

**Título:**

Assessorias de Comunicação para pequenos órgãos públicos do Interior, tendo como cenário as cidades com menos de 50 mil habitantes da Zona da Mata de Minas Gerais.<sup>1</sup>

**Autor:**

Walace Nolasco de Almeida, estudante de pós-graduação strictu sensu na Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC – Campus Juiz de Fora.<sup>2</sup>

**Resumo:**

A comunicação regional vem conquistando grande atenção dos teóricos no que diz respeito ao estudo das características, principalmente das mídias, buscando entender suas peculiaridades e os melhores caminhos a ser seguidos. Enquanto surgem muitos estudos a cerca dos veículos de comunicação regional, pouco se sabe sobre as assessorias de comunicação nestas cidades. Por isso, este trabalho, visa estudar este importante mercado, direcionando-se para órgãos públicos em cidades com até 50 mil habitantes de uma região específica (Zona da Mata de Minas Gerais). Assim, através dos estudos da mídia regional e dos depoimentos dos profissionais que atuam nestas cidades, procuramos descobrir como funcionam estas assessorias, suas particularidades e a realidade deste novo cenário.

**Palavras-chave:**

Assessoria de Comunicação; Mídia Regional; Jornalismo Regional; Cidades do Interior.

<sup>1</sup> Artigo desenvolvido para disciplina Comunicação Organizacional, ministrada pelo professor Dr. José Geraldo Fernandes Araújo no Mestrado de Comunicação da UNIPAC – Universidade Presidente Antônio Carlos - que se inscreve ao **GT ABRAPCORP 6 – Comunicação Pública, Governamental e Política, coordenado pela professora Dr<sup>a</sup>. Maria Helena Weber.**

<sup>2</sup> Wallace Nolasco de Almeida, especialista em Comunicação Empresarial pela UNI-BH, já trabalhou em redações de rádio, TV e jornais, além de assessorias de comunicação de prefeituras, ong's, autarquias e associações. Atualmente é assessor de comunicação da Consulplan, empresa privada especializada na organização de seleção de pessoal. e-mail: [walacenolasco@consulplan.com](mailto:walacenolasco@consulplan.com) / [walace.nolasco@bol.com.br](mailto:walace.nolasco@bol.com.br)

A comunicação organizacional vem sendo tratada pelos gestores e administradores com mais atenção neste início de século XXI. A consciência sobre a importância deste trabalho para qualquer tipo de organização, privada, pública ou do terceiro setor vem se tornando uma realidade nos principais mercados econômicos do mundo. Como tendência, este olhar mais atento ao desenvolvimento de técnicas de comunicação interna e externamente nas organizações vem alcançando todos os pontos do planeta.

A assessoria de comunicação vem ganhando cada dia mais espaço e mais pesquisas que buscam o desenvolvimento de sua atividade de forma eficaz e estratégica na área organizacional. Este aperfeiçoamento vem potencializando as especificidades de cada setores, que impulsionam a comunicação, como a ampliação de serviços e responsabilidades outorgados aos municípios brasileiros durante o processo de democratização e da implantação da Constituição de 1988 e seus desdobramentos, que passaram a exigir destes órgãos mais interatividade e representatividade social:

Dado esse novo cenário legal, a agenda dos governos locais passou a demandar recursos na área de comunicação. Amplia-se, portanto, o espaço de comunicação massiva e direta, os governos municipais sentem a necessidade da presença de profissionais e assessorias de comunicação capazes de assumir e implementar a gestão de relações participativas (FOSSATTI, 2006, p.36).

Desta forma, a comunicação governamental assume espaço nos organismos municipais públicos, tornando-se uma importante ferramenta de legitimação do poder, da eficiência e da geração de relacionamentos abertos, que buscam, entre outros, o consentimento popular. Este processo, já estabelecido nos grandes centros, começa a ocupar espaço no interior. As cidades de pequenos e médios portes, de forma ainda discreta, mas perceptível, despertam para este trabalho e encontram novas características e peculiaridades que precisam ser consideradas para que se alcance sucesso e bom aproveitamento dos fluxos de informação.

Um dos fatores mais importantes a considerar diz respeito à mídia regional e suas especificidades. Beatriz Dornelles<sup>1</sup> diz que esta comunicação regional, para o interior, ou comunitária - como ela defende - limita-se, em suas características, as

1 – Beatriz Dornelles. Jornalismo Comunitário em Cidades do Interior – uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre. Ed. Sagra Luzzato, 2004.

idades com populações inferiores a 200 mil habitantes, pois, segundo a autora, somente nestas, há realmente semelhanças, forte influência das questões culturais, desenvolvendo uma forma, um estilo de comunicação peculiarmente próprio do interior.

