronograma nesses próximos meses nós vãos está instalando pelo menos mais uma cinco Câmara dentro do plenário pra essa divulgação e ai a gente acredita que com essa efetiva é implantação da TV Câmara ai sim gente consegue fechar todos esses meios de comunicação que é importante para nós por que a gente trabalha com YouTube, Facebook, site e a imprensa local no caso a radio jornais locais que a gente dispara também que a divulgação local é diferente da divulgação da regional ne mais nós temos os jornais locais e Facebook esses face que trabalha com informação.

E4

1. Qual seu nome, função e escolaridade?

E4 sou jornalista formado, superior completo em comunicação social com habilitação em jornalismo, e minha função, é a empresa que presta serviço. Eu trabalhava já com assessoria de imprensa como cargo comissionado agora eu abri minha empresa pra prestar esse serviço para instituição pública então eu estou voltado para Câmara e prefeitura

2. Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo da (cidade a qual está sendo entrevistada) e qual é a estrutura disponível?

Na verdade não tem uma estrutura pra isso, tanto é que eles estão me contratando a empresa pra prestar esse serviço e na verdade não é nem assessoria de imprensa especificamente que eu faço, eu também faço assessoria de imprensa, mas eu também faço outros serviços também

3. A quem você responde?

Diretamente ao presidente, sempre diretamente ao presidente no máximo tem um funcionário intermediário, por que às vezes a gente não consegue falar diretamente com o presidente da

Câmara geralmente o pessoal que contrata o nosso serviço ele designa algum funcionário pra se tiver alguma emergência, alguma coisa, você fala com tal pessoa que tal pessoa vai passar o recado aqui em agudos é o Messias.

4. Quem, de fato, você atende com suas atividades?

Como assim quem de fato não entendi a pergunta.

Se você atende só ao presidente, que você responde a ele, mas você atende a algum outro vereador?

Todos, todos, a gente tenta é um meio que existe muito ego muitos ciúmes, você coloca a foto de um e não bota o de outro o cara reclama com risco até de quebrar uma composição política que tem dentro da Câmara então a gente tem que tomar muito cuidado com isso daí, a gente não pode é prevalecer um em cima dos outros é claro que o presidente sempre vai ter mais destaque que a maioria dos Atos Oficiais está tendo na gestão específica do presidente como ele responde ele tem um destaque um pouquinho maior digamos assim, vai ter um é entrega de um prêmio organizado aqui pela Câmara por mais que às vezes tenha algum vereador que fez a indicação, à organização do evento quem responde é o presidente, então a entrevista vai ser com vereador que fez a monção que fez a homenagem ou de aplauso ou de repudio independente qual foi, mais o presidente tem uma falinha, você não vai falar pra essa ocasião, a gente dispôs disso a gente está fazendo por causa disso a Câmara está aberta por causa disso então o presidente ele sempre vai ter um destaquisinho um pouco maior que os outros, mas a gente sempre tenta também deixar todos os vereadores representados assim na assessoria de imprensa por que tem essa questão de ego, de ciúmes que pode comprometer o trabalho inteiro.

5. Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?

No meu caso especificamente eu trabalho em cima da pauta da sessão, só então a ordem do dia chega eu acompanho com a pauta na mão e eu faço somente Atos Oficiais do Legislativo se o vereador fora da casa fora da Câmara, ele foi visitar um bairro eu não cubro essa parte eu faço só o Ato Oficial ele tem um documento, que é um requerimento uma indicação, alguma coisa foi protocolado está aqui é um trabalho oficial com o vereador daí eu faço uma reportagem em cima disso, geralmente o que eu faço por ser um documento é jurídico digamos assim tem uma linguagem jurídica o legislativo ele trabalha com leis então as leis são feitas as indicações são feitas numa linguagem muito jurídica, então eu simplifico essa linguagem pra qualquer pessoa que não tenha acesso a uma lei, não saiba interpretar uma lei ela consiga identificar, então digamos assim está escrito lá venho por meio dessa requerer ao setor competente da prefeitura municipal de agudos a construção de um redutor de velocidade

na rua tal, eu falo: vereador quer lombada no endereço tal, então eu simplifico o que ele fazem algumas matérias eu além de colocar no site oficial da Câmara, Facebook, Twitter, Instragram redes sociais em geral internet algumas matérias eu mando para mídia regional pra que eles tenham, são matérias que tem uma repercussão maior se o cara pede uma lombada eu posso mandar para o jornal que ninguém vai pôr, entendeu mais o depoimento de hoje do prefeito de agudos está sendo investigado, pagou então devia ter pagado, pagou comprovaram que não teve o serviço é uma coisa que pode resultar na cassação do prefeito então ai eu divulgo entendeu, é uma coisa uma comissão de investigação da Câmara uma coisa maior que a lombada essas coisas eu divulgo a pintura da faixa, a mudança do nome da rua isso daí eu não divulgo, a imprensa não se interessa por essas informações então eu poderia até manda mais ia ser um trabalho em vão, essas informações elas ficam disponíveis no site da Câmara, disponível em todas as redes sociais da Câmara, se algum veículo de comunicação tiver interesse em ver aonde tem um buraco, vai estar fácil lá para eles acharem o buraco, mas eu também não provoço a cobertura da mídia para todos esses atos por que primeiro eles não dão espaço a mídia geral, não vai da espaço pra esse tipo de coisa a o vereador quer que abra uma praça e tenha o nome do avô do secretário de saúde, pra mídia em geral pra comunicação em geral não tem relevância não é uma coisa que gera matéria então não divulga a não ser uma coisa muito especifica digamos assim, o jornal Eco me pede um exemplo, uma ilustração me pede especificamente: quando tiver alguma coisa de buraco bairro tal você me avisa ou então beleza, eu mando especifico pra ele o que ele está me pedindo mais essas questões de buraco de rua essas coisas mais de é ordinárias mais simples essas coisas eu não divulgo.

6. Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?

São principalmente o site oficial da Câmara e as mídias sociais basicamente eu faço todas as indicações, todos os requerimentos, todos as coisas simplifico e coloco tudo separadinho por vereador, o vereador tal na sessão representou três requerimento, duas indicações, uma fala disso a outra fala daquilo, outra fala daquilo, outra fala daquilo outro, se você quiser saber mais sobre o trabalho do vereador você entra no site que vai estar todas as informações lá faço um resumo de tudo que aconteceu na sessão.

7. As informações a respeito das sessões chega à população? Como esse retorno é mensurado?

Então, eu estou medindo pelas mídias sócias, aqui da Câmara de Agudos eu não tenho um número fechado ainda por que na verdade, a gente tinha combinado de fazer um relatório mais a gente ainda não formatou como vai ser feito isso, daí mais pra você ter uma ideia na Câmara de Cabralia que eu também presto serviço esse mesmo serviço eu também presto na

Câmara de Cabrália, a gente conseguiu tirar assim os 28 dias antes de eu começar a fazer o trabalho com eles o alcance geral de todas as publicações que ele teve foi de 48 visualizações, depois que eu comecei a trabalhar esse número chegou 4 mil, 5mil visualizações no geral em todo período que eu fiz lá, um mês fechado deu 10.500 pessoas viram as publicações que eu fiz lá, aqui em Agudos é muito maior cada publicação aqui da entorno de mil, mil e quinhentas visualizações, tendo picos assim de cinco mil, seis mil uma boa postagem da uns seis geralmente. Uma informação importante para você, geralmente é uma coisa que não tem a ver com o trabalho no legislativo, quando o vereador pede uma coisa que não diz respeito à função dele, como função dele como vereador é o que dá mais retorno, é o que a população mais quer digamos assim pra resumir basicamente é se o vereador faz uma indicação pra prefeitura concerta um buraco, especificamente dentro daquela região ali, dá uma repercussão mais nunca estou, a nunca dá um pico agora aqui em agudos uma vereadora pediu pra colocar uma lotérica num bairro X essa publicação deu quase sete mil, mas instalar uma lotérica é uma coisa privada, um vereador pode até indicar mais se o empresário que tem interesse em se instalar, se o empresário não tiver o interesse em se instalar não adianta o vereador pedir fazer 20 mil indicação, que depende do empresário se o empresário vai quer fazer ou não então só pra você ter uma noção o que eu percebo dentro do trabalho, já estou na política fazendo jornalismo assessoria de imprensa comunicação dentro da política desde 2004 desde que eu me formei, eu sempre percebi isso daí, o pessoal quer o que o prefeito não pode fazer, pede o que o vereador não pode fazer, sempre eles pedem um negócio ou outro geralmente a pessoa tem um interesse em se aproximar do prefeito ou político em geral pra pedir que ele pague uma conta de luz, que é uma coisa que ele é proibido por lei de fazer mais as pessoas se interessam por esse aspecto, por essa atitude com essas, querem que o político tenha essa atitude quando o político faz o que é de competência dele da lei que ele tem que fazer isso daí não interessa pra população em geral.

8. Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?

Não no meu caso eu não faço mais nenhuma outra coisa

*** vocês usam meio de rádio, pra...**

Não no meu caso não aqui a Câmara já tem a TV Câmara seria um órgão de comunicação, mas não de assessoria de imprensa ele faz como se fosse à cobertura, eles fazem uma cobertura tanto de sessão daí quando tem essa questão o vereador que quer ir ao bairro mostrar o buraco tal especifica ali da comunidade dele a TV câmara que vai, eu, a minha empresa não faz esse serviço, mas voltando à outra questão que você tinha falado, a qual que

é a estrutura da assessoria de imprensa no caso aqui quanto em Cabrália não tem uma assessoria de imprensa não tem um cargo criado pra esse, pra essa função mais tanto aqui em Agudos quanto em Cabrália eles têm a TV da Câmara então, eles divulgam a sessão, é transmitida ao vivo quem tem interesse em acompanhar pode fazer esse acompanhamento a transparência chega a esse ponto, é importante ressaltar também a você que está fazendo essa pesquisa é fugiu agora o que eu ia falar volta.

***Deixa fazer uma pergunta que não está aqui no meu roteiro: então quer dizer que eles terceirizam a assessoria de imprensa, mas em contra partida eles tem no meio da comunicação tem outros setores seria isso, teria a TV Câmara, a assessoria de imprensa eu até perguntei, mas vocês transmitem também pela rádio?**

São, mais a gente não tem um setor de rádio aqui na câmara, é o mesmo áudio que está sendo transmitida pra TV câmara ele é jogado pra rádio entendeu é o mesmo sistema um vai áudio e vídeo pro Facebook e pra TV e o outro vai só o áudio

