

Transformações no relacionamento administração pública federal/imprensa

Jorge Duarte¹ , André Giusti²

Resumo: O presente relato de pesquisa trata das transformações no relacionamento com a imprensa em órgãos da administração pública direta e indireta do Governo Federal no período 2003 a 2013. A pesquisa de campo teve características exploratórias e foi realizada a partir de entrevistas semiestruturadas com profissionais que desempenham atividade em Brasília. Buscou-se identificar as transformações detectadas pelos entrevistados, estimular a compreensão da situação atual e permitir reflexão sobre perspectivas. Os resultados sugerem aumento do respeito pelo trabalho dos assessores de imprensa por parte dos jornalistas que atuam em redações; uma necessária ampliação da qualificação do profissional; uma visão mais abrangente dos assessores em relação à comunicação; e um domínio mais seguro do potencial e uso das novas tecnologias para informação e interação não apenas com jornalistas, mas também com outros públicos.

Palavras-chave: Assessorias. Imprensa. Jornalistas. Fontes.

Abstract: This research paper deals with changes in the relationship with the press on the direct and indirect public administration bodies of the federal government from 2003 to 2013. Field research had exploratory characteristics and was developed using semi-structured interviews done with professionals performing activities in Brasília. The research aimed at: (i) identifying changes spotted by interviewees; (ii) boosting the understanding of the current situation and (iii) pondering over perspectives. Results suggest an increase in the consideration towards the work developed by press agencies coming from journalists working on newspapers (news media); the need to improve the qualification of the press agencies; a more comprehensive view from press agencies towards communication; and a mastering of the potential and use of new information technologies as well as interaction not only with journalists but also with other public.

Key words: Press Offices. Journalists. Sources.

Resumen: El presente relato de investigación busca las transformaciones en la relación con la prensa en los órganos de la administración pública directa e indirectamente por el Gobierno Federal en el periodo 2003-2013. La investigación de campo fue exploratorio y características se llevó a cabo entrevistas semi-estructuradas con profesionales que desempeñan actividades en Brasilia. Tratamos de identificar los cambios detectados por los entrevistados, fomentar la comprensión de la situación actual y permitir la reflexión sobre las perspectivas. Los resultados sugieren un mayor respeto por el trabajo de los responsables de prensa de los periodistas que trabajan

en las salas de redacción, una necesaria expansión de la cualificación profesional, una visión más completa de los asesores en relación con la comunicación, y un área de un uso más seguro y el potencial de nuevas tecnologías de la información y la interacción no sólo periodistas, sino también con otras partes interesadas.

Palabras clave: Asesorías. Prensa. Periodistas. Fuentes.

¹Jorge Duarte, j_duarte@terra.com.br; jornalista, relações-públicas e Doutor em Comunicação. Professor de pós-graduação do Centro Universitário de Brasília.

²André Giusti, andregiustim68@gmail.com. São também autores: Ana Patricia Loinaz, ploinaz@hotmail.com; Carla Carvalho, carlacarvalho.carla@gmail.com; Carlos Américo, carlos.americo@gmail.com; Carolina Vera Cruz Mazzaro, carol.mazzaro@gmail.com; Daniela Rabello Nogueira, danielarabello@gmail.com; Dardêmora Tathielen Gouvêa, dgouvea@alelo.com.br; Flávia Gontijo, flaviagontijocorrea@gmail.com; Isabelle Amaral, isabellegamaral61@gmail.com; Julyana Cristina, julyanacristina_contatos@yahoo.com.br; Juliana Nogueira, junogueira88@gmail.com; Sizan Luis Esberci, sizanluis@yahoo.com.br; Kíssila Vasconcelos, kissilan@gmail.com; Lara Cristina, laracristinafs@gmail.com; Luciana Silveira, lucianabade@hotmail.com; Luis Felipe Silva, lulipe@gmail.com; Marcela Machado, marcelafmachado@gmail.com; Marília Milhomen, marilia.milhomen@gmail.com; Oniodi Gregolin, oniodi@gmail.com; Rafael Bicalho, rafael.bicalho@uol.com.br; Renata Bittes, rrbittes@gmail.com; Sílvia Cavichioli, silvia.cavichioli@gmail.com; Thiago Flores, thiagofloressoares@gmail.com e Walquene Sousa, wal0410@gmail.com. Todos são pós-graduandos em Gestão da Comunicação nas Organizações no Centro Universitário de Brasília (UniCeub).

