

MANUAL DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA FUNDAÇÕES E
ASSOCIAÇÕES DOS CONSELHOS MUNICIPAIS DE PRESIDENTE
PRUDENTE

ARIANE F. LIMA GONÇALVES
LAÍS MARTINS PERPÉTUO
LISANDRA AP. DE LIMA SANTOS
NATIELY DE ALMEIDA RALLO

MANUAL DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA FUNDAÇÕES E ASSOCIAÇÕES DOS CONSELHOS MUNICIPAIS DE PRESIDENTE PRUDENTE

ARIANE F. LIMA GONÇALVES
LAÍS MARTINS PERPÉTUO
LISANDRA AP. DE LIMA SANTOS
NATIELY DE ALMEIDA RALLO

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista, como requisito parcial para a sua conclusão.
Área de concentração: Jornalismo

Orientador: Prof. Ms. Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior

**ARIANE F. LIMA GONÇALVES
LAÍS MARTINS PERPÉTUO
LISANDRA AP. DE LIMA SANTOS
NATIELY DE ALMEIDA RALLO**

**Manual de Assessoria de Imprensa para Fundações e Associações dos
Conselhos Municipais de Presidente Prudente**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado a Faculdade de
Comunicação Social “Jornalista Roberto
Marinho” de Presidente Prudente,
Universidade do Oeste Paulista, como
requisito parcial para a sua conclusão.
Área de concentração: Jornalismo

Presidente Prudente, 11 de dezembro de
2012

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. João Paulo Nunes

Prof. Ms. Marcelo José da Mota

Prof. Ms. Roberto Ap. Mancuzo Silva Júnior.

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a todos que de alguma forma contribuíram para que este sonho se tornasse realidade.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos em primeiro lugar a Deus que nos fortaleceu ao guiar e iluminar os nossos caminhos.

Aos nossos familiares que nos motivaram e torceram pela conclusão desta etapa de nossas vidas. Em especial aos nossos alicerces, pais e irmãos, que nos apoiaram sem medidas em todos os momentos.

Aos nossos namorados e noivo, pela paciência, compreensão e apoio ao longo da jornada.

Ao nosso orientador, professor mestre Roberto Mancuzo Junior, que nos apoiou desde o princípio deste projeto, incentivando e compartilhando conosco todo o seu conhecimento de pessoa, jornalista e educador.

A todos os professores da Facopp que nos formaram, dividindo conosco seus conhecimentos durante os quatro anos de curso.

À professora mestre Thaísa Bacco, que nos mostrou os erros, direcionou caminhos e participou efetivamente durante todo o processo.

Ao professor mestre Rogério do Amaral pela atenção dada às correções constantes da normatização deste TCC.

A Feapp e às entidades que abriram as suas portas e forneceram informações fundamentais para composição desta pesquisa.

“O Jornalismo é o exercício diário da inteligência e a prática cotidiana do caráter”.
Cláudio Abramo, jornalista brasileiro (1923-1987)

RESUMO

Manual de Assessoria de Imprensa para Fundações e Associações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente

Este trabalho tem como objetivo a produção de um Manual de Assessoria de Imprensa para Fundações e Associações dos Conselhos Municipais de Presidente a fim de auxiliar e orientar a prática do relacionamento com a mídia jornalística destas entidades. Para tanto, adota-se a pesquisa qualitativa do tipo exploratória que permite uma visão geral acerca de determinado fato e possibilita flexibilidade e criatividade no momento da coleta e análise dos dados. Estes se concretizam neste TCC na forma de observação participante, pesquisa bibliográfica a respeito especialmente do Terceiro Setor, o Jornalismo Empresarial e a Assessoria de Imprensa, pesquisa documental e entrevista semi estruturada com membros da imprensa prudentina, um autor da área de Comunicação Organizacional e com representantes do setor em questão. Obtém-se, como resultado efetivo após a reflexão teórica empregada, a produção de um documento em forma de manual, disponível para a comunidade acadêmica e jornalistas que desejem atuar na prática de Assessoria de Imprensa.

Palavras-Chave: Jornalismo Empresarial. Assessoria de Imprensa. Terceiro Setor. Manual.

ABSTRACT

Press Agency Manual for Foundations and Associations of Presidente Prudente Common Council

The aim of this work was the production of Press Agency Manual for Foundations and Associations of Presidente Prudente Common Council to support and guide the practical relationship with journalistic media of these entities. For this we used qualitative research exploratory which allows an overview about a determined fact and also possibility flexibility and creativity during the data collection and analysis moment, which is consolidated in this work using the participative observation method, bibliographic research about the Third Sector, business journalism and Press Agency, documentary research and a semi structured interview with members of Press Prudentina, an Organizational Communication author and with a representative of interesting sector. After the theoretical reflection used we obtained as an effectiveness result, the production of a document in Manual form, that will be available to the academic community and journalists which want act in Press Agency.

Keywords: Business Journalism, Press Agency, Third Sector, Manual.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA	1 – Ficha catalográfica da publicação	124
FIGURA	2 – Elemento enfático 1, utilizado como indicador do capítulo, à partir das cores do índice	127
FIGURA	3 – Elemento enfático 2, utilizado no texto como marcadores	127
FIGURA	4 – Elemento enfático 3, utilizado para destacar algo no texto	128
FIGURA	5 – Modelo de Plano de Divulgação confeccionado para a Assessoria de Imprensa na Feapp	135
FIGURA	6 – Foto da lousa com reestruturação dos capítulos do manual sugerida em orientação	142
FIGURA	7 – Penúltima versão da capa do manual, peça prática deste TCC que ilustra a ausência de um nome para o produto já no período de finalização do material	144
FIGURA	8 – Primeira versão da capa e do índice do manual	145
FIGURA	9 – Última versão da capa e do índice do manual	146

LISTA DE SIGLAS

Aberje	- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
Abrinq	- Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos
ACS	- Assessoria de Comunicação Social
AERP	- Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República
Afipp	- Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal
AI	- Assessoria de Imprensa
Aneci	- Associação Nacional das Empresas Jornalísticas de Assessoria de Imprensa e Comunicação Social
Apae	- Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais
APPA	- Associação Prudentina de Prevenção a Aids
CAAF	- Centro de Apoio à Família
Cadeca	- Centro Adventista de Educação e Assistência Social
CAE	- Conhecimento Além da Escola
Carim	- Associação de Apoio ao Paciente Crônico Renal
Casofa	- Casa da Sopa São Francisco de Assis
CEAS	- Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social
CIEE	- Centro Integração Empresa Escola
CMAS	- Conselho Municipal de Assistência Social
CMDCA	- Conselho Municipal do Direito da Criança e do Adolescente
CMI	- Conselho Municipal do Idoso
CMS	- Conselho Municipal de Saúde
CNAS	- Conselho Nacional de Assistência Social
COMAD	- Conselho Municipal Antidrogas
COMED	- Conselho Municipal de Educação
CONDEF	- Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência
CONREP	- Conselho Nacional de Relações Públicas
CVA	- Central de Voluntários em Ação
Gepac	- Grupo de Empresários e Profissionais Amigos da Criança
DEIPS	- Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda
DIP	- Departamento de Imprensa e Propaganda
DST	- Doença Sexualmente Transmissível
EUA	- Estados Unidos da América
Facopp	- Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente
Feapp	- Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente
Fenaj	- Federação Nacional dos Jornalistas
FMAS	- Fundo Municipal de Assistência Social
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
LBV	- Legião da Boa Vontade
ONG	- Organização Não Governamental
ONU	- Organização das Nações Unidas
OS	- Organização Social
Oscip	- Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público
RP	- Relações Públicas
Sebrae	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Seduc	- Secretaria de Estado de Educação
Senac	- Serviço Nacional de Aprendizagem

Senai - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Senat - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte
Sesc - Serviço Social do Comércio
Sesi - Serviço Social da Indústria
Sest - Serviço Social do Transporte
SOS - Serviços de Obras Sociais
SUS - Sistema Único de Saúde
TCC - Trabalho de Conclusão de Curso
TUPF - Título de Utilidade Pública Federal
Unipode - União das Pessoas com Deficiência
Unoeste - Universidade do Oeste Paulista

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	012
2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA	016
2.1 O Problema	016
2.2 Justificativa	019
2.3 Objetivos	021
2.3.1 Objetivo Geral	021
2.3.2 Objetivos Específicos	021
2.4 Metodologia	022
3 ASSESSORIA DE IMPRENSA	028
3.1 Origem da Assessoria	028
3.2 Assessoria de Imprensa no Brasil	032
3.3 Caracterização da Atividade de Assessoria de Imprensa	039
3.4 Relacionamento com a imprensa	045
3.5 Medindo retorno da atividade de Assessoria de Imprensa	047
3.6 A Notícia Institucional	050
3.7 Produtos e Serviços	055
3.8 Planejamento em Assessoria de Imprensa	065
3.9 Assessoria de Imprensa aplicada no Terceiro Setor	069
4 TERCEIRO SETOR	073
4.1 A Sociedade Civil Organizada e o Terceiro Setor	073
4.1.1 Terceiro Setor em Presidente Prudente	080
4.1.1.1 Caracterização das Entidades do Terceiro Setor que são cadastradas nos Conselhos Municipais de Presidente Prudente	085
4.2 A Comunicação das Entidades Prudentinas com a Imprensa	098
5 Projeto Editorial do Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente	104
5.1 Introdução	104
5.2 Objetivos	106
5.2.1 Objetivo Geral	106
5.2.2 Objetivos Específicos	106
5.3 Justificativa	106
5.4 Entidades Assessoradas e Público-Alvo	108
5.5 Linha Editorial	122
5.6 Estrutura	123
5.7 Projeto Gráfico	125
5.7.1 Diagrama	126
5.7.2 Cor Institucional	126
5.7.3 Tipografia	128
5.7.4 Impressão e Encadernação	129
5.7.5 Orçamento da peça	129
5.8 Recursos Técnicos	129

