

Releases sobre saúde nas assessorias de imprensa das administrações públicas do ABC: produção e tendências¹

Arquimedes Pessoni²

Camila Eloá Barbosa do Carmo³

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - SP

Resumo

O artigo busca mapear e categorizar a produção de press-releases das administrações públicas do ABC na temática saúde. A pesquisa procura verificar as tendências temáticas dos textos e o tipo de mensagem emitida pelos assessores de imprensa tendo como público-alvo os jornalistas da redação nas editorias de saúde. O trabalho mapeou, dentro de um recorte temporal de um ano, a produção de 252 press-release das prefeituras de Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, acrescida de entrevistas com os autores dos textos. O resultado mostra perfis educativos e informativos nos releases.

Palavras-chave

Comunicação e saúde; Assessoria de imprensa; Comunicação pública; press-release; ABC

Introdução

As atividades prestadas por profissionais de comunicação junto às empresas privadas, públicas, ONGs, sindicatos, entre outros diferentes públicos, têm aumentado e se diversificado gradativamente desde a instituição desse perfil de serviço pelo americano Ivy Lee, no início do século XX. Como lembra Chaparro (in DUARTE, 2002, p.33),

Em 1906, ele [IvyLee] inventou a atividade especializada que hoje chamamos de assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação. Com um bem-sucedido projeto profissional de relações com a imprensa, a serviço de um cliente poderoso, Ivy Lee conquistou, por direito e mérito, na história moderna da comunicação social, o título de fundador das relações públicas, berço da assessoria de imprensa. Ou vice-versa.

No segmento público, além de uma forma de fixar uma imagem positiva por meio da mídia espontânea, as informações oriundas das assessorias de imprensa são uma obrigação do ente público, uma vez que a população precisa saber o que está sendo feito

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da USCS, email: pessoni@uscs.edu.br

³ Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda da USCS, bolsista de Iniciação Científica, email: camilaebc37@hotmail.com

com o dinheiro arrecadado pelos impostos. Amoris (2012, p.34) ressalta o papel de prestação de informação que as assessorias de imprensa abarcam no setor público:

Essa atividade, da assessoria de comunicação, no nosso caso municipal, com foco no interesse público, na formação de uma sociedade cidadã e democrática, diminuindo distâncias sociais, reduzindo as diferenças e ampliando a capacidade analítica individual em prol do coletivo não é favor algum aos municípios. O trabalho de difundir informação a mídia para que chegue a população é uma obrigação das assessorias de imprensa, em questão e, essa obrigação está prevista na Constituição Federal promulgada em outubro de 1988 instaurou um dos fundamentos democráticos do Estado brasileiro o direito à informação na defesa do interesse público. Esse modelo derruba fronteiras entre o público e o privado, abrindo espaço para a atuação do cidadão exigindo dos governantes e órgãos públicos informações em áreas tidas até então como exclusivas do Estado.

Quando o ente público trata da temática da comunicação para a saúde, a tarefa da comunicação – nesta pesquisa simbolizada pelas ações das assessorias de imprensa – não tem apenas as tarefas de publicizar as ações das prefeituras junto à população, mas por meio delas, que atingem mídia espontânea nos diversos veículos de comunicação da região, educar a população para que, munidas de informação de qualidade, possam se prevenir contra comportamentos de risco à sua saúde. Bertol (2012) salienta que a intervenção e a comunicação em saúde surgem não só como uma estratégia para prover indivíduos e coletividade de informação, pois se reconhece que a informação não é o suficiente para favorecer mudanças, mas é uma chave, dentro do processo educativo, para compartilhar conhecimentos e práticas que podem contribuir para a conquista de melhores condições de vida.

Reconhece-se que a informação de qualidade, difundida no momento oportuno, com a utilização de uma linguagem clara e objetiva, é um poderoso instrumento de promoção da saúde. O processo de comunicação deve ser ético, transparente, atento a valores, opiniões, tradições, culturas e crenças da comunidade, respeitando, considerando e reconhecendo as diferenças. Deve ainda apresentar informações educativas, interessantes, atrativas e compreensíveis, para assim alcançar os objetivos almejados. (BERTOL, 2012, p.229)

O papel da assessoria de imprensa é de extrema importância na produção de notícias e na veracidade de suas informações, pois se trata do elo entre a coleta dos fatos e a tradução por meio de impressões do texto jornalístico, algo que demanda uma grande sensibilidade para que as informações não se percam durante o processo até a matéria veiculada nos meios de comunicação. De acordo com MAGALHÃES (2012, p.20):

