

Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Jundiaí: Influência no Jornal da Cidade

Marília Porcari Gerciano¹

Andréia Couto²

Resumo

Este trabalho tem por objetivo analisar a influência que as sugestões e matérias da assessoria de imprensa da prefeitura do município de Jundiaí – S.P, publicadas em seu site, exerce sobre o jornal local Jornal da Cidade. A verificação feita durante uma semana compara o que a assessoria de imprensa publica no site e o que é pautado pelos jornais.

A assessoria de imprensa tem por objetivo divulgar aos veículos de comunicação as realizações de seu assessorado. No caso de uma Assessoria de Imprensa de um órgão público, a quantidade de assuntos é imensa: eventos culturais, visitas políticas, programas desenvolvidos pela prefeitura e secretarias municipais, etc. Ao receber uma sugestão ou uma matéria vinda de uma assessoria, o papel dos veículos é verificar as informações e abordar o assunto de forma imparcial, apenas informando o público. No trabalho aqui apresentado, foi verificada a influência da assessoria de imprensa da prefeitura municipal de Jundiaí na elaboração das pautas e divulgação de matérias no Jornal da Cidade, um dos jornais locais mais tradicionais.

Palavras-chave: Jornalismo, Assessoria de Imprensa, Ética

Introdução

O presente texto pretende discutir o papel da assessoria de imprensa no âmbito da divulgação de notícias na cidade de Jundiaí, para tanto, são discutidas algumas questões como ética e meios de comunicação na sociedade contemporânea e o papel da imprensa na divulgação desse material.

São utilizados os trabalhos de Nilson Lage, Francisco Viana, Francisco Gaudêncio Torquato do Rego e Ronald A. Kuntz que discutem a influência da Assessoria de Imprensa sobre a imagem positiva e de credibilidade do assessorado frente à população e veículos de comunicação.

Assessoria de Imprensa

A assessoria de imprensa surgiu nos Estados Unidos no início do século XX, através do jornalista Ivy Lee que assessorava o empresário John Rockefeller. O empresário era uma pessoa mal vista na cidade

¹ Aluna do 3º ano do curso de Jornalismo da UNIP – Universidade Paulista – campus Jundiaí. E-mail: mariliapg@ig.com.br

² Professora do curso de Jornalismo da UNIP – Universidade paulista – campus Jundiaí. E-mail: andréa-jornalismo@unip.br

em que atuava por seu “patrão sanguíneo”, monopolista e sede de poder. O jornalista foi contratado para melhorar esta imagem negativa e seu trabalho da assessoria, neste caso, fundamentou-se em produzir e enviar aos jornais matérias jornalísticas sérias e positivas sobre Rockefeller. Seu trabalho foi tão bem executado que a imagem do empresário passou a ser a de “um benfeitor da humanidade”.³

No Brasil, esta atividade começou por volta dos anos de 1950 quando empresas americanas se instalaram no país e viram a necessidade de divulgar informações positivas sobre sua vinda ao Brasil, desfazendo assim, pontos de tensões com a população.⁴ **(FONTE?)**

O fundamento básico da atividade de assessoria de imprensa hoje ainda constitui-se de divulgar informações positivas sobre os assessorados e trabalhar esta questão de imagem na sociedade. Os próprios veículos de comunicação já se habituaram à parceria das assessorias de imprensa, que funcionam como uma fonte para fomentar os assuntos a serem tratados.

O trabalho da assessoria de imprensa é de extrema importância, pois exerce influência sobre a credibilidade do assessorado. O autor do livro *De Cara com a Mídia*, Francisco Viana (2001), resume a importância da assessoria de imprensa quando afirma: “*O peso da imprensa não é apenas psicológico. Uma boa imagem pode ajudar a abrir caminhos nos mais diferentes campos da atividade empresarial. Mercados, financiamentos, investidores, preferência dos clientes, apoios políticos*” (p. 73).