5.9 Recursos Financeiros	129
5.10 Recursos Humanos	129
6 MEMORIAL DESCRITIVO.....	131
6.1 A Escolha do Tema	131
6.2 Assessoria de Imprensa na Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp)	132
6.3 Pré-projeto, banca de qualificação e leituras	136
6.4 O Terceiro Setor em questão	137
6.5 Pensar em um Manual de Assessoria de Imprensa	141
6.6 O que aprendemos	146
CONSIDERAÇÕES FINAIS	148
REFERÊNCIAS	151
ANEXO A – Orçamento da Peça	158
APÊNDICE A – Assessoria de Imprensa na Feapp	160
APÊNDICE B – Análise Manuais de Assessoria de Imprensa	168
APÊNDICE C – Matrizes da Observação Participante	183

1 INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) aborda a Assessoria de Imprensa voltada para o Terceiro Setor de Presidente Prudente. Devido à abrangência deste na cidade e para fins científicos estabeleceu-se que o corte teórico terá como foco o estudo de associações e fundações que estejam devidamente cadastradas nos Conselhos¹ Municipais de Presidente Prudente e que fazem parte também da Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp)², o que totaliza um número de 41 entidades.

Ao todo, em Presidente Prudente, são 12 conselhos. Entretanto, neste trabalho serão considerados apenas os que cadastram entidades do Terceiro Setor: Conselho Municipal da Assistência Social (CMAS), o Conselho Municipal do Idoso (CMI), o Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA), o Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência (Comdef), o Conselho Municipal da Saúde (CMS), o Conselho Municipal de Educação (Comed) e o Conselho Municipal Antidrogas (Comad).

Estabelecido este recorte intencional, para aproveitamento mais efetivo e contributivo de um universo muito amplo, o presente estudo converge na produção de um Manual de Assessoria de Imprensa para as Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente a fim de orientar o trabalho do jornalista que for atuar na área de comunicação externa destas entidades de direito privado sem fins econômicos.

O que se quer chamar a atenção tem a ver com dois pontos principais: primeiro na precariedade existente junto às entidades do Terceiro Setor de Presidente Prudente de um trabalho mais avançado e profissional no que se refere à sua divulgação aos mais diversos públicos. Fala-se aqui em comunicação externa via meios de comunicação jornalísticos, que na base científica do campo do Jornalismo Empresarial se consolida pela atividade da Assessoria de Imprensa. Por outro lado, observam-se que iniciativas voluntárias acontecem com frequência na

¹ Os conselhos são espaços públicos de composição plural e paritária entre Estado e sociedade civil, de natureza deliberativa e consultiva, cuja função é formular e controlar a execução das políticas públicas setoriais. Os conselhos são o principal canal de participação popular encontrada nas três instâncias de governo (federal, estadual e municipal). (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO FEDERAL, 2012)

² A Feapp é um órgão representativo do Terceiro Setor que agrega várias entidades de cunho assistencial com o objetivo de fortalecer e estruturar as ações da sociedade civil organizada em Presidente Prudente. (ESTATUTO FEAPP, 2012)

tentativa de preencher esta lacuna, sejam elas particulares ou capitaneadas por instituições de ensino superior a partir de Trabalhos de Conclusão de Curso.

Uma vez que este cenário se impõe na realidade cotidiana de Presidente Prudente, esta pesquisa surge com a iniciativa contributiva de primeiro oferecer um estudo mais aprofundado neste cenário, mesmo que seja este realizado a partir de uma amostra. Intenta-se formular reflexões, a partir do referencial bibliográfico, observação e entrevistas, que possibilitem entendimento melhor da área de Assessoria de Imprensa e do reconhecimento e compreensão da presença e importância do Terceiro Setor na sociedade prudentina. Posteriormente, toda esta reunião de dados e proposições culmina na produção de um manual de Assessoria de Imprensa próprio, onde se propõem parâmetros para que ações jornalísticas institucionais venham a ser executadas de modo planejado, ou seja, que tenham com isto um fio condutor mínimo.

O intuito da atividade de Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor visa não só dar visibilidade às suas ações e causas, mas também legitimar o trabalho das instituições por meio do jornalismo, uma vez que a credibilidade jornalística conferida nos espaços espontâneos da mídia influi na formação da opinião pública favorável da sociedade. Tanto governo quanto empresas e entidades, independentemente do tamanho que possuem, podem ter um trabalho desta natureza se a intenção for consolidar sua imagem perante a população. A questão que se institui está na obrigatoriedade do uso correto das técnicas jornalísticas específicas, no grau de profissionalismo empregado e, proporcionalmente a isto, ao investimento financeiro³ neste profissional. É importante ressaltar que se detecta em Presidente Prudente que o contato das entidades com a imprensa, na maioria das vezes, é realizado informalmente, geralmente por funcionários que não possuem formação em Jornalismo, o que demonstra mais uma vez a deficiência em investimento na área de comunicação e a certeza de que quando esta é realizada, se faz quase sempre de modo amador e fora dos padrões determinados pela academia.

Após exposição da metodologia empregada, a fundamentação teórica deste trabalho se inicia no capítulo três, com a apresentação da origem histórica e a

³ O piso salarial 2011-2012 de um assessor de imprensa na capital, interior e litoral é de R\$ 2.337, 00 para cinco horas de trabalho e de R\$ 3.740, 00 para sete horas trabalhadas. (JORNALISTAS DE SÃO PAULO, 2012)

caracterização da atividade de Assessoria de Imprensa. Na sequência será destacado o aspecto prático da comunicação externa, perpassando sua aplicabilidade no Terceiro Setor, o papel do assessor e suas múltiplas funções, assim como as etapas do planejamento, os produtos e serviços e os métodos e técnicas mais usuais.

O capítulo quatro tem como objetivo apresentar as entidades do Terceiro Setor de Presidente Prudente que serão beneficiadas com o manual. Levando-se em conta o universo plural a que se optou por trabalhar, esta pesquisa adota como parâmetro seletivo as associações e fundações que estejam regularmente cadastradas nos Conselhos Municipais da cidade. Para chegar a esse recorte, são então delineadas as características do Terceiro Setor e da sociedade civil organizada em âmbito geral, lançando reflexões que os coloquem como peça de transformação social. Em seguida será exposto o que compreende o Terceiro Setor de Presidente Prudente para depois caracterizá-lo dentro do foco proposto por este trabalho. Por fim, o texto se encerra com apontamentos sobre a funcionalidade e relevância da comunicação para as entidades sem fins econômicos, enxergando-a como fundamental para a legitimação destas perante a opinião pública.

No capítulo cinco, apresenta-se o projeto editorial do Manual de Assessoria de Imprensa para as associações e fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente, que se configura como peça prática deste trabalho. Ele conterà todo o planejamento das características textuais, gráficas e estruturais empreendidas para sua produção.

Por fim, o capítulo seis consiste na exposição do Memorial Descritivo, documento que contém o registro pormenorizado de todo o processo do trabalho. Este está estruturado a partir de determinados critérios como a conceituação da pesquisa, as normas adotadas pelas pesquisadoras, o ponto de partida do estudo e seus objetivos e o detalhamento de aspectos relevantes para a compreensão total do trabalho, em especial do alinhamento teórico-prático executado.

Espera-se, portanto, que a leitura final deste TCC abra caminho para debates posteriores onde sejam trabalhadas as propostas aqui fixadas para solucionar o amadorismo e a incipiência detectados no trabalho de comunicação entre instituições e mídia jornalística.

O estudo teórico empreendido nas próximas páginas, e que redundará na formulação prática de um manual de Assessoria de Imprensa, prevê a possibilidade

de refletir que a comunicação externa das entidades do Terceiro Setor pode e deve ser otimizada para que se tenha um aproveitamento superior das informações diárias que circulam dentro das instituições.

2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

2.1 O Problema

A sociedade civil pode ser observada para fins científicos, no que se refere à atuação de seus representantes, a partir da divisão de setores. O primeiro setor é formado pelo governo, o segundo pelas empresas da iniciativa privada e o Terceiro Setor constitui-se na organização da sociedade civil em resposta a lacunas deixadas pelos dois primeiros.

A expressão Terceiro Setor é, de acordo com Albuquerque (2006, p. 18, grifo do autor), “uma tradução do termo em inglês *third sector*, que nos Estados Unidos é usado junto com outras expressões, como ‘organizações sem fins lucrativos’ (*nonprofit organizations*) ou setor voluntário (*voluntary sector*).”

