

Práticas de Comunicação Governamental em Rio Verde (GO): A Assessoria de Imprensa¹

Adriana Souza Campos²

Resumo

Este trabalho é parte de um capítulo da dissertação de mestrado desta autora, intitulada *De Fábrica de Empregos à Fábrica de Ilusões: O Globo Repórter e a Comunicação Governamental em Rio Verde (GO)*, cuja defesa foi realizada em 2007, na Universidade de Marília (SP), com orientação da Dra. Carly Batista de Aguiar. O capítulo traz um estudo das práticas de comunicação adotadas pela Prefeitura de Rio Verde em sua assessoria de imprensa. Foram realizadas pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, além de observação participante. A abordagem de experiências em comunicação governamental chama a atenção para a importância da reflexão sobre as assessorias de imprensa, principalmente as que trabalham com o poder público e devem informar o cidadão, sem que sejam instrumento para a promoção pessoal dos governantes.

Palavras-chave: Comunicação Governamental; Rio Verde; Assessoria de Imprensa; Comunicação Pública.

Introdução

A visão negativa que as pessoas possuem sobre as assessorias de administrações públicas tem sua origem, também, nas práticas políticas. Em nossa sociedade, sabemos que essas práticas, muitas vezes misturadas à corrupção e ao jogo de interesses e de poder, conferem desconfiança ao campo³ político. Por essas razões e com a ajuda da mídia, o cidadão colocou a política brasileira na berlinda.

A definição desse campo político, no sentido em que Bourdieu (apud Miguel, 2002, p.166) recorre a esta expressão, é:

o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher.

¹ GT ABRACORP 6 – Comunicação pública, governamental e política.

² Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (UFG), especialista em Assessoria em Comunicação (UFG) e mestre em Comunicação (Unimar). É coordenadora geral dos cursos de Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade e Propaganda) do Instituto de Ensino Superior de Rio Verde/Faculdade Objetivo.

³ Com base em Bordieu, campo seria “um universo obedecendo a suas próprias leis”. (apud Miguel, 2002, p.166).

Cabe a ressalva que para Bourdieu, a mídia está inclusa dentro do campo político, sendo que neste trabalho, o pensamento vai ao encontro do disposto por Miguel (2002), em que mídia e política formam “dois campos diferentes, guardam certo grau de autonomia e a influência de um sobre o outro não é absoluta nem livre de resistências”, assim como ocorre em um processo de mão dupla.

Da forma como isto está colocado em nossa sociedade, a mídia, cada vez mais, é a detentora de um poder de constituição de uma visibilidade que se tornou condição essencial para a geração de capital político. Em Miguel “o capital político é uma forma de capital simbólico, isto é, dependente do reconhecimento fornecido pelos próprios pares”. É claro, também, que mesmo tendo o poder de conferir visibilidade, a mídia se torna refém da esfera econômica que age sobre os meios de comunicação, apresentando, então, uma autonomia consentida, em muitos casos, pelo anunciante – onde aparecem fortemente os poderes públicos (municipais, estaduais e federal), notadamente grandes clientes nos âmbitos nacional, regional e local.

Muitas vezes, a batalha que se trava entre as esferas pública e privada, tomadas aqui como fontes informativas, começa com o conflito de interesses entre o campo da política e da comunicação, em que os meios de comunicação se colocam como porta-vozes “imparciais” do debate político e os políticos lutam pela conquista de capital político.

Esse desejo de conquista de capital político, que resulta em reconhecimento social do político e prestígio, tem na mídia, possivelmente, seu maior aliado. Os representantes políticos, eleitos pelo voto do povo em nossa organização democrática, sabiamente tentam utilizar a estrutura administrativa para o fortalecimento e a construção da imagem que desejam. Algumas práticas são comuns a essa esfera, sempre na tentativa de obter êxito nesse tipo de ação.

