



Assessoria de Imprensa no Executivo Municipal: a Comunicação Pública no Governo de Fernandópolis¹

Ana Carolina de Araújo SILVA²
Faculdades Integradas de Fernandópolis, Fernandópolis, SP
Universidade do Estado de Minas Gerais, Frutal, MG
Universidade de Marília, Marília, SP

RESUMO

Um dos papéis da imprensa é tornar transparentes as ações governamentais. Esta missão é ainda mais visível quando se trata da imprensa local e sua relação com o governo municipal. Este trabalho analisa essa relação no município de Fernandópolis, SP, comparando informações divulgadas pela assessoria de imprensa do Executivo e o material publicado pelo jornal Folha de Fernandópolis, no período de 2006 a 2008. Para realizar tal comparação, foram utilizados como base os conceitos de comunicação pública e direito à informação e uma pesquisa na documentação federal e municipal sobre assessoria de imprensa governamental. O trabalho evidencia que os interesses políticos e econômicos são entraves na propagação da informação jornalística de caráter público, que é fator determinante na formação do cidadão.

PALAVRAS-CHAVE: assessoria de imprensa; comunicação pública; comunicação governamental; direito à informação; Fernandópolis.

1. Introdução

Este artigo trata de uma das características principais do jornalismo, que já nasceu intrínseca à sua prática desde a popularização da imprensa durante a Revolução Francesa: o papel de tornar transparente a administração pública, “[...] o que implica necessariamente o acesso do povo a todas as informações que dizem respeito ao funcionamento dos poderes públicos, através da imprensa” (NASCIMENTO, 1989, p.64). E não há como estudar esta incumbência do jornalista em tornar transparentes as ações da administração pública sem falar do trabalho desempenhado pelas assessorias de imprensa governamentais e sua relação com a imprensa.

Dentre as formas que o cidadão tem de saber sobre as atividades e realizações do governo que elegeram, além do uso do serviço público no seu cotidiano, a comunicação das decisões e ações pela imprensa. Os jornais cumprem, nesse sentido, a função de fornecer subsídios para que, devidamente informada, a população possa

¹ Trabalho apresentado no GP RP e Comunicação Organizacional do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora das Faculdades Integradas de Fernandópolis (FIFE), Coordenadora do Curso de Comunicação Social da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) – Campus de Frutal e Mestranda em Comunicação da Universidade de Marília (UNIMAR), email: anacarolinaaraujosilva@yahoo.com.br.



cobrar promessas de eleição, exigir melhorias nos serviços prestados pelo governo e fiscalizar possíveis ações ilegais dos representantes do poder público. Habermas, ao citar Landshut, lembra que é justamente a idéia de opinião pública e participação popular que legitima a democracia na forma como a conhecemos.

O Estado moderno põe como princípio da sua própria verdade a soberania popular, e essa por seu turno deve ser a opinião pública. Sem essa atribuição, sem a proposição da opinião pública como a fonte de toda a autoridade investida nas decisões que comprometem o todo, a moderna democracia carece da substância da sua própria verdade. (LANDSHUT apud HABERMAS in COHN, 1971, p.188)

Para discutir a contribuição ou não das assessorias de imprensa governamentais no cumprimento da função de informar a população sobre as atividades dos administradores do poder público, este artigo analisa o caminho pelo qual a informação passa desde que o fato gera notícia nas esferas governamentais até seu resultado final, que é apreciado pelo público. Delimitando o tema, o estudo aqui apresentado foca como se dá a transmissão da notícia a partir das assessorias de imprensa do governo executivo municipal de Fernandópolis (SP) para a redação do principal jornal impresso que circulava na cidade até dezembro de 2008, a Folha de Fernandópolis.