Estas cidades estão recebendo, nos últimos anos, maior atenção dos teóricos em comunicação, devido à potencialidade que vem demonstrando possuir para o desenvolvimento e para absorver de profissionais da área. Com a globalização, o planeta vive uma Era da Informação, onde o público é informado a todo instante, por diversos mecanismos e instrumentos, com relação a tudo que a mídia julga importante e que esteja acontecendo no mundo. Esta rede de informações e notícias interliga todos, gerando acúmulo de informação global. Em reação a esse fenômeno, as pessoas estão buscando informações sobre seu espaço local, como forma de preservação de sua referência procurando, diante das notícias locais, realimentar suas origens e costumes.

O interior, portanto, lança um grande desafio: é necessário detectar os instrumentos que serão realmente eficazes para a implementação de uma comunicação com excelência, seja na mídia, ou nas organizações, sejam elas públicas, privadas ou do terceiro setor nesta região. Para isso, é necessário estudar, pesquisar e diagnosticar a mídia regional e diante das constatações já apresentadas por vários autores, juntamente com a experiência que vem se adquirindo na prática das assessorias, levantar um diagnóstico à cerca desta área, suas características e realidade no interior.

## **1. Mídia Regional – Conceitos e Características Gerais**

A comunicação desenvolvida no interior vem despertando a atenção dos pesquisadores da área de comunicação para a potencialidade deste mercado como foco de estudos e novo espaço de atuação aos profissionais. A terminologia sobre este mercado é diversa e contraditória. Utilizarei *Comunicação Regional* para se referir à produção em jornalismo, em publicidade e propaganda, em relações públicas, em produção editorial, entre outras áreas da comunicação, voltados a uma comunidade localizada no interior do país.

Numa análise que pode ser referendada em grande parte destas cidades, o que encontramos é um espaço onde o tema primordial tem que ser as notícias locais, já que notícias nacionais, internacionais chegam instantaneamente pelos grandes veículos de comunicação, além da Internet. Encontramos, também, a mídia praticamente dominada pelos políticos, pois, ou são de propriedade destes, de se suas familiares, ou então,

dependente economicamente dos órgãos públicos e, conseqüentemente, de seus gestores:

(...) com raras exceções, os jornais vivem de seu entusiasmo ou de verbas do poder público, trazendo impasses para a democratização da informação (...) Em muitas cidades, os jornais são feitos por leigos, sem qualquer formação profissional, em desobediência à lei que regulamentou a profissão em 1969 (LOPES, 1992, p.49).

O mercado ainda está dominado por pessoas sem formação profissional que são colocadas a frente de veículos de comunicação com o único propósito de faturar economicamente, não fazendo distinção entre jornalismo e publicidade, transformando-os em verdadeiros balcões de ofertas, onde as propagandas surgem disfarçadas de notícias, ofertando “um jornalismo voltado apenas para o faturamento, sem distinção entre notícia e matéria paga, resultando em baixa credibilidade”(CAMPOS, 2007, p.02).

Por isso, enquanto nos grandes centros a briga entre os veículos é pelo furo jornalístico, no interior, a briga é pelo “furo comercial”<sup>2</sup>. Em função disso, os jornais e revistas geralmente têm vida curta. Gastão Thomaz de Almeida exemplifica esta informação no relato sobre a história do jornalismo no interior de São Paulo:

(...) em Campinas, a imprensa surgiu em 1858 e, até 1945, isto é, 87 anos depois, nela haviam sido editados 76 jornais. Tem-se, pois, que surgiu uma publicação nova em Campinas a cada 1,14 ano. Em Franca, onde a imprensa surgiu em 1884, completando 61 anos em 1945, o número de jornais fundados no período foi de 23, correspondendo a 2,65 anos o tempo necessário para o aparecimento de uma nova publicação (ALMEIDA, 1983, p.47).

A rádio é o mais popular dos veículos de comunicação regional. Neste caso, “quem basicamente faz jornalismo no interior é o radialista”<sup>3</sup> que desenvolve “um jornalismo de opinião, muito partidário e político”<sup>4</sup>, que se utiliza muito do assistencialismo para se promover e interagir com a comunidade.

Os canais de tv já começaram a chegar nessas cidades no final da década de 1990 e os *webjornais*, entre outras mídias da *web*, já estão sendo implementadas.

2 – Termo utilizado por Pedro Celso Campos, no artigo Jornalismo no Interior: características, pág. 05.

3 e 4 – Afirmação do professor do curso de Comunicação da Universidade Federal do Ceará, Nonato Lima, para o artigo “No ar: política, paixão e notícia – A influência política permeia as notícias do rádio no Nordeste do Brasil. Radialistas e o jornalismo independente são as vítimas”, de Carlos Lauria e Sauro González Rodriguez, pág.03.

Em algumas cidades com população entre 50 e 200 mil habitantes, começam a surgir no final do século XX e início do século XXI as faculdades com cursos superiores na área de comunicação.