***A TV seria a daqui?**

A TV Câmara, era isso lembrei agora que você falou, é importante você colocar isso daí, apesar de ser assim um dos pilares da democracia da política em geral, a transparência do ato oficial a publicidade dos atos oficiais é muito difícil você ter um lugar que tenha uma pessoa concursada pra fazer esse serviço, o ideal seria todas as Câmaras, todas as prefeituras, terem uma pessoa no mínimo uma pessoa concursada pra fazer, que seja especializada nisso, que tenha o conhecimento da sociedade por que é muito difícil também você começar a fazer um trabalho desses se você não tem noção de como as forças políticas da cidade estão organizadas, por que uma vírgula que você coloque errada você quebra uma composição de dez anos que os caras estavam armando pra juntar dez partidos, pra forma um mandato pra eleger um presidente da Câmara daí você escreve uma coisinha errada o cara rompe com o partido do outro, que é pra organização inteira da coisa, então você tem que ter, o ideal seria pra uma pessoa concursada, que tenha conhecimento de todas as forças da cidade como que elas se compõem e que tenha uma extensão ética pra não se envolver politicamente, partidariamente com nenhuma dessas forças, com nenhum desses políticos que estão no poder da cidade, pra você ter essa isenção você conseguir fazer o seu trabalho de comunicação com ética, com distanciamento, com transparência, com verdade sinceridade, honestidade isso daí é o mais difícil geralmente quando tem algum cargo de comissão contratado é sempre indicação política então o cara fala pra você assim, o nós vamos simular o concurso aqui você vai entrar só que você nunca vai falar nada de bom do grupo tal, que você só vai poder falar coisa boa do grupo x que nós estamos e se você falar alguma coisa, nós vamos dá um jeito de

te demitir, daí geralmente o jogo é desse jeito o ideal seria que o jogo fosse composto sempre por uma pessoa especializada que tenha conhecimento tanto da política nacional, regional, local, global saiba identificar o que é uma esquerda, o que é uma direita por que aqui em Agudos ou numa cidade x é esquerda está junto com a direita por que em tal cidade o PT faz coligação com o PSDB e no global não tem isso, no Brasil inteiro não tem isso, mais em uma cidade x tem por que é assim, o jornalista tem que ter essa visão ampla de tudo pra não ultrapassar, não botar o dedo na ferida de ninguém, não falar mais do que deve tem que ter essa noção do jurídico pra conseguir traduzir, simplificar isso tem que ter uma experienciuzinha do tramite da Câmara em si como que funciona o requerimento entra e vai pra onde, a indicação é votada ou não, por que têm que fazer indicação, quantos dias o prefeito tem que responder o requerimento, o projeto de lei o que o vereador pode fazer o que não pode, uma coisa muito importante pra destacar assim nessa questão que a gente estava debatendo antes e agora é que o vereador não pode fazer nenhum projeto que acarrete custo pra cidade ninguém sabe disso ou não quer saber de propósito também, então o que é o trabalho do vereador, é colocar nome na rua basicamente é isso que não te vai da custo nenhum, só que as pessoas não sabem, então a pessoa fala eu quero emprego, vocês não vão trazer emprego o vereador pode fazer uma indicaçõzinha lá, a cidade está precisando de emprego e se doar aquela área lá pra empresa lá, pra gerar emprego ele indica se o prefeito quiser faz, então pra fazer essa cobertura da Câmara em geral você tem que ter um conhecimento tanto dessa política geral quanto desse tramite da burocracia em cada Câmara é diferente cada Câmara tem um regimento interno, cada Câmara tem uma padrão as coisas seguem de um jeito, então você tem também além de ter essa experiência geral você tem que ter especificamente, saber naquele lugar, como que funciona as coisa ali, por que às vezes se eu virar na Câmara de Cabralia e quiser ter o mesmo procedimento que eu tenho aqui o regimento não permite lá, então eu tenho que conhecer o regimento conhecer as pessoas às forças Políticas que estão por trás como que elas estão se organizando hoje, mas como que elas estavam antes, não adianta eu conhecer só hoje e não saber da onde veio a gente dá um exemplo básico na cidade B a pessoa C era inimigo mortal da pessoa V a três eleições atrás, as coisas foram acontecendo de um jeito que juntou e não separa mais, do jeito que a evolução da política da cidade B foi tomando, não separa mais pode ser o que for, não separa mais um grupo que ficou tão fortalecido que não separa mais, a não ser que aconteça alguma coisa, algum escândalo, algum negócio de outro mundo mais a gente analisando tendo a visão macro da situação, a gente já sabe mais ou menos o caminho que vai então você tem que ler bastante de política nacional pra você conseguir entender como que esses partidos funcionam como

que é esse, como que forma essas coligações, como que se juntam os partidos os políticos, como que formam tudo, aqui em Agudos a gente teve uma situação clara que um dos vereadores aqui apoiou o prefeito conseguiu eleger o prefeito que foi eleito, conseguiram ser eleitos faziam oposição ao governo anterior, depois de três meses trabalhando junto o prefeito cortou o irmão dele da secretaria de esporte, o vereador saiu do grupo agora ele faz oposição, ele foi eleito junto com o grupo, mas teve uma desavença ali entre eles, mais particular do que política, mas refletiu na política, hoje esse daí é um dos principais opositores do prefeito de Agudos inclusive é o presidente da comissão que vai processar ele, que está processando ele, então é dinâmico do mesmo jeito que você tem que ficar ligeiro, assim em como essas forças eles estão compostos no cenário nacional, só pra dá um exemplo assim o PRB é base de apoio que é o do partido do prefeito, aqui é base de apoio do Temer, o DEM, também é desse outro partido então é basicamente é esses três partido estariam no mesmo barco, PMDB do Temer, PRB do Altair e DEM que é Rodrigo, mais que é Durães aqui na Câmara, só que ao mesmo tempo que o PMDB aqui em Agudos é Octaviane então tem uma configuração nacional que os três estão juntos, no local aqui não estão, dois estava e assim já saíram está sozinho agora então ele tem que estão sempre prestando atenção em como está configurado o macro, por que também tem uma, conforme eles se organizam lá em cima, vem uma determinação aqui em baixo se organizarem mais ou menos da mesma forma, claro que tem as diversidade aqui em Agudos pela tradição Octaviane eles nunca vão compor com o PRB de novo, já foram, também já teve a saída já teve o racha agora eles não vão compor de novo.

9.O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

Eu acho que tem que investir mais, tem que contratar gente especializada, tem que qualificar as pessoas, os próprios comunicadores, as pessoas que se interessam em prestar esse serviço eles tem que está cada vez mais qualificados, ele está aprendendo sempre vai aparecer uma rede social nova, hoje é Snapchat amanhã vai outro e você tem que estar sempre acompanhando por que o público da Câmara na verdade não tem um público que quer acompanhar a política, ninguém quer acompanhar a política não existe esse público só quem está dentro do jogo, quem é o assessor do vereador x ele fica esperando sair alguma coisa pra ver se ele usa aquilo ali, fora isso a população em geral não se interessa, é um trabalho de formiguinha nós temos que criar a cultura da pessoa entender o que é uma sessão de câmara o que é o requerimento pra daí a pessoa entender exatamente como é que funciona e não vir pedir absurdo então, a educação tem que partir a Câmara, tem que fazer investimento pra que tenha jornalistas capacitados que consigam transformar essa informação numa coisa que seja

de interesse da comunidade então, geralmente pra dá um exemplo de como pode simplificar a coisa, as vezes o vereador faz um projeto de lei pra desapropriar uma área, não o vereador não vai poder fazer isso, isso daí seria o prefeito mesmo, mas o vereador muitas vezes na cidade do interior o vereador ele também não tem uma educação tão grande são praticamente analfabetos, então, quando chega esse requerimento ele, geralmente vem com muito erro português concordância as vezes não dá nem pra entender o que o vereador queria na verdade escrevendo aquilo e quando ele vai falar sobre isso ele se enrola mais ainda por que a frase não tem começo, meio e fim fica uma cacá, então o principal seria os próprios vereadores se qualificarem também pra subir o nível, a parti do momento que eles estão no nível melhor, eles teriam que investir pesado em comunicação pra facilitar esse dialogo ai entre a Câmara e os públicos em geral e começar a criar a cultura das pessoas entenderem o que é uma sessão acompanhar a sessão ver qual que é o trabalho exatamente que o vereador pode fazer e o que não pode, pra dá um exemplo básico, assim em Cabralia lá também a gestão anterior cara colocou um computador na sala de entrada da Câmara lá ficava lá 24 horas a disposição da população então ele não tinha nada pra fazer casa ele entrava lá na Câmara e fica no Facebook lá duas horas daí o presidente novo, que entrou agora falou assim o tribunal de contas me mandou officio aqui falou que nós estamos gastando muita internet que não tem como uma cidade de tantos mil habitantes, e meia dúzia de vereador ficar o dia inteiro na internet, corta reduz esse gasto por que esse gasto é desnecessário, ele tirou o computador e a população se revoltou contra ele, por que ele fez o que era certo e a população não gostou por que aquilo lá tinha gente que ia jogar fazer joguinho lá na internet ficava o dia inteiro lá fazendo fila os outros querendo imprimir as cosa lá, querendo imprimir currículo, não é competência da Câmara isso na verdade se o tribunal de contas os órgãos fiscalizadores verem isso que está sendo feito depor contra ele vai cassado, vai preso não pode usar o dinheiro da cidade pra fazer um favor pessoal pra alguém, então tem essa educação política que na minha visão a Câmara deveria todas as câmaras deveriam investir nisso mais geralmente eles não fazem por medo de do pessoal aprender o que é política e não dá nem atenção e vai descobrir que o vereador tem muito pouco poder, está muito limitado pela lei então talvez não interesse para todos os poderes, todos os políticos tem de se manterem como políticos, então eles vão tentar limitar o acesso de informação o máximo possível que na verdade é um tiro no pé também por que eu acho que quanto mais as pessoas, hoje nós estamos essa era da internet ai uma proliferação de notícias falsas, pontos de vistas equivocados, orientados, ganham uma amplificação muito grande, pra combater isso daí é melhor coisa é a educação política que os próprios políticos deveriam encabeçar isso daí é de acordo com a regra aqui é três por cento

que o tribunal permite pra investir em comunicação então vamos usar os três por centos inteiro não vamos usar um e meio, só que eles não tem essa visão ainda acho que é isso.

10.Existe um planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa?

Por enquanto está tudo informal, existe o planejamento mais ele é muito informal, tanto a avaliação também, no caso assim eu abrir a empresa em abril, comecei a prestar serviço aqui Câmara de Agudos em maio, a gente conversa eu e o presidente conversa todos semana, o presidente tem a senha de todas as mídias sociais, acompanha em tempo real todas as estatísticas do que está sendo feito e a gente conversa assim, o você viu aquele lá, o é de certo aquilo lá, o vamos fazer assim e se a gente colocar isso daqui daí as vezes eu falo pra ele o melhor não colocar desse jeito por que nós estamos vendo o que está acontecendo isso e isso talvez não seja o melhor momento de fazer essa uma divulgação desse assunto agora vamos segurar mais uma semana vamos, oh beleza vamos então existe um planejamento e existe uma avaliação mais é completamente informal na Câmara de Cabralia a gente fez um contrato diferente pra fazer a avaliação mensal na Câmara de Cabralia eu conseguir fazer o primeiro relatório os números mostra a evolução de 2 mil por cento assim de 48 pessoas que entrava por mês na página, a gente subiu para 5 mil 10 mil o que na verdade lá é quase metade do eleitorado da cidade e então a gente vê que dá resultado agora é difícil isso daí pôr a gente tem a questão assim da política não é por que a pessoa está vendo o que o vereador está fazendo que ela vai votar nele geralmente o resultado que o político quer é isso ele quer o voto mais o que eu falo normalmente pra todo mundo assim quando o pessoal vem perguntar pra me mais deu 3 mil visualizações mais você acha que quantas dessas pessoas votam em me, gostaram mesmo ao ponto de votarem em mim, ai o que eu falo pra eles agora nenhum voto vai ser decidido agora o voto não vai ser definido agora nós temos quatro anos pra trabalharem e por mais que a pessoa tenha uma simpatia pelo que você está fazendo hoje talvez na hora do voto lá alguém chega com cemzão pra ele, ela esquece de você e vota no pior que o outro, só por que o cara deu uma cesta básica, deu cem reais, então o trabalho da comunicação é muito ele é difícil de ser mesurado por causa disso por que o político quer que a comunicação se transforme em voto e não é assim que funciona, por que as vezes o voto é aquilo que a gente estava conversando antes a pessoa quer que o político faça uma coisa que não é da competência do político então o voto as vezes é decidido em uma coisa que não é nada a ver com questão política as vezes o cara fala assim é a pessoa acompanhou a pagina durante quatro anos e viu lá pôr o cara é ele é defensor dos animais pô eu também sou interessante, pô o cara foi coerente aqui com essa proposta o prefeito queria aumentar o imposto ele foi

contra pó eu também sou contra ele se identifica com vários posicionamentos que o vereador está tendo mas daí chega na última hora e o cara chega um amigo dele e fala assim oh esse cara que eu estou apresentando aqui pra você que é o meu candidato aqui se ele for eleito ele vai te dá um emprego ele esquece tudo o trabalho que o cara fez ele vai votar por que ele vai querer garantir o emprego dele depois então é muito injusto essa questão da comunicação por que as vezes você faz um trabalho gigante consistente mais não dá voto depois por que tem essas outras forças na políticas que manda mais o dinheiro fala mais que o coerência, a ética, o trabalho e tal.