Segundo Parente (2008), o perfil brasileiro e até mundial do Terceiro Setor que se conhece na contemporaneidade teve origem no século XVI, com a chegada dos portugueses ao Brasil. Os colonizadores começaram a realizar ações filantrópicas de cunho assistencialista, predominantemente de incentivo à prática da caridade cristã. E ao já situar os trabalhos da sociedade civil organizada em um contexto mais recente, Matos (2005, p. 21), discorre como aconteceu o processo de fortalecimento e valorização dessas ações sociais:

O reconhecimento da importância do trabalho das ONGs pela sociedade mundializada ganha força a partir da década de 1980 e adquire importância/visibilidade no decênio seguinte, com o empenho na construção de uma agenda social global. O enfraquecimento das ações tradicionais soma-se à vitalidade dessas novas instituições, com novas formas de lutas e propostas, entre elas a preservação do meio ambiente, a busca da equidade no tratamento das questões de gênero, o combate às discriminações étnicas, religiosas e culturais, a inclusão social, marcadas não só pela solidariedade dos ricos para os pobres, como também pela das gerações presentes para com as futuras.

No Brasil, Matos (2005) salienta que as entidades começaram a realizar um trabalho efetivo no contexto dos governos militares, quando surgiram muitos movimentos de oposição e resistência que lutavam por ações no campo político e social, com a reivindicação pela melhoria das necessidades básicas do ser humano como a saúde, a educação, a alimentação e outros.

As instituições religiosas, sobretudo a Igreja Católica, tiveram e ainda mantêm uma participação importante para o desenvolvimento do Terceiro Setor. Como descreve Albuquerque (2006, p. 34), “as Santas Casas foram pioneiras na área e, após a proclamação da República, quando da separação entre Estado e Igreja, tornaram-se as primeiras organizações sem fins lucrativos do país [...]”. Atualmente, estas entidades têm ramificado suas ações através de pastorais e grupos de jovens que atuam de maneira assistencial com doações de alimentos, roupas, medicamentos, visitas e outros. Todavia, uma infinidade de instituições também surgiu no seio do segundo setor, em busca de uma construção de imagem que revele o cumprimento da responsabilidade social das empresas.

Esta profusão de ações estruturada no Terceiro Setor, porém, ainda enfrenta problemas diversos que impedem seu pleno desenvolvimento. Um deles, por exemplo, diz respeito à própria denominação ou caracterização legal, que ainda é desconhecida por grande parcela da população. Neste ponto, é oportuno ressaltar que este aspecto é abordado neste TCC justamente por força do recorte aplicado às entidades beneficiadas com o estudo realizado. Cunha (2007) diz que existem muitas formas de denominar este segmento como: entidade, ONG, instituição etc. Entretanto, todas essas nomenclaturas se referem às associações ou fundações, que por sua vez possuem importantes diferenças jurídicas entre si, como será explicado no capítulo quatro, sobre Terceiro Setor.

Outro gargalo se descortina no fato de que hoje, o Terceiro Setor se apresenta com tamanha relevância e espaço que, como conta Matos (2005, p.42), “[...] passou a ser visto como um novo segmento da economia, com potencial de crescimento, movimentação de recursos, lucratividade e geração de empregos [...]”. Mas, parte da concretização desta condição passa ainda pelo seu reconhecimento e legitimação perante a opinião pública.

Uma maneira eficiente de dar identidade própria e legitimar as ações das instituições filantrópicas perante a sociedade é através da mídia jornalística, como Saponara (2007, p. 10) mesmo coloca: “[...] a melhor relação custo-benefício em comunicação para as ONGs está no seu bom relacionamento com a imprensa, pois esta sim, [...] ventila os feitos de uma organização social; age como um mobilizador da opinião pública, ao publicar as boas e as más notícias.” Poucas entidades, porém, compreendem esta dimensão estratégica da comunicação e colocam em risco sua própria legitimação.

Em Presidente Prudente, percebeu-se a partir de observações realizadas na Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp), que a mesma possuía, em relação à comunicação, uma disfunção quanto à importância que esta atividade tem para a legitimação e formação de identidade da instituição junto à opinião pública. Outro fator, e aqui posto como uma das maiores dificuldades é a falta de recursos financeiros para contratar um serviço especializado na área.

Conforme consta no Estatuto da Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (2000), a Feapp foi fundada no dia 1º de abril de 2000. Ela resultou da união de vários presidentes de diversas entidades assistenciais da cidade que enxergaram e detectaram a necessidade de unir forças em prol de um Terceiro Setor mais estruturado. A instituição está à disposição, de forma jurídica e colaborativa, de outras que atuam na área de assistência social, saúde, educação, criança e adolescente, idoso e pessoas portadoras de deficiência, sediadas em Presidente Prudente, que prestam atendimentos gratuitos a estes públicos específicos em comunidades desprovidas de recursos. Exemplos de entidades ligadas à federação: Lar Santa Filomena, Fundação Gabriel de Campos, Legião da Boa Vontade (LBV), Creche Walter Figueiredo, União das Pessoas com Deficiência (Unipode), Lar dos Meninos, Associação de Apoio ao Portador de Câncer, Lar São Rafael, Esquadrão da Vida e muitas outras. No primeiro semestre de 2012, o número de entidades cadastradas na Feapp era de 38.

A mesma deficiência na comunicação percebida na Feapp foi detectada posteriormente nas entidades cadastradas nos Conselhos Municipais, quando o objeto de estudo deste TCC foi delimitado. Nesse sentido, constatou-se que nem a Feapp e nem as entidades dos Conselhos, focos desta pesquisa, possuem um trabalho profissional e institucionalizado de Assessoria de Imprensa. A divulgação de suas ações está mercê de contatos primários, empíricos, dos próprios membros voluntários para com os veículos de comunicação. Outra saída é contar com a colaboração de agências e voluntários da área de comunicação em geral para estas atividades, o que nem sempre garante a constância necessária para formação de uma imagem condizente com seus objetivos.

Em tempo e neste sentido, uma das mais importantes contribuições observadas ao Terceiro Setor de Presidente Prudente se dá a partir dos Trabalhos de Conclusão de Curso da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto

Marinho” de Presidente Prudente, da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste). Desde 1995, ano de fundação da unidade acadêmica, foram contabilizados 16 trabalhos⁴ voltados exclusivamente ao estudo e à prática experimental da Assessoria de Imprensa junto às entidades locais. Trata-se de um número alto e com resultados expressivos, visto que em todos eles nota-se que houve aumento da exposição midiática espontânea (sem custo) dos assessorados.

Todos estes projetos, porém, foram aplicados sem que houvesse um parâmetro único para uma ação específica de Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor. Não se entende aqui que estavam equivocados porque partiram de um referencial teórico bem argumentado. Apenas problematiza-se a pertinência de um estudo mais aprofundado tanto na prática da Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor quanto nas características do próprio Terceiro Setor prudentino. Nessa perspectiva, de encontro a estas necessidades, este TCC espera dar sua contribuição com a produção de um manual.

Destarte, esta pesquisa formula então sua questão principal: é possível, a partir da análise dos conceitos de Assessoria de Imprensa e Terceiro Setor e da própria observação da realidade prudentina, mesmo que fracional, proporcionar condições para que sejam delineados parâmetros de ação de relacionamento entre entidades e veículos de comunicação jornalísticos que visem uma comunicação externa consistente?

2.2 Justificativa

Com a finalidade primeira de descobrir as especificidades e carências do Terceiro Setor de Presidente Prudente ao que diz respeito à comunicação externa das entidades, são facilmente identificáveis as justificativas que norteiam esta pesquisa.

Este trabalho se justifica por oferecer então uma reflexão científica no intuito de lançar as bases para uniformizar o trabalho de Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor de Presidente Prudente. Entende-se assim esta intenção pelo cuidado inicial deste estudo teórico em basear suas conclusões em análises do referencial

⁴ Todos os trabalhos de Assessoria no Terceiro Setor estão disponíveis para consulta na Hemeroteca do curso de Comunicação Social da Facopp. O Portal Facopp (www.unoeste.br/facopp) também disponibiliza estes trabalhos, mas apenas aqueles produzidos a partir do ano de 2009.

bibliográfico da área de Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Terceiro Setor, em entrevistas em profundidade do tipo semi-aberta, em pesquisa documental e, sobretudo, no trabalho de observação participante realizado junto a entidades locais. São elementos que servem de parâmetro para a confecção de um Manual de Assessoria de Imprensa para as associações e fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente. Em tempo, para justificar um dos recortes realizados, que se refere ao público estudado e beneficiado, é importante ressaltar que para se cadastrar nos Conselhos Municipais, as associações e fundações não podem ter qualquer tipo de irregularidade administrativa ou pendência com os órgãos fiscalizadores como o Ministério Público. Por esse motivo optou-se com segurança por restringir este trabalho apenas a estas instituições, para não comprometer futuramente a pesquisa com o estudo de entidades negligentes ou fraudulentas.

Uma vez concretizado, o manual em questão tem por finalidade oferecer a jornalistas que desejam trabalhar no ramo de Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor e para a própria comunidade acadêmica, um modelo de atuação, visto que a literatura neste campo é ainda incipiente e torna-se mais escassa ainda se for considerado que os trabalhos existentes focam a Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor de modo geral, em âmbito nacional, justificando, assim sua contribuição científica.

Entende-se também, que os resultados deste estudo contemplam uma ação de responsabilidade social, já que podem contribuir para a legitimação e fortalecimento das ações sociais desenvolvidas pelas instituições por meio da prática da Assessoria de Imprensa, bem como a chance de oferecer à própria sociedade civil organizada um referencial científico para ações de comunicação externa que estejam amparadas tanto nos preceitos contemporâneos da Assessoria de Imprensa quanto na realidade local das entidades.