O Papel das Assessorias Governamentais

E em meio a esses interesses particulares, como fica o papel das assessorias de imprensa governamentais? A função dessas assessorias é contribuir para que a sociedade tenha acesso às informações e aos serviços públicos de seu interesse. Para Eid (2003, p. 1) as duas principais tarefas são: “apurar e distribuir informações de interesse público, normalmente não cobertas pelos veículos de comunicação” e “disponibilizar notícias à parcela da mídia que não tem amplo acesso às fontes”. O autor destaca o que permeia as diretrizes de tais assessorias:

Assessoria de imprensa não é mera ferramenta de promoção do prefeito, do governador, do presidente da República, ministros, secretários de Estado ou de dirigentes e executivos de empresas estatais. É um serviço do Estado e da sociedade, que também atende aos gabinetes. (EID, 2003, p.1)

Nesse âmbito é preciso deixar de lado as práticas que priorizam e privilegiam a promoção pessoal e é necessário voltar-se a um trabalho de assessoria que possa fornecer à imprensa informações com conteúdo útil, real e desejado pela sociedade ou por segmentos organizados. Está justamente nesse ponto chave o desafio das assessorias, que precisam passar, obrigatoriamente, a transmissão clara desse papel ao político ou dirigente estatal.

O assessor deve deixar claro que a imagem da autoridade pode ser fortalecida ou construída positivamente no conjunto do trabalho jornalístico voltado à prestação de serviços públicos ao cidadão. Ou seja, essa imagem pode estar relacionada aos resultados obtidos com ações eficazes, com transparência na administração pública, no atendimento rápido à imprensa, na implementação de programas e projetos sociais, na boa gestão dos recursos públicos e demais ações que desejavelmente devem ser executadas por uma administração municipal, por exemplo. Mas a imagem do administrador público jamais pode ser o foco central das práticas de comunicação governamental.

Só assim a assessoria de imprensa governamental será vista com outros olhos, adquirindo o posto de fonte confiável e fidedigna para a mídia. O personalismo, a figura do “prefeito forte” e da promoção pessoal apenas contribui para dificultar o trabalho de uma assessoria, que acaba sendo o órgão distribuidor de versões oficiais, *releases* insólitos e vazios, reduto para a produção de versões, criando assim a desconfiança e o desinteresse da Imprensa sobre o trabalho que muitas assessorias desenvolvem.

Matos (in Oliveira, 2004, p. 118) trata a comunicação pública como uma modalidade de comunicação política, uma vez que a “natureza dessa comunicação busca, no limite, a legitimidade e a representação do poder estatal no sistema político, podemos considerá-la política, como a comunicação entre partidos, candidatos, eleitores e mídia”. O termo comunicação pública é genérico e usado não apenas para referir-se à ação de tornar público um fato ou notícia, princípio de toda forma de comunicação. Para alguns autores, a exemplo de Matos, a comunicação pública é termo sinônimo da comunicação governamental.

Percebe-se aqui neste ponto, com a definição estabelecida por Matos, mais uma brecha para a confusão, fusão e mistura entre a comunicação pública e a política, onde fica difícil perceber os limites de cada uma. Zemor (apud Matos in Oliveira, 2004) estabelece cinco categorias para a comunicação pública, tendo todas a informação como objetivo: a obrigação que as instituições públicas têm de informar o público; o estabelecimento de uma relação de diálogo na prestação de serviços públicos; promover a atuação administrativa; desenvolver o trabalho de comunicação interna e externa visando promover a instituição pública e divulgar ações de interesse geral.

Matos (2004), com base nessas categorias, acredita que a comunicação pública seja construída como uma estratégia, ditada pelo cenário do mercado político e estatal, levada em conta no planejamento e na tomada de decisão do governo. Isso porque, para ela a comunicação pública não é e não pode ser dissociada do mercado (econômico), pois seria uma utopia acreditar nesta separação. Nessa perspectiva, temos dois mercados que se interagem e que se influenciam mutuamente: o político e o econômico.

É válido destacar aqui que esta separação é praticamente impossível de acontecer, mas cabe ao Estado enquanto agente no processo de comunicação pública saber equilibrar na balança os anseios e a prestação de serviços ao cidadão e de outro lado a lógica do mercado, para não correr o risco de atender, com sua forma de comunicação, mais os grandes grupos econômicos que a sociedade.

Para os assessores de imprensa, o desafio de realizar uma comunicação pública voltada à sociedade passa pela franqueza do assessor com o assessorado, pela ética e pela busca, incansável, de uma prestação de serviços públicos de qualidade, destinada aos cidadãos e fortalecedora da sociedade democrática. Mas, sabemos que o alcance desses objetivos é permeado por obstáculos, característicos do serviço público, da política e da própria comunicação.