As matérias jornalísticas dão mais credibilidade e confiança ao público, devido à idéia que temos de o jornal trazer somente a verdade. A motivação que uma publicidade tem em relação ao público não é a mesma que uma matéria jornalística pode causar. As publicidades sempre deixam uma idéia que o espaço é comprado, logo, só se fala bem da empresa, serviço ou produto, mas não há garantias de que seja verdade.

Kuntz (2004), em seu livro *Marketing Político*, deixa clara a credibilidade do jornalismo, principalmente nas questões políticas:

“Uma matéria jornalística, um debate, uma entrevista, tendem a obter maior credibilidade junto ao eleitorado do que o texto de um anúncio, pelo simples fato de que todos sabem que o espaço de um anúncio é comprado e redigido pelo próprio interessado que veiculará, através dele, apenas o que lhe for vantajoso. O leitor está acostumado a utilizar-se das matérias jornalísticas como informação e um dos elementos a partir do qual vai formando a sua opinião. Existe quase que um autocondicionamento do consumidor em considerar uma propaganda com alguma desconfiança, e o hábito de basear-se nela apenas para tomar conhecimento de novos lançamentos, características de produtos e apreciar sua criatividade e beleza, ao mesmo tempo em que usa a matéria como fonte de consulta e conhecimento dos vários aspectos contemporâneos da sociedade em que vive: políticos, sociais, administrativos, esportivos, noticiário internacional, econômico, etc” (137).

O autor do livro *Marketing Político e Governamental*, Torquato do Rego (1985), declara que: “*A comunicação social do Governo transforma, transmite, sustenta imagens, cria e estabelece pólos de*

³ <http://www.porta1-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/memoria/0095.htm> - Acessado em 14 de maio de 2006

⁴ <http://www.porta1-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/memoria/0095.htm> - Acessado em 14 de maio de 2006

motivação e satisfação, desfaz equívocos e atenua pontos de tensão. Em última análise, reforça e sustenta o poder” (p. 45).

Logo, a assessoria de imprensa de órgãos públicos é peça fundamental para manter o eleitor informado e continuar a campanha política mesmo durante o exercício do governo.

Em Jundiaí, observamos que a assessoria de imprensa da prefeitura exerce grande influência sobre o jornal local estudado, sendo que as matérias enviadas nem mesmo são corrigidas ou verificadas, sendo publicadas, algumas vezes na íntegra.

O material produzido pela assessoria de imprensa é de qualidade, sendo que oferece fotos e texto jornalístico completo. Todas as matérias são disponibilizadas no site, sendo que tanto texto quanto foto podem ser acessados do portal e utilizados pelos veículos de comunicação. A assessoria de imprensa da prefeitura trabalha como se o site da prefeitura fosse seu jornal. A primeira página do site funciona como a primeira página de um jornal, tendo as chamadas para as notícias mais importantes.

Entre os temas abordados estão todas as realizações das Secretarias Municipais, as atuações do prefeito, as visitas políticas que vêm à cidade, eventos culturais promovidos pela prefeitura, ações sociais, entre outros. Assemelha-se a uma prestação de contas com a população, informando sobre todos os acontecimentos da gestão, esclarecendo pontos de tensões e transmitindo uma imagem positiva da administração municipal, enfim, dando continuidade à campanha eleitoral.

A questão da ética no jornalismo

Não cabe aqui discutir a questão sobre a influência dos meios de comunicação sobre a opinião pública. Inúmeras pesquisas na área de comunicação já se ocuparam em discutir essa questão e o papel de formador de opinião de que estão revestidos os veículos de comunicação. A essa discussão aproximação outra, que é a questão da ética que circunda o papel do jornalista, sobre a qual todos deveriam se pautar no exercício de sua profissão. No entanto, observações mais atentas à mídia nacional nos levam a refletir sobre essa postura dos envolvidos nos processos de comunicação.