11.Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

É isso é justamente simplificar essa informações que geralmente por ser essa lei o poder legislativo ele é muito é uma linguagem técnica só que ao mesmo tempo feito por pessoas analfabetas funcionais então a informação vem completamente trancada você tem que ter uma habilidade pra definir o que ele estava querendo falar por que as vezes o cara quer vir buscar ele viu no requerimento do outro uma linguagem um pouquinho mais rebuscada ele tenta fazer mais ele não tem a concordância então vai ficar um Frank Stein o negócio se você pega um negócio desse e joga pra população direto ninguém vai ver a gente simplificando a gente já vê que é difícil em agudos aqui é muito louco por que agudos tem uma um interesse pela política nem Cabralia não é tanto assim aqui em agudos a sessões estão sempre cheias o pessoal vem o pessoal comenta o pessoal da opinião se você pegar a parte da Câmara La enquanto a sessão está sendo transmitida a gente dá tipo um 700, 2 mil depende da sessão dois mil comentários então a sessão está rolando o pessoal entra lá e fala por que o cara falou isso e do meu bairro ele não vai falar daí o outro vem e tem buraco a aqui no meu bairro tem buraco também daí não sei que daí o outro fala ele só está falando isso por que tem interesse nisso daí então fica um debate legal em Cabralia não aparece ninguém nem na sessão nem no Facebook assim é que eles não transmite a sessão ao vivo pelo Facebook lá é pela TV Câmara mesmo mais não é participação agudos tem uma cultura mais política o pessoal está meio dividido em grupos um quer pegar o outro pelo tornozelo, calcanhar de Aquiles então sempre tem esse debate político, mais a pergunta é a importância do dia, eu acho que é simplificar a linguagem simplificar a linguagem e dá a informação no lugar que o público está não adianta nada é a gente escrever o jornal e o jornal ficar no ponto do comercio que só as mesmas pessoas vão está lendo toda semana você não sai daquele círculo de influência se o jornalista é um formador de opinião se ele ficar só falando com 200 pessoas ele não vai além disso agora se você joga quem nem a gente colocou no Facebook daí as vezes a pessoa veio

participar da Câmara após curtir veio ver aqui algumas coisa ou veio pra fazer uma moral para algum vereador talvez ganhe alguma coisinha depois não sei o que curtiu a página da Câmara daí ela está lá na casa dela sem nada pra fazer daí de repente aparece lá no perfil dela o vereador tal quer fazer isso, isso e isso ela teria acesso a informação normalmente como apareceu pra ela ai ela pode tanto ficar inerente ou ela vai refletir as vezes por mais o cara está querendo melhoria para um bairro x e para o meu bairro eu vou escrever aqui eu quero para o meu bairro também daí começa a criar uma cultura de participação de entendimento o que é política tal que o que a gente espera fazer mais é que o trabalho ainda está muito no começo não dá pra ser dado tão forte por que está muito no começo do trabalho mais eu acredito assim que a gente já atinge mais do que atingia antes geralmente assim é a maioria das Câmaras que não tem um prestador de serviço desse jeito o cara pega e coloca a ata da sessão no Facebook ao dia 12 do mês de setembro do ano de dois mil e terere... Os vereadores reunidos na sessão ordinária de número vinte e tanto ai a pessoa começa até ai a pessoa começa a ler já parou não na segunda frase então isso é o que você não deve fazer isso daí é um documento jurídico que a Câmara tem que fazer pra parte legal dela por beleza mais só que isso não é o que o público quer, o público quer mastigadinho, é lombada, pintura de faixa é corte de arvore e x redutor de lombada velocidade é isso e nome de rua pronto é isso você simplificou entregou a homologação é melhor em população ter acesso ao que os vereadores estão fazendo isso do que não fazer nada, por que geralmente ele vão falar assim a mais político também só ganha e não faz nada vai uma vez por semana lá só pra ficar falando por que quem não conhece fala isso ne mais as vezes com esse trabalho de formiguinha você vai lá o nessa sessão a vereadora x indicou isso outro fez uma pergunta para a prefeitura daquilo o outro está preocupado com o meio ambiente ô o outro aqui está comprando remédio pra saúde tatatata daí você começa a dá um panorama do que é o trabalho do legislativo que as pessoas não teriam antes outra coisa muito legal também é da pessoa assim se interessa por vereador x eu quero saber o que a rosa está fazendo aqui em agudos então ela começa a olhar para as fotos lá no Facebook então ela vai ver no trabalho que eu faço eu geralmente coloco o título de uma matéria numa foto que eu percebi que isso dá mais visualização do que só a foto, então eu coloco lá vereadora X pede pintura de faixa em frente à escola x dai, outra semana a vereadora X indica necessidade de preservação dos rios, então, a pessoa vai pegando ali, daqui a seis meses e se a gente manter o trabalho o contrato tem que ser prorrogado mais se a gente conseguir é fazer esse trabalho durante quatro anos imagina que legal a pessoa vai lá vai ver então esse vereador se preocupa com os animais está preocupado em preservar o meio ambiente pô talvez tenha alguém que decida vota nela por causa disso

entendeu esse panorama geral você não teria em outro lugar e esse trabalho de assessoria ele vai conseguir fazer isso .

12. Na sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Tem que ser, ser jornalista e com uma formação política avançando no meu ponto de vista por que o publicitário ele ver outra coisa ele não tem uma noção fato o que é o importante qual que é a notícia não vai conseguir dá uma resumida boa o foco aonde tem ser botado e também é um limite muito fino assim até o próprio jornalista é difícil por que é importante falar isso daí também um grauzinho a mais que você dá o jeito que você escreve no foco que você dá na entonação da você começa a fazer propaganda política então o a função pelo que eu entendo pelo que eu acompanho de política de ate de lei assim eu acho que o trabalho de da publicidade as fatos não é questão de fazer propaganda publicidade nessa questão assim que a lei exige está no meu ponto de vista na minha interpretação é torna público não fazer propaganda isso daí é um debate que eu tenho assim com todos os políticos que estão envolvidos que geralmente o cara me chama de canto e fala assim o eu conseguir uma cesta básica, pra não sei quem é vou falar na sessão aqui vou da os parabéns pra não sei quem lá é o meu empresário bota no jornal pra me isso daí não é ato social isso é politicagem isso daí eu não divulgo entendeu é um limite muito sutil se você não tem a habilidade de ser distinguir na hora do que o vereador está te falando que você entra e você começa a usar o dinheiro da população pra fazer propaganda especifica de um político ou outro, por isso que tem que ser jornalista por isso que tem que ser especializado em política em política não por que o limite é muita coisa e todo mundo vai chamar você de canto e vai falar o já que você vai fazer a matéria dá um destaque aqui pra me que eu fui lá ontem entreguei a cesta básica fala bota no jornal ai pra ver se eu consigo alguns votos lá é daí geralmente a educação o polimento o distanciamento pra você conseguir virar para o cara e falar assim o é eu contrata prever a divulgação de atos oficiais legislativos isso ai não é se você quiser fazer uma assessoria particular, você me contrata por fora, eu posso até fazer pra você mais com o dinheiro da Câmara a eu não vou fazer isso com o dinheiro da população eu não posso fazer isso então é um limite muito fino muito fino se você não tem uma experiência mesmo você começa a fazer a propaganda de político com dinheiro da população ai é pegadinha isso você mesmo vai se matar dentro do meio por que quando nego perceber isso que você está fazendo isso ou o próprio tribunal de contas vai manda você sair ou os próprios políticos vão se unir pra tirar você por que você está dando preferência pra um por que você não está dando pra me então eles mesmo vão se organizar pra arrancar você fora então é um pisar em ovos todos os dia é tem que reter muita informação pra você não cometer nenhum deslize se você não leu o jornal

e o cara vira pra você e fala um negócio aqui e você compra sem questionar sem ir atrás sem conferir se é isso mesmo você corre o risco de fazer uma caca e prejudicar sua carreira inteira então você tem que estar sempre ligeiro, sempre manter o distanciamento assim eu bato muito nessa tecla assim que você não pode almoçar junto, você não pode aceitar presente, você não pode se envolver muito por que se não você tropeçar e vai começar a fazer propaganda do cara se é minha formação eu sempre gostei de política por que eu vi a política sempre enxerguei a política como uma possibilidade de transformação na sociedade evolução da sociedade então eu tenho muito forte isso comigo essa questão ética eu não faço isso se a pessoa quiser me contratar por fora pra fazer uma assessoria particular do político do candidato eu faço até ais eu divido as coisas eu não misturo eu estou recebendo pela prefeitura eu estou atuando pela prefeitura eu não vou fazer propaganda particular de um secretario ou de um prefeito é agora qual que é o limite, por que o prefeito foi lá fazer o discurso na inauguração do da escola, qual que é o limite você tem que estar é muito detalhe é muito assim sutil a coisa por que você coloca lá a escola está inaugurada prefeito fala que vai melhorar a educação é uma coisa, agora você bota que a educação da cidade B, vai ser sempre a melhor, diz o prefeito Y na inauguração da escola você faz propaganda, então você tem que ter a sutileza e é muito difícil pra que não tem a experiência de fazer isso por que se você não tem a experiência às vezes o cara vai chegar e falar do destaque que eu falei que a educação do meu governo é a melhor de todas do Brasil se você não tem a experiência você entra você faz e faz a caca e depois quando você vê está queimado com todo mundo o secretário da educação vai virar pra você e vai dizer bom eu que fiz a escola eu que dou a linha do planejamento da educação e você vai e fala que o cara é o melhor de todos po então não fala mais comigo então eu não vou mais te da matéria e ai como é que você fica por que antes o cara da educação te ligava todo dia e fala o nós estamos limpando a escola tal, vai começa a reforma do outro vamos reformar aqui, o acabamos de implanta o estudo de inglês aqui na escola que não tinha antes o cara era seu parceiro trocava informação com você a parti do momento que você pisa na bola com ele deu mais destaque pra um do que pra ele, ele já não vai mais te ligar, você vai ter que ir atrás dele e mesmo assim ele ainda vai falar nas coxas ele não vai falar tudo que tem então você tem que manter uma proximidade só que você também não pode fazer uma propaganda do cara nem valoriza um mais do que o outro ne então é pisar em ovo todo dia ta ligado todo dia do que está acontecendo pra você não cometer nenhuma injustiça pra você não fazer nenhuma propaganda é um trabalho difícil.

