



## Assessoria de Comunicação – Assessoria como meio estratégico para o desenvolvimento da cidade de Itararé-SP<sup>1</sup>

Gabriela Janaina RAMOS<sup>2</sup>  
Emerson Castro Firmo da SILVA<sup>3</sup>  
Universidade Positivo, Curitiba, PR

### RESUMO

Este trabalho pretende reformular a atuação da Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal da cidade de Itararé-SP. Por meio dela, busca-se desenvolver valores de cidadania, além de contribuir para o desenvolvimento do potencial turístico, utilizando ferramentas comuns a Assessorias, tendo como principal canal de comunicação o site da Prefeitura Municipal. Para isso, este projeto o reestruturou de forma que atendesse melhor as expectativas do assessorado e da população da cidade, como parte de um produto do Plano de Comunicação. Por meio de pesquisas, enquete e entrevistas, ficou definida a real necessidade de uma nova postura da comunicação, visto como o único meio de promover o desenvolvimento socioeconômico de Itararé-SP.

**PALAVRAS-CHAVE:** assessoria de comunicação; comunicação pública; Itararé.

### 1 INTRODUÇÃO

Entende-se que a comunicação seja parte fundamental do processo de desenvolvimento da sociedade, por isso este projeto busca, por meio de uma nova postura da Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Itararé-SP, atender prontamente as necessidades da população e dos governantes, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico local.

Há 12 anos a cidade conta com uma Assessoria de Imprensa que desenvolve apenas serviços básicos de atendimento à mídia local, sendo a equipe formada atualmente por um jornalista e um fotógrafo, e um estagiário de Sistemas de Informação da Prefeitura, que não tem ligação com a Assessoria, mas faz a manutenção do *site* ([www.itarare.sp.gov.br](http://www.itarare.sp.gov.br)), postando notícias referentes à cidade, porém com pouca frequência e pouco volume de informações.

Uma Assessoria de Comunicação deve ter credibilidade e servir como referência em informação sobre o assessorado. No caso da Prefeitura de uma cidade pequena como Itararé, pode exercer uma função importante de promover e atrair investimentos por meio

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e jornalista recém-graduada. Trabalho realizado no último semestre do Curso de Jornalismo, email: [gahramos@gmail.com](mailto:gahramos@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho, email: [teoriacastro@yahoo.com.br](mailto:teoriacastro@yahoo.com.br).



da divulgação dos atrativos locais, ajudando a desenvolver, através da comunicação, a cidade.

Itararé está localizada no interior do estado de São Paulo, e faz divisa com o estado do Paraná. Tem aproximadamente 50 mil habitantes (IBGE, 2007), foi emancipada há 116 anos e hoje vive principalmente do setor de comércio e serviços, tendo a silvicultura papel importante na economia, com o plantio de espécies nativas e pinos, possuindo uma das maiores áreas de reflorestamento artificial do Brasil.

O município foi local de uma importante batalha durante a Revolução de 30, quando Getúlio Vargas e suas tropas travaram lutas na divisa estadual, deixando marcas na população e na própria infraestrutura da cidade, inclusive contribuindo para o aumento da população, pois muitos soldados acabaram criando raízes e constituindo família ali (PIMENTEL, 1982). O que ficou deste tempo, como fazendas, estradas de ferro, estação ferroviária e casas antigas, foi tombado pelo patrimônio histórico e hoje é visitado por pessoas interessadas nessa história.

Foi dessa época também, que ficou conhecido o Barão de Itararé. Esse título foi atribuído ao jornalista, humorista, pesquisador e militante, Apparicio Torelly, por ele mesmo, logo após a “batalha que não houve” em Itararé. Em 1931, em meio a resquícios da Revolução de 30, era esperada que as tropas de Getúlio Vargas encontrassem ali grande resistência por entrar em São Paulo, estado de Luis Carlos Preste, porém a batalha sangrenta tão esperada não aconteceu, e o cômico Apporelly, como era chamado, se intitulou Barão de Itararé, e assim foi conhecido nacionalmente (BENEDITO, 2007).