Um dos últimos estudos realizados sobre a mídia no interior, que utilizou o Estado de São Paulo como referência e teve a coordenação de José Marque de Melo concluiu que:

A imprensa do interior paulista distancia-se paulatinamente das fontes de poder, nutrindo-se de anúncios classificados (63%), veiculados pelos cidadãos comuns. Dependendo menos dos subsídios governamentais e dos anúncios avulsos das grandes empresas, esses jornais podem ousar editorialmente, agendando temáticas mais sintonizadas com as aspirações comunitárias. Seu perfil contemporâneo é o de uma imprensa feita para a comunidade, comprometida com o fortalecimento das identidades locais. Os jornalistas do interior, não apenas observam os acontecimentos, mas participam e tomam decisões em praticamente todas as áreas que movimentam uma comunidade (...) Esse tipo de jornalismo do interior (...) estabeleceu-se de acordo com a política de vizinhança, solidariedade, coletivismo, os valores, a moral, a fé religiosa, o respeito humano e a cultura de pequenas populações (...) (MARQUES DE MELO, 2005, p.03).

No entanto, no restante do Brasil a realidade ainda apresenta uma mídia vinculada ao poder político, onde os veículos praticam um jornalismo que elege o poder como fonte prioritária, deixando muitas vezes de ouvir o público e suas necessidades.

Outra característica apontada por Marques de Melo e Giner, mas que ainda não está sendo totalmente bem desenvolvida pela mídia regional é o respeito e a adaptação aos valores culturais. Um veículo de comunicação não pode ser produzido de forma engessada aos preceitos determinados nos grandes centros. Ele precisa estar relacionado com a cultura local, os valores que regem a comunidade para despertar interesse nos moradores:

À medida que se colocar a serviço da comunidade para lutar pelas causas coletivas, à medida que tiver a comunidade como sua única referência e preocupação, o jornal do interior conquistará prestígio e respeito, cabendo-lhe, depois, zelar por esse patrimônio com a responsabilidade e o equilíbrio de seu noticiário. Ao profissional desse tipo de jornal caberá reconhecer a importância social que a comunidade lhe atribuiu, mas, ao mesmo tempo, exercer seu trabalho com ética e humildade, sem jamais se deixar levar pela tentação de tirar proveito pessoal do seu status. Os que agem com seriedade ficam na memória histórica da cidade, os que traem a confiança da

comunidade são execrados e esquecidos para sempre (CAMPOS, 2007, pp. 03/4).

A mídia interiorana não pode somente relatar os fatos. Ela precisa participar dos acontecimentos, assumindo posicionamentos comunitários. Isso significa estar presente nos acontecimentos e participar deles, conquistando simpatia, respeito e sentimento de pertencimento para com a população.

Assim como em São Paulo, no restante do Brasil os profissionais de comunicação que atuam no interior despertam para a necessidade de interação com a comunidade e seus valores culturais:

Os jornalistas do interior para se sentirem realmente integrados à comunidade, uma exigência para a sobrevivência do jornal, buscam levantar, com regularidade, as condições peculiaridades e a evolução de suas comunidades. Mesmo não seguindo um método científico, os jornalistas apresentam certa sistematização em suas ações, na medida em que buscam traçar um diagnóstico de seus municípios, a partir, especialmente de alguns dados. Os jornalistas do interior, não apenas absorvem os acontecimentos, mas participam e tomam decisões em praticamente todas as áreas que movimenta a comunidade (DORNELLES, 2004, p. 132).

Este posicionamento só não pode ser confundido com militância política, ou defesa de interesses econômicos ou pessoais. É um engajamento às causas comunitárias. Diante destas constatações, encontramos a proximidade como a característica mais importante a ser considerada na mídia do interior. O veículo e o profissional encontram-se geograficamente muito próximos dos fatos e das fontes. Isto dá ao jornalismo regional um tom totalmente distinto dos grandes centros. Por isso, a necessidade de integração comunitária nas cidades do interior. Também, por isso, nestas cidades informar não é a principal função: “no interior, o jornal vem precisar uma informação que já circula em forma de boato. Sua função não é dizer, mas legitimar, precisar (...)” (DORNELLES, 2004, p. 136), como reafirma Marques de Melo:

(...) no interior, o público, se comparado com o da capital, possui uma dependência menor da mídia. As pessoas conhecem os fatos noticiados e as fontes representadas nos jornais, possuindo redes transversais de informação que não estão restritas às representações oferecidas pela mídia. Por isso, tornam-se mais críticos, participativos e exigentes quanto à representação de mundo dada pelo jornal, já que possuem outras referências de confirmação dos fatos. O jornal não é a única forma de construção das realidades, mas antes elas já estão em curso nestas sociedades. E mais do que experimentar o fato de forma direta, as pessoas no interior possuem uma segunda

possibilidade: a de formar sua opinião em diálogo com outras pessoas, sendo elas também fontes de informações sobre os fatos (MELO, 2007, p.05).

Outro fato que não pode ser esquecido é que a mídia regional apresenta ainda como característica a multiplicidade de funções, ou seja, um profissional transita por vários setores de um veículo, seja jornal impresso ou revista, rádio ou televisão, já que há uma carência muito grande de mão-de-obra especializada nestas redações:

(...) elabora a pauta, capta a informação, redige o texto, faz a foto, edita a matéria e cria a diagramação (...) Nos grandes diários, o jornalista escreve 40 linhas hoje não sabe qual o tratamento que elas receberão para serem publicadas amanhã ou mesmo se serão publicadas. O jornalista é apenas mais um elemento da engrenagem e em muitos casos sem qualquer autonomia sobre seu texto (FERNANDES, 2003, p.164).