Antes de iniciar um texto, o jornalista precisa selecionar as informações recebidas por e-mail pelos assessores de imprensa ou obtidas por meio de pesquisas. Mas como um acontecimento ganha status e passa a ser assunto nos veículos de comunicação? Ao redigir seus textos, os jornalistas usam uma série de regras de linguagens com o objetivo de tornar as notícias mais atrativas (MUNIZ, 2009). Além disso, a imprevisibilidade dos acontecimentos faz com que as empresas jornalísticas adotem práticas unificadas para ganhar tempo na produção de notícias, prática que pode ser analisadas sob a ótica do *newsmaking*.

A função do assessor de imprensa nada mais é do que o intermédio das informações e a qualificação de fontes. O mesmo define as pautas, as classifica em grau de relevância, confere as informações fornecidas com ética, profissionalismo e técnicas de assessoria de imprensa transferindo-as para o jornal responsável. Segundo Duarte (2006,p.89),

Os assessores tornaram-se efetivo ponto de apoio de repórteres e editores (como um tipo de extensão das redações) ao agirem como intermediários qualificados, estabelecendo aproximação eficiente entre fontes de informação e imprensa. De um lado, auxiliaram os jornalistas, ao fornecer informações confiáveis e facilitar o acesso. De outro, orientaram fontes na compreensão sobre as características de imprensa, a necessidade e as vantagens de um relacionamento transparente.

Desta forma, o jornalismo - de uma maneira geral - trabalha muito melhor em nível de fonte e de facilidades operacionais devido às informações oriundas de assessorias de imprensa. Duarte (2006, p.91) reafirma essa informação quando ressalta:

Com o grande número de assessorias de imprensa aumenta a oferta de informação para os jornalistas. Lima (1985, p. 111) afirma que “muitos jornais encontrariam dificuldades para manter suas portas abertas se não pudessem contar com o material distribuído pelas assessorias de imprensa”.

Mediante essas informações, é possível visualizar que o trabalho do assessor de imprensa, além de útil, vem crescendo gradativamente com o passar dos anos. Pesquisa realizada com 300 jornalistas pela PR Newswire em 2013 mostrou que as assessorias e os envios em massa de press-releases ganharam destaque entre os profissionais de imprensa. O press-release tornou-se uma ferramenta básica para confecção de reportagens e notas e, como uma fonte oficial, é usado sem grandes restrições.

Com a popularização das assessorias de imprensa e a criação do press release, o trabalho do jornalista ficou mais ágil e fácil de ser desenvolvido ou averiguado. O press-release é uma sugestão de pauta feita por uma empresa ou pessoa física, para que sejam divulgadas informações já preparadas pela assessoria de imprensa. É possível afirmar que atualmente o press-release é uma ferramenta indispensável para os jornais, uma vez que, o

mesmo tem a função de fonte. Sua maior importância é no processo de averiguação dos fatos, algo que encurta o trabalho dos jornalistas.

O enxugamento das redações e o boom das assessorias de imprensa impactaram diretamente na quantidade de horas que um jornalista tem disponível para apuração/levantamento de pautas. Quando questionados sobre quantas horas costumam passar fora da redação por semana apurando pautas, 63% responderam de 0 a 4 horas. A opção “mais de 10 horas”, que corresponderia a um dia de trabalho inteiro na rua, foi escolhida somente por 7.49% dos respondentes, ficando em último lugar. (PR NEWSWIRE, 2013, p.3)

E com as inovações tecnológicas e a chegada de inúmeras redes sociais e meios de comunicação cada vez mais ágeis, ainda assim, poucos jornalistas utilizam essas ferramentas para a comunicação com as assessorias de imprensa e recebimento de releases. Embora grande parte dos profissionais conheçam uma ou outra dessas ferramentas, é difícil utilizarem por acreditar ser desorganizado. O meio digital mais usado é o e-mail.