A Verdade, a Mentira e o Segredo na Política

Na política, a mentira, o segredo, a ocultação e a informação se misturam com a realidade. O poder público, por vezes, fabrica segredos e mentiras com a intenção de impor a “versão oficial” aos fatos. O ocultamento também é prática comum nessa esfera, como apontou Bobbio (2000, p. 115): “[...] o ocultamento é fenômeno comum a todas as formas de comunicação pública”.

O autor afirma que mesmo o Estado mais democrático tutela uma esfera privada ou secreta dos cidadãos, onde o segredo aflora. E não estamos falando aqui do clássico

segredo de Estado, que possui informações estratégicas que não podem ser compartilhadas com os cidadãos para a própria segurança deles, mas dos segredos inerentes às articulações políticas.

O segredo coloca na berlinda as práticas democráticas, uma vez que a premissa da democracia de governo público em público não combina com qualquer forma de ocultação. Mas Bobbio (2000) esclarece que são justamente os escândalos⁴ envolvendo pessoas da administração pública que fazem com que ações de corrupção e quaisquer outros atos ilícitos sejam desenvolvidos em segredo. Ou seja, onde existe a verdade não há necessidade do segredo e da mentira.

Para Hannah Arendt (2005) a “verdade fatural”⁵ (verdade de fato) é aquela que se ocupa dos fatos e acontecimentos e que se constitui na verdadeira textura do domínio político, sendo o resultado da convivência e ação de homens. A autora considera escassas as chances de sobrevivência da verdade de fato em meio ao assédio do poder, pois fatos e eventos são frágeis diante do mesmo e não há apenas uma pequena probabilidade de que um fato de importância, esquecido ou dissimulado pela mentira seja um dia descoberto.

Arendt trata as relações entre a verdade e a política como conflituosas, em que as características do ser humano colocam a verdade frente à verdade racional de cada um, que expõe o fato à mentira ou ao que a autora chama de falsidade deliberada. A verdade racional é inflada pela opinião, a qual todos os humanos são suscetíveis, e não pela verdade de fato. Isso seria o deslocamento da verdade de fato para a opinião.

O segredo também é uma das ameaças à verdade de fato: “os segredos de Estado sempre existiram; todo governo precisa classificar determinadas informações, subtraí-las da percepção pública”. (ARENDR, 2005, p. 293). Quem ousa revelar segredos autênticos é tido como traidor. Assim, a mentira nunca ocupou tanto espaço quanto na política:

⁴ Bobbio (2000, p.105) conceitua o que vem a ser escândalo público ou o que o suscita: “O momento que nasce o escândalo é o momento em que se torna público um ato ou uma série de atos até então mantidos em segredo ou ocultos, na medida em que não poderiam ser tornados públicos pois, caso o fossem, aquele ato ou aquela série de atos não poderiam ser concretizados”.

⁵ “[...] concerne aos acontecimentos e às circunstâncias nos quais muitos estão engajados; ela é estabelecida por testemunhos e repousa sobre testemunhos; ela existe somente na medida em que se fale dela, mesmo se isso se passa em privado. Ela é política por natureza”.(ARENDR apud ALMINO, 1986, p.32).

A mentira às vezes é encarada com tal naturalidade na política quando se imaginam propósitos mais elevados que a justificariam (quando se age por motivos que se consideram de interesse nacional, social, de segurança, etc), que se é tentado a ver a política como a arte de mentir”. (ALMINO, 1986, p. 14)

Almino (1986) refere-se à mentira como uma falsificação consciente e uma distorção da verdade de fato. A mentira “é uma forma de segredo e vice-versa, pois ela, como o segredo, implica ocultação de uma verdade de fato”, num sentido empregado por Arendt e que é o ponto de partida do trabalho de Almino, *O Segredo e a Informação*.

O autor aponta que entre os segredos e as mentiras conscientemente elaborados na política, existem os que se constituem pela força que o Estado emprega contra a publicidade do privado, com versões oficiais dos acontecimentos, e os que são fabricados pela elaboração como atos livres de cada um. Mas Almino não acredita em nenhuma causa nobre definida de maneira técnica pelo Estado que possa legitimar o segredo. Ou seja, que não existiria espaço para segredos legítimos na perspectiva democrática.