Ao mesmo tempo, as autoras desta proposta vislumbram a possibilidade de adquirir conhecimento profissional e pessoal ao que tange o desenvolvimento do Jornalismo Empresarial, tendo a Assessoria de Imprensa como uma de suas atividades especializadas. Trata-se de uma área de interesse em comum das pesquisadoras que ainda não havia sido trabalhada por elas na prática. Desta forma, este TCC é uma oportunidade de poder concretizar a experiência teórica acadêmica no dia a dia desta atividade.

Por fim, justifica-se ainda a pertinência deste trabalho pela oportunidade que a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente tem em expandir sua contribuição ao Terceiro Setor local. Trata-se de um pólo de pesquisa, pelos trabalhos já realizados e citados anteriormente, e a consolidação deste estudo tende a fortalecer o vínculo com a comunidade prudentina.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo geral

Produzir um Manual de Assessoria de Imprensa para as associações e fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente

2.3.2 Objetivos específicos

- Lançar bases teóricas e práticas para elaboração de um Manual de Assessoria de Imprensa para as Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente, cujo fim será de orientar o trabalho de jornalistas na especialidade em questão;
- Disponibilizar o manual que será elaborado como peça prática deste TCC, de modo impresso para que a comunidade acadêmica e jornalistas que desejam atuar no Terceiro Setor encontrem subsídio necessário;
- Compreender as especificidades do Terceiro Setor em Presidente Prudente, especialmente no que tange às formas de comunicação externas aplicadas por entidades locais;
- Definir um parâmetro do que vem a ser o Terceiro Setor para este TCC;
- Vivenciar a prática de Assessoria de Imprensa, o que se consolida em uma experiência aplicada na Feapp, de forma a refletir sobre seus principais conceitos e obter experiência desta atividade no Terceiro Setor;
- Pesquisar e analisar os trabalhos de Assessoria de Imprensa referentes ao Terceiro Setor que foram produzidos nos Trabalhos de Conclusão de Curso

da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp);

2.4 Metodologia

É próprio de toda produção científica se orientar por parâmetros que dão corpo e forma à pesquisa. Lakatos e Marconi (2005) os definem como métodos e afirmam que sem eles não há ciência. As autoras (2005, p. 83) os conceituam como “[...] o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido. Detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.” Nesse contexto, pode-se inferir que o método é o caminho que rege e orienta todo o processo da pesquisa científica.

Goldenberg (2009, p19), diz que o método nas ciências sociais “[...] visa a compreensão interpretativa das existências dos indivíduos dentro do contexto em que foram vivenciadas.” Orientando-se por esse raciocínio, optou pela abordagem de pesquisa qualitativa, cuja formulação conceitual se encaixa com o propósito deste TCC:

Os dados qualitativos consistem em descrições detalhadas de situações com o objetivo de compreender os indivíduos em seus próprios termos. Estes dados não são padronizáveis como os dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisá-los. Não existindo regras precisas e passos a serem seguidos, o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade, intuição e experiência do pesquisador.(GOLDENBERG, 2009, p. 53)

Ainda na abordagem metodológica, como forma de atingir os resultados pretendidos, este TCC seguiu a vertente exploratória, embasada pelos conceitos de Selltize et al. (apud GIL, 1991, p. 45). Neste caso, a pesquisa qualitativa do tipo exploratória:

[...] têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, [...] têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Andrade (2010, p. 112) complementa este conceito com outros apontamentos pertinentes de serem ressaltados, visto que eles também foram usados como referências durante o processo de pesquisa:

São finalidades de uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular as hipóteses de uma pesquisa ou descobrir novo tipo de enfoque para o trabalho que se tem em mente. (ANDRADE, 2010, p. 112)

Segundo Lakatos e Marconi (2005, p. 190), neste momento “empregam-se geralmente procedimentos sistemáticos ou para obtenção de observações empíricas ou para análises de dados (ou ambas, simultaneamente). Obtêm-se frequentemente descrições tanto quantitativas quanto qualitativas do objeto de estudo [...]”

Solidificando o conceito deste tipo de pesquisa, Goldenberg (2009, p. 50), descreve que “[...] o pesquisador qualitativo buscará casos exemplares que possam ser reveladores da cultura em que estão inseridos.” Tal expediente ocorreu a partir da pesquisa exploratória de uma instituição local do Terceiro Setor, a Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp). Uma atividade prática de Assessoria de Imprensa (APÊNDICE A), vivenciada ali entre os meses de maio, junho e julho de 2012 proporcionou uma aproximação do grupo com este objeto e foi pertinente para que se observasse uma amostra significativa do Terceiro Setor da cidade, uma vez que a federação abrange 38 entidades locais. Tal ação também se desdobrou na verificação a respeito da maneira como a comunicação externa via veículos de comunicação jornalísticos é e poderia ser trabalhada.

Para a coleta de dados, este TCC fez uso de instrumentos específicos: a pesquisa bibliográfica, a pesquisa e análise documental, a aplicação de entrevistas em profundidade do tipo semi-aberta e a observação direta intensiva participante.

A pesquisa documental, com vistas científicas, para Moreira (2009, p. 272), é dotada de ambivalência, pois como descreve a autora, é “[...] ao mesmo tempo, método e técnica. Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário.”

Apresentando-se na maioria das vezes como qualitativa, a análise documental como infere Moreira (2009, p. 276) “processa-se a partir de semelhanças e diferenças, é uma forma de investigação [...] que têm como objetivo descrever e representar os documentos de maneira unificada e sistemática [...]”

Neste trabalho, tal pesquisa foi utilizada como técnica, uma vez que as pesquisadoras realizaram análises (APÊNDICE B) de nove manuais de Assessoria de Imprensa de instituições do primeiro, segundo e Terceiro Setor com o intuito de observar tanto o conteúdo como aspectos estruturais, a fim de tê-los como base para a produção do próprio manual, como propõe este estudo. Os critérios empregados foram: a identificação da empresa, sua localização, razão social e atividade central; o tipo de publicação se era online ou impresso; as especificações técnicas referentes ao número de páginas, seções e capítulos de cada manual. Para concluir, um olhar final se procedeu sobre o tratamento da notícia institucional, a conduta do assessorado diante da imprensa e as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a mídia.

É com base na definição que Lakatos e Marconi (2005, p. 197) empregam para a entrevista, que esta pesquisa se apoia, entendendo-a como:

[...] um encontro de duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

Goode e Halt (apud LAKATOS; MARCONI, 2005, p. 198) acrescentam que ela “consiste no desenvolvimento de precisão, focalização, fidedignidade e validade de certo ato social como a conversação.”

Em virtude das várias e distintas terminologias que os autores adotam, as pesquisadoras deste TCC optaram por conceituar entrevista em profundidade levando em conta sua especificidade nesta pesquisa, baseadas no conceito de Duarte (2009, p. 62), para o qual esta técnica “[...] é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer.”

Ao aprofundar sua compreensão sobre a entrevista, o autor (2009) oferece outra visão muito pertinente para esse estudo quando a considera:

[...] dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido. É uma pseudoconversa realizada a partir de um quadro conceitual previamente caracterizado, [...]. (DUARTE, 2009, p. 64)

As entrevistas em profundidade apresentam grande variedade de tipologias. Neste trabalho, as autoras escolheram a caracterizada como semi-aberta, por considerá-la mais adequada às fontes que foram consultadas e ao tipo de informação que se pretendia obter.

Segundo Duarte (2009, p. 64), as entrevistas do tipo semi-abertas “[...] se caracterizam pela flexibilidade e por explorar ao máximo determinado tema, exigindo da fonte subordinação dinâmica ao entrevistado.” Em outras palavras, o conteúdo de informações resultantes está intimamente ligado às respostas do entrevistado e à capacidade que o entrevistador possui de aproveitá-las para aprofundar o assunto.

Duarte (2009, p. 66) descreve que para realizar essa entrevista, faz-se necessário o uso de um roteiro de questões que darão suporte ao entrevistador para conduzir a conversa:

A lista de questões desse modelo tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível. [...]. As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista. O pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Somente então passa para a segunda pergunta.

Neste trabalho, as entrevistas foram realizadas com membros do Terceiro Setor do município, aos quais foram direcionadas perguntas que exploraram as diferentes percepções sobre este segmento, principalmente sobre a inexistência ou precariedade do trabalho de comunicação nas entidades. Quatro jornalistas da imprensa prudentina, representantes de veículo impresso, da televisão, do rádio e da Assessoria de Imprensa foram ouvidos pessoalmente com o objetivo de esclarecer qual é a relação da mídia com este setor, assim como o espaço que destinam às instituições nos veículos. Seguindo o modelo proposto por esta metodologia, adotou-se durante as entrevistas um roteiro com perguntas base que serviram para conduzir a conversação. Para concluir, Wilson da Costa Bueno, autor de livros em

Comunicação Empresarial, fez apontamentos sobre a questão situando-a no contexto do Terceiro Setor, contribuindo com o referencial teórico adotado. Essa entrevista em especial foi aplicada via e-mail obedecendo a um questionário.

A última técnica usada para coleta de dados nesta pesquisa foi a observação intensiva participante. Segundo Goldenberg (2009, p. 47):

[...] por meio, [...] da observação participante, por um longo período de tempo, o pesquisador coleta os dados através da sua participação na vida cotidiana do grupo ou da organização que estuda, observa as pessoas para ver como se comportam, conversa para descobrir as interpretações que têm sobre as situações que observou, podendo comparar e interpretar as respostas dadas em diferentes situações.

