

# AUTONOMIA E ÉTICA DO ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL \*

Gilberto Gonçalves

( Professor do IAC/PUCAMP )

O quarto Encontro Nacional de Assessores de Comunicação Social, promovido pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, ocorre sem dúvida alguma, num momento altamente oportuno. Primeiro porque a sociedade brasileira dos anos oitenta, não é a mesma da década de setenta. A atual é mais aberta, menos censurada por atos e decretos institucionais, pluripartidária, mais descentralizada e, conseqüentemente, com processos de decisão nacional envolvendo uma maior escuta das entidades representativas da opinião pública e até mesmo da estrutura partidária. O partido comunista já ocupa espaço na televisão e são poucos os que o temem. Antes não houvesse ninguém temendo e a democracia estaria consolidada. De qualquer forma, é inegável que se caminha em sua direção.

Nos últimos anos, aos poucos, operários, intelectuais, funcionários públicos, entre outros, cerraram fileiras na luta por melhores salários e condições de trabalho. Crescia a batalha contra o modelo econômico imposto, a duras penas, pelo golpe militar de 64. Dos movimentos reivindicatórios nasceu a necessidade de organizar e desenvolver a luta política. Surgiram as campanhas contra a censura à imprensa, pelas liberdades democráticas, pelos direitos humanos e pelas eleições diretas que, apesar da frustração pela derrota da emenda Dante de Oliveira, possibilitou o resgate do poder das mãos dos militares. Em momento algum os jornalistas brasileiros se ausentaram deste processo. O que foi bom.

Em segundo lugar, é oportuno também o quarto Encontro, pois se realiza quando a grande imprensa, principalmente através dos jornais **Folha de S. Paulo** e **O Estado de S. Paulo**, vem declarando guerra franca e aberta contra a regulamentação da profissão de jornalista, propondo e estimulando a extinção da obrigatoriedade do diploma para o

---

( \*) Trabalho apresentado no IV Encontro Nacional de Assessores de Comunicação Social das Instituições de Ensino Superior Brasileiras, do qual o autor participou como conferencista convidado, na UNISINOS – São Leopoldo – RS – 15 a 18 de abril de 1986.

exercício profissional. O **lobby** se avoluma. Os patrões, apoiados por jornalistas ocupantes de cargos de confiança — entre eles alguns diplomados — vêm cedendo generosos espaços para aqueles que compactuam com mais esta sórdida trama. Não têm estes jornais — empresas a mínima preocupação com a qualidade de ensino imposto ao povo brasileiro, pois, se a tivessem, com certeza estariam desfraldando uma bandeira muito diferente da que ora empunham.

É preciso estar alerta e acreditar que permanecerá obrigatório o diploma como condição ao exercício profissional. É estranho que nomes como o de Jorge Amado venham a público em defesa desta causa, declarando: “Aprendi muito mais como repórter policial do que na escola de direito”. (Folha de S. Paulo - 2 de abril de 1986 - pág. 6). Se assim é, por que não oferecer aos repórteres policiais o diploma de advogado e acabar com as escolas de direito? Não bastasse isso, um comitê, composto de apenas seis pessoas, tendo entre elas um único jornalista, pode decidir em nome de todos os jornalistas brasileiros?

E não venham também com o falso argumento de que só com a extinção da obrigatoriedade do diploma se possibilitaria o livre expressar-se. Ora, já são muitos os que se expressam livremente nas páginas de jornais sem que sejam jornalistas, que digam os colaboradores. A livre expressão deve dar-se, isto sim, através de uma maior abertura de espaços nos jornais para a opinião, as tendências e os debates, inclusive com a participação dos leitores. Com a obrigatoriedade dos empresários em publicar também as liberdades de expressão que conflitam com seus interesses políticos e econômicos. Caso contrário, continuarão inexistentes a liberdade e a expressão. A quem estão de fato, os jornais interessados em dar liberdade de expressão? Ao povo, ao fraco, ao oprimido...?

Diante destes dois fatos incontestáveis, o momento político e a obrigatoriedade do diploma de jornalista é que se reputa significativamente oportuno o quarto Encontro. Afinal, diante deles, têm os jornalistas assessores de comunicação social, principalmente os que atuam nas universidades, uma oportunidade ímpar para demonstrar sua necessidade e seu valor.

## ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E DE IMPRENSA

A atividade de assessor de comunicação social não é exclusivamente do jornalista profissional. Ela pode ser desenvolvida também por profissionais da área de relações públicas e de publicidade e propaganda, merecendo um cuidado especial para que sejam evitadas as superposições e os conflitos. Neste sentido, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo teve aprovada proposta de elaboração do Manual de Assessoria de Imprensa, resultado de quase seis anos de pesquisa. A proposta foi referendada no segundo Encontro Nacional de Jornalismo de Asses-

soria de Imprensa realizado em Recife, de 19 a 21 de setembro de 85, onde se concluiu, entre outras coisas: "... Este manual é um passo fundamental não apenas no sentido do aperfeiçoamento profissional, mas também como estímulo à uma postura adequada às novas exigências sociais e políticas. Nós jornalistas de assessorias temos, a partir de agora, um instrumento indispensável à unificação das lutas no exercício da profissão". Neste manual estão claramente delimitadas as áreas de atuação dos profissionais de relações públicas, publicidade e propaganda e jornalismo, dentro das assessorias.

João Bosco Lodi, auditor de empresas, define com propriedade a assessoria de imprensa como "A unidade vinculada à presidência, composta geralmente de algumas pessoas sob a condução de um jornalista profissional, o qual é responsável pela coordenação das comunicações com o público externo e pela assessoria na formulação de toda comunicação social da empresa". É fundamental estar inteirado de que a assessoria de imprensa tem um papel educativo. Ela deve atuar de maneira a ampliar a consciência dos dirigentes assessorados sobre o conteúdo da imprensa.

A assessoria de imprensa não pode ser encarada como um simples órgão de despacho de informações de dentro para fora da instituição. Os dirigentes necessitam aprender a utilizar a assessoria de imprensa como instrumento de auxílio à sua capacidade de "ler" o que ocorre do lado de fora. O assessor deve estar apto a colaborar na educação da leitura e do "olhar", por parte de seus assessorados.

É inadmissível que dirigentes continuem "queimando" seu assessor ao utilizá-lo como manipulador ou silenciador da imprensa. Pelo contrário, ele deve atuar como um caminho de duas mãos, trazendo o mundo de fora para dentro e levando a imagem para a comunidade. Quando desempenhada com profissionalismo, a assessoria de imprensa pode colaborar de maneira significativa com os setores de planejamento, quer estratégico ou político.

## NA UNIVERSIDADE

Logo, pode-se perceber a importância do desempenho de uma assessoria de imprensa dentro de instituições de ensino, principalmente nas de nível superior. É incrível como as escolas tendem a se fechar em si mesmas, quando deveriam participar efetivamente do dia-a-dia da comunidade à qual estão inseridas. Daí, a necessidade de uma assessoria de imprensa altamente profissional e autônoma, agindo de forma a abrir a universidade, fazendo com que as informações possam fluir num verdadeiro ir e vir. Assim, o assessor de imprensa dentro de uma instituição de ensino superior pode colaborar sobremaneira na tentativa de aproximar a escola do meio e engajá-la numa prática de trans-

formação social que refute a ideologia dominante que se pretende reproduzir por seu intermédio.

O resgate do valor da educação no contexto nacional se faz imperioso agora, quando o País transita rumo à democracia. E o assessor de imprensa como homem de comunicação social não pode e não deve estar ausente deste processo. Os que atuam nas instituições de ensino, têm ainda missão maior. Alicerçados na consciência e na competência profissional eles podem colaborar de forma efetiva para que a universidade ocupe o seu devido lugar na sociedade.

O assessor de imprensa de uma instituição de ensino superior deve estar preparado para entender e interpretar uma situação muito mais complexa do que as existentes nas empresas de produção em geral. É preciso estar ciente que a universidade brasileira é vítima de inúmeros conflitos. Entre eles está o impacto que a estrutura das profissões causa sobre o ensino. Ao entrar na universidade, os alunos pensam apenas no ingresso a uma profissão, ao passo que o processo aprendizagem-ensino deveria ocorrer livre de compromissos institucionais. É diante de situações intrínsecas como esta que o assessor de imprensa vai atuar na universidade. Só o conhecimento deste contexto possibilitará ao profissional de comunicação a segurança necessária para o desempenho de sua função.