A discussão sobre a **ética no jornalismo**⁵ abrange tanto o que é veiculado por imagens ou textos e que pode, de certa forma, ultrapassar os limites do aceitável, podendo muitas vezes chocar o receptor. Para Lage (1995), do ponto de vista dos jornalistas, essa discussão é descabida, uma vez que tudo o que é veiculado da mesma forma que agrada uns, desagrade outros: *“a deontologia o ofício pressupõe a verdade como adequação do enunciado à coisa noticiada, não como pertinência histórica; tudo o que afeta ou talvez afete uma coletividade e é enunciado de maneira verdadeira pode ou poderia ser publicado”* (p. 40).

⁵ No Brasil, o código de ética dos jornalistas foi aprovado em 1985 pelo Congresso Nacional dos Jornalistas e é responsável pela fixação das normas de atuação do jornalista para com a sociedade, fontes de informação, e colegas da profissão. O código ressalta a importância da ética no trabalho do jornalista no sentido da responsabilidade do mesmo para com a sociedade, sendo essa uma profissão de natureza e de finalidade públicas.

Para esse autor, há uma sobrecarga de responsabilidade social aos jornalistas que, por sua vez, trabalham segundo as regras oferecidas pelos núcleos do poder. Sua exposição, mais visível do que as instituições das quais fazem parte, faz com sejam responsabilizados mais do que os outros atores envolvidos no processo, até mesmo pressupondo *“irresponsabilidade das fontes a que os jornalistas recorrem, das instituições que servem, certo nível de fratura na ordem dos valores dominantes na sociedade”* (p. 39).

“A questão da ética não é exatamente a mesma da política; situa-se no universo não apenas dos comportamentos dos veículos, dos jornalistas e do público quanto do poder, mas no universo de suas intenções e referências simbólicas, de seus padrões de percepção da dialética dos interesses sociais e dos mecanismos de representação na sociedade. Quanto ao jornalismo, falta uma teoria que dê conta de sua peculiaridade conceitual, que o entenda como percurso simbólico na singularidade do fato à universalidade do conhecimento, tendendo sempre ao desmedido e ao paradoxo que tangenciam os limites do previsível e do aceitável” (p. 41).

Ainda de acordo com Lage (2005), *“ética é o estudo dos juízos de valor (bem/ mal) aplicáveis à conduta humana, no todo ou em um campo específico. (...) Jornalistas, em quase todos os países, têm os seus códigos de ética, que se parecem”* (p. 89). O autor faz a então a pergunta, sobre o quanto bastam na prática esses códigos.

A questão aqui levantada refere-se, não somente ao papel desempenhado pelo jornalista no exercício do seu ofício, mas o próprio comprometimento do órgão para o qual trabalha com a ética como um todo. No caso aqui referenciado, a ligação entre a Assessoria de Imprensa da prefeitura e o Jornal da Cidade fica clara quando analisadas as matérias do jornal *vis a vis* com o site da Assessoria de Imprensa da prefeitura.

Análise Jornal da Cidade – edição de 10 de maio, quarta-feira

Nesta edição, encontramos na capa duas chamadas para assuntos sugeridos pela assessoria de imprensa da prefeitura de Jundiaí: a reativação de um ponto de ônibus e a ampliação do atendimento do Núcleo Integrado de Saúde da Prefeitura. Ambas as chamadas são curtas.

As matérias referidas na capa encontram-se publicadas integralmente, conforme divulgação da assessoria de imprensa, na página 03 do caderno Geral. A matéria sobre o Núcleo Integrado de Saúde ocupa pouco menos de um quarto de página e visa informar sobre o bom andamento das mudanças realizadas pela Prefeitura na questão de atendimento médico em Jundiaí.

A matéria sobre a reativação do ponto de ônibus é curta e visa divulgar à população a decisão da Secretaria Municipal de Transportes da Prefeitura de fazer com que algumas linhas de ônibus voltem a passar por um ponto que a prefeitura havia desativado.