Além disso, o potencial turístico é um ponto forte da cidade, que é integrante do Vale do Itararé, formado pelas belezas naturais de Itararé-SP, Bom Sucesso de Itararé-SP, Sengés-PR e Jaguariaíva-PR, onde são encontradas quase intocadas muitas cachoeiras, trilhas, cânions, grutas, fendas, túneis, cascatas e minas de águas cristalinas. Além do turismo ecológico, pode ser praticado também o turismo esportivo, com as práticas de rapel (descida com cordas nos cânions e cachoeiras), trekking (espécie de competição em trilhas), mergulho, caiaque, off-road (corridas com jipes, motos e caminhonetes por trilhas ecológicas) e cavalgadas e também o turismo religioso, com a visita à Gruta da Barreira, que abriga a imagem da santa católica Nossa Senhora de Lourdes, que envolve muitas lendas e crenças, como curas, milagres e a tradição que perpetua nas histórias da cidade, de que quem bebe a água das nascentes da barreira sempre volta a Itararé.

## **2 OBJETIVO**



O principal objetivo deste trabalho é proporcionar um maior volume de informações de modo sistematizado, sobre Itararé, usando como ferramenta um novo Plano de Comunicação e um *site* da Prefeitura Municipal.

Por meio deste Plano, pretende-se definir metas de crescimento e expansão da comunicação, utilizando os resultados coletados nas pesquisas de campo feitas na cidade (como entrevistas, enquetes e pesquisas bibliográficas). Com esse diagnóstico traçado sobre o atual trabalho de comunicação, o objetivo é aperfeiçoar as ferramentas de comunicação já existentes e criar outras, para divulgação das ações do governo municipal e para aumentar significativamente a participação da população.

A reestruturação do *site* da cidade é a principal ferramenta a ser utilizada, tornando-o mais informativo, no sentido de promover o potencial turístico e comercial da cidade, e mais eficaz, a fim de oferecer a possibilidade de serviços *online* para a população, sendo sempre atualizado através de matérias e entrevistas, transmitindo credibilidade e confiança, e, dessa maneira, assumir papel de referência nos assuntos relacionados à cidade.

Como função da Assessoria, também será um objetivo aumentar o número e a qualidade das informações inseridas na mídia local e regional sobre Itararé, colocando-a com destaque na mídia, para atrair investimentos para cidade, principalmente por meio do turismo.

Com tudo isso espera-se proporcionar um melhor desenvolvimento socioeconômico da cidade de Itararé-SP através da comunicação, aperfeiçoando e criando meios para isso.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Por meio do trabalho efetivo da Assessoria de Comunicação, torna-se possível estimar resultados positivos de desenvolvimento da cidade.

O *site* foi a ferramenta prática de comunicação escolhida para ser o principal meio de contato dos cidadãos com o governo municipal, por ser um meio de comunicação mais abrangente e de menor custo em comparação com outros recursos existentes. Além disso, ele pode chamar a atenção de pessoas de fora da cidade, atraindo público para o turismo, ponto forte da cidade definido pela pesquisa qualitativa, hoje pouco explorado.

Entre todas as cidades do Vale do Itararé (Itararé-SP, Bom Sucesso de Itararé-SP, Sengés-PR e Jaguariaíva-PR), a cidade em questão tem um diferencial positivo em relação às outras: É a única dentre as quatro que tem um mínimo de estrutura já pronta para receber turistas, com hotéis, restaurantes, guias turísticos e etc.



Através da Assessoria de Comunicação, pretende-se aumentar a visibilidade de Itararé, incentivando os próprios governantes e comerciantes a investir na cidade para atrair investimentos futuros, proporcionando um maior desenvolvimento socioeconômico do município.