Fernandópolis é uma cidade localizada no noroeste do Estado de São Paulo, a 550 quilômetros da capital do Estado. A escolha pelo estudo na esfera municipal é justificada porque é justamente nas cidades que a visibilidade do governo é maior e as informações mais próximas dos cidadãos, evidenciando mais claramente a influência na população das notícias de temas ligados ao governo. E também é nesta esfera que o eleitor tem o contato mais direto com seus representantes e onde a transparência das ações governamentais (ou a ausência dela) pode ter conseqüências mais claras e imediatas. Norberto Bobbio, em seu livro “O futuro da democracia” cita que

pode-se interpretar o ideal do governo local como um ideal inspirado no princípio segundo o qual o poder é tanto mais visível quanto mais próximo está. [...] A publicidade de um governo de um município é mais direta, e é mais direta exatamente porque maior é a visibilidade dos administradores e das suas decisões. (BOBBIO, 2000, p.102)

A cidade de Fernandópolis também foi escolhida como foco de estudo deste artigo por se tratar de um município interiorano de aproximadamente 65 mil habitantes, caracterizando uma cidade de pequeno porte, assim como a maioria dos municípios



brasileiros. Segundo o perfil dos municípios brasileiros divulgado a partir da pesquisa de informações básicas municipais realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2005, 95% dos 5.564 municípios brasileiros têm menos de 100 mil habitantes³.

Dos seis jornais impressos que circulavam na cidade no período em que a pesquisa foi realizada, a Folha de Fernandópolis foi o periódico escolhido por ser o mais antigo jornal da cidade em funcionamento e o de maior circulação. O jornal completou 34 anos em 2008 e tinha uma tiragem de cerca de dois mil exemplares, distribuídos aos sábados aos assinantes ou vendidos em diversas bancas da cidade. Em janeiro de 2009, a Folha de Fernandópolis deixou de existir depois de uma fusão com a Rede Bom Dia, do Grupo Traffic, dando origem ao Jornal Bom Dia Fernandópolis, veículo que circulou de terça a sábado até maio de 2010, quando deixou de existir.

Pretende-se, com este trabalho, deixar evidente o cumprimento ou não dos principais preceitos do trabalho dessas equipes (e que constam em lei federal): estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do país e realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição.⁴

2. A comunicação pública e o direito à informação

Para tratar sobre a transmissão da informação em qualquer âmbito governamental, da esfera municipal aos complexos sistemas federais, é preciso antes discutir dois temas fundamentais: a comunicação pública e o direito à informação. Desde a reabertura política no Brasil, na década de 80, uma das principais características do sistema político democrático diz respeito à interferência direta da população no poder, seja por meio do voto direto, seja pela liberdade de expressão e manifestação quanto ao seu descontentamento com relação às ações governamentais, atividades estas praticamente extintas e constantemente coibidas durante a vigência do regime militar. Vive-se, agora, o governo da democracia, que Norberto Bobbio (2000) define como “o regime do poder visível” ou “o governo do poder público em público”, tomando aqui como significado do primeiro “público” o oposto de “privado” (ligado ao conceito de Estatal), e o segundo, oposto de “secreto”.

³ Perfil dos municípios brasileiros: gestão pública 2005. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2005/default.shtm>>. Acesso em 29 jul. 2007.

⁴ BRASIL, Decreto-lei nº 2.004, de 11 de setembro de 1996. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=144249>>. Acesso em: 24 ago. 2005.



Bobbio defende que uma das garantias para que o governo democrático se consolide como o poder público exercido em público, com transparência, é a divulgação dos atos governamentais para a população.

Que todas as decisões e mais em geral os atos dos governantes devam ser conhecidos pelo povo soberano sempre foi considerado um dos eixos do regime democrático, definido como o governo direto do povo ou controlado pelo povo. [...] o caráter público do poder, entendido como não-secreto, como aberto ao 'público', permaneceu como um dos critérios fundamentais para distinguir o Estado constitucional do Estado absoluto e, assim, para assinalar o nascimento ou o renascimento do poder público em público. (BOBBIO, 2000, p.100-101)

É só a partir da publicidade dos atos, da informação que chega ao conhecimento da população acerca das decisões do governo, que a sociedade tem subsídio para constituir uma opinião pública, que, no regime democrático, legitima o poder. Entendemos aqui opinião pública segundo o conceito ideal expresso por Jesús Martín Barbero, no texto “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”:

Ésta es entendida originariamente como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y será después el principio de la crítica como derecho del público a debatir las decisiones políticas, esto es el debate ciudadano: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso. (BARBERO, 2001, p. 74)⁵

Barbero se refere ainda a duas outras importantes definições de opinião pública. Uma, de Tocqueville, que define opinião pública como a vontade das maiorias, relegando a um segundo plano a liberdade individual dos cidadãos, expondo uma contradição dentro do conceito de democracia, que, neste caso, terá o quantitativo com peso maior do que o qualitativo (TOCQUEVILLE, apud BARBERO, 2001). Outra, de Gabriel Tarde, que se refere à opinião pública como o cruzamento da transformação das crenças da população na opinião política e o desenvolvimento do meio em que esta se expressa, a imprensa. Completa Barbero sobre os estudos de Tarde que

Lo que interesa a Tarde es el nuevo tipo de colectividad que emerge – el público – como efecto psicológico de la difusión de la opinión. Esse efecto va a

⁵ Esta é entendida originariamente como a ação que se opunha à prática do secreto, própria do Estado absolutista, e será depois o princípio da crítica como direito do público de debater as decisões políticas, este que é o debate cidadão: espaço de articulação entre a sociedade civil e a sociedade política, entre conflito e consenso [tradução nossa].



ser o desplazamiento de la legitimidad de lo político desde afuera hacia dentro.
(TARDE apud BARBERO, 2001, p. 74)⁶

A partir dos conceitos apresentados, é possível inferir que, no processo de formação da opinião pública, estão intrínsecos dois fatores importantes, ambos objetos de estudo deste artigo. O primeiro trata-se da própria disponibilidade da informação para a população, para que, a partir dela, se sucedam os processos de discussão que deverão resultar na emergência da opinião pública. O segundo diz respeito a como essa informação é divulgada e, sob esse aspecto, destaca-se o papel das assessorias de imprensa e dos meios de comunicação.

Para tratar destes dois assuntos, seguem tópicos específicos acerca do direito à informação e da comunicação pública como um dos preceitos da comunicação governamental na disponibilização das informações de caráter público.

3. O direito à informação

O conceito de direito possui conexão direta com o conceito de cidadania. De acordo com José Murilo de Carvalho, embasado nos estudos de T. A. Marshall, é comum se referir à cidadania como o exercício dos direitos civis, políticos e sociais. “O cidadão pleno seria aquele que fosse titular dos três direitos”, resume o autor (CARVALHO, 2006, p. 09). Não está explicitado nesta conceituação o direito à informação, que Victor Gentilli estabelece como um “direito-meio” para o exercício de todos os outros direitos (GENTILLI, 2005). Neste contexto, o direito à informação não seria um direito inserido em algum destes outros. O direito à informação permeia os direitos civis, políticos e sociais, como uma porta de acesso ao completo exercício da cidadania.

[...] numa sociedade de massas modernas, o acesso à informação jornalística, por parte do cidadão, pode potencialmente vir a consistir *num direito que assegura outros direitos, confere condições de igualização (sic) de sujeitos e oferece visibilidade ao poder e ao mundo.* [grifos do autor] (GENTILLI, 2005, p. 128)

Para Gentilli, o direito à informação se constitui como “direito-meio” a medida que não é um direito em si (embora assegurado na Constituição de 1988⁷), mas o direito

⁶ O que interessa a Tarde é o novo tipo de coletividade que emerge – o público – como efeito psicológico da difusão da informação. Esse efeito vai ser o deslocamento da legitimidade do político de fora para dentro [tradução nossa].



que garante ao cidadão obter as informações necessárias para que tenha voz na discussão coletiva que resulta na opinião pública e, por consequência, legitima o poder político na democracia moderna.

O direito à informação, assim, deve ser pensado como o direito que conclui necessariamente as condições necessárias para realizar as escolhas concernentes ao exercício pleno dos direitos. O direito de cada um ter acesso às melhores condições possíveis para poder *formar as próprias referências particulares, fazer suas escolhas e seus julgamentos de modo autônomo*. [grifos do autor] (GENTILLI, 2005, p. 130)

Também é na amplitude do direito à informação, no que tange os direitos políticos, que está inserida a visibilidade do poder, que é um dos mecanismos para o exercício do poder público em público e interferência da sociedade nas ações governamentais.