Apesar de não terem se mostrado adeptos a eventos virtuais, os jornalistas brasileiros estão abertos a press-releases mais encorpados, com conteúdo multimídia, incluindo fotos e vídeos. 61.40% dos respondentes consideram este tipo de recurso útil para ilustrar matérias e notas e 26% preferem que o conteúdo apareça como link, para não sobrecarregar seus e-mails. (PR NEWSWIRE, 2013, p.6)

Em outra pesquisa, realizada também em 2013 pela ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial), intitulada "Perfil do Profissional de Comunicação Corporativa no Brasil" e envolvendo a participação de 1085 profissionais, provenientes de diversos segmentos e setores da economia, mostrou que 76% dos participantes trabalhavam no setor de serviços, sendo que 48% atuavam especificamente em agências de comunicação. Pesquisa realizada com 711 profissionais de imprensa um ano antes (2012) pelo portal Comunique-se e a Deloitte com objetivo de descobrir a visão dos jornalistas sobre diversos temas, que envolviam o seu dia a dia, o seu mercado de trabalho e a sociedade em geral mostrava a força do trabalho de assessoria de imprensa – por meio do press release na redação, conforme aponta a Figura 1.

Figura 1 – Impacto dos releases nas redações.

Meios mais utilizados para obter informações



Os resultados mostram algumas diferenças importantes na forma como editores e outras categorias de profissionais adquirem informações para a produção de seus conteúdos.

Fonte: Deloitte Touche Tohmatsu 2012

Tratando-se especificamente da área da Saúde, a troca de informações entre assessoria de imprensa e jornalistas é muito delicada, muitas vezes há um problema de comunicação onde o jornalista nem sempre entende a linguagem técnica utilizada pelos médicos, ou até mesmo não se dispõe de tempo ou espaço suficiente para abordar a matéria na íntegra. Esse problema é abordado por Personi (2003, p.1) de forma explicativa.

Muito se questiona sobre a qualidade das informações veiculadas na imprensa sobre os temas Medicina & Saúde. Por se tratar de uma área diretamente ligada à vida e à morte, a divulgação indevida de informações sobre estes assuntos pode causar sérios danos aos leitores. (PESSONI, 2003, p.1)

Esse problema explica a base do relacionamento entre os médicos e a imprensa ser tão complicado. Os jornalistas precisam das informações para pautar da forma mais clara e objetiva possível, já os médicos tem a necessidade de que as informações sejam expostas na íntegra para que não existam falhas de interpretação ou lacunas nos laudos médicos ou nos diagnósticos. Tem o agravante dos médicos terem limite de informações em alguns casos

específicos, isso independe deles, mas os jornalistas não têm limites, não aceitam essa condição. Segundo Tabakman (2013, p.76), alguns médicos evitam ao máximo o contato com a imprensa por esses motivos.

Há médicos que preferem não falar com a imprensa. Alguns a evitam para não correr riscos; outros porque julgam que a popularidade os desacredita diante de seus colegas. Há também quem enfrente entraves burocráticos e cultive o silêncio para evitar problemas internos. (TABAKMAN, 2013, p.76).

Em pequenos jornais das cidades do ABC⁴, onde o importante é vender matéria e pouco se preocupam com a veracidade das informações esse problema é constante, de acordo com Pessoni (2003, p.2):

Em jornais de menor porte, onde o carro-chefe é justamente o departamento comercial e pouco se questiona sobre o conteúdo das informações enviadas, a publicação indevida de assuntos médicos se faz mais presente. Nestes casos, a mera observação que a responsabilidade do material publicado é do autor, não minimiza a obrigação que os meios de comunicação têm em responder pela veiculação de assuntos ligados à saúde. (PESSONI, 2003, p.2)

O problema da má comunicação entre jornalistas e profissionais da área da saúde também é uma questão devidamente citada e explicada por Pessoni (2003, p.2).

Muitas vezes, o jornalista acaba sendo apressado na divulgação de determinada notícia científica e a distorce. Isso ocorre, nem sempre, por más intenções, mas por desconhecimento do assunto, excesso de confiança na fonte ou ânsia de dar a notícia. (PESSONI, 2003, p.2)

Neste sentido, o artigo busca identificar o papel educativo na área de saúde que as informações oriundas das assessorias de imprensa das prefeituras do ABC paulista¹, ampliadas e publicizadas junto aos diversos veículos de comunicação que recebem os press-releases por elas produzidos, podem representar à população. A pesquisa objetivou identificar o perfil das informações sobre a temática saúde enviadas pelas assessorias de imprensa das prefeituras das cidades do ABC por meio de press-releases e analisar do ponto de vista comunicacional e educativo a importância dessas informações pelos produtores de conteúdo das assessorias de imprensa.

