

Legal: Uma análise da revista da OAB/SE¹

Tatianne Santos MELO²

Adler Berbert OLIVEIRA³

Universidade Federal de Sergipe - UFS

Resumo

O presente artigo faz uma análise de conteúdo da Legal, a revista da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe (OAB/SE), dirigida aos advogados, comunidade jurídica e sociedade sergipana. Para isso, estudamos as edições 1, 2, 3,4 e 5 da revista. O trabalho ainda traz uma breve conceituação teórica de assessoria de comunicação e revista institucional, e histórico da OAB nacional e OAB Sergipe.

Palavras-chave: assessoria de comunicação; revista institucional; OAB; Legal

Introdução

Cada dia mais as organizações investem em estratégias de comunicação interna e externa, devido à necessidade de aproximarem-se cada vez mais de seus públicos. A criação de um veículo de comunicação institucional, deste modo, vai além do simples fato de noticiar ações e novidades, ele busca a interação com os *stakeholders* - colaboradores, funcionários, clientes, consumidores e governo que direta ou indiretamente interfira nas atividades gerenciais e de resultado de uma organização - fazendo com que a instituição ganhe mais credibilidade e confiança com eles.

Com o objetivo de criar seu próprio espaço e para não depender da espera pela publicação de material enviado às redações pelas assessorias de comunicação, foram criadas as revistas institucionais. O intuito delas é manter todos aqueles que tenham alguma relação com a empresa atualizados e formar uma identidade e imagem positiva.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social/Jornalismo da UFS; E-mail: tatinhaa_live@hotmail.com

³ Estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social/Jornalismo da UFS; E-mail: adlerberbert@hotmail.com

De acordo com Scalzo (2003), uma revista possui três características: Primeira – especialização: cada uma tem um tipo de público bem definido e deve ser feita para falar com essas pessoas e trazer um projeto editorial e gráfico harmônico com suas expectativas. Segunda – formato: o cuidado com a imagem, um maior apuro gráfico, papel e impressão melhores. Terceira – periodicidade: as revistas jornalísticas se diferenciam dos jornais impressos por aprofundar mais o assunto.

O presente artigo visa decompor as cinco edições produzidas, até agora, da Legal, a revista da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe. Através do método de análise de conteúdo, pretendemos, de forma embasada, caracterizar o discurso dessa revista, considerando suas especificidades e sua natureza mediática. Antes de começarmos a apreciação em si do objeto de estudo, foi necessário, primeiramente, conhecer mais sobre assessoria de comunicação, revistas institucionais e a OAB.

Assessoria de Comunicação

Assessoria de comunicação ou assessoria imprensa é um ramo dentro do composto de Comunicação, que estabelece relação entre o seu cliente – empresa, pessoa física, entidades e instituições - e a mídia. Tem como matéria-prima a informação e, como processo, sua abordagem na forma de notícia, utilizando técnicas do Jornalismo. “(...) a assessoria de imprensa que, apesar de o nome sugerir, não está a serviço da imprensa, mas faz contato a partir da empresa e se relaciona permanentemente com ela.” (CHINEM, 2003, p.11)

Nas últimas décadas, a necessidade de estar cada vez mais próximo do público interno - colaboradores e gestores - e público externo - consumidores, clientes, fornecedores, autoridades governamentais e veículos de comunicação - fez com que organizações e instituições desenvolvessem canais de comunicação eficientes e ao mesmo tempo capazes de integrarem estratégias e ações para aprimorar o fluxo de informações.

De acordo com Manual de Assessoria de Comunicação - Imprensa da FENAJ (2007), foi o jornalista americano Ivy Lee, em 1906, que inventou a atividade especializada de assessoria de comunicação.

O repórter norte-americano Ivy Lee, que havia trabalhado na editoria de economia dos jornais New York Times, New York Journal e New York World, passou a integrar a equipe do bilionário John D. Rockfell, fundador da Standard Oil, adotando estratégias de comunicação com a imprensa, a fim de esclarecer questões relacionadas à indústria de combustível e ferro do estado do Colorado. Os mineiros estavam em greve. O empresário queria divulgar informações sobre a sua indústria com relação à greve, visando atingir principalmente aos trabalhadores grevistas. Ivy Lee passou então a enviar matérias e informações à imprensa, gerando notícias favoráveis à indústria. A partir daí o grande público passou a ver o megaempresário com bons olhos. (CHINEM, 2003, p.26.)