4. A comunicação pública

Ainda não há, na atualidade, um conceito único de comunicação pública que satisfaça às diferentes esferas a que se refere esta expressão. Elizabeth Pazito Brandão (BRANDÃO in DUARTE, 2007) aponta em seus estudos pelo menos cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional que trabalham com o termo. São elas: comunicação pública identificada com os conhecimentos e técnicas da área de comunicação organizacional, comunicação pública identificada com comunicação científica, comunicação pública identificada com comunicação do Estado e/ou governamental, comunicação pública identificada com comunicação política e comunicação pública identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada.

Embora cada conceito relacione-se a áreas diferentes, todos convergem em um ponto, segundo Brandão, que “diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO in DUARTE, 2007, p. 9). Jorge Duarte conceitua a comunicação pública de forma parecida, acrescentando a importância do “interesse público” para a efetivação deste tipo de comunicação.

⁷ A Constituição de 1988 traz nos incisos XXXIII e LXXII do artigo 5º dos “Direitos e Garantias Fundamentais” o direito de *habeas data*, que garante que “todos têm direito de receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado”.



A Comunicação Pública ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. (DUARTE, s/d, p. 2)

Vale salientar duas áreas da comunicação pública discutidas por Elizabeth Brandão e que também estão presentes na obra de Jorge Duarte: a comunicação governamental e a comunicação política. Duarte salienta em seu artigo que esses dois conceitos não são entendidos, na maioria das vezes, como significados específicos dentro de um sentido maior de comunicação pública. Ambos são normalmente confundidos com comunicação pública em sentido mais estrito, tornando-se, equivocadamente, seus sinônimos. Tratemos, então, de diferenciar aqui cada um dos conceitos.

A comunicação governamental é a comunicação de responsabilidade do Estado e do Governo e que pretende estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos (BRANDÃO in DUARTE, 2007). Duarte vai adiante na discussão e ainda estabelece a diferença entre Estado – “nesse caso, é compreendido como o conjunto das instituições ligadas ao Executivo, Legislativo e Judiciário, incluindo empresas públicas, institutos, agências reguladoras e área militar” (DUARTE, s/d, p. 2-3) – e governo, que possui a responsabilidade administrativa e política do aparato do Estado, constituindo-se apenas como gestor transitório. A comunicação governamental constitui, então, um dos aspectos da comunicação pública,

(...) na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona o seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma, provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público. (BRANDÃO in DUARTE, 2007, p. 5)

Nesta mesma linha de raciocínio, também a comunicação política se apresenta como um dos aspectos da comunicação pública. Segundo Duarte, “A *comunicação*



política trata do discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública em relação a idéias ou atividades que tenham a ver com poder político, relacionado ou não a eleições” (DUARTE, s/d, p. 3). Trata-se das estratégias discursivas para agregar opiniões com o objetivo de obter apoio do cidadão para diversas finalidades, que vão desde a aprovação de uma determinada proposta de ação até a conquista de votos.

Neste artigo, evidencia-se o conceito de comunicação pública permeando todos os aspectos citados, com ênfase na comunicação governamental, mas não se restringindo a ela, visto que é a partir das informações divulgadas pelas assessorias de governo que é possibilitada a manifestação das outras esferas da comunicação pública, já apontadas neste texto. Jorge Duarte resume tal “missão” no trecho abaixo:

Adotam-se como referência, para tratar de CP, conceitos como cidadania, democratização, participação, diálogo, interesse público. Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo, são algumas das premissas. A idéia-chave talvez seja a de *espírito público*, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político. O objetivo central é fazer com que a sociedade ajude a melhorar a própria sociedade. (DUARTE, s/d, p. 3)

5. A assessoria de imprensa governamental

A assessoria de imprensa do setor público brasileiro tem origem na área de Relações Públicas e sua difusão aconteceu especialmente durante o governo militar. Um estudo da legislação federal aponta para uma oficialização do serviço em 1968, no governo de Arthur da Costa e Silva. Por meio do Decreto nº 62.119, de 15 de janeiro de 1968, Costa e Silva criou a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), diretamente ligada à Presidência da República⁸. Maria Luiza Galletti ressalta que a criação da AERP surge como uma necessidade de responder às manifestações populares de oposição ao regime militar (GALLETTI, 1982).