Procedimentos metodológicos

⁴ ABC Paulista é composto pelas cidades de Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul.

Para realizar esta pesquisa de nível exploratório utilizamos as seguintes etapas metodológicas:

1. Levantamento documental dos press-releases das assessorias de imprensa do ABC no segmento saúde em recorte temporal de um ano, definido como o segundo semestre de 2012 até o final do primeiro semestre do ano de 2013.
2. Análise de conteúdo dos press-releases.
3. Realização de entrevistas com os responsáveis pela produção dos textos, repercutindo o resultado da análise.

Foram levantados 252 press-releases elaborados pelas assessorias de imprensa neste período, sendo 89 da cidade de São Caetano do Sul, 91 de São Bernardo do Campo e 72 da cidade de Santo André. Moreira (In: DUARTE & BARROS, 2005) lembra que a análise documental compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim. A pesquisadora acredita que, no caso da pesquisa científica, é, ao mesmo tempo, método e técnica. Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário. Moreira (2005, p.272) ressalta:

No âmbito da análise documental, o pesquisador pode deparar-se também com material de fontes primárias: pertencem a essa categoria escritos pessoais; cartas particulares; documentos oficiais; textos legais; documentos internos de empresas e instituições. (MOREIRA, 2005, p.272)

A utilização dessa fonte, de importância fundamental para o estudo, acaba por ser classificada como pesquisa documental, reiterada por Gil (1995, p. 51):

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. (GIL, 1995, p. 51)

Após levantamento dos press-releases no segmento saúde elaborados pelas assessorias de imprensa das Prefeituras do ABC foi iniciada a etapa de análise de conteúdo. Sugerido por Krippendorff (1990), o método misto de análise de conteúdo pode combinar técnicas qualitativas e quantitativas e sugere algumas etapas para um trabalho sério de análise, entre elas formular uma hipótese ou questão para a pesquisa; definir a população em questão; selecionar uma amostra adequada da população; selecionar e definir as

unidades de análise; construir as categorias do conteúdo a ser analisado; estabelecer um sistema de quantificação; treinar os codificadores e conduzir um estudo piloto; codificar o conteúdo de acordo com as definições estabelecidas; analisar os dados coletados; estabelecer conclusões e pesquisar indicações.

Todo o processo de análise de conteúdo dos trabalhos de iniciação científica em Comunicação Social da USCS segue também as etapas sugeridas por Fonseca Junior (2005, p. 290):

A análise de conteúdo organiza-se em três fases cronológicas: (1) Pré-análise: consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise; (2) Exploração do material: refere-se à análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas. Se a pré-análise for bem-sucedida, esta fase não é nada mais do que a administração sistemática de decisões tomadas anteriormente; (3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos. Operações estatísticas (quando for o caso) permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos. A partir desses resultados, o analista pode então propor inferências. (FONSECA JUNIOR, 2005, p. 290)

Para a análise de conteúdo dos releases, foram definidas as seguintes categorias: Equipamentos, Infraestrutura e Investimentos (Valores aplicados em aparelhos, ferramentas, leitos, materiais, construção de Unidades de Pronto Atendimento, Hospitais ou Postos de Saúde.), Assuntos Interesse ABC e Consórcio Intermunicipal (Notícias regionais, mudanças na secretarias da saúde ou parecer de profissionais da área, pautas de reuniões, tomada de decisões e discussões realizadas em consenso para a melhoria na área para as três cidades), Saúde do Idoso (Cuidado e prevenção de doenças, inclusão, programas de ginástica, natação ou cursos e oficinas e atividades), Dengue - Campanhas de Prevenção e Ações (Cartilhas informativas, ações bairro a bairro com profissionais especializados no assunto e mutirão de prevenção e identificação de focos do mosquito), Saúde Gestante (Cuidados e acompanhamento exclusivo com médicos da rede, acompanhados por palestras e material informativo sobre riscos presentes em uma gravidez), Campanhas, Ações e Eventos Anti Tabagismo (Material informativo sobre danos causados pelo cigarro, possibilidade de envolvimento com outras drogas por meio do vício e programa de melhoria na qualidade de vida), Verbas e Investimentos (Valores fornecidos pelo Governo Federal e Estadual para a ampliação e manutenção de campanhas, projetos, infraestrutura, profissionais e desenvolvimento da cidade em termos de Índice de Desenvolvimento