13. No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o poder legislativo municipal?

Então nesse ponto é essa questão se você conseguir manter esse distanciamento se você conseguir entender o favorecimento pessoal o que é um trabalho normal cada coisa, uma coisa é o cara virar pra você e falar assim o se você precisar uma matéria lá na TV prevê pra gente divulgar aqui eu coloco o motorista da Câmara a sua disposição uma coisa é isso outra coisa assim se você precisar ir em algum lugar comprar alguma coisa o cara está te assediando e você não tiver a malícia de perceber isso daí você entra você começa a andar com o carro da Câmara você começa a gastar o dinheiro da Câmara e quando você ver você está preso de um jeito que se o cara falar que você tem que divulgar que ele é o melhor político de todos os tempos você tem que divulgar por que o cara já te deu isso já te deu aquilo como que você não vai fazer agora, então você tem que manter o distanciamento esse trabalho de qualificação de como você vai lidar com os outros veículos é eu aprendi isso daí na pratica na minha época só tinha meia aulinha de assessoria de imprensa o cara falava, na época que eu estudei também não tinha, não era celular, não era internet quando eu fiz faculdade não tinha essas coisas então era outro esquema você tinha que ir lá mostrar cara pra pessoa falar eu sou o assessor de imprensa hoje você faz quase tudo pelo whatssap então mudou completamente agora a qualificação, distanciamento, você saber o que é notícia o que não é isso daí não muda o que é notícia pra TV Tem, o que é notícia para o jornal da cidade não é a mesma a TV tem vai querer um negócio que tenha uma imagem espetacular o prefeito acuado na sala os vereadores questionando ele se ele roubou ou não roubou essa imagem a TV quer o jornal já não vai se interessa por isso daí o jornal já refere o depoimento de alguém aqui da Câmara falando o prefeito na defesa previa que ele mandou aqui ele confessou que cometeu o crime, essa é a matéria que o jornal cidade quer então você tem que saber às vezes você faz releção pra todo mundo não tem tanto efeito como pegar e dá uma angulada pra cada um o então beleza é nós vamos fazer a comissão processante aqui pra TV tem eu vou mandar essa, pra o jornal cidade eu vou manda essa, pro eco eu vou mandar essa por que eu já sei que se eu falar assim o eco não vai botar por que o eco ganha dinheiro do prefeito de agudos aqui se eu falar que o prefeito está sendo investigado por que ele roubou dinheiro o eco já não vai da então que bota de um jeito que prefeito é bonzinho ainda daí você tem mais chances de ter sucesso, e ainda assim você tem que ter um relacionamento com a pessoa não adianta se há dez anos você brigou com a pessoa virou a cara pra pessoa não adianta você mandar o melhor release do mundo angulado certinho pra o que ele precisa, que se ele pegar birra você ele não vai divulgar nunca então além de tudo que você tem que ter da formação na bagagem você tem que ter uma reputação, você tem que ter um posicionamento na sociedade que também é difícil é você conhecer as pessoas e saber o que cada um está querendo por que às vezes assim

acontece da pessoa te ligar e pô eu estou sem nada aqui pra fechar o jornal você não tem uma matéria ai pra me ajuda aqui pra fechar o jornal tem um espaço aqui sei lá uma quarto de página, fecha alguma coisa ai e me manda, mas tem que sabe essa pessoa, mas da outra vez que eu mandei ela não publicou isso, não publicou isso não publicou aquilo, está pedindo agora será que ela vai publicar será que ela está jogando verde ou não é e daí você tem que tentar dá o tiro certo pra aproveitar a oportunidade às vezes você não aproveita e fala a vou vê aqui e daí você não manda daí quando você manda mesmo que seja o que ela quer ela não vai pôr também, um negócio muito importante pra destacar não sei se você perguntou ai mais tem uma simbiose muito grande entre os veículos que divulgam os atos oficiais e as instituições que fazem isso vou dá um exemplo a Câmara, prefeitura ela precisa divulgar os editais do que ela faz então geralmente o veículo que divulga esses editais ele dá espaço para outras coisas do governo ele está recebendo dinheiro pra divulgar os atos oficiais edital, licitação tal eles conhecimento disso ai também que o negócio difícil você entender o que é licitação como que acontece por que um ganhou por que não ganhou por que é o melhor preço mais daí a qualidade diminuir acerta isso acertar aquilo independente disso tem que ter o conhecimento também por que vai ter que divulgar isso sempre quando eu estava aqui na prefeitura de agudos ano passado olha vai ser feito uma licitação divulgava a data, divulgava aonde a pessoa poderia pegar o edital completo se você joga só o edital no jornal ninguém vai ver mais se você faz a matéria o a secretaria de saúde quer comprar medicamentos por meio de licitação, interessados devem procurar empresas interessadas devem procurar setor entre os dias tal e tal ali na matéria você desenvolve o se eles querem comprar 500 tipos de agulha 300 tipos de soro papapa remédios desses, desse e desse você desenvolve a matéria mais independente disso geralmente o edital que publica o edital, o edital tem que ser publicado é transparência é lei não tem conversa ele dá o espaço pra você fazer matéria também mais geralmente a pessoa não vai fazer a matéria mesma do edital a pessoa vai pegar vamos fazer a divulgação do prefeito foi pra Brasília e teve uma reunião com o ministro da cidade, talvez venha alguma coisa, talvez, ele sempre enrola nisso daí, o político ele é espeto nisso daí, se você não tem a malícia ele vai falar assim fui pra Brasília e ganhei 500 mil reais pra investir em saúde quem já tem a experiência ele fala cadê o número da emenda está cadastrado no siconv que autorizou, foi assinado quando tatata se você entra na dele o cara ganhou 500 mil é o melhor político vota nele daí depois passa um ano dois anos e o dinheiro não chega o jornalista que divulgou que fica queimado então você tem que na hora que o cara te fala que ele ganhou 500mil você tem que estar ligeira pra saber qual órgão, qual a data da assinatura, quem assinou foi o ministro ou foi o subsecretario, subsecretario que assinou não adianta nada

vai chegar à mão do ministro e ele vai carimbar se ele vai da ou não o dinheiro então às vezes os cara faz um estardalhaço uma matéria que não é matéria foi só uma visita La que ele fez não ganhou nada garantido ele só falou ou pode ser que eu te de 200 mil pô beleza então chega à cidade dele o cara vai dizer ganhei 200mil ganhei 200 mil daí você vai ver passa dois anos 5 10 anos veio 200 mil geralmente então jornal que divulga os atos oficiais, divulga outras matérias da prefeitura, geralmente vai para a publicidade, não vai para o jornalismo que daí quando o jornal já está ganhando do órgão público ele não tem o interesse de checar a informação de ver o cara mandou já pagou põe o que ele quiser, quer divulgar ele mesmo divulga, tem essa simbiose entre que recebe os atos oficiais todas as Câmaras todas as prefeituras são obrigadas a divulgar e é meio que um contrato durante o período eu fui eleito eu faço o contrato com o veículo eu fico os quatro anos do meu mandato divulgando tantos os editais oficiais dos atos públicos nesse veículo, e esse veículo, me dá de graça espaço pra divulgar outras matérias como está vindo essas matérias já da prefeitura o veículo de comunicação não checa se é verdade ou não geralmente eles pega e põe já pagou mesmo não tem interesse em ver se é verdade ou não isso é ruim para o público que está consumindo uma informação que ele não sabe justamente por não ter conhecimento da política como funciona o bastidor do ato oficial o que é obrigado a divulgar ele consome essa notícia como se fosse verdade

14. Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?

O maior desafio mesmo é manter essa distancias dos vereadores dos políticos, por que eles estão lá toda semana eles tentam uma coisinha, supostamente na brincadeira, mas eles tentam se aproximar pra ver se eles conseguem alguma vantagem, um exemplo a vereadora da cidade C ela queria que divulgasse que ela ganhou a emenda 100 mil reais para a saúde só que eu fui atrás da emenda já tinha sido liberada no ano passado, a matéria já tinha sido feita e ela queria que saísse de novo agora então ela ficava me ligando todo dia nossa você é muito boa, nossa você é muito lindo, então aquela matéria você não vai fazer então você tem que manter um distanciamento ético respeitoso que você tem que atender a pessoa você tem que dá atenção pra ela mais você também não pode falar que a mulher é feia essa matéria já saiu 300 vezes, você acha que eu sou burro de querer divulgar de novo essa matéria que já saiu no passado você já ganhou você já fez a festa em cima disso agora você vai querer de novo vir na minha cabeça como se eu fosse amador infantil que estou chegando agora café com leite e você vai querer me induzir a fazer um negócio que não é pra fazer, então é muito difícil ter esse distanciamento por que toda semana você encontra essas pessoas ou que ela te liga você liga

pra perguntar alguma coisa ela sempre vai tentar uma puxadinha do lado dela, então do outro la você colocou a foto a cara de perfil e a minha você botou de frete eu estava gorda por que você fez isso comigo, eu falo não eu tirei 300 fotos de cada um só que na hora de escolher uma ficou sem foco a outro apareceu uma pessoa atrás confia em me essa ai foi à melhor foto, confia que estamos fazendo o melhor possível, eu não ia colocar uma foto com uma pessoa dando risada atrás de você, você falando e a pessoa dando risada ia ficar pior pra você confia que eu sei o que eu estou fazendo, mas ele sempre quer tentar manda eles políticos não sabem o que é comunicação não faz idéia do poder da comunicação e eles tentam da pitaco geralmente o que eles falam não tem pé nem cabeça se você for pelo que eles falam você vai fazer caca, então o distanciamento você mostrar o serviço também no seu texto você tem que dá a informação correta, você começa a escrever toda semana papaquada o próprio cara vai vir e vai cobrar de você pô eu achei que o cara ia escrever um negócio ele escreveu tudo errado lá o português nas coxas então botou meu nome quem vê vai achar que fui eu que escrevi melhor nem pedir mais nada pra esse cara então você tem que mostrar serviço você tem que mostrar que você é bom que você seja competente no que faz manter o distanciamento conseguir também ter um distanciamento saudável que você vai precisar daquela pessoa por mais que ela achou que a foto dela ficou gorda, mais cedo ou mais tarde ela vai ser presidente de uma comissão, ela vai está com um projeto ela vai ter que dá o parecer você vai ter que fazer uma entrevista com ela então você não pode cortar a relação por mais que a gente sempre tenha uma predileção assim eu não voto em agudos mais eu simpatizo com um grupo eu não voto em Cabrália mais eu simpatizo com uma das forças políticas que estão lá e daí se eu fecho as portas completamente pros outros eu naturalmente vou ser excluído do jogo a você só joga com o flamengo então o Corinthians nunca vai te contratar se você só quer jogar com o Palmeiras então você fechou a porta para o São Paulo então é muito difícil esses limites tem que ter essa experiência, tem que ter essa desenvoltura pra você conseguir deixar o cara distante, mais próximo pra quando você precisar o cara te atender, mais não é toda vez que o cara te liga também que você tem que fazer o que ele pede é difícil às vezes o cara te liga e fala eu tenho uma matéria boa pra você aqui é tem uma empresa que está chegando aqui na cidade que vai gerar emprego é você não quer divulgar, claro quero estou à disposição vou te dá o endereço do o telefone do cara lá do empresário pra você falar, você pega tal, daí na hora que você chega lá a o vereador falou? Falou o que, então que nós vamos fazer essa matéria por que na verdade eu tenho uma promoção aqui que eu preciso ganhar o dinheiro da promoção daí é que eu vou abrir a empresa então primeiro nós vamos divulgar a promoção pra juntar dinheiro pra, daí pode por que o Juninho que está

fazendo a promoção, não pelo amor de deus eu até escuto o cara fala e tudo beleza só que eu não faço a matéria ne depois que eu entrei na fria lá eu também não vou tirar o cara lá, você tem que ter a compostura de chegar lá então está você percebe que é furada faz a matéria entrevista tudo depois você chama o vereador, não posso fazer isso o louco você falou uma coisa eu cheguei lá era outra não tem nada a ver com o ato oficial da câmara isso ne o louco veja bem vai ser preso eu e você se a gente faz isso com o dinheiro da Câmara é sua carreira geralmente quando você fala isso o cara se liga, poxa sua carreira você não pode tratar sua carreira assim e se dá um escândalo ai, se alguém descobre que você tem ligações escusas com essa empresa ai e que você plantando notícias dela ne pra beneficiar particular o empresário particular que vai financiar sua campanha o locou cara vamos ter mais cuidado, ai o cara percebe é verdade o obrigada por você ter me falado isso mais eu achei que você ia colocar sem pôr eu, mais o cara pediu para eu colocar você que ele quer te ajudar também por que ele deu dinheiro pra você ele que valorizar você, então vamos cortar vamos pensar em outra coisa, mais é difícil você ter esse jogo de cintura e tal é muito assedio e pouca valorização profissional.

15. Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

Não, não acho que não. Eu costumo, me ver assim como a empresa de um homem só, então eu tiro a foto, eu faço texto, eu edito, eu que faço contato, eu quem tiro a nota eu quem recebo, eu que dou pirueta, to lá na sessão, to lá gravador, tirando a foto então tenho que fazer tudo, mais isso daí é uma habilidade que você trabalhando em qualquer empresa você vai ter que desenvolver, talvez você só não vai tirar a nota dessa empresa mais do resto você vai ter que fazer tudo então nesse ponto eu acho que foi uma decisão acertada eu ter aberto uma empresa do que ter conversado com o pessoal para virar cargo de confiança que eu ia ter alguns benefícios digamos assim de cargo de confiança mais eu não ia ter a liberdade que eu tenho também pra fazer do meu jeito, fecho aqui, fecho Cabrália negócio com outros lugares eu tenho mais liberdade e faço o que tem que ser feito não tem outro jeito é isso ai tem que tirar foto, tem que editar, tem que mandar, tem que ir atrás, tem ligar tem que responder coisa que a assessoria de imprensa normal já faria eu faço pelo menos agora a empresa é minha.

16. Na sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

Tem que ter um distanciamento é eu acho que ele é um assessor político à medida que ele divulga atividades políticas, se o assunto que ele trata é político, mais ele não é assessor político diretamente nesse esquema assim de é que a gente ver nas Câmaras o assessor geralmente é o cara que faz a ponte entre a população e o vereador, mas diretamente para

resolver algum problema ou pra falar alguma coisa digamos assim aqui em agudos o pessoal vai lá na secretaria de saúde no posto de saúde não tem o remédio ele quer falar com o secretário o secretário não está ele quer falar com o prefeito, o prefeito não atende que é óbvio o prefeito está no patamar acima não vai tender mesmo o secretário de saúde e o prefeito não atenderam ele vai para o vereador, se o vereador não está quem faz a primeira abordagem, o primeiro contato com a população é o assessor ne, o assessor fala o que você está precisando, a preciso de dipirona a então beleza o vereador vai atrás do secretário de saúde pô secretário não tem dipirona de novo, na verdade tem só que isso a gente põe no posto e acaba em 2 dias então está aqui leva lá, pra quem é do grupo, pra quem não é do grupo não, e não vai ter nunca, essa é a política que está tendo agora, antes não era assim eles davam remédio até pra quem era contra. Então geralmente o assessor político faz essa ponte, nesse ponto de resolver o problema direto da população o assessor de imprensa não interfere se alguém vier me perguntar ou me procurar tipo me viu aqui na Câmara falou pô você pode me ajudar, tem algum vereador aqui, eu preciso de um remédio tal no máximo eu indico a sala pra ele, mas não me envolvo nesse ponto é assessor político nesse ponto de divulgar de tratar assunto político não assessor político nesse ponto de atuar politicamente em situações do dia a dia da população ai não, a resposta é parte sim, parte não.

E5

1. Qual seu nome, função e escolaridade?

Meu nome é E5 dos santos, eu sou jornalista há 26 anos formado pela Unesp, pós-graduado pela Unesp, mestre em comunicação na semiótica, pela Unesp de Bauru.

2. Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo da (cidade a qual está sendo entrevistada) e qual é a estrutura disponível?

Nós temos, nós somos em duas pessoas, dois profissionais de comunicação um jornalista, sua formação Flavinho, designer gráfico? Publicidade e propaganda dois profissionais graduado para atender um hall que são 12 vereadores aqui instituição. Em termos de estrutura a gente tem uma boa estrutura de equipamento tem veículo de apoio à disposição, material sem dificuldade, material de trabalhos enfim estrutura de trabalho nenhuma observação negativa não.

3. A quem você responde?

Presidente diretamente, na verdade assim, aqui a gente tem um trabalho de assessoria e comunicação mais que uma assessoria de imprensa, assessoria de imprensa é uma espécie do gênero comunicação aqui dentro e em todos os lugares que eu trabalhei a gente leva essa

postura ne, a gente faz uma assessoria de comunicação e marketing e o relacionamento com a imprensa é um detalhe é uma espécie desse gênero, é a gente tem uma função de assessoramento então é como um conselheiro do rei você responde a todos, mas hierarquicamente apenas ao presidente da câmara da casa.

4. Quem, de fato, você atende com suas atividades?

A instituição como um todo, nessa proposta de trabalho a gente não foca em pessoas a gente está num ambiente público é um cargo de atribuição em confiança eu não sou concursado para ocupar esse espaço esse cargo ele é de livre nomeação do presidente da câmara e nossa missão, esse é um propósito da gente enquanto profissional esse é o projeto toca a gente atende a instituição a imagem pública da instituição como um todo então a um interesse individualizado do parlamentar? sim mas a também o interesse generalizado da instituição fortalecimento da marca câmara municipal esse são sempre nosso viés de trabalho em todas as assessorias eu trabalhei na vida.

5. Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?

Esse é uma pergunta bastante ampla, é a gente como falei trabalha com comunicação estratégica então extrapola a questão da assessoria de imprensa, a assessoria de imprensa basicamente é a relação do cliente do assessorado com os veículos de comunicação ne a gente trabalha um pouco mais amplo que isso, a gente trabalha a imagem pública quando se trata do atendimento individual do parlamentar então a gente promove eventos, a gente programa ações a gente define estratégias, comportamento dessa pessoa do cliente do assessorado diante das diversas situações então assim, imagina que a gente tem um ente que ele tem relações institucionais com outros entes públicos seja a pessoa do parlamentar seja a unidade da instituição, então a instituição se relaciona com o governo do estado, se relaciona com a Assembléia Legislativa se relaciona com a câmara federal, se relaciona com o senado e o parlamentar se relaciona com o governador com as autoridades do estado, com os deputados estaduais, os deputados federais os senadores que gente atua de forma que cada uma dessa relações seja uma relação que fortaleça a imagem do poder legislativo de Lençóis Paulista, o veículo de comunicação ele passa a ser um assessorio nessa estratégia então estabelecida uma boa relação entre o cliente e a nossa outra parte a gente as vezes e nem todas a gente torna o resultado dessas ações publica através dos veículos de comunicação que seria a linha estrita da assessoria de imprensa, ne a gente vive num mercado de comunicação bastante em crise os veículos eles estão bem limitados em relação a mão de obra então vai além de você fazer um release enviar uma foto, um kit de mídia que saia lá na imprensa e isso exponha

positivamente o assessorado vai um pouco além disso ne a gente procura trabalhar mesmo na relações fortalecendo ai é esse a institucionalidade da câmara.

6. Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?

Nós temos mídias digitais, é nós temos uma cobertura com a mídia radiofônica, nós temos um Studio de cobertura via mídia impressa além da assessoria de imprensa, são sessões gravadas o material disponibilizado via internet ai a gente usa todos os mecanismos ne site Facebook, relações as redes sociais todas, mais não com o propósito de divulgação por que como essa são sessões que já acontece em Lençóis Paulista é uma cidade com 150 e tantos anos ne esses ritos de sessões semanais ele já está consolidado, os temas é que eventualmente ele despertam mais ou menos interesse popular e ai tem um tratamento essa informação de forma sempre naquele viés sempre o retorno seja o fortalecimento da instituição.

7. As informações a respeito das sessões chegam à população? Como esse retorno é mensurado?

A gente tem é, a gente não tem uma mensuração numérica, a gente não faz pesquisa de campo, pra isso até por que o poder legislativo ele por conta das contas ele está impedido de fazer pesquisa ele tem avaliação popular de retorno como uma espécie de plebiscito em relação especificamente a posição dos parlamentares, não existe essa mensuração métrica medida, mas a gente percebe assim a movimentação em sessões, relações institucionais respeitos institucionais é como a gente mede isso quando um outro poder como por exemplo o poder executivo, tem uma relação fortalecida com câmara e essa relação atinge os princípios da harmonizado respeito mútuo, da autonomia a gente entende que fortaleceu o poder legislativo. Com relação a população em si, a relação é feita via imprensa mesmo ne a gente tem o programa de rádio as coberturas a gente vê a gente mede através da presença do pessoal de imprensa do acompanhamento o interesse da imprensa no atos do legislativo então você não tem no poder executivo um acompanhamento rotineiro mensal aos jornalista vão lá ao gabinete do prefeito e fazem uma coletiva semanal, isso não acontece, não entende os jornalistas eles vem e fazem um acompanhamento mensal, é semanal do assessor do legislativo a gente entendi que as atividades do poder legislativo tem uma apelo de interesse para os leitores desses veículos que tem a cobertura deles e essa cobertura ela é espontânea, os veículos vem por iniciativa própria com recurso próprio com o profissional próprio pra acompanhar o que acontece no poder legislativo, sem que o poder tenha custos com isso, sem que seja matéria paga.

8. Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?

A gente tem por lei é os canais de transparência isso é uma obrigação legal dos poder legislativo os poderes públicos tem, esse canal ele é aberto fica ali o tempo todo, ouvidoria e-mail enfim, esses canais as mídias digitais todas, além disso a gente tem um sistema de atendimento. Você por exemplo é um caso de atendimento ao público ne uma estrutura que recebe as pessoas diariamente e elas falam diretamente com os vereador isso não através da assessoria de imprensa, isso através da atividade própria do poder legislativo a relação o vereador ele tem uma representação direta do interesse da população do cidadão individual e essa relação acontece institucionalmente não por conta do de um setor de comunicação por conta da atividade própria do poder legislativo.

9.O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

De novo a métrica não existe lá uma régua que você produziu cinco amanhã você vai produzir sete pra compensa a média de seis essa mensuração por que o trabalho de comunicação é um trabalho é de educação, ele é pedagógico esse trabalho é feito sempre em longo prazo é claro que a uma avaliação, mas ela é uma avaliação muito intuitiva do que métrica do que alguém que meça isso de alguma forma. Ah entre os quesitos de avaliação do qualidade do poder executivo como que está a relação no poder da instituição com a imprensa, isso não é feito não existe uma pesquisa de campo que tenha sido feito nesse sentido. o que a gente tem muito mais próximo disso são os canais de transparência , a câmara de lençóis ela tem a nota máxima na avaliação do tribunal de contas do estado nesta relação de transparência ou seja o cidadão vem busca as informações que ele precisa nos canais oficiais que tem a ouvidoria, transparência etc. e ele encontra ali ou não os elementos que ele procura via de regra 8 a que ele atendem aqueles encontram as informações que eles procuram seja de um interesse pessoal um cidadão que quer saber quando que a câmara gasta com combustível essa informação está lá, quanto que a câmara gasta com o salário do funcionário essa informação está lá esse canal é um canal ativo funciona e pra avançar ele tem que continuar ativo dia a dia aprimorado os acessos a isso a gente percebe é a gente percebe que eles crescem então assim a gente faz hoje por exemplo Flavinho uma média 1000, 1500 acesso no vídeo que a gente posta? a gente tem algumas coisas que a gente divulga que obviamente dado o interesse explode nós temos *post* em Facebook que eles vão lá 20 mil acesso ne outros obviamente menos na média do que é corriqueiro na média não na base do que é corriqueiro a gente tem numa cidade de 65 mil habitantes a gente tem 1500 na média vai das notícias corriqueiras nas notícias especiais obviamente elas dão os picos ne a gente não se pauta pelo picos.