O primeiro modelo de assessoria governamental foi padronizado no I Seminário de Relações Públicas do Executivo, realizado de 30 de setembro a 5 de outubro de 1968, no Rio de Janeiro. Merece especial atenção uma das dez recomendações aprovadas no evento:

⁸ BRASIL, Decreto-lei nº 62.119, de 15 de janeiro de 1968. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=193286>>. Acesso em: 24 ago. 2005.



Aproveitamento integral da figura do Presidente, no seu aspecto humano, moderado e compreensivo, para caracterizar toda a campanha orientada no sentido da valorização do homem, a única susceptível de criar uma imagem efetiva e imediata do governo. (CHAPARRO, 2003, p.43)

Hoje, observa-se cada vez mais a confusão entre assessoria governamental e a assessoria pessoal do chefe do Executivo. A orientação citada acima evidencia que este problema existe desde o surgimento do serviço e faz parte das próprias diretrizes de criação da primeira assessoria federal.

Em Fernandópolis, onde está focada esta pesquisa, a figura oficial do assessor de imprensa da prefeitura surge apenas em 1990, através da Lei nº 1.560, que regulamenta o regime jurídico dos servidores municipais e especifica cargos no quadro de pessoal da prefeitura. O então prefeito, Milton Edgard Leão, cria o cargo de “responsável pela imprensa” para cuidar da divulgação das ações do Executivo municipal. O cargo é de provimento em comissão, considerado de confiança, de livre nomeação e exoneração pelo prefeito⁹. Além do estatuto geral dos servidores municipais, que define direitos e deveres gerais da classe, não há qualquer outro documento oficial que especifique as funções e atribuições do responsável de imprensa ou assessor de imprensa da Prefeitura de Fernandópolis, que acabam atuando por pura intuição, reprodução do que é feito nas esferas estadual e federal ou, simplesmente, cumprindo ações especificadas pelo chefe do Executivo.

No período em que a pesquisa para este artigo foi realizada (em 2008), a prefeita de Fernandópolis era Ana Maria Matoso Bim, que contava com uma equipe de três profissionais na assessoria de imprensa, sendo uma jornalista, um estudante de jornalismo e uma profissional com formação fora da área de Comunicação.

Atualmente, a assessoria de imprensa do Executivo fernandopolense continua sendo feita por profissionais de livre nomeação e exoneração pelo prefeito, mas a estrutura passa por estudos para ser modificada e ganhar *status* de diretoria municipal, com estrutura própria.

6. Relacionamento entre assessorias governamentais e a imprensa

Se não como uma maneira de prestar contas à população ou mesmo informá-la de suas atividades, os governantes pelo menos buscam na imprensa um aliado para

⁹ FERNANDÓPOLIS (Município). Lei nº 1.560, de 25 de outubro de 1990. Arquivo Oficial da Prefeitura Municipal de Fernandópolis, Poder Executivo, Fernandópolis, 1990.



manter-se no poder. E o papel das assessorias de imprensa governamentais, muitas vezes, se traduz em emplacar os temas desejados no noticiário diário. Mas por que buscar plantar informações como jornalísticas e não apenas pagar por anúncios? Uma das hipóteses é de que a mídia tem o poder de pautar sobre o que a sociedade discute.