Em meio à mentira e ao segredo, como ficaria a informação na comunicação governamental e na política? Sabe-se que os governos possuem estruturas e mecanismos próprios para informar os cidadãos e que, muitas vezes, essa informação, para que seja consolidada como verdade e contribua para o fortalecimento da imagem do poder público, deve passar pelos meios de comunicação:

Os meios de comunicação desempenham um papel fundamental não só na transmissão do saber informacional ou na imagem do poder, mas também podem ser instrumento tanto de consolidação das relações de poder quanto da desmistificação do poder. (ALMINO, 1986, p.26)

O autor observa ainda, que a informação e o poder nutrem uma relação íntima, que “se refere não mais à informação como poder, mas ao caráter informacional do poder”, em que o poder é a própria informação, em suas diferentes versões, sobre ele mesmo.

Deve-se ter em mente que a informação não pode ser pensada fora de um contexto social ou de uma organização, uma vez que ela depende da relação entre o emissor e o receptor. Assim, o uso que se faz da informação, tanto na esfera pública quanto na privada, depende das relações estabelecidas entre o emissor e o receptor e dos

objetivos que o emissor pretende com a informação em meio a uma mensagem que transmite. Essa informação está sujeita às interpretações e às versões. É justamente nesse flanco que entram a mentira e o segredo. Os fins estabelecem o modo como a informação será usada. É na relação entre que o emissor e o receptor que pode se dar a atribuição de significado, qualidade, valor ou mesmo alcance à informação.

A prática política atual tem no domínio da informação, seja pela ocultação ou pela inversão, condição indispensável para a sobrevivência e manutenção do poder. Por isso, nota-se que o poder público e os membros da política perpetuam essa prática, afastando-se da verdade de fato, preferindo as versões e opiniões para dirigir a informação.

O antagonismo entre verdade e política aparece desde Platão, passando por Hobbes e se instala nos estudos mais contemporâneos e da atualidade, justamente por ser essencial à percepção das relações entre comunicação e política e do uso que a comunicação pública faz da informação. A questão da visibilidade está diretamente ligada à imagem do poder público e a comunicação governamental tem servido a esse interesse, o de formar a imagem que os detentores do poder querem passar aos cidadãos.

Em Rio Verde, no final da década de 80, ainda podemos perceber na legislação a importância que a visibilidade representava para o Prefeito na conquista do capital político e como se configurava o uso da máquina administrativa com fins políticos.

A Comunicação na Legislação de Rio Verde (GO)

A administração municipal é exercida, desde 2001, por Paulo Roberto Cunha (PP). Reeleito em 2004, o prefeito está em seu terceiro mandato à frente da administração de Rio Verde. O primeiro mandato ocorreu de 1988/1991.

Tomando por base o primeiro mandato de Paulo Roberto Cunha, atual prefeito de Rio Verde, temos a Lei nº 2459, de 17 de março de 1989, que traz um artigo espantoso sobre as atribuições da Secretaria de Comunicação, à época denominada de Secretarias das Comunicações:

IV – desenvolver hábil sistema de comunicação social da ação administrativa, visando criar na comunidade espírito de participação solidária ao desempenho do Prefeito (Lei Nº 2459, 1989, art. 7º, grifos nossos).

Pela redação, observa-se a visão que se tinha, naquela época, das competências de um departamento de comunicação institucional, com distorções das funções da Secretaria. Vemos claramente que o artigo apresentado distorce as funções e responsabilidades de uma secretaria de comunicação, vinculando-a expressamente à promoção pessoal.

Na administração que se seguiu, do prefeito Osório Leão Santa Cruz, é sancionada a Lei nº 2868, em 11 de janeiro de 1993, mantendo a Secretaria das Comunicações com as mesmas atribuições. Nesse período não se tem registro de nenhum jornalista que tenha exercido a função de assessor de imprensa ou que tenha atuado na Secretaria de Comunicação do Município.

No mandato da prefeita Nelci Spadoni (1996/2000), mais uma lei (nº 3.460/97) foi editada modificando toda a composição da organização interna da Prefeitura. Por esta Lei, deixou de existir a Secretaria das Comunicações, ficando a administração das atribuições pertencentes a esta Secretaria à cargo de Fernando Lobo, genro da prefeita. Mesmo não sendo secretário de comunicação, todos os trabalhos e verbas eram gerenciados por ele, que ocupou três secretarias, em diferentes momentos, naquele mandato. A prefeita Nelci Spadoni, ainda naquele período, sancionou outras duas leis, a nº 3.806/99 em 22 de abril e a nº 3.823/99 em 30 de junho, reformulando a organização administrativa da Prefeitura de Rio Verde.