10. Existe um planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa?

11. Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

Ótimo. A sua pergunta é perfeita, a comunicação tem que fluir na fonte para o consumidor que pra isso ela tem que passar pelo meio que são os veículos o importante é que a informação que saiu, seja a reclamação que chega na outra ponta o tratamento dessa informação ele tem que ser dado por profissionais desde o momento que ele saiu da assessoria de imprensa até o momento que ele passou o momento que ele passou pelos profissionais de imprensa chegando com as informações corretas lá é muito comum a distorção das informações aquela brincadeira do telefone sem fio, você fala A aqui e B pra lá e a informação que chega no final é Z Y Z ne nem o b distancia muito e isso gera uma confusão qual que é a função da comunicação? Tornar clara as informações tornar legíveis as informações, o tratamento quem pode fazer isso com melhor qualidade com melhor qualidade técnica é o profissional de comunicação daí que eu entendo que haja mesma uma necessidade do profissional jornalista e quando eu falo do profissional de jornalista não falo daquele sujeito que tem um registro no ministério do trabalho como jornalista já que hoje a gente não tem exigência do diploma eu falo de um profissional jornalista com competência profissional, com capacitação profissional, com formação ética pra ele saber basicamente qual é o tamanho da responsabilidade quando ele divulga uma informação de interesse público a partir de um ente público atravessando um ente público ne então é uma informação que ela tem que chegar lá com transparência com clareza e com precisão alguém que não esteja tecnicamente capacitado pra fazer isso ele não vai fazer isso com competência técnica que se tem que fazer a comunicação a essência da comunicação ela se perde no meio do caminho a informação que sai com dez daqui chega com dois ou três lá no consumidor final que é o cidadão, quando o ideal é que ela saia daqui com dez e chegue com dez tudo bem quem consegue garantir que esse conteúdo não seja deteriorado no tramite entre a saída a passada da saída do órgão da instituição a passagem do veículo de comunicação até chegar no cidadão comum que é a área de interesse desse tipo de comunicação quem tem melhor potencialidade de da essa informação é trabalho técnico é o profissional capacitado daí a necessidade de você ter formação daí eu estou falando exatamente da formação acadêmica mesmo independente de exigência ou não do diploma no mercado de trabalho quem, compra uma qualidade, que exige uma qualidade no tratamento da notícia ele vai procura ou ele deve procurar uma pessoa que tenha capacitação técnica pra isso, esse é um aspecto, essa é a

opinião de E5 em relação a esse assunto. Tem uma outra questão que ela sai do ambiente da opinião do E5 e ela passa pra um ambiente da necessidade legal em lençóis paulista especificamente, lençóis paulista isso se replica por outras cidades mais não, mais não todas o profissional que ocupa funções estratégicas como por exemplo o cargo de assessor de comunicação de um ente público como a câmara municipal ele tem que ter competência técnica isso é uma exigência a parti de um acordo estabelecido entre poder público nesse caso o poder legislativo e um outro poder público neste caso ministério público local existe um acordo estabelecido entre esses dois pólos para que o profissional que esteja ocupando esse cargo que não é eletivo nem é um cargo concursado que ele tenha a competência pra fazer isso que ele tenha a competência técnica pra fazer isso, então em lençóis paulista o cargo de assessor de comunicação do poder legislativo também de outros poderes da cidade ele reservado para profissionais com competência técnica comprovada via diploma isso é uma retaguarda dada aqui dado a seriedade que o trabalho é feito na cidade em outros lugares pode ser que seja diferente que o profissional que esteja ocupando o cargo de comunicação de assessor de comunicação que não seja concursado lembre ele é indicado por livre escolha do agente político ele pode ser uma pessoa que não tenha nenhuma formação pode ser um advogado um psicólogo ou que não tenha formação qualquer uma nem formação, nem formação em comunicação aqui é diferente, então são dois aspectos diferentes o 1º o que o Eu acha o que o Eu penso que o tratamento da notícia tem que ser trabalhado por alguém que tenha competência técnica e 2º aspecto que é legal a parti de um acordo entre o Poder Legislativo e poder judiciário que esses postos sejam ocupados por profissional com competência técnica comprovada.

12. Na sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Esse profissional ele tem que ser um jornalista, tem que ser um jornalista formado no meio acadêmico e tem ser um jornalista com uma certa experiência de mercado, por que tem que ser formado todas as questões éticas fundamentais que você tem na universidade, você só pega aula de ética na universidade, nem todo mundo tem um comportamento ético natural de livre e espontâneo, comportamento inato que nasceu com a pessoa, aquela pessoa é naturalmente ética não principalmente nesses meios onde você trabalha basicamente com a disputa de poder, então você tem que separar o interesse individual da pessoa que disputa o poder do interesse institucional do ente que você atende, isso é feito a parti de um filtro ético onde é que você contrata, esse filtro ético, nas aulas de filosofia, de ética os compromissos todos que você assume quando você passa numa universidade, esse é um aspecto, pra me. O outro aspecto é a competência técnica algumas pessoas aquelas que passam pelo mercado da

comunicação sem formação acadêmica elas adquirem a competência técnica saber escrever, saber falar, saber transformar uma informação em notícia agora esse momento que você pega uma informação e transforma-a em notícia se ela não tiver o apelo a retaguarda o lastro da ética você pode fazer a comunicação que convém ao agente político não a comunicação que convém ao cidadão que é na verdade quem tem o foco do interesse . A que ter imagino uma relação paciente médico, paciente chega ferido no medico ele fala eu estou com dor aqui eu quero um remédio que seja doce e o médico fala não o remédio para sua dor é um remédio amargo, você tem que tomar esse remédio não o remédio que você quer tomar é basicamente isso, um profissional com capacitação técnica ele consegue dizer para o assessorado e da argumentos pra ele por que a comunicação tem que ser por esse viés e não por esse viés o viés A onde seja o melhor caminho para a instituição e o viés B onde seja o melhor caminho para a pessoa física do agente político e é muito comum que haja essa confusão ne o agente político não tem a obrigação de fazer essa separação quem tem essa obrigação moral, ética profissional social de fazer isso é comunicador social com formação em jornalismo. Por isso tem que ser um jornalista ai é a opinião do Eu.

13.No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o poder legislativo municipal?

De novo: toda a informação que sai de uma fonte e chega para um consumidor final ela tem que ter um tratamento técnico profissional, esse tratamento técnico tem que ser dado profissional com capacidade, competência técnica o jornalista tem muito a contribuir para que a informação que saia ela saia, ela nasce difusa e o no meio ela é naturalmente difusa na fonte ela brota como um conjunto de dados e ai quem pega esses dados trata esses dados trabalha esses dados organiza esses dados e transforma isso em informação palatáveis e inteligível pelo poder público não é o agente político é um profissional de comunicação esse sujeito tem que ter ali os conhecimentos técnicos necessários, você não pode esperar que um sujeito que recebeu mil dois mil ou dez mil votos da população por exemplo em semiótica ele é eleito pra exercer uma função que ele representa num grupo de cidadãos ele pode ser um médico e não tem que ter nenhum conhecimento em semiótica quando eu falo em semiótica eu falo em semiótica da comunicação, produção de sentido e não a semiótica da linha do médico o sujeito pode ser um advogado ele conhece muito de retórica ele tem na formação dele retórica mais ele não tem o tratamento da notícia então raramente um sujeito que ocupa um cargo de representação popular ele tem formação em comunicação as vezes tem mais isso é raro isso não é comum em lençóis paulista nós temos 12 vereadores um deles tem uma relação mais próxima com veículo de comunicação, mais não na atividade de jornalista ele é

um comunicador social mais não um jornalista nem por isso ele sabe tratar a notícia então é necessário nesse sentido é para que a informação que chega ao cidadão e constitucionalmente legalmente embaixo do manto sagrado da constituição brasileira todo cidadão tem direito as informações precisas dos órgãos público, que pode melhor mediar essa relação é alguém que esteja tecnicamente preparado pra dá o tratamento a essa informação de forma repito profissional de trabalho os dados e ética no sentido de se respeitar tanto o direito do cidadão quanto o direito ou interesses da instituição que representam.

14. Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?

Do ponto de vista de onde a gente o olha, nós estamos diante de um mercado de comunicação em crise, descaracterizou muito a comunicação profissional, isso é bom e isso é ruim como tudo ne, é bom na medida em que as pessoas ganhavam direito a voz você não depende de ninguém pra falar o que você pensa hoje, você posta lá no Facebook se você falar alguma coisa que tenha repercussão essa informação ela vai embora, ela espalha ela chega aonde tem que chegar então você não precisa mais de um jornal pra fazer valer a sua voz essa comunicação individual ela funcionando muito bem, no entanto isso ai gerou uma certa crise no mercado, ne os veículos de comunicação até por conta dessa concorrência com os sites que não são feitos por profissionais que não tem compromisso com a ética com a verdade, com o tratamento correto adequando da informação os veículos eles foram perdendo anunciantes, foram perdendo renda foram perdendo e foram perdendo a capacidade de ver isso todos rádio, jornal, televisão todo mundo que trabalha com comunicação sentiu perda de receita por conta disso deu uma enxugada as redações elas estão não só minimamente estruturadas elas estão deficientemente estruturada o mercado de onde eu olho o mercado da comunicação o mercado para o profissional jornalista está em retração já teve no bom agora ele está em queda, então eu acho que isso é ruim por que a informação nós estamos passando por um processo de transformação as pessoas que usam que manipulam essas formas de comunicação elas vão ter ou estão aprendendo a como lidar com isso, mas fica sempre na minha opinião faltando aquela formação que o tratamento profissional a notícia, não só a informação, mais a notícia tem que ter é não vejo muito que se pode fazer no curto prazo a não ser esperar que o próprio mercado de ascende decante tudo isso que está acontecendo em termos de comunicação difusa para que ela volte para um eixo, talvez volte talvez não, mas voltando ela volta melhorada ela volta modificada as formas profissionais de fazer comunicação elas será outra a parti desse momento em que nós estamos vivendo aqui e tudo essa facilidade que as pessoas tem de expor opiniões, isso é muito bom repito que as

peças tem os canais próprios independentes pra elas expõe suas opiniões, mas uma coisa é você colocar sua opinião individual e outra coisa é você ter fonte de informações confiáveis, por que eu vou dá um exemplo assim que é mais ou menos uma coisa universal eu canso de receber vídeos, é mensagens e etc. e tal dizendo coloca La que elas são atribuídas ao Papa Francisco, a esse papa é muito bom ele falou isso, isso e isso e aquilo não falou nada do papa e muita gente está acreditando que aquela informação vem do Papa por que eu tô pegando o exemplo do papa por que ele meche com a fé das pessoas ne ele meche com o patrimônio cultural universal de extremo valor através de uma mentira ou quantas vezes os nossos grupos de comunicação de jornalista a você recebe a aconteceu um acidente em tal lugar, ai vem lá uma imagem de uma enchente de um terremoto de tragédia de um monte de coisa e imediatamente pois isso é fake isso aconteceu há cinco anos e tal esse problema está contaminado inclusive os meios de comunicação é difícil a gente ter um filtro para acreditar no que é notícia e no que não é notícia coisas que interferem ou na nossa vida cotidiana é um serviço é um trabalho que o jornalista prestava a comunidade e hoje não presta mais e não consegue mais fazer isso tem muita gente de má índole fazendo comunicação e tendo é confiança de um público x de que aquela informação é verdadeira nós estamos distorcendo nesse momento essa distorção pode até não parecer importante mas na soma do tempo e na soma do volume isso tem um estrago que está acontecendo em termos de confiabilidade a imprensa ela estava ai você gosta das medições da mensurações ela estava entre as instituições de maior respeito até recentemente as pessoas confiavam na Imprensa hoje não se confia mais por conta dessas series de informações fake insemnam a todo instante e ela tem uma origem de pessoas que não tem a responsabilidade no tratamento com a noticia o tratamento da informação com respeito a notícia coisa que um profissional tem que ter, vai depurar? Vai depurar as pessoas vão cansar disso e vai voltar mais ou menos para o eixo os veículos de comunicação não que eles sejam porta voz mas que eles sejam fontes confiáveis, qualquer busca que você faça na internet, qualquer palavra chave que você coloque chove milhões de respostas você como pesquisadora tem que separar o que é lixo do que é útil para sua pesquisa esse trabalho de separar eu acho que vai acabar cada vez mais aos profissionais de comunicação.