Nesta mesma página encontramos ainda a publicação de mais uma matéria produzida pela assessoria de imprensa referente um treinamento onde participaram profissionais da Seção de Controle de Zoonoses da prefeitura. Esta matéria objetiva divulgar as realizações da prefeitura

Análise Jornal da Cidade – edição de 11 de maio, quinta-feira

Nesta edição, logo na capa, encontramos uma chamada curta para uma matéria sobre Plano de Carreira para Funcionários Públicos. Também encontramos a publicação integral do texto da assessoria de imprensa da prefeitura de Jundiaí, referente à visita do governador do estado de São Paulo à Jundiaí. Esta matéria enfoca uma visita política importante na cidade.

Na página 03 do caderno Geral está a matéria referida na capa sobre o Plano de Carreira para o Funcionalismo Público. Esta matéria ocupa cerca de um quarto de página do jornal, sendo texto e foto produzidos pela assessoria de imprensa. A matéria informa sobre ações que a Prefeitura está realizando.

Nesta edição, encontramos na página 07 do caderno Geral, uma matéria produzida pelo jornal, mas sugerida pela assessoria de imprensa, sobre um bazar realizado pelo Fundo Social de Solidariedade. A matéria, que traz fotos e não é muito extensa, objetiva divulgar um evento realizado pelo fundo Social de Solidariedade que é ligado à prefeitura.

Também encontramos uma matéria sobre um festival de dança realizado pela prefeitura. Esta matéria é uma cópia parcial do material divulgado pela assessoria de imprensa no site da prefeitura.

Análise Jornal da Cidade – edição de 12 de maio, sexta-feira

Nesta edição encontramos na página 02, caderno Política, a cópia integral do texto divulgado no site da prefeitura de Jundiaí, referente à visita do governador de São Paulo à cidade de Jundiaí. Além do texto, o jornal utiliza a foto da assessoria de imprensa. A matéria tem caráter de divulgação sobre uma visita de cunho político importante na região.

Na página 05 do caderno Geral, há duas matérias sugeridas pela assessoria de imprensa da prefeitura, mas produzidas pelo Jornal da Cidade. Uma refere-se ao Bazar organizado pelo Fundo Social de Solidariedade de Jundiaí, matéria esta que visa divulgar um evento. A outra matéria trata da programação especial para o dia das mães de um restaurante popular que faz parte de um programa governamental. O objetivo desta matéria é informar a população sobre um evento na cidade.

Análise Jornal da Cidade – edição de 13 de maio, sábado

Nesta edição do Jornal da Cidade encontramos na página 02 do caderno Política, a publicação de uma nota sobre a participação do Prefeito de Jundiaí em um programa de televisão. Na mesma página há uma matéria sobre a visita do governador do estado de São Paulo à cidade. As duas matérias foram feitas pela assessoria de imprensa da prefeitura e divulgadas na íntegra pelo jornal. Elas informam sobre ações do prefeito e visitas políticas importantes na cidade. As duas matérias são curtas.

No caderno Geral, na página 05, encontramos matéria referente os Miguilins, jovens que contam histórias como se estivessem vivendo, uma referência aos personagens do livro de Guimarães Rosa, produzidas pelo jornal mas sugerida pela assessoria de imprensa. Ainda na página 05, encontramos publicada na íntegra uma matéria referente à participação de Jundiáí em uma feira de turismo, nesta matéria também foi utilizada a foto feita pela Assessoria de Imprensa. Na matéria sobre os Miguilins, o jornal deu ênfase à visita dos jovens à Jundiáí, tendo caráter informativo. Quanto à matéria sobre a participação de Jundiáí na feira de turismo, seu objetivo é informar a população quanto as realização da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico. As duas matérias não são muito extensas e levam fotos.

No caderno Saúde, encontramos na página 06, uma matéria sugerida pela assessoria de imprensa sobre a campanha de vacinação contra a gripe, onde Jundiáí alcançou a meta estipulada. Esta matéria objetiva informar a população sobre os resultados satisfatórios de uma campanha realizada pela prefeitura e ocupa metade da página trazendo fotos.