INTRODUÇÃO

A prática de divulgação jornalística e de atendimento às demandas da imprensa é uma das atividades de comunicação mais relevantes no âmbito do serviço público e está presente em praticamente todos os órgãos, geralmente caracterizadas sob o nome de assessorias de imprensa. Sua origem no Brasil remonta há mais de cem anos. Embora a divulgação por veículos de comunicação tenha ocorrido anteriormente, apenas em 1909, no governo Nilo Peçanha, quando surge o primeiro registro de uma área específica para atendimento à imprensa (Duarte: 2011, 52).

No governo federal, a estrutura de comunicação com a imprensa teve um primeiro processo de organização durante o período de 1939 a 1945, quando, sob o Regime Vargas, em um contexto ditatorial, a comunicação com a sociedade passa da ênfase no uso do rádio e da mídia impressa para um sistema amplo e organizado por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e dos Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips). Esse sistema envolve todo um aparato que inclui não apenas a imprensa, mas teatro, cinema, música (Duarte: 2011, 54). Depois do fechamento do DIP, em 1945, a reorganização de um novo sistema volta a ocorrer no Regime Militar, também dentro de um pano de fundo autoritário. Chaparro (2011, 12) conta que o novo ponto de partida foi o I Seminário de Relações Públicas do Executivo, em 1968, com a participação das áreas de comunicação de dezesseis ministérios. Ali, teve origem um Sistema de Comunicação que incluiu a articulação entre as diversas estruturas do Poder Executivo Federal (Singer et al, 2010) para, inclusive, coordena o atendimento à imprensa.

As áreas de atendimento à imprensa do governo federal tiveram uma mudança fundamental a partir da redemocratização do País, na década de 1980, quando a imprensa tornou-se a mediadora mais importante entre a informação governamental e as demandas por informação da sociedade. Nos anos seguintes, com a reforma do Estado, a ampliação das demandas da sociedade, a exigência de concurso público para contratação de profissionais o atendimento à imprensa passa a ser alterado e aperfeiçoado.

Este estudo tenta capturar aspectos mais recentes das transformações, descrevendo e analisando os últimos dez anos, período em que houve a incorporação das ferramentas de internet aos processos de produção e distribuição de conteúdo, incluindo a adoção de estratégias para as chamadas mídias sociais, a necessidade de comunicação dirigida com múltiplos públicos, a terceirização de serviços antes executados por profissionais ligados diretamente aos órgãos e os editais que legitimaram a contratação de agências de comunicação para contratação de serviços especializados de assessoria de imprensa e análise de mídia.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Apresentamos neste trabalho os resultados da pesquisa de campo cujo objetivo foi caracterizar as mudanças nas assessorias de imprensa no período compreendido entre 2003 e 2013, situação atual e perspectivas. A pes-

quisa foi executada por alunos da turma 2012 "B" de pós-graduação em Gestão da Comunicação nas Organizações do Uniceub. O trabalho de coleta das informações foi realizado por cinco grupos de até cinco alunos cada, entrevistando, cada grupo, de quatro a cinco assessores de imprensa que desempenham atividades de relacionamento com a imprensa nas administrações direta e indireta do Governo Federal³ há pelo menos dez anos.

O trabalho de coleta das informações foi realizado por cinco grupos de até cinco alunos cada, entrevistando, cada grupo, de quatro a cinco assessores de imprensa que desempenham atividades de relacionamento com a imprensa nas administrações direta e indireta do Governo Federal há pelo menos dez anos.

Para enfrentar o desafio, os autores optaram pela pesquisa qualitativa, em que, conforme descrição de Demo (2001, p.10) os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo aberto e crítico com a realidade. A seleção dos entrevistados foi baseada na viabilidade, a partir de proximidade ou disponibilidade (Duarte: 2005), sem repetição de fontes ou instituições. O tempo mínimo de atuação em assessoria de imprensa estabelecido foi de dez anos e, no momento da entrevista, prevaleceu o critério de estarem no Poder Executivo Federal em atividades que incluam interação com a imprensa. As entrevistas foram presenciais, gravadas e duraram pelo menos 30 minutos. Os resultados obtidos foram sistematizados em relatórios por grupo e apresentados e discutidos em seminário. Posteriormente, foram consolidados pelos dois primeiros autores na primeira versão do presente relato geral de pesquisa, sendo, então, submetidos a todos os entrevistadores. Não foi objetivo estabelecer qualquer tipo de descrição quantitativa, obter generalização ou extrapolação dos resultados.