Humano e Redução da Taxa de Mortalidade), PSF - Programa Saúde da Família (Apoio total a família em termos sociais, tanto psicologicamente quanto física), Campanha, Ações e Prevenção a Alcoolismo e Drogas (Projetos sociais de reabilitação a ex usuários de drogas, apoio ao AA Alcolicos Anônimos, Material institucional e grupos de apoio e conscientização dos malefícios que as drogas podem trazer como por exemplo o PROERD), Pesquisas e Apontamentos de Números (Análises econômicas dos investimentos na área da saúde ou em áreas diretamente relacionadas com a mesma), Campanhas, Ações e Eventos - HIV e DST's, Palestras (Todas as informações disponibilizadas para a prevenção ou cuidado com doenças sexualmente transmissíveis e atenção especial a conscientizar sobre o quanto tais doenças podem afetar a vida, não só das vítimas, mas também de sua família e amigos), Cursos, Eventos e Ações a Prevenções de Doenças (Eventos educativos desenvolvidos para a melhoria na qualidade de vida, com ensinamentos e práticas para cuidado ou prevenção de diversas doenças), Vacinação - Campanhas e Ações (Eventos sobre a importância da vacina e prevenção total a doenças há muito conhecidas e mutirões), Atenção Diferenciada a Saúde da Mulher, Campanhas, Ações e Eventos sobre Odontologia (Ações em escolas, palestras e eventos para conscientizar sobre os perigos sobre doenças como câncer bucal e a importância do cuidado com os dentes e a higiene), Ginástica e Qualidade de Vida (Academias ao ar livre, centros de treinamento para todas as faixas etárias, praças e parques da cidade onde é possível desenvolver atividades físicas ou passeios agradáveis), Gestão Passada (Reclamações, críticas, sugestões e assuntos econômicos sobre a forma como a cidade foi administrada na gestão passada e o impacto da mesma na administração atual), Assuntos relacionados a Crianças e Adolescentes (Atividades, escolas, centros de especialização e assuntos sociais interligados com a área da saúde), Inclusão Social - Deficiências e Transtornos (Ações e decisões tomadas para a melhoria contínua em relação a assuntos de inclusão e auxílio ao deficiente), Campanhas, Ações e Eventos sobre Oftalmologia e Palestras (Ações em escolas, palestras e eventos para conscientizar sobre a importância do cuidado com a visão e doenças, genéticas ou não), Cursos, Eventos e Ações a Prevenções e Tratamento do Câncer (Informações sobre o que é a doença e como funciona, quais as maneiras de tratá-la e acompanhamentos psicológico para a superação da mesma).

Na última etapa da pesquisa, após a tabulação e a obtenção de dados parciais, os pesquisadores entraram em contato com os assessores de imprensa responsáveis pela

produção do material estudado para repercutir os dados e extrair impressões sobre os textos por eles elaborados. Para tanto, foi enviado questionário com as questões a seguir:

Questionário aplicado aos jornalistas:

- 1 - Quais os assuntos mais abordados nos releases?
- 2 – Em sua opinião, qual é a importância das informações fornecidas nos releases sobre a saúde para os cidadãos de sua cidade?
- 3 - Há um acompanhamento dos releases (clipping)?
Sim () Não ()
- 4 – De quanto em quanto tempo é realizado e como é feito?
- 5 - Qual a interferência política nas pautas?
- 6 - Qual a maior preocupação quando se trata de informar a população sobre a saúde?
- 7 - Independente do meio de comunicação, qual a sua avaliação de 0 a 10, onde 0 quer dizer muito insatisfeito e 10 muito satisfeito, para as diversas informações fornecidas sobre a área da saúde em sua cidade?
0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10
- 8 - Independente do meio de comunicação, qual a sua avaliação de 0 a 10, para as informações na área da saúde na região do ABC?
0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10
- 9 – Agora considerando as mídias impressas, qual sua nota para a as informações publicadas por jornais e revistas sobre a área da saúde em sua cidade?
0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10
- 10 - Agora considerando as mídias impressas, qual sua nota para a as informações publicadas por jornais e revistas sobre a área da saúde na região do ABC?
0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

Análise dos resultados obtidos

De acordo com os dados levantados nos releases das assessorias de imprensa estudadas, pudemos verificar que a presença da temática saúde foi intensa no período estudado. Ao todo, em 12 meses levantados, identificamos 252 releases publicados pelas Assessorias de Imprensa dos três municípios. Normalmente a produção dos textos é realizada por jornalistas sediados nas Secretarias de Saúde.