Todavia, Lakatos e Marconi (2005, p. 19) alertam o pesquisador sobre o envolvimento em demasia ao afirmar que a observação participante “consiste na participação real do pesquisador com a comunidade ou grupo. Ele se incorpora ao grupo, confunde-se com ele. Fica tão próximo quanto um membro do grupo que está estudando e participa das atividades normais deste.” É necessário ressaltar que se deve manter certo distanciamento e imparcialidade para não contaminar suas análises e isto interfere nos resultados a serem obtidos.

As pesquisadoras iniciaram a observação participante com o trabalho de Assessoria de Imprensa para a Feapp, embora seja importante salientar também que esta atividade se configura, em primeira instância, como pesquisa exploratória, de acordo com o exposto anteriormente. Durante três meses, as alunas Ariane Ferreira Lima Gonçalves, Laís Martins Perpétuo, Lisandra Aparecida de Lima Santos e Natiely de Almeida Rallo interferiram na realidade da federação servindo de elo entre a instituição e a mídia. Com isso, foi possível aprender as limitações e peculiaridades que envolvem essa relação, com reversão posterior de contribuições à confecção do manual. Outras formas de coleta de dados desta realidade se estabeleceram com a participação na rotina da Feapp, a fim de conhecer melhor o trabalho, compreender as pautas discutidas nas reuniões e detectar o grau de relacionamento entre a entidade e a mídia. Por se tratar de uma federação, este procedimento também se estendeu às entidades federadas.

Posteriormente, desenvolveu-se mais um mês de observação participante em 16 entidades cadastradas nos Conselhos Municipais e que são, em instância final, o público beneficiado com o manual. Esse processo regeu-se por

critérios sistematizados em um documento denominado Matriz da Observação Participante (APÊNDICE C). A matriz foi construída em três momentos: primeiro se limitou aos aspectos descritivos das instituições, com detalhamentos como *briefing* completo, área de abrangência, organograma, aspectos gerais da estrutura física, quadro de funcionários, voluntários, parcerias, público assistido, titulação ou qualificação, área de atuação e contatos. Em um segundo momento, fez-se a descrição dos sujeitos com observações sobre o trabalho em equipe e engajamento dos funcionários, organização das atividades diárias, atuação do presidente e relação da entidade com o órgão fiscalizador. Por fim, delinearam-se os aspectos reflexivos, momento em que foram analisadas características da comunicação, impressões e comportamentos do observador e os dilemas éticos das entidades. Para complementar a coleta de dados proporcionada pelas matrizes, as pesquisadoras também fizeram um Diário de Bordo, documento com impressões subjetivas e descritivas de tudo o que foi observado e que seria importante para o cruzamento de informações e análises posteriores. Com esta atividade, objetivou-se conhecer mais profundamente e de forma presencial a rotina e o funcionamento do Terceiro Setor em questão.

Os dados coletados nesta pesquisa foram analisados de acordo com a vertente qualitativa. Desta forma, decorrentes tanto das entrevistas, da análise documental e da observação participante as autoras produziram relatórios em cada etapa descrita e estes, armazenados no computador para a posterior leitura, foram imprescindíveis para levantar dúvidas, cruzar informações e opiniões e, por fim, embasadas pela teoria e prática, aplicá-los na peça prática.

Após definir a metodologia que vai embasar este TCC, deram-se início no capítulo três, às discussões teóricas acerca da Assessoria de Imprensa, valendo-se de uma abordagem conceitual e prática. Deste modo, será exposta sua origem no mundo e no Brasil, seguida da caracterização desta atividade, assim como as principais técnicas, estratégias, produtos e serviços de que dispõe e sua aplicabilidade no Terceiro Setor.

3 ASSESSORIA DE IMPRENSA

3.1 Origem da Assessoria

Wey (apud CHAPARRO, 2011, p. 5) diz que o início das atividades de Assessoria de Imprensa se deu no período posterior à Guerra de Secessão (1875-1900), nos Estados Unidos. Naquele momento “[...] ‘audaciosos empreendedores do Norte’ alargaram de forma ambiciosa as fronteiras de seus negócios [...]. O poder permitia-lhes controlar governos e colocar-se acima das leis.” O autor enfatiza ainda que “o cenário de vandalismo social propicia o surgimento de fenômenos como o dos ‘barões ladrões’, ‘industriais sem escrúpulos que se dedicavam a negociatas, visando o lucro fácil’.” (WEY apud CHAPARRO, 2011, p. 5).

Nesse contexto, sindicatos e entidades de classe organizavam os trabalhadores, que se manifestavam por meio de greves contra a postura dos grandes empresários. Moura (2008) coloca o nascimento das relações entre jornalistas e empresas dentro dessa época de excitação política. O autor (2008, p. 31) diz que “tal mobilização da classe trabalhadora despertou toda uma série de estratégias para mobilizar a opinião pública, tarefa esta disputada também pela classe patronal, que, [...] tomou medidas [...] com a preocupação de granjear uma opinião pública favorável às suas causas e interesses.”

Outro fator que viria mexer com a opinião pública foi o período entre 1903 e 1914 nos Estados Unidos, marcado segundo Pinho (2008, p. 33) “por uma intensa campanha contra o *big business* americano.” Essa situação ganhou espaço jornalístico com os chamados *muckrakers*⁵, escritores que denunciavam em jornais e revistas toda a corrupção e os truques sujos existentes tanto no setor público quanto no privado, sendo que os mais atingidos com essas declarações foram as empresas ferroviárias.

Para Gurgel (apud PINHO, 2008) foi nessa época que as empresas ferroviárias financiaram os primeiros serviços de Assessoria de Imprensa e Relações Públicas para se defenderem das acusações que manchavam a imagem, sobretudo depois da expressão “O público que se dane”, dita pelo empresário das estradas de

⁵Muckrakers significa “investigadores de sujeira” e no sentido empregado no texto quer dizer algo como investigadores de falcaturas ou de ações desonestas.

ferro, William Henry Vanderbilt, o que mostrava o descaso dos grandes empresários diante da opinião pública.

Neste momento, entra em cena um personagem, considerado o primeiro jornalista a sistematizar o relacionamento com a mídia com uso de produtos e serviços próprios e que tinham validade tanto para as redações como para as empresas. Desde o início da década de 1900, o americano Ivy Lee, como conta Pinho (2008), já escrevia artigos para as redações como *pressagent*⁶, sugerindo uma nova atividade que cuidaria do relacionamento das instituições com seus públicos.

Segundo Pinho (2008), em 1906, ano em que Ivy Lee fundou seu escritório de Relações Públicas, ele atuou de forma importante na empresa *George F. Baer & Associates* durante uma crise desencadeada pela greve na indústria do carvão. Foi nesse período inclusive, que criou sua Declaração de Princípios, hoje comumente aceita pelos autores da área como documento que lança as bases da atividade de Assessoria de Imprensa.

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na seção comercial, não o usem. Nosso assunto é exato. Maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente. E qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas, com absoluta franqueza, à imprensa e ao público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público. (CHAPARRO, 2011, p. 6)

Ainda de acordo com Pinho (2008), em 1909, Lee foi responsável pelo setor de divulgação e propaganda da *Pennsylvania Railroad*, onde permaneceu até 1914, quando então assumiu a assessoria da família Rockefeller. Esta última, tinha como patriarca o empresário John Rockefeller e que era visto até então pela opinião pública como um homem de negócios com poucos escrúpulos. Lee reverteu esta imagem e o transformou em grande benfeitor da humanidade.

Como visto, a atividade de relacionamento com a mídia teve início dentro de um escritório de Relações Públicas. E há países como os Estados Unidos, que não fazem distinção para diferenciar nominalmente a Assessoria de Imprensa

⁶ Agente de imprensa.

das Relações Públicas, sendo que ambas são denominadas pelo último termo e isso acontece em virtude de terem a origem correlacionada. Essa realidade difere da brasileira, onde cada atividade tem o seu significado. Por essas divergências de nomenclatura, este TCC vai entender, apenas para fins didáticos, “Relações Públicas” como sinônimo de “Assessoria de Imprensa” quando essas definições aparecerem nas citações dos autores.

Cabe diferenciar, entretanto, de acordo com Kopplin e Ferraretto (2009, p. 15), que “a área de Relações Públicas (RP), [...], preocupa-se com a criação, o planejamento e a execução de programas de integração interna e externa.” Já a Assessoria de Imprensa segundo os mesmos autores serve para intermediar as relações da empresa com a imprensa tendo como base a informação jornalística.

O fato é que as ações executadas por Ivy Lee, e mais tarde seguidas por inúmeros outros jornalistas que deixavam as redações para se dedicar ao ofício, mostram o início da mudança de postura dos grandes empresários da época em relação à imagem pública que transmitiam, pois o modo como o público os viam influenciava o andamento de seus negócios. Segundo Wey (apud CHAPARRO, 2011, p. 6) os grandes capitalistas “denunciados, acusados e acuados, encontram em Ivy Lee o grande caminho para evitar denúncias a partir de uma nova atitude de respeito pela opinião pública.”