Já no Brasil, a atividade surgiu, principalmente, após o fim da ditadura militar e início da abertura política e de mercado a partir dos anos 80. Chinem (2003) diz que antes as empresas não se relacionavam com quase ninguém, não tinham um diálogo aberto com a comunidade. Porém, diante de várias mudanças, as instituições públicas e privadas não podiam mais permanecer sem prestar contas de seus atos aos cidadãos. E nesse contexto, o jornalista passou exercer um papel essencial de preencher as lacunas entre os poderes públicos, a iniciativa privada e o terceiro setor com os meios de comunicação e, conseqüentemente, com a própria sociedade.

Empresários ou líderes de quaisquer áreas onde seja preciso dar satisfação ao público correm risco de insucesso, caso não entendam que uma estrutura de assessoria de comunicação é fundamental para sua atividade. (MANUAL DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, 2007, p. 6)

Além do contato com os veículos de comunicação, produção de releases, press kits, reportagens, notas de esclarecimento, divulgação de informações solicitadas, realização de entrevistas coletivas, clipping de notícias, organização e atualização do mailing list, edição de house organs. O Manual de Assessoria de Comunicação - Imprensa da FENAJ (2007) aponta que a ampliação das atividades das assessorias de imprensa, nos últimos anos, levou o profissional a atuar em áreas estratégicas das empresas, tornando-se um gestor de comunicação.

Revista Institucional

Alinhar a comunicação entre instituição e colaboradores, dar visibilidade as principais ações da organização, reforçar a marca, esses são alguns dos propósitos de uma assessoria, quando idealizam a composição de um informativo institucional.

Por oferecer uma peça de boa qualidade gráfica, diagramação dinâmica e fácil leitura ao folhear, as organizações estão aderindo à produção de uma revista. Uma publicação periódica – mensal, bimensal, trimestral – ligada aos interesses e objetivos da missão da instituição, focada em um público específico e não tem finalidade de venda de exemplares.

Reforçando a tendência de segmentação, as empresas produzem revistas para se comunicar diretamente com seus clientes e funcionários, além de utilizá-las para sedimentar sua imagem institucional junto ao mercado. (SCALZO, 2003, p. 47)

Conforme Scalzo (2003), as publicações institucionais surgiram no Brasil no século XIX. A primeira foi lançada no estado da Bahia, em 1965, e intitulou-se Velocípede. Depois, lojas do centro da cidade de São Paulo começaram a lançar as suas. Hoje em dia, diversas empresas produzem informativos, especificamente, revistas: OI, TAM, Petrobras, Nestlé, entre outras.

Na estrutura das revistas institucionais, as notícias não têm um espaço fixo dentro das publicações, ou seja, uma separação de conteúdo. Contudo, a construção dos textos é mais chamativa e elegante. Pois, fornece aos leitores um jornalismo mais analítico e interpretativo com notícias mais completas, acrescidas de pesquisas, documentações e riquezas textuais.

As revistas conseguem apresentar um jornalismo mais rebuscado devido ao fator tempo. Em comparação aos jornais diários, a construção dos textos delas possui maior liberdade, disponibilidade de tempo para fazer uma apuração mais precisa, ouvir várias fontes, analisar e interpretar o fato. Uma vez que não se baseia no imediatismo.

Marília Scalzo diz em seu livro que a revista é mais profunda que o jornal e menos que o livro. Enquanto, os jornais tentam discorrer um pouco sobre vários temas, os livros tratam de um só tema, já as revistas falam sobre um tema através de vários assuntos.

De acordo com Scalzo (2003), as revistas representam o papel de auxílio à educação, uma vez que aprofundam nos assuntos. São consideradas também, como fonte de informação.

Kopplin & Ferraretto (2001) afirmam que existem três tipos de assuntos que podem gerar interesse no público alvo de uma organização.

Tipos básicos de assuntos:

- Matérias sobre a organização;
- Matérias sobre os integrantes da organização;
- Matérias que indiretamente despertam o interesse do público.

Rego (1987) aponta alguns tipos de publicações que podem ser vistas em exemplares empresariais:

- Matéria Retrato – tipo perfil
- Matérias Departamentais – se escolhe um membro de uma seção e o torna objeto de reportagem
- Matérias de Ilustração – o assunto tratado não tem ligação com a empresa como, turismo, ciência, medicina, cidades e outros.

Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)⁴

Para se desenvolver um bom trabalho, é essencial que uma assessoria de comunicação conheça, profundamente, a organização em que trabalha, dessa forma facilita na hora de traduzir a vida da empresa para a linguagem jornalística, da melhor maneira possível. Por isso, faremos aqui um sucinto histórico da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe (OAB/SE).

Entidade máxima de representação dos advogados brasileiros e responsável pela regulamentação da advocacia no Brasil, a OAB é uma instituição de serviço público, dotada de personalidade jurídica e forma federativa. Autarquia federal de caráter corporativista, não mantém qualquer vínculo com a Administração Pública. Sua finalidade é defender a Constituição, a ordem jurídica do Estado democrático de direito,

⁴ As informações contidas no relato sobre a Ordem dos Advogados do Brasil e da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe neste presente artigo foram extraídas de sites de algumas seccionais da OAB nos estados brasileiros. Apenas, fizemos uma junção com algumas modificações.

os Direitos Humanos, a Justiça Social, e pugnar pela boa aplicação das leis, pela rápida administração da justiça e pelo aperfeiçoamento da cultura e das instituições jurídicas. Além disso, promove, com exclusividade, a representação, a defesa, a seleção e a disciplina da advocacia em toda a República Federativa do Brasil.

As origens da OAB se prendem com o movimento que resultou na Independência do Brasil. Logo após 7 de setembro de 1822, iniciaram-se os debates na Assembléia Constituinte e, em seguida, na Assembléia Legislativa, objetivando a fundação dos cursos jurídicos. Com a lei de 11 de agosto de 1827, foram criados os dois primeiros cursos do país, um em São Paulo, outro em Olinda. No mesmo período, entre os dos advogados, crescia a idéia de organizar uma entidade que reunisse a classe. Em 1843, o Governo Imperial aprovou estatutos do Instituto dos Advogados Brasileiros, o instituto previa na época a criação da OAB.

Todavia, somente 87 anos depois foi instituída, verdadeiramente, a Ordem dos Advogados. O ato decorreu através do artigo 17 do Decreto nº 19.408, de 18 de novembro de 1930, da lavra do Chefe Executivo Nacional, Getúlio Vargas, durante o Governo Provisório, após a Revolução de 1930.

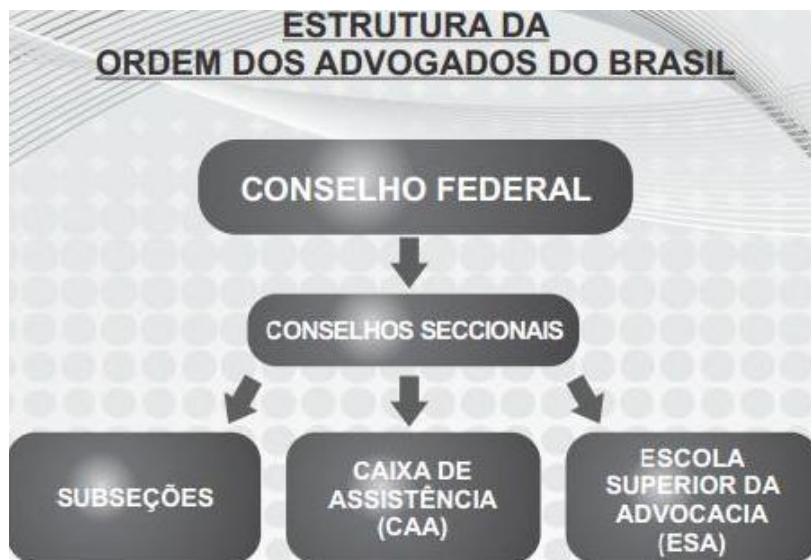


Figura 1 - Divisões da OAB

- Conselho Federal possui sua sede em Brasília/DF e é o órgão supremo da OAB;
- Conselhos Seccionais possuem suas sedes nas capitais dos Estados-Membros e do Distrito Federal;

- Subseções são criadas em cidades ou regiões, pelos Conselhos Seccionais, através de ato próprio;
- Caixa de Assistência dos Advogados (CAA) presta serviços na área de saúde e lazer, além de celebrar convênios para beneficiar os inscritos na OAB;
- Escola Superior da Advocacia (ESA) coordena atividades culturais, estudos e seminários dos inscritos na OAB.