Para obtenção de informações junto às fontes, optou-se pelo uso da técnica de entrevistas semiestruturadas, caracterizadas como as que partem "de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante" (Triviños: 1990, 146). As entrevistas em profundidade possuem certo grau de estruturação inicial, mas são flexíveis e adaptáveis às respostas dos entrevistados, garantindo que os resultados tenham mais relação com o que ocorre no mundo real do que com os pressupostos originais e que sejam aprofundados os aspectos mais relevantes do tema proposto, ao garantir uma participação efetiva do entrevistado na definição do conteúdo da pesquisa.

³Assessores entrevistados: Ada Suene (assessora de imprensa do Ministério dos Transportes), André Luis de Quaresma Carvalho (assessor de imprensa do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome), Ayana Figueiredo (assessora de imprensa do Conselho Nacional de Saúde), Bruno Ramos (assessor de imprensa da Polícia Federal), Cláudia Guerreiro (assessora de imprensa do Ministério do Desenvolvimento Agrário), Darse Arimatea Ferreira Lima Junior (diretor de Comunicação do Ministério do Turismo), Emanoela Voltolini (assessora de imprensa do Ministério do Planejamento), Eumano Silva (assessor de imprensa do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade-Icmbio), Fátima Gomes (assessora de imprensa do Ministério da Saúde); Giovani Santoro (assessor de imprensa da Superintendência da Polícia Federal em Recife); Gisele de Melo Maeda (assessora de imprensa da Controladoria-Geral da União), Giselly Siqueira (assessora de imprensa da Procuradoria Geral da República - Ministério Público Federal), Janete Porto (assessora de imprensa do Ibama), Laura Toledo (assessora de imprensa da Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel),

A matriz adotada, como prevê a técnica de entrevistas semiestruturadas, foi apenas ponto de partida para o levantamento de informações que permitam analisar não só o papel de cada ator, mas o sistema e as variáveis que o afetam. A matriz das entrevistas foi a seguinte: a) Mudanças na relação das assessorias com os jornalistas no período 2003-2013; b) Transformações recentes na relação das assessorias com as fontes e dirigentes; c) Mudanças na atividade de assessoria de imprensa ao longo dos últimos dez anos; d) Perspectivas da atividade de assessoria de imprensa.

levantamento de informações que permitam analisar não só o papel de cada ator, mas o sistema e as variáveis que o afetam. A matriz das entrevistas foi a seguinte: a) Mudanças na relação das assessorias com os jornalistas no período 2003-2013; b) Transformações recentes na relação das assessorias com as fontes e dirigentes; c) Mudanças na atividade de assessoria de imprensa ao longo dos últimos dez anos; d) Perspectivas da atividade de assessoria de imprensa.

MUDANÇAS NA RELAÇÃO DOS ASSESSORES DE IMPRENSA COM OS JORNALISTAS

Os depoimentos caracterizam mudanças no relacionamento cotidiano entre assessores de imprensa e jornalistas, originadas, em grande medida, pelas transformações nos campos político e tecnológico, refletindo no comportamento e na qualificação profissional de ambos os grupos.

As entrevistas indicam que o respeito cresceu nos últimos anos em decorrência do reconhecimento de que a atuação eficiente da assessoria de imprensa é fundamental para o trabalho das redações e da crescente qualificação dos profissionais de assessoria para o desempenho da tarefa. Segundo os entrevistados, há dez anos, era comum a percepção de que os jornalistas estavam interessados exclusivamente em crises e consideravam assessores como barreiras ao acesso às informações. “A fase mais crítica do relacionamento foi superada e hoje o jornalista tende a avaliar o profissional de assessoria de imprensa como alguém capacitado para ser o elo entre ele, jornalista, as informações e a fonte do órgão público.” Não é possível caracterizar, no conjunto de entrevistados, se houve uma melhor gestão nas assessorias ou simples redução de preconceitos por parte de jornalistas. “A imagem de que o assessor estava ali para esconder ou maquiar fatos se diluiu na percepção de um profissional facilitador”, resume um entrevistado.