Segundo Rodrigues e Giurlani (2006, p. 44) Ivy Lee foi considerado, portanto, precursor do relacionamento entre empresa e imprensa:

[...] bem sucedido fez escola ao estabelecer um conjunto de regras éticas e morais para o trabalho de Assessoria. [...] Baseando-se no fato de que não é possível mudar a imagem das pessoas e das instituições apenas através de notas em jornais, Ivy Lee desenvolveu técnicas para criar fatos noticiáveis a que chamassem a atenção da opinião pública.

E este modelo de Assessoria de Imprensa inaugurado por Ivy Lee foi, segundo Rodrigues e Giurlani (2006), copiado não só nos EUA como em vários outros países e se aperfeiçoou em terras norte-americanas ainda mais por conta da crise de 1929, quando o desemprego atingiu milhões de trabalhadores. Como descreve Chaparro (2011, p. 9), nesse momento, “[...] os patrões, que os jornalistas travestidos de Relações Públicas (ou vice-versa) conseguiram, na época próspera, transformar em quase deuses, passaram a ser hostilizados, por empregados e desempregados. E odiados pelos acionistas.”

De acordo com Chaparro (2011), a crise de 1929 inovou o jornalismo, visto que a sociedade americana ansiava pela informação para compreender o que estava acontecendo na sociedade. Nesse momento, a então novata atividade de Assessoria de Imprensa adquire novos moldes. Agora não basta o assessor trabalhar apenas a opinião pública a respeito dos empresários. A informação passa a ganhar importância naquela conjuntura social tanto no setor privado, onde as empresas começaram a se organizar como fontes aproveitando toda a demanda de informação, quanto no público, visto que os acontecimentos advindos da crise, como o quadro de desemprego em massa e a miséria urgiam do governo uma explicação para a sociedade. Chaparro (2011, p. 9) confirma esta afirmação, ao dizer que “a informação tornou-se uma necessidade estratégica, onde era preciso explicar ao povo a nova realidade e sua causa, além de motivar a nação para superar a crise com resistência e esperança.”

Como Pinho (2008) pondera, fez-se necessário o governo americano conhecer as urgências, fazer concessões, esclarecer e buscar a aprovação popular de uma sociedade civil americana que se apresentava fortemente organizada. Neste sentido, o autor (2008), discorre sobre uma série de medidas adotadas pelo setor público para realizar um diálogo com a opinião pública. Os principais órgãos federais organizaram os serviços de imprensa e distribuíram credenciais aos jornalistas para que estes tivessem livre acesso às informações. Havia também as “conversas ao pé do fogo”, nas quais o presidente prestava conta de sua atuação para o público semanalmente pelo rádio, em cadeia nacional. E por fim, criou-se a *pressconferences*, executada por funcionários do governo chamados de agentes especiais que tinham a função de “[...] esclarecer a opinião pública através de contatos pessoais com os diferentes setores da sociedade civil.” (PINHO, 2008, p. 39).

As transformações sociais deste período, portanto, tiveram um impacto significativo no modo como os diversos setores da sociedade passaram a trabalhar a comunicação, sobretudo ao que tange o posicionamento das organizações perante a opinião pública. Por essa razão, Chaparro (2011, p. 9) diz que:

É razoável admitir que a atividade de Assessoria de Imprensa, tal como a conhecemos hoje, tenha efetivamente surgido e se desenvolvido por essa época. Havia, no quadro pós-1929, uma demanda social de informação, componente inexistente no contexto que tirou Ivy Lee das redações, no início do século.

Esse modelo de assessoria nascido nos Estados Unidos foi exportado para o Canadá, posteriormente conquistou a Europa e dali se espalhou pelo mundo. No Brasil, a Assessoria de Imprensa se firmou a partir do exemplo norte-americano. Como descreve Chaparro (2011), tanto a Assessoria de Imprensa quanto as Relações Públicas vieram para o país de forma mais acentuada durante o governo de Juscelino Kubitschek quando convergiram estrategicamente os investimentos das multinacionais. Nessa época as empresas nacionais e o governo abusavam dos *press releases*.

3.2 Assessoria de Imprensa no Brasil

É interessante esclarecer que a Assessoria de Imprensa no Brasil desde o princípio foi entendida como um trabalho de Relações Públicas, como pontua Wels (2008), e por isso era denominada desta maneira, apresentando-se como modelo importado dos norte-americanos. Neste capítulo, esta história será contada via duas importantes vertentes, sob as quais foram estabelecidos os parâmetros para o desenvolvimento desta atividade no país. São elas: a governamental e a empresarial.

Duarte (2011) assinala o ano de 1909, durante o governo de Nilo Peçanha (1909-1910), o primeiro vestígio de sistematizar a informação pública, quando o então presidente cria a Secção de Publicações e Bibliotheca para integrar os serviços de atendimento, publicações, propaganda e informação encaminhadas à imprensa.

Nas décadas seguintes, a aproximação do Estado com a comunicação tornou-se ainda mais evidente, fato que pode ser constatado segundo Duarte (2011), nos anos 30, marcado pela veemente interferência e controle do governo federal na disseminação de informações pelos veículos de comunicação de massa com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e dos Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips) entre os anos de 1939 e 1945. De acordo com Amaral (apud DUARTE, 2011, p. 54), isso acontecia porque “era preciso coordenar a imprensa com o Estado, a fim de que a primeira cooperasse eficazmente com o segundo, tornando-se um instrumento poderoso de defesa do bem público e de produção do progresso nacional.”

A presença e interferência do Estado na comunicação eram tão fortes que segundo Duarte (2011) em 1944, a Agência Nacional, vinculada ao DIP, contava com 220 funcionários que exerciam atividades semelhantes às de uma agência de notícias e difundiam material jornalístico institucional para todo o Brasil.

Depois da Era Vargas (1930-1945), período em que o gaúcho Getúlio Vargas governou o país por 15 anos ininterruptos, a redemocratização começava a despontar novamente. Duarte (2011) conta que o Estado passou a oferecer empregos públicos aos jornalistas, com a nítida intenção de obter o apoio e a cooperação desses profissionais. Vem desse período, aliás, o conceito de jornalismo chapa-branca, referente aos profissionais que trabalhavam como assessores do governo e que tinham fama de esconder a informação.

Já no período da ditadura militar, Chaparro (2011) diz que a Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República (Aerp) foi responsável, em 1968, por integrar a atividade de Relações Públicas aos cursos de Comunicação. Deve-se lembrar que antes ela era vinculada ao curso de Administração. Nesse período as Relações Públicas conquistaram uma regulamentação com ampla abrangência profissional, entrando em atrito com outras áreas, sobretudo, com o jornalismo, o que justifica, segundo Wels (2008), as discussões acerca da prática de Assessoria de Imprensa, exercida por jornalistas. De acordo com Silva Junior (2012), os jornalistas que migravam para a Assessoria de Imprensa e os que exerciam Relações Públicas disputavam espaço no mercado de trabalho, pois ambos julgavam que a atividade era, por direito, de responsabilidade sua. Jornalistas alegavam que eram mais capacitados para trabalhar com a informação, uma vez que estudavam para isso e, do outro lado, os Relações Públicas diziam que a Assessoria de Imprensa era desde o princípio incorporado à suas funções. Esse impasse entre os profissionais continuaria até anos depois.

Essa indefinição terminológica como já apresentado anteriormente, possui raízes históricas com o país pioneiro na atividade de Assessoria de Imprensa, os Estados Unidos, a qual foi denominada Relações Públicas, englobando ambos os departamentos, como conta Chinem (2003). Outra explicação encontrada pelo autor (2003) é o relacionamento muito próximo existente entre as atividades, o que faz confundir a atribuição das funções destes profissionais.

Independentemente desta discussão, é importante lembrar que os anos de maior desenvolvimento das Relações Públicas e da Assessoria de Imprensa

coincidem não por acaso com os anos da ditadura militar no Brasil, onde os militares procuravam por meio de slogans e manifestações ufanistas, como o “Ame-o ou deixe-o”, manipular a opinião pública.

Como na Era Vargas, as oportunidades de trabalho para os jornalistas mantiveram-se em alta no governo militar e a produção de notícias institucionais provocou o que Chaparro (2011, p. 14) classificou como o “dilúvio do *press release*”⁷, com envios excessivos de *releases* sobre o governo para a imprensa e com eles “[...] todo um conjunto de artifícios de persuasão, frequentemente sustentada na desinformação [...]”

Nesta fase em que o governo se apropriou livremente da comunicação institucional para se auto-promover e defender seus interesses, Chaparro (2011) afirma que existiam, em contrapartida, no setor público, Assessorias de Imprensa preocupadas com o valor público da informação. Ressalta-se aqui o trabalho de Assessoria de Imprensa da Câmara dos Deputados, que funcionava de guia para os jornalistas que cobriam assuntos referentes à política.

No setor privado, há divergências quanto ao pioneirismo da atividade de assessoria. Duarte (2011) descreve que em 1914 a multinacional *The Light and Power Ltda.*, concessionária da iluminação e transporte público coletivo em São Paulo, criou o primeiro departamento de Relações Públicas, com a finalidade de manter um relacionamento com a imprensa e os poderes públicos. Por ter dirigido o setor durante quase duas décadas, o engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo, ficou conhecido como patrono das Relações Públicas no Brasil.

Outra empresa privada que também já foi apontada como pioneira na experiência de Assessoria de Imprensa é, segundo Duarte (2011), a Volkswagen, com a criação em 1961 do Setor de Imprensa da Volkswagen do Brasil pelos jornalistas Reginaldo Finotti e Alaor José Gomes.