Em 2001, quando assume novamente a Prefeitura, Paulo Roberto Cunha cria uma nova estrutura organizacional para a administração. É recriada, então, a Secretaria Municipal de Comunicação pela Lei nº 4016, que não trata das atribuições da pasta.

Com a recriação da Secretaria de Comunicação foi estruturada, pela primeira vez, inclusive com sala própria, separada da Secretaria, a assessoria de imprensa. Foi após essa recriação que a assessoria passou a contar com uma autonomia maior, passando a responder diretamente ao Prefeito.

Em 2002, o prefeito em exercício Evânio Silva sanciona o Regimento Interno Programático em 11 de abril, que trata dos sistemas e da estrutura organizacional da Prefeitura, estabelecendo em cada um de seus capítulos as funções e atribuições das secretarias e órgãos da administração direta. Em seu capítulo VII, as atribuições da Secretaria de Comunicação foram redefinidas como sendo: responsável pelas relações públicas da Prefeitura; pela promoção de pesquisa de opinião pública sobre o desenvolvimento e “desempenho” da administração municipal; pela administração dos meios de comunicação da Prefeitura; pela recepção das autoridades que se dirijam ao

Prefeito; pelo assessoramento nas questões de comunicação; pela divulgação das potencialidades turísticas do Município; pelo relacionamento com a mídia e pela organização e divulgação de eventos.

Não pretendemos aqui, analisar a fundo como tem funcionado a aplicação desse Regimento Interno, mas apenas indicar o que já se avançou na área de Comunicação, com a evolução da própria legislação do Município.

Há que se acreditar, também, que em virtude de práticas de comunicação distorcidas pelo poder público em todos os âmbitos e pela existência de leis absurdas, a comunicação pública ainda é vista com desconfiança e como forma de promoção pessoal de políticos. Essa prática, aliada ao uso da máquina administrativa com fins eleitoreiros, colocou a comunicação governamental na berlinda, que se tornou uma estrutura sem credibilidade e apenas um produto de versões “oficiais” dos fatos.

Sabe-se que essa prática tem melhorado e que muitas administrações tem procurado estruturar equipes técnicas para o gerenciamento da comunicação pública, relegando ao passado as estruturas de trabalho formadas apenas pelo critério do apadrinhamento político.

Nos dias atuais pode ser mais difícil encontrar legislações sobre comunicação pública que ainda tragam artigos com clara referência à promoção pessoal e política dos administradores. Isso porque a legislação eleitoral e da administração pública evoluiu bastante no País e, hoje, o uso da máquina administrativa configura-se em crime. Com relação a Rio Verde, a tentativa de mudar esse quadro é clara, pelo menos no que tange à legislação da área que, depois de 1989, já evoluiu bastante, apresentando avanços significativos com a aprovação de novas leis e a revogação das arcaicas e distorcidas.

O Organograma – Onde está a Assessoria?

A Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Rio Verde passou a funcionar em 1989. A sua implantação veio com a reformulação da organização administrativa da Prefeitura, quando foram reestruturadas as atribuições das secretarias municipais, por meio da Lei 2459. Até hoje, a assessoria funciona sem sua devida criação por lei ou decreto. Ou seja, existe de fato, mas não há qualquer menção ao departamento na legislação municipal e, sequer, no organograma da Prefeitura que é disponibilizado no *site* institucional da Prefeitura de Rio Verde⁶.

⁶ O site da Prefeitura é: www.rioverdegoias.com.br.

Na prática, a assessoria de imprensa funciona vinculada à Secretaria da Comunicação, sendo que se reporta também, diretamente ao Prefeito. Percebe-se ainda, pelo organograma, o peso que a Secretaria de Comunicação possui na atual gestão municipal. A Secretaria integra o bloco das que estão ligadas diretamente ao Prefeito Municipal, composto ainda pela Secretaria de Governo e Relações Exteriores, Secretaria de Articulação Política e Procuradoria Geral do Município.

Pelo próprio posicionamento de cada uma das secretarias municipais nesse organograma, pode-se inferir o grau de importância de cada uma delas na atual administração. Ou seja, a área de Comunicação situa-se no topo, com atenção especial nas políticas de distribuição dos recursos do orçamento.