Talvez um dos motivos desta equalização de interesses esteja na maior necessidade de conteúdo por parte dos jornalistas e a capacidade de fornecimento pelas assessorias. Entrevistados relatam contradição entre a maior necessidade de volume e rapidez na produção de matérias para atender às diferentes plataformas dos veículos

Luís Cláudio Guedes (assessor de imprensa do Banco do Brasil), Patrícia Gripp (assessora de imprensa do Ministério das Cidades) Patrícia Linden (diretora do Departamento de Relações com a Mídia Regional da Secretaria de Comunicação da Presidência da República), Renato Hoffmann (assessor de imprensa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - MCTI), Rose Lane César (chefe de comunicação da Embrapa Estudos e Capacitação), Virgínia Rodrigues (assessora de comunicação da Superintendência de Mato Grosso do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - Incra).

de comunicação e a paralela redução no número de setoristas e jornalistas especializados. O resultado é que os assessores avaliam que o conteúdo gerado pela imprensa sobre os temas que conhecem carece de aprofundamento. Um traço comum para os entrevistados é que, em situações de rotina, o jornalista recebe o release e não investiga mais o assunto. “Aceitam o texto da assessoria como final, o que não é o ideal”, explica um entrevistado. Talvez a avaliação surja do fato desses profissionais lidarem com enorme quantidade de veículos diferentes que acessam as páginas online e reproduzem, muitas vezes, textos e gravações na íntegra. De qualquer forma, esta avaliação não se aplica aos grandes veículos.

Se, de um lado, há indicações de uma cobertura mais “suave” e superficial em temas de rotina, por outro lado, quando a pauta é mais disputada entre jornalistas e mais relevante ou polêmica, os atritos são mais frequentes. Arrogância, preconceito, falta de preparo, de conhecimento do assunto e agressividade no trato com os assessores de imprensa e fontes são características citadas como presentes em temas sensíveis ou particularmente quando a pauta é originária das redações. Parcialidade explícita dos veículos e ênfase denunciante acentuadas pela pressa exigida pelo jornalismo online, consolidado nos últimos anos, geraram um constante ambiente de gerenciamento de crise em algumas assessorias e frequentes embates, com consequências na apresentação do noticiário. “Há quatro meses, não passamos uma semana sem enviar uma carta corrigindo informações veiculadas erroneamente. E, na maioria dos casos, por falta de entendimento do jornalista ou por cumprir a pauta, mesmo com a resposta da área, da maneira que ele gostaria de escrever”, exemplificou uma assessora do Ministério do Planejamento. Sobre o chamado real time, a assessora da Anatel observa que a prioridade frequentemente é a velocidade e não a precisão e dá um exemplo característico: “o jornalista para de prestar atenção na coletiva e no assunto que está sendo tratado, concentrado em fazer o post e não ser o último a colocar aquela informação no site ou na rede social”. As relações também estão mais impessoais, de acordo com os entrevistados, e isso, em boa parte, se deve ao advento da tecnologia, que reduz o contato direto, mesmo telefônico, com as fontes. As assessorias, por exemplo, adotam cada vez mais a exigência de que as demandas sejam enviadas por e-mail, como forma de oficializar o que está sendo pedido pelo jornalista e registrar claramente o que está sendo respondido pelo órgão procurado. O contato pessoal, quando existe, pode tornar-se tenso devido a um procedimento comum, principalmente dos repórteres menos experientes, que cada vez mais procuram as assessorias e fontes, não para levantar e checar informações, mas buscando apenas confirmá-las. Misturam-se na abordagem da imprensa, muitas vezes, o tom inquisitório nas abordagens, a falta de preparo sobre o tema e uma tese pré-formulada nas redações.

De acordo com os entrevistados, é difícil demover jornalistas da ideia de que é insustentável a tese da reportagem que desejam fazer. É como se não estivessem incumbidos de produzir a apuração de uma pauta jornalística, mas apenas de confirmar um viés formatado previamente pelos editores, independentemente da apuração. Os jornalistas que vão a campo parecem, por sua vez, ter dificuldade de convencer seus chefes. “Hoje, quando o jornalista nos procura, ele não quer uma informação. Ele quer a confirmação da tese que está na cabeça dele.

E quando ele não acha a resposta do jeito que ele quer, faz um arranjo para encaixar na tese. Já ligam com a matéria escrita”, avalia a assessora do Ibama. Entrevistados relatam que é possível interpretar que jornalistas já telefonam com a expectativa de que a assessoria não vá atender a ligação, para que na matéria saia a informação de que o órgão foi procurado, mas não se pronunciou. Comum também parecem ser jornalistas ligarem em horário demasiado tarde, aparentemente a fim de evitar obter o desmentido a uma informação.