Numa cidade pequena, com baixo desempenho da comunicação, não somente da Assessoria da Prefeitura, mas também dos meios de comunicação existentes, pretende-se reformular o modo como a informação é tratada, dando mais ênfase aos assuntos de interesse público.

A comunicação é uma ferramenta muito poderosa e estratégica se bem utilizada, como trata Jorge Duarte.

A boa atuação de uma assessoria de imprensa aumenta a visibilidade pública da organização e pode trazer efeitos mercadológicos e políticos predeterminados. Por perceber isso é que, cada vez mais, instituições brasileiras têm interesse em divulgar suas atividades e propostas pelos meios de comunicação, buscando influenciar a opinião pública. (DUARTE, 2003, p. 90).

Michael Kunczik (1986), no seu livro *Conceitos de Jornalismo*, trata desse tema, adotando o termo jornalismo de desenvolvimento como parte essencial do desenvolvimento da nação.

O jornalismo de desenvolvimento é definido como o desdobramento dos meios de comunicação durante um certo período em uma área específica a fim de agilizar ou melhorar a execução de um projeto em particular e seu propósito de informar e motivar as pessoas para a área que afeta o projeto. Além disso, [...] o jornalismo de desenvolvimento é também um instrumento que permite alcançar objetivos políticos, como a modernização ou edificação de uma nação (KUNCZIK, 2001, p. 133).

O desenvolvimento da cidade por meio da comunicação está diretamente ligado à Assessoria de Comunicação, porta voz das ações do Governo Municipal, por isso ela deve ser fonte segura de informações, mostrando transparência nos atos públicos, obtendo a credibilidade que se faz fator determinante, tanto no que diz respeito ao jornalismo correto e sério, como em administração pública.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Primeiramente foram consultadas bibliografias sobre assessoria de comunicação, tanto na sua essência como na particularidade do desenvolvimento dessa atividade em governos.

A tarefa prática inicial visou estabelecer o perfil do assessorado, apurando os pontos fortes e fracos da comunicação pública em Itararé, sendo essa a pesquisa quantitativa. Ao



todo foram preenchidos 100 questionários com nove perguntas, feitos com pessoas ligadas a cidade ou residentes.

O questionário quantitativo por meio das respostas permitiu traçar o seguinte público dentre as pessoas questionadas:

- 86% das pessoas, tem acesso diário à internet, em casa ou no trabalho.
- 52% não conhecem o site da Prefeitura Municipal de Itararé.
- 51% das pessoas se informam sobre as notícias locais, principalmente por meio de jornais impressos, 36% por meio do rádio, 34% pela internet, 29% pela televisão, 7% apontaram outros meios e 34% disseram que nem sempre conseguem obter informações locais.

- Quando precisam de informações sobre a Prefeitura, 37% alegam não conseguir, 31% conseguem apenas por pessoas conhecidas que tem ligação com a Prefeitura, 10% vão até a sede municipal, 10% ligam, 8% acessam o site institucional e 4% vão até algum órgão específico se informar.

- Atualmente as pessoas classificam a interação da Prefeitura com a população e a divulgação dos serviços e ações municipais como: 1% ótimo, 16% bom, 43% regular, 38% fraco e 2% ruim.

- 55% disseram que gostariam de ser melhor informadas sobre saúde, 54% sobre opções de lazer e turismo, 47% sobre educação, 46% sobre concursos públicos, 44% segurança, 33% serviços e campanhas e 31% sobre contas públicas municipais.

- A respeito do turismo local, 57% das pessoas apontaram que conhecem os pontos turísticos da cidade, 33% sabem que existem, mas nunca os visitaram e 10% disseram que não conhecem esses atrativos.

Fazendo então uma breve análise sobre esses dados, chegou-se a conclusão de que, a população tem acesso à internet, a maioria conhece o site da cidade, porém não o tem como principal fonte de informação por se tratar de um veículo insipiente. Além disso, elas anseiam por mais informação sobre o que acontece com a cidade, porém não sabem sequer a quem recorrer.