Segundo os jornalistas entrevistados, 98% dos releases enviados tornaram-se pautas de jornais e meios de comunicação das cidades. Foi possível observar que no primeiro semestre de 2013 foram produzidos muito mais releases do que o último semestre de 2012. Isso posto que o segundo semestre de 2012 tratou-se de um ano eleitoral e algumas informações realizadas pelo prefeito não podiam ser divulgadas, conforme exigência da lei.

Os releases tinham frequência diária e as informações mais importantes publicadas tratavam-se de campanhas de prevenção a doenças e instalação de equipamentos nas UPAS (Unidades de Pronto-Atendimento) e hospitais das cidades. A análise de conteúdo parcial apontou que dentre os três municípios do ABC, 46 releases tiveram o perfil educativo e 206 com perfil informativo.

Compreende-se como press-releases informativos aqueles que contêm informações e números sobre a área e as transmite ao receptor da mensagem sem quaisquer informação aprofundada sobre a mesma, apenas informa, de maneira que os dados fornecidos possam ser consultados. Por exemplo: press-releases que abordam índices econômicos de saúde, divulgação de campanhas ou apresentação de Unidades de Atendimento a serem inauguradas ou a disponibilização de verba para a compra de equipamentos da mesma.

Por press-releases educativos, consideramos os que contêm informações e explicações aprofundadas sobre as doenças, como causas, forma de evitar as mesmas. São considerados releases educativos, aqueles que trazem informações a mais para o cidadão. Algo que os faça entender não só o que está sendo realizado pela área da saúde em sua cidade, mas também a importância da atenção especial com a saúde e formas de evitar determinadas doenças.

Mesmo tratando-se de três municípios distintos, obtivemos nessa pesquisa opinião semelhante à avaliação dos jornalistas representando as assessorias de imprensa das três cidades. Os entrevistados informam que as principais pautas do município são: campanhas de prevenção a doenças e construção de estruturas e instalações de novos equipamentos e tecnologias nas cidades. Segundos os assessores de imprensa, os releases tem a importância de informar os munícipes de suas respectivas cidades, para que esses possam exercer seu papel de cidadão.

Com relação ao questionamento sobre o envolvimento político no teor dos releases, os jornalistas de São Caetano do Sul e Santo André informam que não há interferência política nos mesmos. Já a assessora de imprensa e jornalista da cidade de São Bernardo do Campo informa que há uma pequena participação política nos releases no sentido de informar melhor os cidadãos.

Quanto aos entrevistados, dois deles são homens e uma mulher. Todos eles formados em Comunicação e com habilitação em Jornalismo. Dentro da faixa etária de 30 a

45 anos. Em relação à experiência na área, um tem pouco menos que cinco anos e os outros dois tem mais de dez anos na função, dentro de sua respectiva prefeitura.

E ao perguntar aos jornalistas sobre qual a maior preocupação dos mesmos quanto às informações que serão divulgadas, os responsáveis pelos releases da saúde das três cidades disseram de forma unânime que o mais importante é transpor a informação de forma rápida, clara e com ética, informando ao cidadão das atividades, campanhas, mutirões e eventos. O objetivo dos textos são sempre facilitar a vida dos municípios e fazer com que eles estejam cada vez mais informados.

Os mesmos foram questionados quanto à realização de clipping e armazenamento das informações para uma consulta posterior. Todos concordaram quanto à importância desse acompanhamento e disseram que é feito sim. Para todos os casos, diariamente e que o setor de clipping monitora tudo o que foi publicado na imprensa e separa por editoriais em relatórios enviados aos prefeitos e secretários municipais.

Existem dois tipos de clippings, um deles é digital, enviando o press release para seus destinatários, cada um é um e-mail diferente, possibilitando assim o arquivo digital. Esses normalmente encontram-se disponíveis também nos sites das prefeituras, na área da secretaria da saúde. E o outro é o manual, que nada mais é do que os recortes de jornais diários, semanais, quinzenais ou mensais, todos organizados por data e guardados em pastas de arquivo com os press-releases que viraram matérias publicadas.