TECNOLOGIA E MUDANÇAS

A tecnologia alcança destaque principal nas observações dos assessores entrevistados sobre transformações ocorridas na última década. Esses profissionais avaliam, de um lado, que, se os jornalistas tiveram o trabalho facilitado, ao mesmo tempo tenderam a ficar mais acomodados na apuração a partir das possibilidades de uso da internet, padronizando a informação que circula nos diferentes ambientes. O profissional de comunicação organizacional, do mesmo modo, passou a se conectar, buscando dominar conhecimentos de outras áreas e se adaptar às transformações tecnológicas, mesmo que aparentemente o domínio das ferramentas e possibilidades não seja frequente. Um depoimento exemplifica: “o twitter foi divisor de águas. Passou a exigir do assessor de imprensa maior agilidade, eficiência nas respostas e habilidade de interagir com diversos públicos, de diferentes classes, idades, formação acadêmica. As fontes se multiplicaram e ficaram mais acessíveis”. Comum em todos os relatos é a observação de que as transformações operadas na última década na comunicação impactaram não apenas na atuação dos assessores de imprensa e jornalistas, mas também nas exigências em relação ao conhecimento necessário para desempenhar o trabalho. Exige-se o domínio de diversas novas tecnologias e ferramentas relacionadas à informática e internet - um conhecimento não apenas de operacionalização, mas de gerenciamento da comunicação.

Uma das consequências é que há maior facilidade e agilidade, mas maior carga de trabalho e exigências, justamente porque a tecnologia permite contato permanente com as tarefas da assessoria. Um smartphone dá acesso contínuo aos e-mails, à movimentação das redes sociais em torno do órgão assessorado, tornando o profissional de comunicação disponível para qualquer um, a qualquer hora do dia. Ao mesmo tempo, o dirigente também fica conectado e mais facilmente aciona o profissional de assessoria, que vive numa espécie de turno de trabalho ininterrupto. Um exemplo citado é o horário de atuação. Se antes, o assessor esperava o clipping no órgão para começar o dia de trabalho, hoje já o recebe em casa, no computador, celular ou tablet, e cedo já começa a atuar para resolver as demandas do dia. As avaliações acerca da influência da tecnologia no trabalho das assessorias de imprensa sugerem que existe, e haverá ainda mais, novo direcionamento no trabalho das próprias assessorias. O foco das ações de assessoria de imprensa está se voltando menos para a grande mídia, a tradicional imprensa de referência, e passando a atuar cada vez mais diretamente para a sociedade em geral e os públicos específicos do órgão. “Percebe-se que o setor de comunicação voltou-se para o todo

e não somente para o jornalismo”, diz um entrevistado. Há preocupação com o que é veiculado nas mídias sociais, acompanhamento do posicionamento dos stakeholders, dos debates públicos, as demandas via Lei de Acesso à Informação e com as opiniões e críticas que chegam por meio dos serviços de atendimento ao usuário. Essa nova realidade, admitem os entrevistados, leva os jornalistas, tradicionalmente refratários ao contato com o público geral, a desempenhar funções de seus pares na configuração acadêmico-tradicional da comunicação – publicitários e relações públicas. Na prática, mantém a atividade de assessoria de imprensa e assumem o papel tradicionalmente reservado no Brasil ao relações-públicas. Ou seja, gerenciam as relações, pelo menos informativas, com grande parte, senão com todos, os públicos da instituição.

O perfil multitarefas, uma exigência que é citada há pelo menos duas décadas, parece ter-se tornado comum em órgãos em que a assessoria de imprensa era praticamente a única área formal de comunicação. Os profissionais, naturalmente, assumiram a necessidade de possuir conhecimento em diversas áreas, inclusive domínio de redes sociais e isto se reflete na estrutura das próprias assessorias. Já surgem como tendência núcleos bem estruturados para a comunicação online com foco nas mídias sociais. Um exemplo tradicional é o da Assessoria de Comunicação do Ministério da Saúde, que mantém o Blog da Saúde, um dos mais acessados do serviço público. Depreende-se, então, da vivência profissional dos entrevistados, que não é mais o caso de se falar no surgimento de novas ferramentas, mas de instrumentos consolidados para a execução de uma tarefa cada vez mais exigida dos assessores: dialogar diretamente, e não mais apenas por meio da imprensa tradicional, com os diferentes públicos da instituição respondendo seus questionamentos, atendendo queixas e demandas.