Para a pesquisa qualitativa foram escolhidas pessoas com conhecimento prático e teórico sobre o assunto, e pessoas ligadas à Prefeitura Municipal, como Luis Carlos Fernandes, Secretário de Finanças da Gestão Municipal 2000-2003 e Secretário de Administração da Gestão 2004-2007; Jefferson Camargo, Coordenador de Turismo da Gestão Municipal 2004-2007, atual Coordenador de Educação Ambiental e Coordenador do curso de Turismo das Faculdades Integradas de Itararé; Renato Antunes, atual Coordenador



de Turismo de Itararé; Rodrigo Perúcio Camargo, Secretário de Saúde; Adilson Antonio Menegueta, Secretário de Finanças; Fábio Marcel Barreiro, Chefe de Gabinete; Rafael dos Santos Silva, Secretário de Serviços Municipais; e Luis César Perúcio, Prefeito Municipal.

Para eles, foram feitas três perguntas, mais abrangentes e que conseguissem obter com a mesma pergunta, respostas que permitissem perceber a atual situação da cidade quanto à comunicação, à cidade em si e ao desenvolvimento do turismo, mesmo as pessoas sendo de áreas e competências diferentes.

A partir dessas três pesquisas, foi elaborado um Plano de Comunicação, que, além da transformar a Assessoria de Imprensa em Assessoria de Comunicação, prevê a ampla divulgação dos serviços oferecidos, potencializando a capacidade turística de Itararé, por meio da comunicação, usando como principal ferramenta a reestruturação do *site* da Prefeitura Municipal.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

Este projeto irá implantar um novo modelo de comunicação na assessoria da Prefeitura de Itararé. Para isso, usará um Plano de Comunicação, que atenda as suas necessidades segundo as pesquisas realizadas, contribuindo para o desenvolvimento da cidade.

Como principal produto e ferramenta desta nova fase da Assessoria de Comunicação, o *site* já existente da Prefeitura será reformulado, a ponto de ser tornar mais atrativo, acessível e útil para a população e também para as pessoas interessadas no turismo que a cidade oferece.

### **Plano de Comunicação**

O novo planejamento apresenta uma postura diferente da comunicação pública do município, mais pró-ativa e atuante.

Foram descritas todas as atividades que caberão à comunicação, que atualmente está a cargo da Assessoria de Imprensa, mas que este Plano define como Assessoria de Comunicação por disponibilizar mais serviços e exercer mais funções do que apenas relacionamento com a mídia.

Baseado nas pesquisas de campo e em livros de Planejamento Estratégico de Comunicação, principalmente no livro “Comunicação Empresarial e Plano de Comunicação”, de Maurício Tavares, o Plano possui tópicos que detalham a atuação da Assessoria, como Introdução sobre Itararé, Motivos para Fazer a Comunicação, Objetivo



Principal do Plano, Características do Público-Alvo, Objetivos e Metas, Objetivos de Comunicação, Estratégias de Comunicação, Plano de Ação, Avaliação e Controle da Campanha, Investimento da Campanha, além de um anexo com o novo *layout* desenvolvido para o *site* da Prefeitura Municipal de Itararé.

### *Site*

Com o novo *layout* criado, o *site* ganhou mais dinamismo. As cores predominantes azul e verde foram escolhidas por serem as cores do Brasão de Itararé e da logomarca da atual gestão da Prefeitura Municipal. Com mais imagens, o objetivo é preencher o espaço vazio do *site* com informações úteis e que atraiam o olhar das pessoas.

Para explorar o potencial turístico da cidade pouco divulgado, na *home* (página inicial) há imagens em *flash* (que ficam alternando automaticamente) com as belezas naturais e os lugares interessantes para serem visitados por turistas. Clicando nessas imagens, o internauta será direcionado para a página da Coordenadoria de Turismo, onde ele encontrará informações sobre como chegar à cidade, se instalar e praticar o turismo esportivo ou ecológico.