15.Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

Sim, realizo é como disse pra você a assessoria de imprensa ela é uma espécie dentro de um gênero de comunicação que a gente atua hoje eu assessoro agentes políticos já há bastante tempo talvez há uns 15 anos então nessa década e meia a assessorando agentes políticos a

gente desenvolveu e teve que desenvolver uma preocupação com a comunicação estratégica isso é um guarda-chuva muito maior do que a sobrinha pequena da assessoria de imprensa. Assessoria de imprensa mediar a informação entre o assessorado e a demanda da imprensa do jornalista ou provocar nas relações uma cobertura favorável ao seu assessorado vai muito mais muito além disso o que a gente pensa hoje em termos de assessoria de comunicação é comunicação estratégica é como através dos canais que a gente tem a gente consegue fazer uma exposição positiva do assessorado, mas que essa exposição ela seja contributiva com a sociedade, não basta mais colocar na imprensa estampado na capa do jornal a foto do prefeito do deputado, do governador a gente não está falando disso ela tem que ter uma inteligência por trás, ela tem que ter uma estrutura de significação que leve obviamente o leitor dessa notícia o consumidor dessa notícia outras reflexões mais ampla do que apenas ficar sabendo que fulano fez determinada coisa é muito mais do que isso, está muito além do aspecto da assessoria de imprensa, isso está dentro da comunicação no sentido *latus senso* no sentido bastante amplo daí hoje olhando pelo retrovisor aqui da minha história eu cursei um curso que se chamava comunicação social ai eu tinha uma habilitação que era jornalismo olhando nisso eu vejo que o curso tinha que ser mais mesmo comunicação social e muito menos radialismo, jornalismo, TV assessoria, publicidade e propaganda ou qualquer outra atividade esteja nesse guarda-chuva muito grande chamado comunicação social

16. Na sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

Nós somos seres políticos a gente pode voltar lá no Sócrates e olhar o Sócrates dizendo que o homem é um ser político o princípio da democracia a partir de uma relação de representação, num determinado momento lá pro grupo x e etc e tal mas hoje no modelo que a gente acompanha sim o ente político tem uma representatividade popular ninguém é dono de um mandato sem passar pelo critério do voto é obvio que a imagem dessa pessoa precisa ser tratada com o respeito que ela merece quando você conversa com um deputado ele pode ser um deputado envolvido em problemas, envolvido em corrupção mas esse sujeito ele não entrou pelas portas do fundo, ele não tomou o mandato de forma ditatorial não ele entrou ali eleito por essas pessoas ele representa essas pessoas que votaram nele se ele representa bem, se ele representa mal é um outro campo de estudo da ciência política da antropologia da sociologia é um outro campo quando você da assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação para um ente político e esse ente político é representado por uma personalidade política essa personalidade tem um interesse obviamente agora vamos olha a palavra política com filtro que a gente tem que olhar a gente tem um senso comum quando fala fazer política como uma coisa ruim como alguma coisa assim sócio correto e exatamente o oposto disso

fator política é o que se tem de mais nobre que se pode fazer na essência política é um sujeito o agente político ele é um sujeito que representa o interesse coletivo de um grupo de sujeitos e ele deve fazer essa representação dentro de certos critérios éticos e de decoro e de enfim de representatividade isso é legal é democrático e é o perfeito que existe dentro da democracia então o que é interesse político? É o sujeito se beneficiar do cargo que ocupa é um político enriquecer ilicitamente é o sujeito que faz e desfaz as maldades lá os mal feitos dentro do ambiente da representatividade particular esse é um caminho não é o caminho certo agora se você pegar o aspecto da representação popular o sujeito que realmente exerce a função do mandato pra qual ele foi eleito trabalha defendendo os interesses daquela população essa nobreza da política a gente não pode perder então você consegue ser um profissional que desenvolve um trabalho dentro campo ético dentro da responsabilidade social dentro do profissionalismo da comunicação fazendo aquilo que a sociedade realmente deseja ne, necessita que seja feito isso é também política então vamos separar a parte podre da palavra política que está dominada no senso comum nesse momento por conta dessa avalanche de denúncias de pessoas que individualmente fazem o mal feito a partir do mandato que ocupam isso tem que ser estripado isso deve ser combatido isso tem que ser eliminado agora você tem a outra parte das pessoas que realmente exercem de agente político agente que defendem os interesses de uma comunidade pelo bem da comunidade princípio básico da constituição todo poder emana do povo que o exerce de forma direta e de forma indireta representada pelos votos de seus representantes e diretos pelo voto dessa própria pessoa. O presidente da república escolhido por voto direto é uma vontade popular ele é o agente político como é que a gente não vai reconhecer no cargo uma pessoa que representa o chefe de estado que representa o interesse da população que foi votado para esta naquele cargo chefe do executivo qualquer no momento não dá nem pra gente fazer uma comparação com o nosso presidente com o presidente desse momento mais com o cargo do presidente ao longo da história sim ao cargo dos prefeitos, dos governadores ao longo da história sim isso é extremamente necessário quem atende esse cliente ele colocar na balança que esse cliente tem uma função uma missão um interesse político no sentido positivo agora o profissional quando ele tem um embasamento ético coisa que ele só vai adquirir nas aulas lá da faculdade ele consegue agir dentro desse mercado prestando um serviço de interesse da população serviço de um em interesse político a serviço do interesse popular do interesse produtivo.

E6

1. Qual seu nome, função e escolaridade?

Meu nome E6, sou jornalista, atuo como assessor de imprensa aqui na Câmara municipal de Bauru e sou graduado em jornalismo, em comunicação social com habilitação em jornalismo pela UNESP e agora estou cursando uma pós graduação em história cultura e poder na universidade do sagrado coração.

2.Quantas pessoas compõem a assessoria de imprensa do Poder Legislativo da (cidade a qual está sendo entrevistada) e qual é a estrutura disponível?

Somente eu, a assessoria de imprensa sou só eu, a Câmara tem uma diretoria de comunicação mais a função de assessoria de imprensa só é desempenhada por mim. Ela essa diretoria tem sob sua responsabilidade a TV Câmara e a radio Câmara que funciona aqui, são dois jornalistas atualmente trabalham mais dois radialistas fora o pessoal da técnica os editores os programadores e os cinegrafistas é mais na assessoria de imprensa no meu caso sou só eu que é um cargo ligado a presidência da Câmara, então quem contrata quem escolhe o assessor de imprensa é o presidente da Câmara é um cargo de livre nomeação.

3.A quem você responde?

A presidência mais também como existe aqui no caso da Câmara uma gratificação pra produção pra radio Câmara, eu também acabo respondendo pra diretoria de comunicação por que eu também produzo para a rádio Câmara.

4.Quem, de fato, você atende com suas atividades?

Todos os vereadores. Apesar de ser o cargo da presidência quando fui convidado para assumir o cargo é ele deixou bastante claro que não seria o presidente Sandro Brizola que não seria mais uma assessoria pra ele que seria de fato uma assessoria institucional ne com papel institucional que atendesse as atividade dos 17 vereadores dos 17 mandatos das comissões internas da casa e também da presidência claro da mesa diretora mais eu produzo e dialogo hoje com 17 vereadores.

5.Quais são as atividades de assessoria de imprensa previstas e como são realizadas?

São um leque grande, eu acho que meu papel crucial é levar pra fora da Câmara a partir dos veículos de comunicação que atuam na cidade o que os vereadores e o poder legislativo estão produzindo e discutindo. Então a gente faz toda divulgação da agenda de trabalho aqui da Câmara o que incluir sessões legislativas ordinárias e extraordinárias audiências públicas, reuniões públicas reuniões de comissões a Câmara tem hoje se eu não me engano são 13 comissões permanentes que funcionam de forma regular é e além da divulgação do que vai ter também o material do que aconteceu, que foi discutido em cada uma dessas atividades esse é o crucial. o que demanda bastante trabalho, bastante tempo, bastante atenção por que são muitas as atividades, vou te dá um exemplo ontem a gente teve sessão legislativa hoje de

manhã a gente teve uma audiência pública que discutiu o plano plurianual metade da secretarias do executivo vieram apresentar quais são suas metas ações e planejamento para os próximos quatro anos é ao mesmo tempo estava acontecendo uma reunião da comissão da fiscalização e controle que estavam ouvindo um autor de uma denúncia que chegou aqui na Câmara de uma suposta irregularidade na prefeitura e ao mesmo tempo ali na outra sala uma reunião da comissão de obras que tinha apontado problemas deficiências no projeto de lei que tinha chegado relativo a concessão de áreas públicas a empresas privadas por que elas não tinham sido passadas no final da tramitação lá na prefeitura pela secretaria de desenvolvimento econômico e chegaram com algumas deficiências aqui então a vida orgânica da Câmara municipal de Bauru ela é muito intensa e então isso já demanda muito tempo. Fora isso eu produzo pra radio Câmara como eu te falei existe uma legislação prevendo uma gratificação recebo um percentual a mais como assessor pra produzir pra radio o que eu produzo pra rádio? Justamente o conteúdo dessas atividades, então ao mesmo tempo em que eu produzo um texto ajudo de vez em quando, a gente tem um fotografo de carreira mais de vez enquanto eu também faço fotos são além de produzir texto e foto que eu abasteço o site da Câmara e mando pra imprensa eu também produzo a parti dessas atividades entrevistas com os vereadores na maioria das vezes ou com um secretario ou com o prefeito dependendo do que for a pauta é que é utilizado pela rádio Câmara ne a radio Câmara tem o rádio jornal diário as sete e meia da manhã e a produção legislativa também abastece a radio Câmara além disso é que mais que eu falo tem mais coisas a Câmara aprova além do projetos de lei projeto de decreto legislativo e tal as monções de aplauso de apelo ne que são os vereadores reconhecendo no caso da mações de aplauso alguém, ou alguma empresa ou alguma instituição por alguma atividade legal que eles desempenham e ai essas monções ai normalmente eu faço a leitura dessas moções ali na tribuna na hora da entrega das moções mais basicamente é isso que já é muita coisa pra quem faz sozinho.

6.Quais os métodos utilizados para a divulgação das sessões?

Site da Câmara, release, é hoje basicamente esses. Por que a gente ainda não tem. eu estou aqui desde fevereiro está, trabalhei seis anos no jornal da cidade como repórter de político, eu cobria aqui como repórter antes e a Câmara não tem ainda uma estrutura de rede social oficial nem pagina no *Facebook* nem no *Instragam* nem no *Twitter* nem nada é ainda não foi possível instituir isso por conta da alto demanda de trabalho ne hoje sozinho eu não consigo alimentar é conseguir fazer a inter-relação necessária com os internautas sozinhos então existe um projeto que está em uma proposta de contratação de estagiários pela Câmara através de processo seletivo regular ai quem sabe a gente consiga avançar nisso hoje fica

limitado aos releases e a divulgação no site o que mais que tem resultado num trabalho legal, os veículos tem utilizado bastante o material que a gente encaminha.

-você falou que tem a radio, as sessões são transmitidas na rádio, TV alguma coisa assim?