De acordo com a teoria do agendamento, ou *agenda-setting*, como preferem alguns autores, os assuntos predominantes nos veículos de comunicação ditam sobre o que se fala e até mesmo os relacionamentos na sociedade. Segundo Shaw, citado por Wolf, de acordo com a hipótese do agendamento,

em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW, 1979, p.96 in WOLF, 2005, p.143)

Essa influência, disputada no dia-a-dia pelos meios de comunicação, é foco de interesse das assessorias de imprensa governamentais, especialmente no que se refere à propagação de assuntos que gerem opiniões positivas sobre os assessorados. Felipe Pena acrescenta que a maioria dos estudos embasados nessa teoria refere-se à confluência entre a agenda midiática e a agenda pública. Mas ele completa que os “objetivos não são verificar mudanças de voto ou de atitude, mas sim a influência da mídia na opinião dos cidadãos sobre que assuntos devem ser prioritariamente abordados pelos políticos”.

Para chegar ao público final e tentar colocar temas de seu interesse na agenda dos assuntos mais divulgados pela imprensa e na agenda pública de discussões, as assessorias governamentais contam hoje com uma grande aliada: as rotinas de produção da notícia. Outra teoria do jornalismo, a interacionista, estuda essa temática e defende que

(...) os jornalistas, confrontados com a supra-abundância de acontecimentos e a escassez do tempo, lutando para impor ordem no espaço e no tempo, são obrigados a criar o que Tuchman (1973) designa como a rotina do esperado, tendo como consequência, devido a critérios profissionais que utilizam na avaliação das fontes, a dependência nos *canais de rotina*. [grifos do autor] (TRAQUINA, 2005, p.195-6)

Traquina (2005) explica que quando fontes e jornalistas integram uma mesma rotina, caracterizando até mesmo uma dependência, a integridade da informação fica em



perigo. Em se tratando de fontes oficiais, essa relação de interdependência torna-se ainda simbiótica, onde ambos agentes são beneficiados pela “troca”, como acrescenta Traquina.

Para os jornalistas, os benefícios são: 1) a eficácia; 2) uma maior estabilidade no trabalho; e 3) uma autoridade que valida a notícia. Para as fontes oficiais, os benefícios são: 1) a publicitação de seus atos; 2) possivelmente, uma saliência social; e 3) o reforço da sua legitimidade. (TRAQUINA, 2005, p.196)

A teoria interacionista, segundo Traquina, defende que as notícias são um aliado das instituições legitimadas. A própria rotina de produção das notícias, que passa, como já foi explicitado aqui, pelo constante desafio de lidar com a organização do tempo e do espaço, favorece a interação constante entre jornalistas e as fontes oficiais, e essa conexão “faz das notícias uma ferramenta importante do governo e das autoridades estabelecidas (SHUDSON, 1989) e as notícias, em geral, tendem a apoiar as interpretações oficiosas dos acontecimentos controversos” (TRAQUINA, 2005, p.199).

Por fim, aliando as definições das teorias do agendamento e interacionista, pode-se considerar que é um dos objetivos das assessorias de imprensa governamentais manter determinados temas na agenda pública de discussões e para isso se valem, cotidianamente, da manutenção das rotinas de produção da notícia pelas redações, que priorizam fontes de informação oficiais ou institucionalizadas.

7. Expô Fernandópolis: um breve estudo de caso

A partir dos conceitos apresentados até aqui, delinea-se o que seria, em uma perspectiva ideal, o papel da assessoria de comunicação governamental nos municípios e seu relacionamento com a imprensa local para o cumprimento dos objetivos da comunicação pública no que tange ao direito da população à informação. No entanto, a prática diária apresenta-se bem diferente dos preceitos estudados. Tal conclusão é fruto de pesquisa realizada em Fernandópolis, nos anos de 2006, 2007 e 2008. Neste período, para realizar uma análise da comunicação pública no Executivo municipal, foi escolhido o tema sazonal de maior popularidade na cidade todos os anos: a Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial de Fernandópolis, realizada sempre no mês de maio, em razão do aniversário de fundação do município, comemorado no dia 22 do referido mês. Todos os anos, são 11 dias de festa que incluem shows, rodeio, exposição



de animais e produtos, leilões e diversas outras atividades ligadas ao tema agropecuário. A população de Fernandópolis foca toda sua atenção no evento durante este período.