Todos os tópicos no menu lateral esquerdo foram repensados e reorganizados segundo sua relevância e utilidade para a população. Com isso, alguns tópicos foram excluídos e outros foram criados. No menu lateral direito, a opção foi retirar informações pouco ou nada importantes para quem acessa o *site* e colocar imagens para atrair os olhares, já que é cientificamente provado que nós, humanos, ao olhar uma imagem pela primeira vez, vamos do canto superior esquerdo, para o canto inferior direito, então foram colocados assuntos relacionados à Prefeitura, como Agenda, Concursos Públicos, Festas Locais (que nesse primeiro modelo será a Festa do Peão) e informações sobre o clima.

Além disso, foi organizada a parte central da página, dando destaque às notícias, alinhadas corretamente e separadas por seções.

Todo o novo projeto do site, com previsão de atualização semanal, só é possível porque a responsabilidade sobre ele e todo o conteúdo, conforme definido nas atribuições da Assessoria no Plano de Comunicação, não será mais atividade desenvolvida por um estagiário de Sistemas de Informação e, sim, pela equipe de jornalismo da Assessoria de Comunicação Municipal.

Com exceção do design, todo o conteúdo do *site* foi baseado em pesquisas realizadas com a população e com pessoas da Prefeitura.





## O diferencial das semelhanças

Alguns tópicos foram mantidos no projeto atual deste *site*, porém, todos estão realocados conforme grau de importância e de forma que fique mais funcional.

Do portal atual, foram mantidos alguns itens de identificação da cidade, com o Brasão e a imagem aérea, porém uma imagem diferente. Alguns tópicos do menu lateral esquerdo, como Leis Municipais, Notícias, Concursos Públicos, Turismo, Guarda Municipal, Secretaria da Educação, Links Úteis, Contatos, Procurar, Webmail, Registro de Matrícula e Registro de Patrimônio foram mantidos, mas em relação aos conteúdos, alguns foram alterados, criados ou simplesmente reorganizados, já que a visualização dos mesmos era confusa.

Ainda no menu lateral esquerdo foram criados alguns tópicos: Sobre Itararé, Galeria de Prefeitos, Quem é quem, Contas públicas, Sala de Imprensa, Câmara de Vereadores e Fale Com; destes, todos os conteúdos foram criados. Todos os itens foram repensados para que houvesse mais interatividade entre a população e os governantes municipais. Assim, o Fale Com permite que as pessoas entrem em contato direto com o setor que deseja falar ou, se preferir, pode entrar em contato pelo telefone, disponibilizado agora no tópico Contatos. A Sala de Imprensa disponibilizará *releases*, material de *clipping*, um espaço para cadastro de *mailing* de jornalistas a fim de aproximar o contato com eles e também para envio de material de divulgação e releases direcionados, além de um espaço para a sugestão de pautas pela população.

As Notícias agora são divididas entre Destaques e Especiais e estão em maior evidência na *home*. A primeira, com notícias factuais locais produzidas pela Assessoria, e a segunda com mensagens de serviço e curiosidades que facilitem a vida da população, que poderão ser criadas internamente ou retiradas de portais de Governos Estaduais ou Federais.

Para esta situação, foi criado o Fórum da Prefeitura Municipal de Itararé, que traz discussões temas como obras municipais, educação, turismo, segurança e etc. Basta criar um *login* e senha de acesso para participar. Outra opção dentro do site são as enquetes que agora fazem parte da *home*. Para participar é só responder a questão clicando em uma das opções pré-estabelecidas.

Na lateral direita da página, foram excluídos Usuários *Online* e Estatísticas, por terem sido julgados desnecessários, e neste espaço foi colocada a Agenda, para que as pessoas possam acompanhar a agenda do Prefeito e do município, com datas comemorativas, dias de campanhas, de serviços que serão realizados, de eventos municipais e qualquer acontecimento programado previamente que seja de interesse da população.