Estas constatações não se restringem à mídia regional ou do interior do Brasil. Em muitas outras regiões do mundo esta *mídia* vem sendo estudada e vive processo muito semelhante. Na França, o teórico Maurice Moillaud afirma que “no interior, o acontecimento e a mídia confundem-se em um ponto em que a fala da mídia torna-se performativa, e não mais descritiva” (MOUILLAUD, 2002, p.66). Estas características e todas as demais já apresentadas também foram detectadas em Portugal, por João Carlos Correia:

A identidade de regiões comporta a necessidade de mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença. Não se trata de propor engajamento panfletário da imprensa regional a esta ou aquela região...Trata-se de um pensamento utópico e provavelmente ingênuo, mas cuja sedução compartilho convosco: um campo jornalístico regional que mantenha tais especificidades e que simultaneamente, supere a presença dos caciquismos, o constrangimento resultante da onipresença dos poderes locais e a ausência da formação e da profissionalização que ainda imperam em muitas empresas jornalísticas localizadas fora da capital (CORREIA, 2007, p.04).

O teórico português aponta o mesmo caminho apontado por teóricos brasileiros no que refere a interação da mídia com a comunidade produzindo um sentimento de pertencimento, de integração ao ambiente, além de criticar a influência dos poderes políticos e econômicos e a ausência de profissionais de comunicação. Situações muito próximas a que vivemos no interior do Brasil.

## **2. Zona da Mata de Minas Gerais: uma região com cidades do interior, típicas do universo geográfico brasileiro.**

O cenário do estudo é uma região do estado de Minas Gerais que já passou por períodos de grande efervescência econômica, cultural e política, mas que, hoje, vive um papel coadjuvante no estado, registrando alguns fatos de destaque, isoladamente, em áreas diversas. Localizada no sudeste de Minas, limita-se com os estados do Espírito Santo e Rio de Janeiro, sendo constituída por 143 municípios. O nome da região é uma lembrança do que foi esta área, no início de sua colonização:

A vegetação nativa era a floresta tropical, na verdade, expansão da Mata Atlântica das regiões serranas da vertente leste para o interior. Hoje, encontra-se quase totalmente inexistente. As matas reduzem-se a pequenas manchas e capoeiras nas encostas íngremes, elas foram substituídas pelos cafezais e posteriormente por pastos e outras lavouras. A maior parte das terras da região está ocupada por pastagens naturais e artificiais (principalmente brachiárias), que suportam rebanhos bovinos predominantes mestiços - dupla finalidade - leite / corte, distribuídos em fazendas de porte médio e pequeno. Entre as culturas tradicionais da região, o café foi o mais importante na formação de rendas. (PRODEMATA, 1978, web).

Grande parte dos municípios que compõe a região tem, como base econômica, as atividades agropecuárias, abastecendo os grandes centros industriais do país. Há algumas indústrias de destaque e um grande potencial turístico com reservas ambientais de grande importância no país, como os Parques Nacionais do Caparaó (onde fica o Pico da Bandeira – ponto mais alto das regiões Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul do país) e Ibitipoca. A região é rica na área educacional, com importantes centros universitários, como as universidades federais de Juiz de Fora e de Viçosa.

A principal cidade é Juiz de Fora, com cerca de 500 mil habitantes. Tradicional centro industrial, cultural e universitário, sua influência ultrapassa os limites da região. Outros municípios de destaque, com população média de 50 a 100 mil habitantes são Viçosa, Ponte Nova, Ubá, Manhuaçu, Muriaé, Leopoldina e Cataguases. Em seguida, vêm as demais cidades com população inferior a 50 mil habitantes.

Neste pequeno universo, encontramos a mídia em três diferentes estágios de desenvolvimento: em Juiz de Fora, o processo está mais avançado, assemelhando-se aos grandes centros; nas cidades com populações entre 50 e 100 mil habitantes, vive um momento de desenvolvimento, desencadeado com a migração de profissionais de comunicação em busca de novos mercados, além do surgimento das faculdades de



Comunicação (Jornalismo / Publicidade e Propaganda) em algumas destas cidades (Viçosa, Ubá e Muriaé); já nas cidades com menos de 50 mil habitantes, onde a mídia é praticamente formada por pessoal não profissionalizado, existem raros profissionais de comunicação, quase todos atuando em assessorias de prefeituras ou câmaras municipais.