Finotti e Gomes também foram os responsáveis pela criação da Unipress em 1971, uma agência de assessoria independente que consolidou um modelo jornalístico de Assessoria de Imprensa, atuando, principalmente na sugestão de pautas. Seu objetivo principal era, de acordo com Gomes (apud DUARTE, 2011, p. 58), “reunir jornalistas para distribuir material para jornais do interior, como uma

⁷*Press release ou release* é todo “material distribuído para a imprensa sobre assunto ao qual se pretende dar divulgação. Respeita a linguagem específica dos diferentes veículos e a estrutura discursiva básica do texto jornalístico.” (LOPES, 2011). Ver outras definições ainda neste capítulo.

agência de notícias. Mas, os veículos não tinham recursos para pagar e diante dessa situação, o principal produto da Unipress foi a edição de publicações institucionais.”

Na década de 1960, de acordo com Duarte (2011, p. 58), “a prática de tentar inserir informações oriundas das organizações nos noticiários era limitada a grandes empresas, até mesmo porque se mantinha a restrição de jornalistas a citar um nome ou produto comercial.” Esse fato segundo o autor (2011, p. 58), fazia com que a “[...] a produção de jornais e revistas empresariais, [...] fosse um mercado extra-redação mais promissor para jornalistas, até pelo profissionalismo em ascensão, que deu origem, em 1967, à Aberj.”

Fundada por Nilo Luchetti com a missão de articular a comunicação nas organizações e fortalecer o papel estratégico do comunicador a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberj) “é uma sociedade civil, sem fins lucrativos que tem por objetivo discutir e promover numa perspectiva local e global, a Comunicação Empresarial e Organizacional como função administrativa, política, cultural e simbólica de gestão estratégica das organizações e de fortalecimento da cidadania.” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL, 2012)

Em 1973, segundo Chaparro (2011), surgiram cada vez mais empresas de Assessoria de Imprensa implantadas por jornalistas, o que criou a base para a emancipação desta atividade em relação às Relações Públicas. Havia mais jornalistas atuando como assessores. Esta tendência não tão distante trouxe, de acordo com Duarte (2011, p. 52), “a valorização da capacidade profissional do jornalista para atuação no relacionamento com a imprensa e na comunicação institucional, [...] sustentado no interesse das organizações e pessoas em divulgar suas informações e opiniões para a sociedade [...].”

Com todas as transformações políticas e sociais ocorridas no Brasil no final dos anos 1970, e início da década de 1980, Nori (apud DUARTE 2011, p. 59) diz que “com um mercado de consumo consolidado e o ocaso do autoritarismo militar, termina, para as organizações o período em que o mais importante era ter bom trânsito junto às autoridades.”

A redemocratização do Brasil iniciada na década de 1980 transformou, segundo Duarte (2011), a informação e o relacionamento com os diferentes públicos em fatores imprescindíveis para as organizações empresariais. Lemos e Del Gáudio

(2011) dizem que a sociedade passou a demandar que as empresas informassem sobre o modo como atuavam no meio ambiente, se tinham uma preocupação social e qual era a qualidade dos produtos e serviços que ofereciam.

Naquele momento, Duarte (2011) diz que se tornou necessário estabelecer uma comunicação com o público em geral e com a opinião pública e a mídia jornalística foi escolhida como o caminho mais eficaz. A partir desse contexto, o autor (2011, p. 59) pontua uma série de acontecimentos que fortalecem a prática da Assessoria de Imprensa:

O ressurgimento da democracia, o movimento sindical, a liberdade de imprensa, novos padrões de competitividade e o prenúncio de maior exigência quanto aos direitos sociais e dos consumidores fazem as empresas e instituições necessitarem comunicar-se com a sociedade e seus diversos segmentos. E a imprensa foi identificada como o grande instrumento, o caminho mais curto para agir sobre a agência pública, informar e obter uma imagem positiva.

Se no contexto empresarial a assessoria começava a se consolidar como atividade predominantemente jornalística, nos sindicatos, havia ainda intensa agitação para legitimar legalmente essa situação. Desta forma, a polêmica histórica e já citada anteriormente, acerca de qual profissional, jornalista ou relações públicas, deveria ocupar a função de Assessoria de Imprensa, foi se dissipando. De acordo com Chaparro (2011), em 1980, a Comissão Permanente e Aberta dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa, criada pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, iniciou “[...] um processo formal de se dar identidade jornalística à atividade de Assessoria de Imprensa.” (CHAPARRO, 2011, p. 16). Fato que deixava explícito a disputa pelos mercados que os Relações Públicas consideravam ser seus.

Mas, foi durante o I Encontro Nacional de Jornalistas em Assessoria de Imprensa, ocorrido em Brasília no ano de 1984, que o então presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Audálio Dantas, anunciou o acordo estabelecido com a presidente do Conselho Nacional de Relações Públicas (Conrep), Vera Giangrande, que dizia que “a área de RP aceitava ceder aos jornalistas a reserva de mercado de Assessoria de Imprensa.” (CHAPARRO, 2011, p. 16).

Ainda segundo Chaparro (2011), em busca de legitimar a Assessoria de Imprensa como área exclusiva do jornalismo, surgiu em 1986, a Associação

Nacional das Empresas Jornalísticas de Assessoria de Imprensa e Comunicação Social (Aneci), presidida por Ênio Campói. Nesse mesmo ano, foi editado o primeiro Manual de Assessoria de Imprensa, produzido pelo jornalista Eduardo Cesário Ribeiro, e que seria adotado posteriormente pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj).

Após anos de discussão sobre qual profissional exerceria a Assessoria de Imprensa com exclusividade, como bem descreve Chaparro (2011, p. 17), passou-se a instaurar no Brasil em 1980, “[...], a ruptura entre a Assessoria de Imprensa e suas raízes de Relações Públicas, criando e consolidando uma experiência de Assessoria de Imprensa jornalística única no mundo.”

A Assessoria de Imprensa tem sua origem na comunicação empresarial, mas mantém características singulares, agindo de maneira planejada e estratégica dentro do ambiente organizacional, sem perder, contudo, as características próprias do jornalismo ao que tange a produção de notícias e a postura ética.

Kovach e Rosenstiel (2003, p.22-23), definem nove princípios básicos do jornalismo:

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público.
7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência.

A atividade de Assessoria de Imprensa é uma vertente do Jornalismo Empresarial, portanto, utiliza-se dos mesmos princípios do Jornalismo. De acordo com Mafei (2012), o assessor é visto muitas vezes como um profissional que só visa o interesse financeiro para corporação, independentemente de sua ética e convicção. A autora ressalta (2012, p.25) que:

Um bom assessor de imprensa é aquele que reconhece os limites éticos de sua atuação e não os ultrapassa. Não mente, não engana, não ameaça, não oferece vantagens a jornalistas em troca da inserção de reportagem positiva sobre seu cliente. Seu compromisso principal é sempre o de auxiliar o assessorado no contato com a imprensa, em busca da notícia correta.

Por esta natureza, o jornalista na função de assessor tem a capacidade e dever funcional de identificar notícias dentro das instituições com vistas a ocupar os espaços jornalísticos. Desta forma, como ressaltam Rodrigues e Giurlani (2006, p. 31), essa competência se estende também para “[...] criar ou sugerir fatos, ou eventos, que possam ocupar espaço na imprensa ou produzi-los especialmente para que se tornem notícia.”

Sabe-se que a essência do jornalismo é dotada de caráter social ao servir à comunidade com informações de interesse público que orientam a vida em sociedade. Na Assessoria de Imprensa, essa preocupação existe sob a forma de responsabilidade social das organizações, conceito adotado na década de 1990, quando as empresas passaram a aliar-se à sociedade civil organizada. Esse processo aconteceu, principalmente, para atender as exigências dos públicos da instituição e como consequência, foi uma oportunidade para construir e legitimar a imagem organizacional perante a opinião pública consumidora de informações jornalísticas. Entretanto, apesar de toda intencionalidade, o fato é que as empresas passaram a ocupar um papel importante no desenvolvimento social.

Mafei (2012, p. 56), sustenta este raciocínio ao descrever que o termo responsabilidade social empregado pelas organizações, está associado ao conceito de que:

Empresas posicionadas como socialmente responsáveis contam com a simpatia da opinião pública e estão menos vulneráveis a situações de crise. Têm uma imagem satisfatória perante os consumidores, o que contribui para que sejam alcançadas as metas de venda e de rentabilidade previstas nos planos de negócios [...]

Contra-pondo-se a esta visão, Bueno (2012) diz que uma ação isolada não as coloca como beneméritas deste título. Defende que para tanto, “o conceito de responsabilidade social tem que ser tomado em sua integridade. Só teria condições de ser considerada como socialmente responsável a organização que não ferisse qualquer um dos princípios de transparência, ética, comportamento social saudável etc.” (BUENO, 2012)

Bueno (2012) amplia sua crítica à mídia ao afirmar que ela também, ao não assumir o conceito de responsabilidade social de maneira abrangente, acaba divulgando uma visão que só é pertinente para a organização envolvida. Nesse sentido, ressalta que se a imprensa não cumpre seu papel investigativo, com a

isenção dos fatos em benefício da sociedade, “[...], estará contribuindo para reforçar essa mentira e avacalhar um conceito importante, que, se visto de maneira adequada, poderia constituir-se em referência, permitindo separar empresas vilãs [...] de empresas verdadeiramente cidadãs.” (BUENO, 2012)

O ideal seria uma comunicação estratégica alicerçada sobre a ética. Só assim se alcançaria o verdadeiro sentido do que é ser responsável socialmente. Dessa forma, o assessor promoveria intercâmbios com novos setores da comunidade, o que segundo Meneghetti (2001, p.18), “confere transparência e legitimidade ao trabalho desenvolvido e possibilita a concretização de parcerias vitais para o seu desenvolvimento”.