A organização da Expô é toda realizada por uma comissão nomeada pelo prefeito. É comum que a maior parte desta comissão seja de funcionários e diretores da própria Prefeitura. Embora os serviços de publicidade e propaganda do evento sejam normalmente terceirizados a uma empresa de comunicação especializada no setor, a assessoria de imprensa é de incumbência da assessoria da Prefeitura, ficando todo o fluxo de informações jornalísticas destinadas à imprensa na responsabilidade da equipe de Executivo. A Expô de Fernandópolis foi escolhida como objeto de estudo deste artigo por se tratar de um evento anual de grande repercussão na cidade, possibilitando a comparação da comunicação sobre o tema em períodos diferentes.

O estudo incluiu análise das edições do jornal Folha de Fernandópolis de 2006 a 2008, em especial as do mês de maio e também as edições que trouxeram matérias referentes ao tema. Também foram utilizados como referência os *releases* enviados à imprensa pela assessoria da Prefeitura no mesmo período.

Antes de fazer uma breve análise a partir da pesquisa, vale contextualizar o momento político em que Fernandópolis vivia neste período. Ana Maria Matoso Bim, prefeita na época, assumiu o cargo depois do falecimento do agropecuarista Massanobu Rui Okuma, que havia governado a cidade de janeiro de 2005 a fevereiro de 2006. Okuma havia sido presidente da comissão organizadora da Expô anteriormente, enfatizando a importância do evento durante seu mandato. No primeiro ano do mandato de Ana Bim, em 2006, percebe-se a manutenção do interesse do jornal pela publicação de matérias sobre o evento, sempre com ênfase a aspectos positivos do mesmo. Na edição de 11 de março de 2006, por exemplo, o jornal traz a manchete “Já está pronta a latinha de divulgação da Expô 2006”, que trata sobre o lançamento da embalagem da cerveja com publicidade da festa em evento promovido pela Prefeitura, além da notícia “Expô negocia etapa aberta no rodeio nacional da PBR”.

Segundo a ex-prefeita Ana Bim (em entrevista realizada pela autora em 2008), a escolha dos temas a serem divulgados pela assessoria de imprensa do Executivo era realizada em reuniões entre a assessoria e membros da administração.

Em maio de 2006, o evento obteve a cobertura da Folha em todas as edições, com matérias que partiram de *releases* enfocando diversos assuntos, especialmente shows e o público na festa. Na edição do dia 26 de agosto de 2006, a Folha traz na capa



a manchete “39ª Expô de Fernandópolis arrecada R\$ 116 mil”, com o balanço oficial divulgado pela assessoria da prefeitura em coletiva de imprensa.

Em 2007, muda o tom das matérias sobre o assunto no jornal. A assessoria da prefeitura divulgou dez releases sobre a festa, nenhum deles reproduzido pela Folha. Os *releases* diziam respeito a agenda de shows, sistema de venda de convites e diversos aspectos do evento como público esperado e efetivo, volume de transações comerciais e balanço geral da festa. Há nos textos, freqüentemente, alusão positiva ao trabalho da Prefeitura e da comissão organizadora da festa. A Folha de Fernandópolis traz no dia 19 de maio de 2007, em plena semana do aniversário da cidade, a manchete de capa “Cidade é alavancada pelas exportações de carne e de cana”. Ainda na capa, publica o editorial “O que temos para comemorar nesses 68 anos?”, com forte crítica às ações do Executivo municipal. Não há, nesta edição, qualquer matéria com alusão à Expô. Na edição do dia 26 de maio de 2007, duas chamadas na capa referem-se negativamente ao evento: “Prefeita é vaiada na maior festa da cidade” e “Expô termina amanhã com show pirotécnico”. O texto desta última dispara: “A estimativa é de que a festa deste ano apresente R\$ 400 mil de prejuízo, já que o público vem sendo menor que nas edições anteriores”. A manchete da mesma edição foi “Prefeitura quer merenda escolar 60% mais cara para o ano que vem”.