A universidade, de uma forma geral, se fecha em si mesma e se distancia da sociedade em benefício da qual deveria estar trabalhando. O assessor, portanto, tem a responsabilidade e o dever de colaborar, como agente da comunicação social, para que esta distância diminua até o seu pleno desaparecimento.

E a valorização da assessoria de imprensa está explicitada na proposta de inclusão da disciplina "Técnicas de Assessoria de Imprensa" no currículo do curso de jornalismo do Instituto de Artes e Comunicações da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Com base nas resoluções tiradas do I Encontro Nacional de Jornalistas de Assessoria de Imprensa, realizado em Brasília, em 1984, a proposta de inclusão da disciplina no currículo foi aprovada pelo Conselho de Coordenação de Ensino e Pesquisa da universidade, para ser ministrada a partir de 1988. O exemplo pode e deveria ser seguido por outras escolas, de forma a embasar ainda mais a função de assessor de imprensa.

## O ASSESSOR E A AUTONOMIA

Quanto à autonomia do assessor, é muito comum instituições com organogramas demonstrando claramente esta conceituação. Quase sempre é o gerente de comunicação social ou de relações públicas, de relações industriais ou de relações humanas, o superior imediato do jornalista. Nas universidades o assessor de imprensa está quase sempre, colocado

numa escala de subordinação ao assessor de comunicação social, sendo este cargo ocupado por relações públicas ou publicitários. Na realidade esta subordinação deveria ser única e direta à presidência da instituição. Para que possa atuar de forma eficaz e firme, o assessor não pode e não deve ser alijado do processo de direção da organização. Ele precisa participar das reuniões onde esteja sendo discutido o futuro do empreendimento, deve conviver com a diretoria, oficial e extra-oficialmente. Se não for encarado como pessoa de confiança, dificilmente conseguirá desenvolver o seu papel de educador dos dirigentes, no que diz respeito à imprensa.

Um assessor de imprensa será mais autônomo na sua função quanto mais consciente e competente profissionalmente ele for. Para isso, ele deve saber planejar e executar toda a comunicação com a imprensa. Precisa ter em mente que o momento pós entrevista é tão ou mais importante que o preparo e o período de duração dela. Os detalhes sobre o funcionamento de cada um dos veículos de comunicação: rádio, jornal, TV, revistas, devem ser do seu conhecimento. Ele precisa saber quando priorizar determinado veículo. A importância da hora de fechamento dos jornais. A assessoria que se quer autônoma, deve manter um atualizado banco de dados para fora, deve saber lidar com as publicações internas e externas, resumir a imprensa e ser capaz de uma análise política quando solicitada.

## A ÉTICA JORNALÍSTICA

Em se falando de ética, não pode ser outra a ética do assessor de imprensa que não a do jornalista profissional, expressada pelo próprio código de ética da categoria.

Um bom exemplo é o problema da opção partidária/eleitoral e sua implicação ética no exercício profissional. Já em 1888, Charles Anderson Dana, ao falar a seus pares na Associação dos Editores de Washington, enumerava oito princípios, de sua autoria, que entendia servir como código de ética dos jornalistas. O sétimo item dizia: **“Apoie o seu partido se você pertencer a algum, mas não pense que todos os homens de caráter estão filiados a ele e que só os maus é que pertencem a outras agremiações”**. O relato histórico está em **“Deontologia da Comunicação Social”** de Mário Erbolato, pela Editora Vozes, cujo capítulo 14 é dedicado exclusivamente ao estudo de códigos e projetos. Mário Erbolato é professor da Puccamp, tem vários livros sobre jornalismo editado e completou em fevereiro 50 anos de profissão: é radicalmente favorável a obrigatoriedade do diploma para o exercício profissional de jornalista. Hoje, o tema opção partidária/eleitoral volta a ser discutido pela categoria. O Sindicato dos Jornalistas de São Paulo explora o assunto em sua edição de março do jornal **Unidade**. Vários jornalistas, em depoimento ao jornal, acreditam que o profis-

sional de jornalismo pode perfeitamente engajar-se numa campanha sem comprometer a qualidade do seu trabalho, desde que a honestidade e a ética prevaleçam.