OAB/SE

A Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe (OAB/SE) foi fundada em 12 de maio de 1935. De acordo com o termo de abertura da primeira assembléia da OAB/SE, a fundação da Ordem no Estado ocorreu na sede do Instituto da Ordem dos Advogados de Sergipe e presentes estavam vinte advogados, que haviam assinado a lista de presença. Assumiu a presidência o Dr. Leonardo Gomes de Carvalho de Leite, o mais antigo dos advogados do Estado de Sergipe, na época.

Conforme publicações da assessoria de comunicação da instituição, ao logo de seus 77 anos de trajetória a OAB/SE SE adquiriu confiabilidade e prestígio na sociedade sergipana, atuando no cenário sergipano sempre defendendo não só as prerrogativas de sua classe (valorização da advocacia e da seleção e disciplina dos advogados, campanha permanente voltada para a ética na profissão) mas, sobretudo os direitos humanos fundamentais da Constituição na Defesa do Estado Democrático de Direito. As atuais comissões formadas da OAB/SE - Direitos Humanos, Diversidade Sexual, Igualdade Racial – são uma prova.

Declarações do atual presidente da OAB/SE, em programa especial ‘Memorial da OAB em Sergipe’ de uma emissora local, reforçam o compromisso.

Os Direitos Humanos é nossa principal bandeira, mas nós temos aqui diversas comissões aqui voltadas exatamente para demandas dos cidadãos, da sociedade, a exemplo da Comissão de Direitos do Consumidor, Comissão de Estudos Constitucionais, Comissão de Direito Ambiental. Em fim, nós temos uma vasta área de atuação em defesa do cidadão, em defesa da sociedade. (PROGRAMA ESPECIAL ‘MEMORIAL DA OAB EM SERGIPE’, 2012)

Legal

A revista Legal é uma publicação quadrimestral da Seccional de Sergipe da OAB. Produzida pela assessoria de comunicação da instituição e criada, em 2011, pela gestão do atual presidente da entidade, Carlos Augusto Monteiro Nascimento, a revista possui até hoje cinco edições e tem como principal objetivo fornecer ao seu público-alvo (advogados e comunidade jurídica) informações sobre as ações desenvolvidas pela atual gestão. Como destaca o editorial da primeira edição:

OAB Legal é uma publicação da Ordem dos Advogados do Brasil, Seccional de Sergipe, formatada com o objetivo de prestar contas aos advogados de Sergipe e à toda sociedade sergipana no tocante a atuação da entidade enquanto instituição guardiã do estado de direito democrático (LEGAL, 2011, p. 5)

Dividimos a análise de conteúdo da revista em quatro grandes grupos:

- 1- Artigos – produzidos pelos próprios advogados com assuntos de interesse da área de Direito;
- 2- Entrevistas – personalidades jurídicas nacionais ou estaduais falando sobre determinada temática;
- 3- Publicidade – anúncios de empresas que compraram espaço na revista;
- 4- Notícias – matérias com conteúdo informativo. Podendo ser divididas nas seguintes temáticas:
 - Ações;
 - Cobertura de eventos:
 - Seminários, debates ou congressos,
 - Festejos ou celebrações;
 - Institucionais;
 - Convênios ou parcerias;

Artigos

Presentes em todas as edições da Legal, estes textos trazem interpretações sobre assuntos específicos de advogados especialistas. Na quarta edição, por exemplo, o artigo

“O princípio da dignidade da pessoa humana e suas peculiaridades” (LEGAL, p. 30), traz como autora Ellen Prata Gonçalves, especialista em Direito Público; e na terceira edição, Tatiane Gonçalves Miranda Goldhar, mestre em Direito Civil e especialista em Processo Civil, aborda “A proteção do direito de crédito e a mitigação da impenhorabilidade da verba alimentar do devedor” (LEGAL, p. 30).

As edições da revista trazem apenas um artigo por publicação, somente na primeira edição da revista optou-se por trazer dois artigos. O primeiro é o da assessora jurídica da Seccional, Camila Medeiros, que fala sobre “A ética na advocacia” (LEGAL, p. 10). E o segundo é o do presidente da instituição, “OAB/SE: 75 anos construindo cidadania” (LEGAL, p.22).