O *release* sobre o balanço da festa, que foi enviado à imprensa com o título “Expô 2007 comemora sucesso com 40 mil pessoas no encerramento”, afirma que a festa teve um total de público de 300 mil pessoas. Não há referência com relação ao lucro ou prejuízo do evento. A Folha de Fernandópolis não publicou o texto. No dia 30 de junho de 2007, estampou na capa a matéria “Balanço da Expô deve gerar denúncia ao MP”, relatando a movimentação de um vereador para pedir explicações à Prefeitura sobre as contas da festa. Na página A8, a reportagem completa traz nota oficial da assessoria da Prefeitura afirmando que a prestação de contas será feita no prazo devido e dentro da lei.

Em 2008, a Exposição de Fernandópolis foi tema de 20 *releases* e notas oficiais enviadas de fevereiro a maio pela assessoria de imprensa da Prefeitura aos meios de comunicação locais. A Folha ignorou o evento e não fez qualquer referência à Expô. Segundo o diretor do jornal, Darci Araújo (em entrevista à autora), a mudança de linha editorial da Folha de Fernandópolis parte de dois preceitos: em ano eleitoral, o jornal decidiu não noticiar o evento para não privilegiar a campanha da prefeita Ana



Bim, que na época concorria à reeleição. Além disso, a negociação comercial entre a Prefeitura e o jornal não era satisfatória.

Para a então prefeita, os jornais que não publicam o material enviado pela assessoria “não colocam porque não gostam da prefeita. E muitas vezes é uma covardia o que fazem. Quem está acompanhando a administração pública municipal, sabe que muito do que a oposição publica se constitui de inverdades, ofensas e chega a ser uma covardia. Há, no mínimo, que se respeitar o administrador público”.

8. Conclusão

Depois de realizada a análise do material pesquisado para este trabalho, evidenciado brevemente no tópico anterior, conclui-se que as boas intenções da assessoria de imprensa governamental do município de Fernandópolis não são suficientes para que sejam atingidos os objetivos da comunicação pública na cidade.

De um lado, a equipe ainda carece de profissionais concursados, que teriam o maior compromisso com a transmissão dos fatos de interesse público do que com o cuidado com a imagem do chefe do Executivo. O fato de todos os cargos ainda serem de provimento em comissão inibe muito a elaboração de materiais que sejam mais interessantes para o cidadão e descontaminados da ênfase na boa imagem do chefe do Executivo.

Já com relação aos meios de comunicação, os interesses políticos motivados por aspectos econômicos ainda constituem os principais problemas. A linha editorial assume, freqüentemente, o partido para onde pende o caixa. A imparcialidade jornalística é “elástica”, assumindo contornos mais ou menos “parciais” a cada interesse atendido. O fortalecimento do empresariado local seria uma das saídas para este impasse, tornando a fonte de renda do jornal mais independente dos órgãos governamentais. Além disso, uma formação ética consistente, com clara visão jornalística da missão do profissional para com a comunicação pública ainda é necessária em meios de comunicação de pequeno porte, onde a reprodução da prática equivocada no dia-a-dia é vista, cada vez mais, como ações ordinárias.

Só quando a informação jornalística de caráter público for encarada como de fundamental importância para a formação cidadã e conseqüente melhoria da qualidade de vida da população é que a qualidade do jornalismo interiorano atingirá níveis de excelência e promoverá um dos seus preceitos fundamentais que é a transparência das ações públicas para a manutenção da democracia.



REFERÊNCIAS

- BARBERO, Jesús Martín. **Reconfiguraciones comunicativas de lo público**. In: REVISTA Anàlisi, nº 26. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.
- BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.
- CARVALHO, José Murilo. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. s/d. Disponível em: <<http://jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2010.
- GALLETTI, Maria Luiza Mendonça. **Propaganda e Legitimação do Poder – Brasil: 1970/1978**. Dissertação de Mestrado. Brasília: UNB, 1981.
- GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- HABERMAS, Jürgen. Comunicação, opinião pública e poder. In COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1971.
- NASCIMENTO, Milton Meira do. **Opinião pública e revolução**. São Paulo: Edusp, 1989.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.