Assim, fica caracterizada uma importante mudança no perfil do assessor, que deixa de ser de imprensa para ser um gestor de processos comunicativos, assumindo a responsabilidade de se tornar um estrategista com capacidade de analisar no todo o cenário de comunicação do órgão para o qual trabalha. E isso, destaca-se de algumas opiniões, é questão de sobrevivência no mercado.

FONTES E MUDANÇAS NAS ASSESSORIAS

Nos últimos dez anos mudou a forma de relacionamento de assessores com assessorados, porta-vozes e fontes de uma maneira geral. E essa mudança começa pela maior compreensão de que as fontes vêm adquirindo em relação não apenas à importância da assessoria de imprensa, mas também pelo reconhecimento de que o setor possui papel estratégico na forma como o órgão – um ministério, por exemplo – vai ser percebido pela sociedade. Cada vez mais o assessor de imprensa está presente na discussão dos níveis hierárquicos superiores, participando do planejamento estratégico e das decisões gerenciais e tendo acesso mais facilitado ao corpo dirigente. A assessoria de imprensa amadureceu, deixou de lidar apenas com jornalistas, ganhou espaço, subiu na hierarquia, passou a participar das decisões e a influenciar os processos de gestão, acreditam os entrevistados, numa

avaliação não unânime, mas predominante. “Nos EUA e no Reino Unido esse movimento é anterior”, observa Darse Arimatea Ferreira Lima Júnior. “No Brasil, cada vez mais há diretores de comunicação sentados à mesa com os dirigentes. O papel da assessoria mudou ao longo dos anos. Antes era um apêndice reativo para blindar e abafar. Hoje os dirigentes estão mais preparados e sabem que a assessoria não faz mais só isso. A proatividade e a reação mais eficiente às crises são exemplos”.

Conclui-se, com base na avaliação dos entrevistados, que a percepção pode ser definida a partir de dois fatores contemporâneos: a maior cobrança que esta mesma sociedade faz ao Estado para que ele aja com transparência na condução do dinheiro e das políticas públicas (hábito adquirido na redemocratização do País, com a aquisição da própria consciência de cidadania, corroborado pela Constituição Federal e a constante ampliação e aperfeiçoamento das diferentes legislações relacionadas à transparência) e a acessibilidade aos negócios do Estado, possibilitada por mecanismos institucionalizados, entre os quais merece destaque a Lei de Acesso à Informação, sancionada no final de 2011. A Lei é avaliada como fator recente que ajudou a consolidar uma cultura de transparência no serviço público. Informações antes confidenciais, não organizadas ou ignoradas tornaram-se acessíveis e os jornalistas passaram a obter dados e fazer pesquisa sem precisar das fontes tradicionais.

O contínuo aperfeiçoamento das atividades de comunicação com a incorporação de ações planejadas e integradas com as outras áreas da instituição, a exigência de resultados mensuráveis e prestação de contas contribuíram para o melhor entendimento, aceitação e respeito à assessoria de imprensa, tornando dirigentes e fontes mais acessíveis e parceiras do ao longo dos anos. Muitos profissionais atuam como uma “sombra” do dirigente principal, acompanhando, dirigindo e orientando sua atuação junto à imprensa. Alguns se veem como guardiões da instituição, numa função estratégica de apoio à gestão. Apesar disso, ainda é fundamental identificar o perfil da chefia. Num ambiente político, em que a capacidade de gestão não é necessariamente o atributo mais importante do ocupante do cargo, é comum que homens públicos coloquem na liderança da comunicação a pessoa por critérios de conhecimento pessoal e não por competência. Além disso, nem sempre as condições de profissionalização do trabalho e qualificação da relação ficam estabelecidas. Caso a chefia seja mais aberta, a relação do assessor com a imprensa torna-se mais qualificada, mas há casos em que a área de comunicação pode, ainda, ser completamente ignorada, tendo papel meramente burocrático, um tipo de mero operador de demandas dos dirigentes e da imprensa, modelo considerado padrão nos estágios anteriores, particularmente até o final do século XX.