Entrevistas

Cada edição desta revista institucional trouxe uma personalidade jurídica nacional ou estadual para tratar de determinado assunto. Desde a primeira edição, com a entrevista do presidente nacional da OAB, Ophir Cavalcante, o sentido desta vertente da revista foi introduzir o conteúdo institucional da Ordem para o público. Em “OAB: a voz e os olhos das cidadanias”, Ophir destaca:

Fortalecimento da advocacia, que se traduz no respeito no respeito às prerrogativas profissionais. Fortalecer a advocacia é fortalecer a Justiça. No final, é a cidadania quem se beneficia desse elo. Por preceito constitucional, o advogado é essencial à administração da Justiça, e não podemos imaginar um Judiciário enfraquecido, prisioneiro de corporativismo atrasado (LEGAL, p. 8)

As demais edições trouxeram (em ordem cronológica): “Os cursos se expandiram porque o ensino se transformou em verdadeira máquina de fazer dinheiro”, entrevista com Cezar Britto, presidente nacional da Comissão Especial de Relações Internacionais da OAB; “Conferência estadual traz grandes nomes do meio jurídico nacional para Sergipe”, entrevista com Carlos Augusto Monteiro, presidente da OAB/SE; “Reforma do Código de Processo Penal é necessária, segundo secretário-geral da OAB/SE”, entrevista com Evânio Moura, secretário-geral da OAB/SE; e por fim, entrevista com Inácio Krauss, presidente da Caixa de Assistência dos Advogados de Sergipe.

Publicidade

Segundo informações da assessoria de comunicação da Seccional de Sergipe da OAB, responsável pela revista, a Legal se mantém apenas com a publicidade e conta hoje com uma tiragem de 10.000 exemplares. Analisando os anúncios publicados na revista, percebe-se a publicação de marcas e produtos voltados para a classe A e B (público-alvo da revista). Exemplo: cadeira da marca Caderode, no valor de R\$ 1,674 (LEGAL, 5ª edição, p. 2) ou apartamento no “Mansão Prime Park”, novo condomínio situado na área nobre de Aracaju (LEGAL, 4ª edição, p. 3).

Notícias

A vertente mais importante da revista são as notícias. Cerca de 80% das edições são matérias jornalísticas. Porém, por se tratarem de diferentes focos, dividimo-las em categorias:

- *Ações*

São as matérias que visam enaltecer as ações produzidas ou geradas pela hodierna gestão. Vale lembrar, neste tópico, que a Legal é, antes de tudo, um veículo institucional de comunicação entre os advogados e a diretoria da OAB/SE. A capa da segunda edição é um exemplo disto, em “Conforto e funcionalidade no exercício profissional”, matéria em alusão à inauguração de novas Salas de Advogados no Fórum de Aracaju, o objetivo supracitado se torna evidente:

O presidente da OAB/SE, Carlos Augusto Monteiro Nascimento, diz que as Salas ganham atenção especial nessa gestão, destacando-se pelo conforto e funcionalidade, mobiliadas com produtos de primeira qualidade, equipadas com computadores de última geração, impressora a laser, máquina de Xerox e TV LCD de 32 polegadas com acesso a canais por assinatura (LEGAL, p. 13).

- *Cobertura de eventos*

Outro tópico de fundamental importância nas edições da Legal são as coberturas de eventos. Desde a primeira edição, a revista buscou destacar seminários, debates e congressos, e também festejos e celebrações dos quais a OAB/SE fez parte.

Na primeira edição, destaques para as matérias: “Posse Festiva”, que aborda a noite de posse da diretoria desta gestão; “Dia do advogado”, que traz os festejos do dia do advogado; e “Grande Forró dos Advogados”, que fala da festa celebrada pela OAB/SE no mês de junho de 2010. Na segunda edição, o evento em proeminência é a “Posse no Tribunal de Justiça”, onde o novo presidente do órgão foi empossado.

Na terceira edição, o forró dos advogados volta a ser notícia em “Forró da OAB/SE: Sucesso absoluto”, assim como o dia dos advogados em “Dia 11 de agosto foi comemorado com grande festa”. A quarta edição trouxe em evidência a Conferência estadual da OAB/SE e a Conferência nacional da OAB, ambos os eventos de 2011, e por fim, a quinta edição exaltou a cerimônia de entrega de carteira aos novos advogado, em “OAB/SE entrega carteiras a 195 novos advogados”.