Ainda dentro deste tópico cabe a questão da consciência profissional. O jornalista que acompanha e acata as lutas e decisões da categoria, como forma de valorizar a profissão, atue em rádio, jornal, TV ou assessoria, muito dificilmente poderá incorrer em atitudes anti-éticas. É preciso, antes de mais nada, conhecer a legislação que regulamenta o exercício profissional e se fazer dela um defensor, sempre buscando sua ampliação em benefício de toda categoria.

É preciso também deixar claro que jornalista não é porta-voz. Ao contrário, ele deve atuar como agente estimulador e provocador da manifestação pessoal da fonte. Já a atividade de lobby entendida como trabalho de esclarecimento, argumentação ou convencimento legítimo sobre outrem em defesa de posições legítimas, não tem regulamentação no Brasil podendo, portanto, ser desenvolvida também por jornalista, desde que ele se interesse.

Alguns outros pontos merecem cuidados especiais por parte dos profissionais de jornalismo que atuam em assessorias. A omissão: quando ela é legítima e aceitável? Quando é da fonte e quando é da assessoria de imprensa? Casos que implicam questões comerciais, de segurança, pânico da comunidade, risco para pessoas ou grupos, justificam a omissão? Quais são os limites do direito à informação, à privacidade e à censura? A dupla atuação do jornalista em assessoria e órgãos de comunicação é legítima? São, portanto, questões que merecem reflexão mais aprofundada por parte dos profissionais no que concerne à ética jornalística.

## UMA PROPOSTA DE MUDANÇA

O entusiasmo com a significativa importância das assessorias de imprensa, não deve eliminar a preocupação com aquilo que Gerson Moreira Lima chamou de *Releasmania* e que deu nome ao livro editado pela Summus Editorial em 1985. A atualização do release, da forma como se encontra, tem retrato fiel nas palavras de um velho professor de jornalismo: **“É preciso que se formule urgentemente uma lei de Malthus para os releases, pois o número deles cresce em progressão geométrica, enquanto a informação neles contida é incapaz de acompanhar uma progressão aritmética de razão dois”**. Além do número de releases, existe ainda o grave problema de sua indevida utilização.

No livro de Moreira Lima aparecem diversos casos de publicação, do mesmo release, duas vezes numa única semana, pelo mesmo jornal.

Diante desta problemática, o quarto Encontro de Assessores de Comunicação se torna oportuno também para o lançamento de uma pro-

posta de mudança: a **substituição do release pela pré pauta, como instrumento de trabalho dos jornalistas de assessorias**. Algumas vantagens podem surgir de imediato com a alteração, como a ampliação do mercado de trabalho, o estreitamento das relações entre a instituição e a imprensa e o estímulo à reportagem investigativa. Nenhuma pré-pauta poderá ser publicada na íntegra, pois necessitará sempre de complementação. Por sua vez, a instituição fonte da informação terá a oportunidade de receber a imprensa com maior frequência, possibilitando a conquista de maior espaço na divulgação de suas idéias e trabalhos. O lado investigativo do jornalista prevalecerá ante a comodidade da publicação dos releases na íntegra.

A pré-pauta, portanto, pode colaborar decisivamente para um jornalismo como de fato ele deve ser: puramente jornalístico.

### BIBLIOGRAFIA

- ERBOLATO, Mário L. **Deontologia da comunicação social**. Petrópolis: Vozes 1982.
- NEOTTI, Frei Clarêncio ( coordenador ). **Comunicação e ideologia**. São Paulo: Edições Lovola, 1980.
- LODI, João Bosco. **Viver e Trabalhar: uma Proposta de Reciclagem pessoal**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora 1985.
- MOREIRA LIMA, Gerson. **Releasmania: uma Contribuição para o Estudo do Release no Brasil**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.
- FENAJ — Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais. **Manual de Assessoria de Imprensa**. São Paulo: FENAJ, 1986.