### **3. Assessorias que se desenvolvem em órgãos públicos das pequenas cidades.**

#### **3.1. Metodologia**

Através de ligações telefônicas para as Prefeituras e Câmaras Municipais de todas as 135 cidades com menos de 50 mil habitantes da Zona da Mata de Minas Gerais encontramos apenas oito profissionais de comunicação atuando em assessorias. Em várias cidades contatamos pessoas sem curso superior na área de comunicação trabalhando em assessorias de comunicação geralmente vinculadas à área de eventos. Dos oito profissionais, há sete mulheres e um homem, seis formados em jornalismo, um estudante de jornalismo e um pedagogo e radialista com pós-graduação em assessoria de comunicação. Dois em assessorias de Câmaras Municipais e seis em Prefeituras.

A partir deste estudo exploratório, partiu-se para uma pesquisa qualitativa pela Internet. Todos foram acionados por telefone, informados sobre o trabalho e convidados a participar através de depoimentos. O objetivo da entrevista era conhecer um pouco de cada profissional, do trabalho que desenvolvem, das dificuldades que enfrentam nestas cidades e de suas perspectivas profissionais, além da visão da comunicação regional, expressada através de suas experiências nestas cidades. Para tanto, foi elaborado um questionário que foi enviado a todos por e-mail.

Dos sete entrevistados, cinco enviaram as respostas dentro do prazo: Cristiane Almeida (Prefeitura de Visconde do Rio Branco), Elza Gomes (Prefeitura de Divino), Henderson Medeiros (Prefeitura de Carangola), Leila Furtado (Prefeitura de Manhumirim), Patrícia Laviola (Prefeitura de São Francisco do Glória) e Viviana Almeida (Câmara de Manhumirim). Portanto, esta etapa de trabalho fica referenciada na experiência destes profissionais, já que não há registros de estudos sobre as assessorias de comunicação de áreas públicas instaladas em cidades do interior.

#### **3.2. Realidade, características e rotinas das assessorias nas pequenas cidades.**

Patrícia Laviola está no 7º período de jornalismo na Faminas (Faculdade de Minas – Campus Muriaé) e tem em seu trabalho de assessoria de comunicação da Prefeitura de São Francisco do Glória sua primeira experiência na área de

comunicação; Henderson Medeiros é pedagogo e radialista, com pós-graduação em assessoria de comunicação na Faminas e uma vasta experiência de trabalho nesta área, já tendo atuado na Associação das Câmaras Municipais do Leste de MG e na Prefeitura de Divino, sendo que desde 1999 encontra-se na assessoria de comunicação da Prefeitura de Carangola; Cristiane Almeida é formada em jornalismo pela Faculdade Governador Ozanam Coelho (FAGOC), em Ubá, onde já atuou em jornal impresso, empresa de publicidade e assessoria da Associação Comercial e Industrial de Ubá (Aciubá), encontrando-se atualmente na Prefeitura de Visconde do Rio Branco; Elza Gomes é jornalista, formada pela Faminas, que, além da assessoria da Prefeitura de Divino, trabalhou na Rádio Frequência Divinense, franquia da Rádio Transamérica; e Leila Furtado, também jornalista formada pelas Faculdades Integradas de Caratinga (FIC), onde lecionou Legislação e Ética, Tv e Planejamento Editorial, e especializada em Comunicação Empresarial e Marketing pela Faminas de Muriaé, trabalhando atualmente na Prefeitura de Manhumirim e numa rádio comunitária local.

Na assessoria de Câmaras, encontramos Viviana Almeida, assessora da Câmara de Manhumirim, que é formada em comunicação social (habilitação para jornalismo) pela Faculdade da Cidade (atual UniverCidade), do Rio de Janeiro, já tendo trabalhado em televisão, rádio, jornais impressos, além de outras assessorias, principalmente para outras câmaras da microrregião da Vertente Ocidental do Caparaó. Uma profissional que já passou por grandes redações no Rio de Janeiro, além de redações do interior.

A maioria desenvolve um trabalho pioneiro de comunicação nos órgãos onde atua, com exceção de Leila Furtado, que substitui o autor deste trabalho na Prefeitura de Manhumirim e Elza Gomes, já que Henderson Medeiros trabalhou anteriormente na Prefeitura de Divino. Todos ocupam cargos de confiança, sendo que Viviana Almeida está à frente da comunicação da Câmara de Manhumirim desde 2001 (há sete anos) e Laviola tem praticamente dois anos de experiência na prefeitura de São Francisco do Glória, tendo começado em março de 2006. Medeiros está na Prefeitura de Carangola desde 1999, passando por três administrações distintas, fato muito incomum no interior, mas que vem comprovar a tecnicidade da área. Vale ressaltar que Gomes encontra-se à frente da Assessoria em Divino desde o início da atual administração, Cristiane Almeida assumiu o cargo em março de 2007 após a criação da Divisão de Assessoria de Imprensa em Visconde do Rio Branco, através de um projeto de Lei e Leila Furtado iniciou seu trabalho na Prefeitura de Manhumirim no início de 2005.

Viviana Almeida, Leila Furtado e Patrícia Laviola foram até o gestor do órgão, apresentaram currículos e a proposta de implantação deste trabalho (sendo que V. Almeida e Furtado apresentaram um Plano de Comunicação), enquanto os demais foram convidados para assumir suas funções nos órgãos onde atuam hoje.