Ainda assim, o cenário geral é mais favorável ao trabalho do profissional de comunicação que atua em relações com a imprensa dentro de um órgão público, embora persistam problemas tradicionais. Um exemplo trazido por entrevistados é o da fonte ou porta-voz que determina o que deve ser feito pela área e comunicação, mesmo sem conhecimento do assunto. Outra citação comum é a disparidade no comportamento das fontes com a imprensa: ou há interesse exagerado em falar com jornalistas ou foge-se deles e esconde-se a informação. Há, também, a falta de compreensão dos gestores sobre o trabalho da imprensa e sobre as peculiaridades de

agilidade que a relação com a imprensa exige, além da desconfiança das fontes – principalmente de áreas técnicas – em relação aos jornalistas, muitas vezes justificada. Isso ocorre não apenas quando se trata de prestar informações solicitadas pela imprensa, mas também nas demandas internas da própria assessoria, que precisa produzir conteúdo para site, blog, jornal interno, revista ou rede social. O consenso é que é fundamental um trabalho interno de conscientização para que as diferentes áreas e fontes facilitem o acesso do assessor à informação, num trabalho educativo de valorização da comunicação. Os jornalistas muitas vezes não têm clareza de como pode ser difícil uma assessoria levantar as informações demandadas.

As mudanças nas assessorias de imprensa também são de ordem física, estrutural, e não se limitaram ao surgimento de núcleos dirigidos à comunicação online. Os assessores relatam, em geral, que as assessorias da administração direta tendem a com o quadro de pessoal fixo igual ao de 2003. E há mais trabalho, lamentam os entrevistados, justamente porque hoje, nas assessorias, não se cuida apenas do atendimento à imprensa. Os jornalistas são responsáveis por dar informação direta à sociedade ou segmentos dela por meio de instrumentos como sites, blogs, redes sociais, instrumentos de comunicação interna. A diferença, em alguns casos, é a contratação de agências de comunicação que permitiu a ampliação e qualificação de alguns produtos e serviços, mas, ainda assim, não de maneira generalizada. Reduzidas em número de pessoas, extrai-se também dos depoimentos que as assessorias estão empregando jornalistas mais jovens e mesmo recém-formados, quebrando o paradigma de receber profissionais com longa experiência na imprensa diária, e que lá iam parar justamente por causa dessa longa estrada de fechamento de jornais e noticiários. Parece estar sendo comum que profissionais mais experientes sejam absorvidos pelas agências de comunicação, muitas delas prestando serviços ao governo federal.

A presença de jornalistas mais experientes no serviço público aparentemente ocorre mais frequentemente em órgãos que pagam salários mais atraentes como no Legislativo e Judiciário. Entrevistados da administração direta do Poder Executivo explicam que os salários oferecidos a quem prestou concurso e é do quadro efetivo dos ministérios, por exemplo, são baixos, e a carga horária – cinco horas -, incompatível com os atuais horários das redações. Portanto, quem permanece tocando as demandas são os funcionários terceirizados ou os profissionais com cargo de confiança, a maioria deles não vinculados ao órgão. Há certa contundência no depoimento de alguns entrevistados, quando dizem que se não fosse a terceirização, assessorias de alguns ministérios estariam bastante limitadas em sua atuação.

TENDÊNCIAS

Os depoimentos sugerem que as mudanças ocorridas nas assessorias de imprensa no Governo Federal no período investigado pela pesquisa – 2003 / 2013 – serão ampliadas nos próximos anos, com possibilidades de ampliação das tarefas da área de comunicação e a certeza de que será um setor cada vez mais valorizado. Se hoje o relacionamento com a imprensa vem perdendo espaço, mas ainda é o carro-chefe de uma assessoria, no futuro

ele deixará de ser o foco do trabalho, que recairá, na visão dos entrevistados, sobre a comunicação direta com a sociedade. O assessor de imprensa deverá ser um profissional com conhecimento mais amplo da comunicação, que domine a essência do trabalho de relacionamento com a imprensa, mas com visão global e holística, capaz de ser um mediador, conselheiro e orientador dos diferentes setores e não apenas do dirigente principal. Ele deverá ser um agente analítico, dominar os assuntos de interesse da organização e saber dialogar mais efetivamente com seus integrantes. Também terá que aperfeiçoar as relações com os jornalistas, qualificando a informação disponibilizada e sendo mais didático na forma de atender às demandas. O assessor não poderá ser um mero distribuidor de informações, mas agente efetivo na interlocução interna e na definição e operacionalização das decisões estratégicas.