Considerações finais

A pesquisa, mesmo com perfil exploratório e recorte temporal reduzido, pode dar indicações significativas quanto à importância do segmento de assessoria de imprensa na produção e divulgação de notícias na área da saúde. Por contar com fontes privilegiadas e qualificadas para abordagem do assunto, os assessores de imprensa do setor público municipal conseguem obter espaço em mídia espontânea, uma vez que o poder público tem por obrigação informar a população sobre as ações – campanhas, dados qualitativos, eventos, aquisições, abertura de novos serviços de saúde – no setor e encontram nos veículos de comunicação espaço de ressonância para seu material.

O material produzido – especificamente nessa pesquisa representado pelos press-releases – chega com a tarja de “garantia de qualidade” às redações, pois são considerados como produzidos por fonte qualificada e, normalmente, com informações classificadas

como de interesse público aos leitores. Uma vez que os assessores de imprensa acabam se especializado nas áreas de atuação, imprimem caráter educativo no material produzido, haja vista que encontram no press-release espaço para abrigar informações que vão além do evento em si, por exemplo, a divulgação de uma campanha de vacinação. É justamente nesse espaço que procuram incluir informações de caráter educativo, que acabam sendo reproduzidas nos diversos veículos que se utilizam dessa fonte.

Uma outra característica peculiar, principalmente no veículos mais periféricos, é a utilização dos press-releases, que deveriam ser tomados como sugestão de pauta, como matérias completas, sendo reproduzidas na íntegra nas páginas dos informativos. Dessa forma, aumenta ainda mais a responsabilidade do assessor de imprensa na apuração das informações e na produção do texto, pois estará elaborando não apenas a sugestão de pauta, mas, muitas vezes, o texto final em si, que será lido, além do próprio portal de notícias da Prefeitura, mas em diversos veículos menores, por vezes distribuídos gratuitamente à população.

Nova pesquisa deverá ser encaminhada a partir deste estudo, mapeando os espaços obtidos na mídia a partir da emissão dos press-releases, cujo resultado poderá quantificar, com maior exatidão, a importância do trabalho das assessorias de imprensa, no segmento da saúde pública, na pauta dos veículos informativos do ABC paulista.

Referências

AMORIS, Valéria de Camargo. **O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública**. 2012. 180 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Departamento de Ppgcom, Uscs, São Caetano do Sul, 2012. Disponível em: <http://www.uscs.edu.br/posstricto/comunicacao/dissertacoes/2012/pdf/VALERIA_DE_CAMARGO_AMORIS.pdf>. Acesso em: 21 maio 2013.

BERTOL, Sônia R. Schena. Gravidez de adolescentes na mídia impressa. **Organicom**: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas / Departamento de Relações públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. – v. 1, n. 16/17 (2012). – São Paulo : ECA-USP/PPGCom/Gestcorp, Abracorp, 2012.

CHAPARRO, M.C. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, J. (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2002. p.31-51.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2006.p.89-91.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 280-315. 2005.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. IN: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 280-315. 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.

KRIPPENDORF, Klaus. **Metodologia de analisis de contenido**. Teoria y práctica. Barcelona: Paidós Comunicación/n.39, 1ª edición – España, 1997 (año de la 1ª reimpresión).

MAGALHÃES, Luana Cristina de Lima, **A produção de notícias e a relação de interdependência entre jornalistas e assessores**. São Paulo: 2012. p.20.

MOREIRA, Sônia Virginia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J. & BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p.269-279.

PESSONI, Arquimedes, **A saúde nos jornais periféricos do ABC está na U.T.I?** 2003,p.1-2

PESSONI, Arquimedes, **Assessoria de imprensa em Saúde: diagnóstico e prognóstico de mercado**. Revista Comunicação & Saúde, n.1, v.1. (2004). Disponível em: <<http://www.comunicasaude.com.br/revista/01/artigos/artigo3.asp>>. Acesso em: 18 fev.2014.

PLÁ de LEÓN, Maria Lenilde Silva. **Empresa x imprensa: uma relação produtiva**. São Paulo, IOB, 1991.

PR NEWSWIRE. **Quais são as Principais Fontes de Informação para os Jornalistas Brasileiros?** Disponível em: http://www.prnewswire.com.br/downloads/paper_prnewswire_pesquisa_jornalistas_2013.pdf. Acesso em 02 jun.2014

TABAKMAN, Roxana, **A saúde na mídia**. São Paulo: Summus Editorial, 2013.