Na Câmara de Manhumirim, a comunicação utiliza folhetos explicativos que explicitam as funções dos vereadores para a população, realiza planejamento de entrevistas na mídia e produz eventos buscando aproximar a população do legislativo municipal. Entre os eventos desenvolvidos pela comunicação estão o Projeto “Manhumirim e Meio Ambiente”, que realiza campanhas educativas, concursos, entre outras ações voltadas ao tema do projeto; e as “Câmaras Itinerantes”, onde os vereadores percorrem todo o município, inclusive as comunidades rurais, mobilizando estas comunidades e buscando mais proximidade com a população. Além disso, foi implantados um programa próprio da Câmara na rádio local, um house organ e um site na Internet. Na mesma cidade, Leila Furtado utiliza como ferramentas a realização de eventos, onde divulga vídeos institucionais, slides com fotos, discursos e distribuição de material impresso, além de programa semanal e inserções diárias em rádio, site próprio da administração, patrocínio a eventos esportivos, turísticos e culturais, divulgação de releases, faixas, placas, mala-direta e som volante na divulgação de eventos e comunicados da Administração.

Em Divino, Gomes trabalha com um informe semanal via e-mail para o público interno, programa semanal e inserções diárias em rádio, releases, e, esporadicamente, eventos, envio de cartões, vídeos, jornal impresso e revista. Em Visconde do Rio Branco, Cristiane Almeida trabalha com release, informativo, clippings, kits para a imprensa, sugestão de pauta, entrevistas e, em momentos especiais, publicação de jornais e revistas. Em Carangola, a comunicação está praticamente paralisada nesta gestão por falta de interesse da administração, segundo o assessor, concentrando-se apenas na divulgação paga em jornais impressos. Já em São Francisco do Glória, o trabalho enfrenta algumas dificuldades como a falta de veículo de comunicação na cidade, sanado pela assessoria através da utilização de murais, caixas de sugestão e ainda:

Não há departamento restrito à assessoria, o que na minha opinião é uma pena, pois, embora o município seja pequeno, temos muito a divulgar, comunicar e explicar. Desenvolvo todos os trabalhos de comunicação sozinho, do contato com as mídias a confecção de *newshouse* chamado O

Franciscano. A assessoria é um serviço novo em São Francisco do Glória, está na fase inicial e, portanto, tem muito a desenvolver (LAVIOLA, 2007, entrevista).

Calcados cada um em suas próprias experiências, Viviana Almeida vê como principal problema para o desenvolvimento de seu trabalho a mídia local que não realiza separação entre publicidade e jornalismo, além da inexistência de profissionais nas redações tornando a relação assessoria e mídia mais conflituosa, resultando em veículos com publicações comprometedoras no que diz respeito ao conteúdo divulgado. Na mesma cidade, Furtado aponta a falta de estrutura e de equipamentos modernos como os grandes problemas enfrentados pela assessoria que desenvolve. Já Laviola sente falta de uma experiência maior, de um profissional que lhe transmita conhecimentos práticos na área, mas também cita a carência de recursos financeiros, pessoal especializado e equipamentos.

Num tom mais otimista, Cristiane Almeida diz que os resultados vêm compensando as dificuldades, mas aponta a própria Administração (alguns integrantes), como maior problema, assim como Gomes, em Divino, que encontrou suas maiores dificuldades também na própria Administração por, segundo conta, falta de conhecimento deste trabalho. Segundo essa profissional bastou um trabalho intenso de apresentação da assessoria e suas funções para “hoje, essas dificuldades estarem sanadas” (GOMES, 2007, entrevista). Em Carangola, Medeiros também aponta a incompreensão das administrações para com a importância desta área:

Atuei seguidamente em três gestões, sendo todas de partidos e grupos políticos diferentes. Dos três gestores apenas um dava atenção devida ao trabalho. A grande dificuldade é você saber que pode fazer e não conseguir seus objetivos em virtude do descaso do gestor (...) Milito na área desde 1999 e já tive a oportunidade de desenvolver um grande trabalho no período de 1999 a 2000, quando tinha total apoio do então gestor (MEDEIROS, 2007, entrevista).

O relacionamento das profissionais com os gestores difere de uma assessoria para outra, até mesmo, diante das características de cada um. Enquanto Medeiros não encontra apoio nestes para as atividades de comunicação, Patrícia Laviola, Cristiane Almeida e Elza Gomes sentem seus trabalhos valorizados e respeitados e não encontram muitos problemas. No entanto, Gomes ressalva que “na mesma proporção, há certa dificuldade em colocar em prática estes pensamentos” (GOMES, 2007, entrevista). Já

Viviana Almeida atua no gerenciamento de crises de interesse, já que no Legislativo são muitas correntes distintas com posicionamentos diversos:

(...) às vezes confundem a assessoria do órgão como se fosse particular e tentam manipular as informações a seu favor, não querendo que divulgue adversários políticos ou possíveis candidatos. Financiam espaço nos veículos e quando criticados por comunicadores de veículos particulares, querem reprimir fazendo pressão política, confundindo argumento de defesa com censura (ALMEIDA, 2007, entrevista).