Estrutura da Assessoria

A assessoria de imprensa ocupa uma sala dividida em quatro ambientes, com cerca de 70 metros quadrados, localizada fora do prédio da Prefeitura. Até o 1º semestre de 2006, a assessoria funcionava no mesmo prédio da administração central da Prefeitura, onde fica o gabinete do Prefeito. Por problemas com espaço para outras secretarias, foi necessária a mudança para outro local, situado na área central da cidade, mas distante da sede do poder público. O espaço antes ocupado pela Assessoria passou a ser ocupado por departamentos da Secretaria de Obras.

A mudança da assessoria do prédio em que fica o Prefeito fez com que a equipe passasse a se desdobrar, ainda mais, para ter acesso às informações pertinentes às secretarias municipais e outras de relevância. Com esse distanciamento físico entre a assessoria e a Prefeitura, sede do poder executivo, o fluxo de comunicação entre a assessoria e os demais departamentos da Prefeitura ficou prejudicado.

Atualmente a assessoria dispõe de seis computadores pentium, com acesso à internet pelo sistema de banda larga, um scanner e uma impressora jato de tinta, além de um aparelho de fax. Dois computadores estão equipados com gravadora de CD e com programas específicos para gravação de rádio e TV. É por meio desses programas que a assessoria executa o serviço de *clipping* eletrônico, gravando os telejornais locais e os programas jornalísticos das rádios, que depois são transcritos (apenas os trechos que tratam da Prefeitura ou que sejam de interesse do poder público).

Ao todo trabalham cinco jornalistas redatores. Desses, apenas uma não possui formação superior e exerce a profissão com registro precário. Todos os funcionários que compõem a Assessoria são nomeados por Decreto do Prefeito e atuam em cargos

comissionados. Apenas a secretária é concursada e, portanto, é servidora efetiva da administração municipal. Não há no departamento jornalista concursado.

As notícias redigidas são encaminhadas para os veículos de comunicação cadastrados e para o *mailling* de contatos importantes na região, em forma de *release*, além de serem inseridas na página da Prefeitura na Internet. O número de acessos à página da Prefeitura de Rio Verde fica em torno de 320 mil por mês, sendo são originários de cerca de 100 mil acessantes.

Essa página é, certamente, um dos grandes instrumentos de divulgação das ações da administração municipal e de fundamental apoio para a comunicação governamental.

Um pouco mais sobre Rio Verde

O Município possui mais de 150 mil habitantes, de acordo com o último Censo Populacional, realizado no ano de 2007 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). São quatro as instituições de ensino superior – Universidade de Rio Verde, Instituto de Ensino Superior de Rio Verde, Faculdade Almeida Rodrigues e Centro Federal Tecnológico – que abrigam mais de 9 mil estudantes universitários de toda a região.

O município de Rio Verde possui apenas uma emissora de TV com sede local. É a *TV Riviera*, retransmissora da *Rede Anhanguera de Televisão*, de Goiânia, afiliada da *Rede Globo*. Os jornais que circulam na região são, na maioria, semanários, excetuando-se os únicos dois jornais diários do Estado, *Jornal O Popular* e *Diário da Manhã*. Uma particularidade entre os semanários é a falta de rigor na periodicidade de alguns que, às vezes deixam de circular por um tempo e depois retornam às atividades. Como jornais semanais e quinzenais que estão circulando neste ano de 2008, podemos citar: *Jornal Tribuna do Sudoeste*, *Jornal Folha de Rio Verde* e *Jornal O Espaço*.

Com relação às rádios, são quatro ao todo, sendo uma AM. São elas: *Rádio AM*, *Rádio 96 FM*, *Rádio Morada do Sol FM* e *Rádio Positiva FM*. Há também uma rádio comunitária, que ilegalmente atua como rádio concessionária FM, a *Rádio Terra*.

Dilemas Atuais dos Jornalistas

Os jornalistas que atuam em assessorias de imprensa de administrações públicas sabem que, se trabalharem em conformidade com as regras da organização, podem ter emprego garantido pelo período em que durar o mandato eletivo do administrador, que

de acordo com a legislação é de quatro anos. Essa falsa estabilidade profissional pode induzir à práticas profissionais equivocadas.