Além disso, também há um destaque para Concursos Públicos, já que, segundo pesquisa com a população, há pouca divulgação, e Festa do Peão, que é um evento tradicional de comemoração do aniversário da cidade, onde estarão notícias e serviços sobre o evento. Esse último tópico poderá ser modificado a cada festividade ou evento importante da cidade, a ideia é que seja um meio de divulgação de uma atração de lazer para a população.

Importante ressaltar que o *site* criado por este trabalho não foi implantado nesse primeiro momento, estando atualmente *online* o portal que já havia sendo mantido pela Prefeitura Municipal. A visualização deste novo material ainda só é possível no formato HTML, sem ser necessário o acesso à internet.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A pesquisa e o planejamento deste trabalho seguiram por caminhos surpreendentes, mesmo que previstos. A necessidade de uma reestruturação na forma de tratar a informação e fazer comunicação na Prefeitura Municipal de Itararé foi por mim observada principalmente durante os anos da minha vida acadêmica. Porém, depois de três anos tendo essa percepção, e não vendo a situação mudar, acreditei que não era uma necessidade sentida pelos governantes municipais, ou pela população. Cheguei a pensar que todos estavam cegos para essa situação. Mas me enganei.

O desenvolvimento da cidade esbarra na falta de comunicação pública efetiva e de verba para financiar, assim como na falta de pessoas determinadas que saibam o que fazer. Diagnostiquei esse panorama por meio de pesquisas com os governantes e com a população, e a decisão é unânime: é preciso reorganizar a comunicação, obter informação por uma via de mão dupla, onde os governantes ouçam a população, e esta saiba o que eles estão fazendo para o progresso da cidade; é preciso também colocar em prática medidas de planejamento de comunicação que promovam o potencial turístico da cidade, visto hoje como única possibilidade de desenvolvimento econômico, e por meio disto, também desenvolvimento social e cultural do povo itarareense.

A assessoria de comunicação prevista por este trabalho tem plenas condições de sanar os problemas de comunicação da cidade. As características próprias da comunicação integrada podem agir de forma a usar todo potencial, como ações que estejam sendo desenvolvidas pela Prefeitura ou até mesmo o turismo ainda deficiente, para colocar a cidade em voga nos noticiários regionais e estaduais, tornando a cidade mais conhecida, e principalmente, mais reconhecida por suas boas ações. Essa interação acarretaria em mais interesse da própria população pelos assuntos que dizem respeito ao município, e edificaria



também, a presença de valores de democracia e cidadania, onde o povo tem voz e é ouvido, um dos objetivos específicos deste trabalho de comunicação.

O *site* institucional, produto-piloto escolhido para evidenciar este projeto, além de ser notoriamente por meio de pesquisas, comprovado como o meio que permite maior alcance, é também o meio mais democrático, reforçando mais ainda os valores almejados por este trabalho.

Finalizo este trabalho acreditando ainda que, com a efetivação deste planejamento, Itararé possa crescer e desenvolver suas potencialidades por meio da comunicação, agregando mais valor as suas ações, e permitindo que a cidadania possa contribuir e somar para que a população, e assim a cidade, prospere e possa alcançar o desenvolvimento sócio econômico esperado.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BENEDITO, Mouzar. **Barão de Itararé** – Herói de três séculos. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

Coordenadoria de Turismo e Educação Ambiental de Itararé: <http://www.itarare.sp.gov.br/tur/> (*site* acessado em 17/03/09).

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

IBGE: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> (*site* acessado em 16/03/2009)

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação**. 2.ed. São Paulo: Edusp, 2001.

PIMENTEL, Adriano Queiroz. **Apontamentos Históricos de Itararé**. Itararé-SP, 1982.

Prefeitura Municipal de Itararé: <http://www.itarare.sp.gov.br/pmi/> (*site* acessado em 16/03/2009).

TAVARES, Maurício. **Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação**. 2 ed. Atlas, 2009.