- *Institucionais*

A OAB/SE, através de sua revista, também busca informar aos advogados acerca de decisões, prazos e reuniões. Notícias retratando a atuação das Comissões e informes foram frequentes ao longo das cinco edições: “Atuação da Comissão de Estudos Tributários” (1ª edição); “Prestação de contas (3ª edição); “Comissão de Igualdade Racial é instituída” (4ª edição); “Comissão de Sociedade de Advogados realiza primeira reunião do ano” e “Presidentes de Comissões se reúnem” (5ª edição); dentre várias outras.

- *Convênios ou parcerias*

Este quesito poderia entrar como ações, ou até mesmo como notícia institucional, mas no nosso entendimento, esta categoria possui uma importância salutar no desenvolvimento da revista Legal, podendo, portanto, ser analisada separadamente.

Todas as edições do veículo de comunicação aqui analisado ressaltaram as inúmeras parcerias firmadas pela atual gestão da Seccional de Sergipe da OAB. São vários os exemplos: “OAB/SE firma parcerias com TJ/SE e TRT” (1ª edição); “Convênio firmado com procuradoria geral do Estado” (2ª edição); “OAB/SE firma convênio com o Banco do Brasil” (3ª edição); “OAB/SE fecha convênio com a Consulex” (4ª edição); e “OAB/SE e governo do Estado pleiteiam, juntos, a criação do 8º TRF” (5ª edição).

Conclusão

Como conclusão deste artigo, vale ressaltar que a Revista Legal da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe cumpre os seus objetivos de enaltecer e divulgar as ações da atual gestão da entidade, prepostos em seu editorial inaugural. Todavia, falta a esse veículo comunicativo características das prerrogativas de noticiabilidade, a exemplo de matérias que interessem não só ao seu público-alvo, mas a qualquer possível leitor. Quase 100 % dela é constituída de reportagens de teor jurídico, em nenhum momento inserem matérias alternativas como saúde, lazer, cultura, entendemos que assuntos não referentes ao mundo jurídico chamaria atenção dos leitores, que talvez possam estar cansados de ler apenas notícias sobre a temática.

Pensamos também que a revista por ser da instituição OAB/SE deveria dar mais destaques a organização, e não focar apenas agenda na gestão do atual presidente Carlos Augusto Monteiro Nascimento.

Tirando esses apontamentos, em suma, acreditamos que a Legal exerce de forma eficiente o seu papel ao zelar uma imagem positiva da instituição perante seu público.

Referências bibliográficas

Manual de Assessoria de Comunicação – Imprensa da FENAJ. 2007. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria De Imprensa - Como Fazer**. Summus Editorial, 2003.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. SP: Contexto, 2003.

KOPPLIN, Elisa & FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: Teoria e prática**. 4^a ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

REGO, Francisco Gaudênio Torquato. **Comunicação empresarial/Comunicação institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

CORRÊA, Thomaz Souto. **“Uma breve história das grandes revistas”**. Curso Abril de Jornalismo. Disponível em: <http://cursoabril.abril.com.br/coluna/>

LEGAL, **Revista institucional da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Sergipe**. 1ª, 2ª, 3ª, 4ª e 5ª edições.

Cartilha de Estágio da Advocacia. Disponível em:
http://www.oabrs.org.br/arquivos/cartilha_estagio_2.pdf

OAB/SE completa 77 anos de história. Disponível em:
http://www.oabsergipe.com.br/novo/conteudos_ver.php?cat=7&id=811

Programa Terra Serigy, **“Memorial da OAB em Sergipe”**. Disponível em:
<http://redeglobo.globo.com/se/tvsergipe/terraserigy/videos/t/editorial/v/o-terra-serigy-apresenta-o-memorial-da-oab-em-sergipe/1950145/>

Ordem dos Advogados do Brasil. Disponível em:
http://pt.wikipedia.org/wiki/Ordem_dos_Advogados_do_Brasil

Anexos



Capa da 1ª Edição da Legal



Capa da 2ª Edição da Legal



Capa da 3ª Edição da Legal



Capa da 4ª Edição da Legal



Capa da 5ª Edição da Legal