Assim como ocorre em Rio Verde, o funcionário público que exerce cargo em comissão – nomeado por decreto do chefe do Executivo - passa por uma peculiaridade típica do serviço público. Seus préstimos profissionais estão vinculados ao mandato eletivo do administrador. Os cargos de assessoria funcionam como cargos de confiança. Nessa perspectiva, a assessoria de imprensa às vezes ainda é pensada como instrumento de manutenção do sistema administrativo vigente.

Em Rio Verde, como não há função específica de jornalista pela legislação municipal, a gratificação de cada um dos que trabalham na assessoria de imprensa é definida pelo próprio Prefeito, sendo que os valores atuais estão entre R\$ 1.250,00 e R\$ 3.000,00.

Nessa perspectiva, os veículos de comunicação, enquanto meros reprodutores da versão noticiada, funcionarão como instrumentos para colocação em voga dos assuntos de interesse desses agentes. Esse papel exercido pela maioria dos veículos de comunicação concentrados em Rio Verde, justifica-se pelas verbas comerciais do poder público. Para Herman e Chomsky (apud TRAQUINA, 2001), alguns fatores explicam a submissão do jornalismo ao capitalismo, dos quais destacamos: a natureza capitalista das empresas (procura pelo lucro e a importância da Publicidade); dependência dos jornalistas de fontes governamentais; ações punitivas dos que estão na esfera do poder público e a estrutura de propriedade dos mídia.

A Prefeitura de Rio Verde é um grande anunciante local, em todos os tipos de mídia, o que estabelece uma relação que envolve interesses mercantis e interesses políticos. As verbas a serem gastas pela Prefeitura em publicidade institucional estão dispostas no orçamento anual, fixado para a Secretaria de Comunicação.

Verbas Orçamentárias para a Comunicação

Para melhor compreender a influência da Prefeitura de Rio Verde nos veículos de comunicação locais, vamos expor as informações constantes das leis orçamentárias vigentes no período de 2002 a 2006, excetuando-se os valores para exercício de 2003, cujos montantes não constam da lei.

A Lei nº 4.208/2001, que estima a Receita e fixa a despesa para o exercício de 2002, indica o orçamento da Secretaria de Comunicação em R\$ 484.000,00. Podemos observar na legislação, que o orçamento da Secretaria de Comunicação ficou entre os

menores, com valores próximos à Guarda Municipal (que faz a segurança de prédios públicos), com R\$ 420.000,00; à Superintendência Municipal de Trânsito, com R\$ 536.000,00 e à Secretaria de Governo, com R\$ 447.000,00.

Já em 2004, os valores destinados às despesas das secretarias apontam que a Secretaria de Comunicação teve verba naquele ano de R\$ 2.700.000,00 (dois milhões e setecentos mil reais), refletindo em um aumento significativo entre 2002/2004. Com relação àquele ano, cabe destacar que foi um ano eleitoral, em que o atual Prefeito de Rio Verde candidatava-se à reeleição.

A Lei nº 4.882/2004 fixou as despesas para o ano de 2005, designando R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) para os gastos da Secretaria de Comunicação. Esse montante representa uma redução de cerca de R\$ 200 mil com relação ao ano anterior.

Na Lei nº 5.080/2005 temos o orçamento para o ano de 2006. A legislação apresenta para a Secretaria de Comunicação, recursos da ordem de R\$ 3.205.000,00 (três milhões duzentos e cinco mil reais), mostrando um aumento de R\$ 705 mil do ano de 2005 para 2006. Um detalhe importante é que todas as leis orçamentárias trazem um artigo que permite a abertura de créditos suplementares:

Art. 5º - O Poder Executivo, no interesse da Administração, poderá abrir, na vigência deste Orçamento, os créditos suplementares que se fizerem necessários, mediante utilização dos recursos definidos nos itens I, II, III e IV dos Parágrafos 1º, 2º e 4º do art. 43 da Lei Federal n. 4.320, de 17 de março de 1964, até o limite de 60% (sessenta por cento) do total das despesas fixadas nesta Lei, para atender a insuficiência das dotações orçamentárias dos órgãos da Administração. (LEI Nº 5.080, 2005, p.1)

Com isso, os valores que temos indicados nas leis orçamentárias sobre os recursos disponibilizados a cada unidade podem não refletir a realidade dos gastos que, em muitos casos, é bastante superior ao exposto nas legislações. Com relação às verbas orçamentárias de 2003, que não constam neste trabalho, a autora não obteve cópia do orçamento digitalizado e, sempre que tentou obter uma cópia impressa não teve êxito, por várias razões. Com base nos orçamentos pesquisados, pudemos formular um quadro comparativo que mostra a evolução das verbas para o setor de comunicação, conforme o Quadro 01.