Em São Francisco do Glória, Visconde do Rio Branco, Divino, Manhumirim (Prefeitura) e Carangola, não há, ainda, como realizar planejamento e, portanto, mecanismo de medição de resultados, segundo justificam os profissionais. O trabalho é desenvolvido de acordo com a demanda e os recursos destinados para tal fim. Já na Câmara de Manhumirim a comunicação vem sendo planejada de acordo com o calendário legislativo e os interesses dos gestores. Segundo Viviana Almeida, uma pesquisa será realizada em 2008 para verificar como está a imagem da Câmara, mas um trabalho de averiguação de resultados próprios da assessoria ainda não foi implantado.

Nas seis assessorias, os profissionais detectam diferenças no trabalho realizado para uma assessoria no interior, em comparação à mesma função em grandes centros. A multiplicidade de ações encontrada no dia a dia dos profissionais de comunicação das assessorias do interior é o principal argumento apresentado pelos profissionais: “O assessor em municípios pequenos não é só assessor, ele também é publicitário e produtor de eventos, quando não desenvolve outras funções” (LAVIOLA, 2007, entrevista). Em Carangola, o profissional de pedagogia que se especializou em assessoria de comunicação diz que “nos grandes centros tanto a visão dos gestores, quanto dos profissionais e empresários de comunicação é diferente” (MEDEIROS, 2007, entrevista). Além disso, a carência de veículos, sua precariedade são apontadas, também, como diferencial:

(...) dispomos de poucos veículos e convivemos com um equívoco a respeito dos papéis. O lado bom é que nas cidades pequenas é mais fácil ter acesso aos veículos, já que a disputa por espaços não é tão grande como nos grandes centros. Mas no interior o assessor de comunicação assume funções além das suas. Como faltam órgãos de divulgação suficientes, este profissional acaba por executar trabalhos variados e ficando sobrecarregado. (ALMEIDA V., 2007, entrevista)

De fato, percebe-se isso no cotidiano de trabalho das profissionais. Laviola, além de cuidar da comunicação, trabalha na Secretaria de Cultura e Educação. Medeiros acumula o cargo de Chefe de Turismo e Lazer e, por falta de condições, envia apenas esporadicamente *releases*, ficando mais voltado aos cerimoniais. Viviana Almeida, prepara todo o material de divulgação sozinha (folhetos, *house organ*, programas de rádio etc), produz e organiza todos os eventos da Câmara de Manhumirim (que envolvem as solenidades internas, os programas “Câmaras Itinerantes” e “Câmara e Meio Ambiente”, além da programação de datas cívicas, como o 7 de setembro, entre outras ações). Enquanto em Visconde do Rio Branco e Divino, Cristiane Almeida e Elza Gomes têm rotinas semelhantes aos demais que envolvem todas as ações da área de comunicação. O acúmulo de funções numa assessoria de comunicação do interior, quase sempre desenvolvida por um único profissional, pode ser exemplificado pelo relato de Leila Furtado, em Manhumirim, que, ao dar detalhes de sua rotina, elucida:

Trabalho de segunda a sexta-feira (horário comercial), e em todos os eventos da Prefeitura, mesmo quando ocorrem nos finais de semana ou à noite. Costumo tirar folga no período equivalente às horas extras trabalhadas, já que não é permitido remunerar horas extras para cargos comissionados. Realizo todas as atividades pertinentes à Assessoria de Imprensa (como jornalista), além de algumas atividades relativas à Assessoria de Comunicação (como Relações Públicas).(FURTADO, 2007, entrevista)

Trabalhar muito nestes órgãos não significa adequação total às condições adequadas estipuladas a um jornalista. Em São Francisco do Glória, além do salário ser abaixo do piso, o horário é o mesmo cumprido pelos demais funcionários públicos do órgão, ou seja, 8 horas por dia, assim como informa Medeiros, em Carangola. Já em Manhumirim, Viviana Almeida diz que o salário está compatível com o piso, mas o horário é extremamente variado, tendo muitas vezes que se trabalhar muito mais do que às 8 horas normais de um funcionário público, enquanto Leila Furtado afirma que também está com o salário enquadrado ao piso e, embora trabalhe às 8 horas diárias, diz que “tudo é negociável” e no final das contas, com as folgas que tira, iguala o tempo correto estipulado ao profissional desta área. Cristiane Almeida foi à única profissional que afirma estar com salário e horário enquadrado às normas sindicais.

## **Considerações Finais**

A comunicação organizacional chega ao século XXI com a potencialidade de um grande instrumento gerador de eficiência, desenvolvimento e fortalecimento de imagem para qualquer tipo de organização, seja privada, pública ou do terceiro setor. Os estudos teóricos a cerca desta atividade vem gerando grandes transformações, aproximando a comunicação à gestão, inserindo ao trabalho integração entre todas as áreas e técnicas de outros setores, como planejamento e marketing da Administração. Este desenvolvimento da comunicação organizacional ocorre não só em termos de melhoramento das ações propostas, mas também em ampliação geográfica de espaços de abrangência.