Na página 07 do caderno Geral, encontramos uma matéria onde o jornal mescla as informações da Assessoria de Imprensa de Jundiáí com as informações que levantou. O assunto tratado é a comemoração especial do Dia das Mães em um restaurante popular, que pertence a um projeto do governo. A matéria foi sugerida pela Assessoria de Imprensa e o jornal fez a cobertura do evento, misturando as informações. Este assunto também visa informar um fato acontecido na cidade. Esta é uma matéria que ocupa cerca de um quarto da página e traz várias fotos, dentre elas, uma foto do prefeito com a esposa.

Na página 08 do caderno Polícia, há a publicação na íntegra de uma matéria da assessoria de imprensa. O assunto é a escolha do Guarda Municipal homenageado no mês. A foto utilizada pelo jornal é a mesma foto disponibilizada no site da Prefeitura de Jundiáí. Esta matéria visa informar sobre as boas atuações dos guardas municipais de Jundiáí.

Na página 12 do caderno Geral, há uma matéria vinda da assessoria de imprensa, porém editada pelo Jornal da Cidade, sobre o concurso musical realizado pela Prefeitura. A foto utilizada também é da assessoria de imprensa, sendo que não é uma matéria muito extensa. A notícia objetiva divulgar um evento cultura realizado pela Prefeitura.

Análise Jornal da Cidade – edição de 14 de maio, domingo

Na edição do Jornal da Cidade de Domingo, encontramos apenas uma matéria vinda da assessoria de imprensa da prefeitura de Jundiáí. Esta notícia é publicada na íntegra conforme divulgada pela Assessoria de Imprensa, mas não é muito extensa. A matéria refere-se à vinda da ex-primeira dama do estado, Lú Alckmin à Jundiáí, sendo divulgada no caderno Geral na página 09. A notícia objetiva divulgar um fato que ocorrerá na cidade.

Análise Jornal da Cidade – edição de 16 de maio, quinta-feira

Nesta edição do Jornal da Cidade, encontramos duas matérias produzidas pelo jornal, mas que foram sugeridas pela assessoria de imprensa da prefeitura de Jundiaí: o dia antimanicomial e apresentação dos jovens Miguilins na Serra do Japi. As notícias visam apenas informar o leitor sobre o trabalho realizado pela Secretaria da Saúde da prefeitura no que se refere à saúde mental e sobre a visita dos Miguilins, jovens contadores de histórias, na cidade de Jundiaí. As duas matérias ocupam um tamanho razoável no jornal e levam fotos produzidas pelo jornal.

Na página 09 do caderno Geral, está a cobertura de uma entrevista coletiva com o prefeito, Secretário de Segurança e coronel da Guarda Municipal de Jundiaí, sobre a onda de boatos de ataques do Primeiro Comando da Capital, o PCC, na cidade. A matéria objetiva esclarecer a população quanto à violência no estado de São Paulo e as providências que a Prefeitura e autoridades estão tomando. Esta matéria ocupa cerca de meia página do jornal e traz fotos produzidas pelo jornal.

Análise Jornal da Cidade – edição de 17 de maio, quarta-feira

Na capa da edição do Jornal da Cidade do dia 17 de maio de 2006, há duas chamadas para assuntos divulgados pela assessoria de imprensa da prefeitura municipal de Jundiaí: as modificações do trânsito no bairro da Colônia e a posse da nova diretoria do Conselho Antidrogas. Ambas as chamadas não são muito extensas.

Na página 03 do caderno Geral, encontra-se publicada na íntegra a matéria sobre o lançamento do programa “Educação no Trânsito” e a matéria referente à chamada na capa sobre as mudanças do trânsito no bairro da Colônia, também publicada no texto da assessoria de imprensa da prefeitura.

A matéria sobre o lançamento do programa de educação no trânsito tem a função de informar os leitores sobre um programa que a prefeitura desenvolve e divulgar o fato.

A matéria referente às mudanças do trânsito no bairro da Colônia tem caráter informativo, que visa esclarecer as dúvidas da população sobre as mudanças provisórias no trânsito em consequência de uma festa tradicional realizada no bairro.