Quadro 01 – Comparativo das verbas orçamentárias entre 2002 e 2006, exceto 2003

2002	2004	2005	2006
R\$ 484.000,00	R\$ 2.700.000,00	R\$ 2.500.000,00	R\$ 3.205.000,00

Considerações Finais

A linha tênue que separa a esfera pública da privada e que estabelece a influência de um campo sobre o outro tem, muitas vezes, relação com as verbas publicitárias.

Podemos inferir que a importância da comunicação para a administração pública de Rio Verde foi percebida nos últimos anos, mas ao mesmo tempo fica o questionamento se essa importância não está se voltando apenas aos gastos com a realização de eventos e propagandas em rádio e TV, o que colocaria as ações e o trabalho da assessoria de imprensa em menor grau de importância e em um segundo plano na visão do chefe do poder executivo ou do Secretário de Comunicação, que é a pessoa responsável pela aplicação e pelo direcionamento dessas verbas orçamentárias. Como os valores são utilizados basicamente em propaganda nos diversos veículos, fica o questionamento se os recursos elevados não visam atender apenas a promoção pessoal.

São fatores como este, que geram a desconfiança nas práticas de algumas assessorias espalhadas pelo País. Acreditamos que uma comunicação pública trabalhada com profissionalismo pode contribuir significativamente para a melhoria da atuação dos meios de comunicação e para a construção de uma comunicação de massa verdadeiramente compromissada com a sociedade. Para que essa melhoria ocorra, é necessária uma mudança efetiva de postura das assessorias em todo o País, transformando a imagem das mesmas, principalmente das que trabalham com o poder público. E para isso, o papel dos jornalistas é fundamental.

O ranço do oficialismo e da promoção pessoal pode desaparecer paulatinamente à medida que as mudanças de conduta venham a ocorrer. A comunicação governamental precisa desenvolver um trabalho técnico e sério, que começa na contratação de profissionais qualificados e com formação superior para o exercício das funções correlatas à comunicação. Para isso, o apadrinhamento deve ser apagado de vez da história das assessorias públicas.

Referências Bibliográficas

Livros, Capítulos e Artigos

ALMINO, João. **O Segredo e a Informação – Ética e política no espaço público**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 9ª edição, 2000.

EID, Marco Antônio de Carvalho. **Entre o Poder e a Mídia: assessoria de imprensa no governo**. São Paulo: M. Books, 2003.

MATOS, Heloiza. *Discursos e Imagens das Instituições Militares no Regime Democrático*. (in OLIVEIRA (org.)), **Comunicação Pública**. São Paulo, Campinas: Editora Alínea, 2004.

MIGUEL, Luis Felipe. *Os Meios de Comunicação e Prática Política*, in Revista de Cultura e Política Lua Nova, nº 55-56, 2002, p.155-184.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

Documentos Eletrônicos

PREFEITURA DE RIO VERDE. **Estrutura Organizacional**. Disponível em: <<http://www.rioverdegoias.com.br/arquivos/organograma2006.pdf>> Acesso em: 20/07/2006.

Documentos Oficiais

REGIMENTO INTERNO PROGRAMÁTICO. Secretaria Municipal de Planejamento e Administração. 2002. Rio Verde. Goiás.

RIO VERDE. Lei nº 2.459/89. Reformula a Organização Administrativa de Rio Verde, Estado de Goiás, e dá outras providências. Arquivo da Agenda Executiva.

_____. Lei nº 4.208/01. Estima a Receita e fixa a Despesa do Município de Rio Verde para o exercício de 2002. Arquivo da Secretaria de Planejamento e Administração.

_____. Lei nº 4.882/04. Estima a Receita e fixa a Despesa do Município de Rio Verde para o exercício de 2005. Arquivo da Secretaria de Planejamento e Administração.

_____. Lei nº 5.080/05. Estima a Receita e fixa a Despesa do Município de Rio Verde para o Exercício de 2006. Arquivo da Secretaria de Planejamento e Administração.