Sim é tem isso também, a pauta é divulgada também na programação da rádio e da TV não só a pauta das sessões ordinárias, como tudo que eu te falei as comissão, as audiências públicas as reuniões públicas tudo isso é bastante disseminado pela rádio e TV também é que mais e a transmissão é na TV tudo é transmitido sessão, audiência pública, o que não é transmitido ao vivo as vezes por exemplo são as vezes uma reunião de comissão é gravado ai tudo vai disponibilizado no *YouTube* na íntegra tanto as sessões como o pronunciamento dos vereadores dentro das sessões a gente divide coloca lá a sessão inteira mais também divide em vídeos a fala do vereador tal, vereador tal , vereador tal isso também tudo está disponível no *YouTube*, a rádio transmite as sessões também, algumas audiências públicas, a maiorias não consegui transmitir por que a radio Câmara Bauru ela divide o espaço na grade com a radio Câmara de Brasília então se tem terça quarta e quinta tem sessão no plenário lá ai não consegui transmitir por que a programação de lá tem prioridade mais na TV tudo é transmitido e é isso.

7.As informações a respeito das sessões chegam à população? Como esse retorno é mensurado?

Então a gente tem percebido é bastante retorno por que o material que sai daqui via assessoria de imprensa tem sido fortemente explorado e utilizado pelos veículos de comunicação tanto natureza impressa quanto eletrônica, digo eletrônica internet quanto em rádio como em televisão é uma das coisas que eu tomei como diretriz aqui é tornar as discussões, os assuntos que estão sendo discutidos, palpáveis pra população em geral tanto o que eu faço quando vou divulgar a pauta não faço um texto dizendo que um processo número x que tal vai ser discutido, não a gente ler o projeto de lei ver qual o objetivo dele, qual que é a proposta dele quem está apresentando se é o vereador se é o executivo é qual que vai ser o impacto se tiver impacto financeiro tudo isso vai esmiuçado no material que sai da Câmara municipal o que auxilia os veículos de comunicação a aproveitarem desse conteúdo e chegarem até a população. Na última sessão aqui da Câmara por exemplo a gente tinha três rádios cobrindo a sessão, um jornal impresso, um site e uma TV então é algo que eu considero bastante relevante bastante interessante.

8.Além da divulgação, que outras atividades são realizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o Poder Legislativo e a comunidade?

Então o próximo passo pra gente fazer isso é a presença da Câmara municipal nas redes sociais, é eu acredito que as redes sociais tenham um poder de alcance muito interessante é acho lamento que ainda não esteja sendo exploradas mais está na programação para que até o final do ano com a contratação dos estagiários isso seja possível, não tem hoje uma previsão de aumento de contratação de mais um assessor de imprensa até por que é o poder público e a Câmara municipal tem que fazer a lição de casa em relação a contenção de custo e despesas não pode sair aumentando gastos mais é a mão de obra de estagiários além de ser um pessoal que já vem mais antenados com essas questão das redes sociais, eu acho que pode ser interessante por é legal por que o estagiário é legal para a Câmara eu acho que vai ser uma coisa que vai viabilizar o é o a interação com a população interação direta ne outras propostas que a assessoria de imprensa participa das discussão e foram colocadas ai pela presidência é a criação da Câmara itinerante que a idéia é o veículo que ainda não está decidido se é uma van ou um ônibus que vai está nos bairros na cidade com uma determinada frequência acredito que quinzenal, com a estrutura de prestação de serviço, esclarecimentos, estrutura das secretarias municipais, possam tirar dúvidas e orientar também os moradores pra aproximar e também os vereadores ne o contato junto com os população dos bairros pra aproximar isso e a assessoria de imprensa com certeza vai participar de forma bastante efetiva que é uma iniciativa da presidência que está em fase de elaboração.

9.O que poderia ser feito para melhorar a comunicação entre o Poder Legislativo e os cidadãos?

Eu acho que já está respondido.

10.Existe um planejamento/avaliação em relação ao assessoramento realizado pela assessoria de imprensa?

Não, não existe de forma sistemática não é o que a gente faz a gente monitora por exemplo o acesso ao site, o acesso a parte de notícias só site Câmara municipal, é aumentou em relação ao mesmo período do ano passado cerca de 150 % o que a gente considera algo bastante legal nesse ano é um sinal de que a gente está chegando mais nas pessoas é outra coisa que a gente faz claro todo o clipping que sai da Câmara e dos vereadores nos veículos de comunicação e reporta isso a presidência e aos próprios vereadores envolvido é claro que não mando tudo pra todo mundo, mais por exemplo hoje saiu uma matéria com vereador x na capa com uma iniciativa dele ai eu guardo isso faço o *clipping*, *clipping* digital claro não guardo papel é vou monitorando alimentando os vereadores disso para que eles tenham repercussão, também uma coisa que eu esqueci de falar uma atividade que é indispensável da assessoria de comunicação eu faço o monitoramento de tudo que sai nos veículos de comunicação de Bauru é tanto que

sai bastante coisa positiva mais também saem críticas ao posicionamento de algum vereador, e eu faço monitoramento disso normalmente eu acordo as sete da manhã ouço duas rádios ao mesmo tempo enquanto leio o jornal depois ao meio dia e no final da noite tem TV também radio também a gente acompanha pra conseguir monitorar o que está sendo dito sobre a Câmara aqui mais assim na Câmara municipal um mecanismos de avaliação e controle do assessoramento não existe.

11.Qual a necessidade de se ter uma pessoa exercendo a função de mediador de informações entre o Poder Legislativo, imprensa e população?

É fundamental por que é muitas vezes, é o que acontecia muito e ainda acontece por que não tem muito a avançar é as pessoas não ficam aqui a gente está , como te falei dou o exemplo de hoje de manhã a Câmara municipal produz muito são muitas discussões extremamente relevantes pra cidade que são feitas aqui e se não houver esse trabalho de mediação que é feito pela assessoria essas discussões não chegam as pessoas, que são as mais interessadas ne que são as que escolheram seus representantes para estarem aqui e precisam ter ciência e conhecimento do que eles estão discutindo aqui, propondo, fazendo no lhe é atribuição do parlamentar obviamente no poder legislativo.

12.Na sua opinião, esse profissional deve ser um jornalista? Por quê?

Sim, acredito que deva ser jornalista ou algum outro profissional formado em comunicação que tenha é familiaridade com duas coisas os princípios básicos da atividade de assessoramento é com o ambiente político, não dá pra, seria muito difícil um profissional que não acompanha a vida orgânica da política na cidade está aqui dentro hoje, talvez não a o resultado de trabalho seria muito inferior ao que a gente faz hoje, como te falei trabalhei seis anos sendo setorista de político e cobrindo a Câmara municipal então é um ambiente com o qual eu me sinto muito familiarizado tô acostumado com isso, conheço a questão do regimento da Câmara municipal que são as regras que determinam o funcionamento do poder legislativo é então precisa que seja um profissional habilitado, familiarizado, com esse ambiente e que tenha ainda outros é requisitos que sejam importantes, como por exemplo jogo de cintura habilidade, por que são 17 vereadores nem todos pensam da mesma forma, nem todos tem o mesmo ponto de vista sobre determinado projeto, sobre determinada proposta sobre determinado assunto então é o que sai daqui tem que ser muito bem equilibrado por que a gente não faz assessoria para um vereador, mas pra instituição. Tem que ser equilibrado, contemplar todas as posições que são identificados aqui no debate público dos assuntos então é um trabalho muito sério por que é a imagem do poder legislativo

que chega até as pessoas e como são 17 vereadores todas as correntes, as posições sem que ser contemplados nisso.

13.No seu ponto de vista, o que a formação/ qualificação do assessor de imprensa pode vir a acrescentar para o Poder Legislativo municipal?

Eu acredito que o repertório é que trago eu falo por mim está, o repertório que eu trago comigo ajuda muito com o diálogo com os vereadores até por que eu já estive no outro (...) lado, mais eu como já estive como repórter aqui cobrindo aqui eu consigo avaliar o que pode ser bem recepcionado pela opinião pública, claro que eu erro as vezes mas da maioria das vezes a gente consegue mensurar, isso pode ser um bom caminho isso não é um bom caminho eu tenho liberdade com os vereadores tenho liberdade de me acionar nesses casos então eu consigo ajudá-lo a mapear qual pode ser a reação de determinado projeto, na postura no pronunciamento então a questão da formação tanto é humanitária formação de teórica que a gente tem trás da universidade que a gente pode aprender a ler o mundo de uma forma mais ampla e complexa, quanto a experiência numa área técnica numa redação, acho que contribui bastante.

14.Quais os principais desafios encontrados por você na assessoria de imprensa do Poder Legislativo? O que poderia ser feito para superar esses desafios?

A hoje é uma sobrecarga de trabalho se tivesse outra pessoa pelo menos mais uma pessoa ajudaria muito não é uma pessoa, pela qual eu já falei, é coisa de você conseguir contemplar todos os posicionamento, todos os pontos de vista é que são muito diversos, e plurais e que bom que é assim num ambiente com 17 agentes políticos com 17 com legitimidade de representar a população uma tarefa complexa.

15.Você considera que realiza atualmente outras tarefas além das que são de responsabilidade da assessoria de imprensa?

Não.

16.Na sua opinião, um assessor de imprensa acaba sendo um assessor político? Por quê?

Sim, acredito que sim. É não confundir isso com uma assessoria parlamentar, isso por que cada vereador tem lá seus dois assessores em seu gabinete não é isso, mais político no conceito maior da política como te falei é muitas vezes o vereador recorre pra saber como você acha que isso seria recebido esse projeto essa iniciativa então isso é uma discussão política então acaba sendo nesse sentido. Repetindo não confundir com assessoria parlamentar que é o cara que recebe o cara do bairro que vem aqui procurar o vereador pra saber a demanda isso eu não faço e não acho que seja atribuição da assessoria de imprensa, mas de resto.

ANEXO A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Este contato é um convite para participar da pesquisa JORNALISTAS ATUANTES EM ASSESSORIA DE IMPRENSA DE CÂMARAS MUNCIPAIS DO INTEROR DE SÃO PAULO, realizada pela aluna de Jornalismo Luana Holanda Correia Lima, sob a orientação da professora Mestra Daniela Pereira Bochembuza, na Universidade do Sagrado Coração. O objetivo da pesquisa é demonstrar, verificar, comparar e compreender qual o atual cenário de atuação dos assessores de imprensa do poder Legislativo das câmaras municipais paulista.

O senhor está convidado a participar de uma entrevista, de forma presencial e individual. A pesquisa é qualitativa, realizada por meio de entrevista, e as respostas adquiridas irão fazer parte da análise sobre o cenário e atuação dos jornalistas e terceiros na assessoria de imprensa do Poder Legislativo no interior paulista.

Informamos que os riscos são mínimos ao participante, como constrangimento durante a entrevista, mas os benefícios suplantam os riscos, pois irão contribuir para o enriquecimento dessa área do conhecimento através de novas discussões e aprofundamento da temática.

Para participar deste estudo, o(a) senhor(a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa, o(a) senhor(a) tem assegurado o direito a indenização. O(a) senhor(a) terá o esclarecimento sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participa, podendo retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento.

A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará em qualquer penalidade. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(a) senhor(a) não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar desta pesquisa.

Esses resultados estarão na Monografia de Conclusão de Curso e poderão ser divulgados de modo científico em congressos.

Agradecemos a atenção e nos colocamos à disposição caso haja qualquer dúvida a respeito da participação nesta pesquisa, que tem fins exclusivamente didáticos

Eu, _____, entendo que as informações obtidas por meio dessa pesquisa serão confidenciais. Também entendo que os registros da pesquisa estão disponíveis para revisão dos pesquisadores. As identidades serão preservadas e não serão publicadas; desta forma, consinto na publicação dos dados coletados para propósitos científicos.

Consentimento Voluntário

Eu certifico que li ou foi-me lido este texto de consentimento e entendi o conteúdo. Uma cópia deste formulário será entregue a mim. Minha assinatura demonstra que concordei livremente em participar deste estudo.

Assinatura: _____

Data: _____

Assinatura do Pesquisador:

Responsável: _____

Data: _____

Contato: USC - Rua Irmã Arminda 10-50. Telefone: (14) 2107-7255