Na página 04 do caderno Economia está publicada, também na íntegra, a matéria da Assessoria de Imprensa sobre a “Pesca Econômica”. Também é uma matéria que objetiva informar os leitores quanto à localização na cidade de uma barraca que oferece peixe com preços acessíveis.

Na página 07 do caderno Geral, o Jornal da Cidade traz outra matéria produzida pela assessoria de imprensa da Prefeitura: palestras realizadas pela Seção de Controle de Zoonoses da Prefeitura. Nesta matéria, além do texto, as fotos da assessoria de imprensa também foram publicadas. A matéria objetiva a divulgação de realizações da Seção de Controle de Zoonoses da prefeitura.

Ainda no caderno Geral, na página 09, está a matéria referida na capa sobre a posse da nova diretoria do Conselho Antidrogas. Neste caso, texto e foto da assessoria foram utilizados pelo jornal. A matéria também divulga uma ação da prefeitura.

No caderno Variedade, na página 14, está uma matéria produzida pelo jornal, mas que foi sugerida pela assessoria de imprensa. A matéria refere-se a programa especial dos museus de Jundiaí durante a semana em que se comemora o Dia do Museu. Matéria esta que visa informar os eventos culturais na cidade.

Sobre o mesmo assunto, é publicada na Coluna Social na página 16, uma nota sobre as programações dos museus.

Considerações Finais

A análise destas matérias divulgadas integralmente pelo Jornal da Cidade, mostra que não há uma apuração dos fatos e uma contextualização sobre o impacto real que as ações da prefeitura causam à população. O material divulgado é totalmente parcial, favorecendo a administração pública. As notícias divulgadas pela assessoria de imprensa da prefeitura de Jundiaí visam sempre criar a idéia de uma política justa e preocupada com a população, exaltando matérias que favorecem a prefeitura e suas ações.

Ao divulgar as matérias na íntegra, conforme enviadas pela assessoria de imprensa da prefeitura de Jundiaí, o Jornal da Cidade não está sendo imparcial. A assessoria de imprensa encontra um espaço aberto para divulgar as informações positivas relacionadas à prefeitura. Isto faz com que, devido à credibilidade que uma matéria jornalística tem frente ao público leitor, a população de Jundiaí tende a acreditar que o que está sendo noticiado no jornal seja a mais absoluta verdade sobre a administração pública em Jundiaí.

O trabalho da assessoria de imprensa reforça o poder dos governantes, pois faz com que, através das matérias facilmente divulgadas na mídia, crie uma idéia de competência, honestidade e preocupação com a população de Jundiaí. Esta imagem faz com que os eleitores acreditem e confiem cada vez mais no trabalho da prefeitura sem contestar o material veiculado pela imprensa.

A imprensa realiza um papel de formador de opiniões, ou então de oferecer informações para que as pessoas formem suas opiniões. Com um trabalho tendencioso, o Jornal da Cidade transforma-se em uma ferramenta para que a população de Jundiaí leia as matérias produzidas pela assessoria de imprensa da prefeitura e se baseie nestas informações para formar seu conceito sobre a administração municipal. Enfim, o trabalho do Jornal da Cidade e da assessoria de imprensa contribuem para a manutenção do poder e influência na opinião dos cidadãos de Jundiaí.

Referências Bibliográficas

LAGE, N. A tecnologia e a ética da modernidade, in: PERUZZO, C. M.; KHROLING, M. e KUNSCHM, K. (Orgs.) **Transformações da Comunicação: ética e técnicas**. Vitória: Ed. da Universidade Federal do Espírito Santo, 1995.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro/ São Paulo: Record, 2005.

.KUNTZ, R. A.. **Marketing Político**. São Paulo: Global, 2004.

REGO, F. G. T. do. **Marketing Político e Governamental**. São Paulo: Summus, 1985.

VIANA, F. **De Cara com a Mídia**. São Paulo: Negócio, 2001.

Site: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/memoria/0095.htm> - Acessado em 14 de maio de 2006