Um destaque comum dos entrevistados é a ênfase cada vez maior para a comunicação digital, num ambiente onde a informação não será mais privilégio de poucas pessoas e sim de todos os interessados, cada um deles protagonista ativo em sua especialidade. Até mesmo pela maior facilidade de acesso do público às informações organizacionais, cada vez mais as instituições públicas devem produzir conteúdo específico de maneira ágil e adaptada para dialogar diretamente com os públicos interessados, numa desintermediação da comunicação. Isto deverá implicar em maior demanda sobre as assessorias e ampliação da terceirização para produção e gestão de conteúdo para diferentes plataformas e públicos. Entender as possibilidades da tecnologia, as relações sociais, ser especialista no tema em que atua, ter visão política e estratégica e partir do princípio de que transparência é um conceito consolidado são exigências fundamentais para o profissional. Vão proliferar ainda mais, nesta visão, as informações infundadas, não oficiais e sem respaldo legal. Como consequência, a carga de trabalho deve aumentar, ampliar as ações com públicos diversificados e a necessidade de agilidade. Um consenso é que o futuro deverá trazer um mercado de trabalho mais exigente e promissor para os profissionais que hoje atuam em relações com a imprensa. A liderança parece ser um traço fundamental. Alguém, que, independentemente da formação, domine habilidades gerenciais, seja criativo, tenha confiança da equipe e saiba organizar a atuação da comunicação. Na visão de quem foi ouvido, haverá mais oportunidades para suprir diversas demandas e o trabalho não será mais orientado prioritariamente para atendimento da grande imprensa. A atual assessoria de imprensa irá diversificar seus produtos e serviços e terá sua atuação baseada na noção de comunicação integrada e estratégica.

A expectativa é de que a atividade será cada vez mais exigida em termos de resultados e mensurada através de indicadores. Outra expectativa geral dos entrevistados é de que, crescendo em conceito e valorização entre jornalistas e assessorados, a atividade de assessoria de imprensa sofrerá cada vez menos preconceitos.

CONCLUSÃO

A partir de entrevistas com profissionais que atuam em assessorias de imprensa da Administração Direta e indireta do Governo Federal, é possível concluir que o respeito e a importância do trabalho dos assessores de imprensa cresceram não apenas junto aos jornalistas, mas também dos assessorados. Destaca-se que conti-

nuarão em evidência e ampliados os conceitos de acesso e transparência na Administração Pública, alterando ainda mais o foco original do trabalho das assessorias, que se deslocará do atendimento à grande imprensa para o público usuário dos serviços da instituição assessorada. O cenário apresentado pelos entrevistados indica que o assessor de imprensa não se limita mais à execução de tarefas relacionadas à divulgação e atendimento a demandas da imprensa. Seu papel cresceu e ele ganhou espaço dentro da organização. Hoje, ele gerencia diferentes tarefas de comunicação e elabora a estratégia desta a partir do que e com quem a instituição quer e precisa dialogar. Complementando o quadro está a tecnologia. Por meio dos relatos baseados nas experiências diárias, a realidade da informação instantânea e da interação imediata com a sociedade deu realce à atividade de assessoria de imprensa e obrigou o profissional de comunicação a qualificar e ampliar sua atividade já caracterizada como multitarefa.

Uma das limitações deste estudo é não ter ouvido profissionais terceirizados nem de agências de comunicação que atuam junto aos órgãos do Poder Executivo Federal. Outros autores que deveriam ser estudados para uma avaliação mais ampla seriam os dirigentes públicos a quem os profissionais de comunicação se reportam. Apesar disso, pela diversidade de órgãos e número de profissionais em função de gestão de estruturas de comunicação ouvidos, acreditamos que o relato de pesquisa possa fornecer insights para compreender as mudanças recentes na comunicação de governo e pontos de debates para o aperfeiçoamento das práticas no serviço público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHAPARRO, Carlos. **Cem anos de Assessoria de Imprensa**. In DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**: aportes metodológicos. Campinas: Papirus, 2001.

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

SINGER, André; VILLANOVA, Carlos; GOMES, Mario Helio; DUARTE, Jorge. **No Planalto, com a Imprensa**: entrevistas de secretários de imprensa e porta-vozes de JK a Lula. 2. ed. 2v. Recife, PE: Massangana, 2010.

TRIVINOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1990.