No entanto, torna-se necessário conhecer a realidade regional e a forma de atuação e desenvolvimento da mídia nestas regiões. As características encontradas na mídia das cidades de pequenos e médios portes precisam ser consideradas pelo profissional de assessoria de comunicação na execução de um trabalho eficiente na gestão pública. O reflexo das características da comunicação midiática regional nas assessorias de comunicação podem ser confirmados nas experiências que vêm sendo desenvolvidas na Zona da Mata de Minas Gerais em prefeituras e câmaras municipais de cidades com menos de 50 mil habitantes, onde percebemos a forte influência da proximidade, gerando ações de divulgação em eventos, em sons volantes, no rádio, como principal veículo de comunicação destas cidades, entre muitas outras.

O desenvolvimento de assessorias de comunicação em órgãos públicos destas cidades encontra-se em fase inicial, mas já pode ser percebido. Na prática de trabalho destes assessores, percebe-se claramente a necessidade de adequação das assessorias às características já detectadas por teóricos na mídia regional. O trabalho ainda não se encontra consolidado, já que não existe na maioria das assessorias atuantes, o setor definido, ficando os profissionais, lotados em outros setores, principalmente de eventos ou gabinete. Além disso, trabalham, em maioria, com acúmulo de funções, com horários extensos e salários abaixo da média.

Os estudos deixam claro que um processo de desenvolvimento da comunicação organizacional já vem se estabelecendo no interior, de forma ainda sutil, mas com resultados que tendem a validar este trabalho, consolidando-se substancialmente nas cidades onde a prática já se estabeleceu de forma profissional e tornando-os modelos e exemplos a serem seguidos pelos demais municípios. Constatamos este fato em prefeituras onde o trabalho já se iniciou com atuação de um profissional, mantendo continuidade, como é o caso de Manhumirim e Divino.

Cumpra destacar que a inserção de cursos superiores de comunicação na região vem contribuindo muito para este desenvolvimento, já que dos seis entrevistados, apenas um veio de um grande centro, sendo que o restante tem formação ou especialização realizadas na própria região. Isso significa que existe um mercado potencial, carente de profissionais e de maiores conhecimentos a cerca do trabalho de assessoria de comunicação, onde o respeito às peculiaridades e características culturais podem resultar na completa abertura de um grande mercado para comunicação no interior brasileiro.

### Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, Gastão T. **Imprensa no Interior**: um estudo preliminar. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado: Arquivo do Estado, 1983.
- ANCHIETA DE MELO, Isabelle. **Um jornalismo de proximidade**. Disponível em <<http://www.observatíoriadaimprensa.com.br/artigos>>. Acessado em 10 de out. de 2007.
- CAMPOS, Pedro C. **Jornalismo no Interior**: Características. Disponível em <<http://www.observatíoriadaimprensa.com.br/artigos>>. Acessado em 10 de out. de 2007.
- CORREIA, João C. **Jornalismo Regional e Cidadania**. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>. Acessado em 16 de out. de 2007.
- DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo comunitário em cidades do interior** – uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre. Sagra Luzzata, 2004.
- FERNANDES, Mário L. **A força do jornal do interior**. Itajaí: Univali, 2003.
- LOPES, Dirceu F. **A imprensa do interior do Estado de São Paulo**: da tipografia à informática e suas conseqüências no mercado de trabalho, na profissão do jornalista, na formação profissional e na luta pela democratização da informação. São Paulo, 1992.
- MARQUES DE MELO, José, **Os jornais do interior estão mais receptivos às demandas comunitárias**. Disponível em <<http://portalimprensa.com.br>>. Acessado em 10 de out. de 2007.
- MOUILLAUD, Maurice. **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.
- PRODEMATA, **Programa de Desenvolvimento Integrado da Zona da Mata**. 6o Relatório Trimestral da Unidade de Avaliação e Controle de PRODEMATA, 1978, apresentado pelo DER/UFV a SEPLAN-MG.

### Entrevistas:

- ALMEIDA, Cristiane. Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Visconde do Rio Branco. Em 24 de novembro de 2007.
- ALMEIDA, Viviana. Assessora de Comunicação da Câmara Municipal de Manhumirim. Em 25 de novembro de 2007.
- FURTADO, Leila. Assessora de Comunicação da Prefeitura de Manhumirim. Em 27 de novembro de 2007
- GOMES, Elza. Assessora de Comunicação da Prefeitura de Divino. Em 25 de novembro de 2007
- LAVIOLA, Patrícia. Assessora de Comunicação da Prefeitura de São João do Glória. Em 25 de novembro de 2007.
- MEDEIROS, Henderson. Assessor de Comunicação e Produtor de Eventos da Prefeitura Municipal de Carangola. Em 23 de novembro de 2007.