Isto posto, este TCC trabalha a seguir alguns conceitos primários da Assessoria de Imprensa.

3.3 Caracterização da Atividade de Assessoria de Imprensa

A evolução da comunicação empresarial no Brasil está, segundo Torquato (2010), intimamente ligada ao desenvolvimento econômico, social e político ocorrido nas últimas décadas. É sob a ótica desse autor que será traçado aqui esse panorama histórico.

Tudo começou no final da década de 1960 em meio ao fomento à industrialização, quando as empresas despertaram para a importância de manter um relacionamento com seus consumidores, sobretudo para conquistar a confiança e fidelidade dos mesmos. Fora ações relacionadas à propaganda e marketing, sobressaíram-se neste período os primeiros vestígios da comunicação empresarial sob a forma de um nicho designado por Torquato (2010), de “jornalismo empresarial”.

Nas décadas de 1970 e 1980 a comunicação ganhou contornos ainda mais estratégicos dentro das empresas objetivando conquistar a liderança de mercado, com foco no posicionamento da marca. Como conta Torquato (2010, p. 5) “no final dos anos 1970, estas davam ênfase aos valores do associativismo e da solidariedade [...]” Isto já significava uma comunicação embrionária, preocupada com a postura social das empresas, e que na década seguinte seria amplamente explorada.

A década de 1990 foi caracterizada pela presença efetiva do profissional de comunicação dentro das empresas em decorrência da globalização que acirrou a concorrência no mercado.

[...] ele tem sido um eficaz intérprete dos efeitos da globalização, principalmente no que se refere ao foco do discurso e à estratégia para conferir nitidez à identidade e à imagem organizacional. O comunicador passou a ser um leitor agudo da necessidade de a empresa interagir estrategicamente com o ambiente e competir em um mercado aberto a novos conceitos e demandas. (TORQUATO, 2010, p. 8)

Os anos 1990 também foram fundamentais para o associativismo. Com a sociedade ainda descrente no setor público e na administração pública, as ONGs se espalharam pelo país e foram abrindo espaço, “fortaleceram-se no meio social, ditando pautas para a mídia e expandindo influência junto aos poderes organizados.” (TORQUATO, 2010, p. 8).

A iniciativa privada passa a ver as entidades sem fins lucrativos como meios para concretizar o investimento do setor empresarial em áreas de vertente social, ambiental e cultural. Desse modo, a expressão responsabilidade social, que até então não existia, “[...] vem marcar o início de uma intervenção [...] empresarial alicerçada em um Código de Ética definidor de parâmetros de conduta das empresas com seus públicos.” (SEBRAE, 2012).

As empresas passaram a ser vistas como um importante meio para o desenvolvimento social, e este por sua vez um modo eficaz de valorizar a imagem da empresa, desta forma:

Uma postura de respeito ao homem e à natureza dá mais credibilidade a seu negócio, atrai investidores, melhora o desempenho dos empregados e projeta a empresa no mercado, valorizando sua imagem, seus produtos ou serviços. A Responsabilidade Social passa, assim, a influenciar todas as ações da empresa. Isto significa ter responsabilidade nas relações com seus diversos públicos de interesse e atuar de forma a minimizar impactos negativos de seus produtos e processos no meio ambiente. (GUIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS ORGANIZAÇÕES DE VAREJO, 2012).

Por estas novas dimensões em Comunicação Empresarial exige-se do assessor, raciocínio e posicionamento estratégico. Este profissional deve estar atento ao macro da instituição, ou seja, não se limitar apenas ao seu departamento. Nesse sentido, é fundamental conhecer todos os discursos internos que povoam a

organização, pois eles podem interferir diretamente no trabalho de comunicação externa, foco central de estudo desta pesquisa.

Desta forma, Torquato (2010) pontua quatro formas de comunicação existentes dentro de uma instituição. A comunicação cultural é constituída pelo repertório individual de cada funcionário, nasce espontaneamente dentro da empresa e ajuda definir os climas internos a partir da observação das conversas e discursos estabelecidos. A comunicação administrativa pode ser compreendida pelo fluxo interno de papeis, memorandos, cartas internas, e-mails e comunicados. Os sistemas de informação, bancos de dados responsáveis por armazenar todas as informações da organização constituem-se em mais uma. E por fim, existe a comunicação social, formada segundo Torquato (2010), de modo planejado no sentido de otimizar e aproveitar as anteriores. Por ser um trabalho direcionado às massas ou públicos, por isto o nome “social”, sua ativação se dá pelos programas principais da área de comunicação: “jornalismo empresarial, Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, articulação institucional e relações corporativas e *lobby*, marketing cultural e eventos, publicidade institucional e comercial/ industrial, editoração e identidade visual, redes sociais na internet [...]” Em outras palavras, no ambiente institucional, o setor da comunicação social envolve ações comunicativas de ordem coletiva ou de massa, por meio de diferentes veículos de comunicação.

De encontro a esse raciocínio, Kopplin e Ferraretto (2009) dizem que para melhorar o fluxo de informações entre as organizações e seus públicos, as empresas podem utilizar os serviços de uma Assessoria de Comunicação Social (ACS), constituída dentro da própria instituição ou terceirizada.

Os autores (2009, p. 12) pontuam o quão eficaz é o trabalho integrado que uma Assessoria de Comunicação Social realiza dentro das organizações empresariais:

A ACS presta um serviço especializado, coordenando as atividades de comunicação entre um assessorado e seus públicos e estabelecendo políticas e estratégias que englobem iniciativas nas áreas de jornalismo, Relações Públicas e publicidade e propaganda. Embora seja possível utilizar os serviços de uma dessas três áreas isoladamente [...] com sua aplicação conjunta e integrada uma instituição poderá obter resultados mais abrangentes e eficazes. (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 12)

Toda comunicação social existe com uma finalidade e compreender o contexto em que ela se insere e a quem se destina, é o princípio básico para exercê-

la. Torquato (2010, p. 53) afirma que o objetivo geral de toda comunicação é “[...] projetar um conceito adequado das organizações perante seus públicos.” Contextualmente, observa-se que ela atende a duas colunas centrais: a comunicação interna e a comunicação externa.

Fala-se com isso, basicamente, em públicos. Kopplin e Ferraretto (2009, p. 11) enfatizam que “a vida de uma organização está diretamente relacionada aos seus públicos, ou seja, a grupos de pessoas que com ela possuem interesses comuns.” Tais conjecturas delineiam o raciocínio, então, que será desenvolvido para caracterizar a Assessoria de Imprensa.

Para Torquato (2010, p. 55), a comunicação interna tem como objetivos principais “gerar consentimentos e produzir aceitação”, tendo como finalidade básica, “contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização, ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas e produtos.”

Para Kopplin e Ferraretto (2009, p. 11, grifo do autor), “[...] pode-se dizer, em linhas gerais, que aqueles que fazem parte da organização (como é o caso de funcionários e dirigentes) constituem o *público interno*, [...]” A estes se adicionam fornecedores, clientes diretos e famílias e as linhas de comunicação aplicadas podem ser executadas a partir das atividades de Relações Públicas, Publicidade, Propaganda e Marketing e Jornalismo. Neste último aplicam-se instrumentos informativos internos, caracterizados normalmente pela periodicidade, atualidade, universalidade e difusão coletiva.

A comunicação externa, porém, é onde reside o foco de interesse desta pesquisa. Como conceitua Torquato (2010, p. 60) ela é “[...] responsável pelo posicionamento e pela imagem da organização na sociedade. Por isso seu foco é a opinião pública.”

A opinião pública, por sua vez, “nasce das ideias e crenças individuais, que vão se aglomerando em núcleos, expandindo-se de maneira vertical (nas classes sociais) e horizontal (nos espaços geográficos), conduzida pelos meios de comunicação, que funcionam como tuba de ressonância dos fatos.” (TORQUATO, 2010, p. 83). É importante compreender esse conceito para entender o quão relevante é a comunicação externa para a imagem e legitimação de uma empresa. A sociedade pós-ditadura, como visto, exige que as organizações prestem contas de

seus atos, e para obter uma imagem positiva, as instituições devem fazer isso da melhor maneira possível junto a seus públicos externos.

Estes públicos, de acordo com Meneghetti (2001, p. 43), são aqueles “[...] que não mantêm vínculo de qualquer espécie com a organização, está fora do processo de gestão. Exemplos: líderes comunitários, políticos e empresariais, redes, associações e fóruns de entidades, mídia, multiplicadores de opinião em geral.”

Chegar até este contingente exige bem mais do que ações isoladas ou internas. E a imprensa adquire *status* de principal aliada na construção de uma opinião pública favorável, isso porque, como descreve Lemos e Del Gáudio (2011, p. 281) a “notícia transmite credibilidade ao leitor, [...] parece deixar a realidade falar por si mesma. [...] o noticiário traduz as políticas e estratégias empresariais para uma linguagem mais acessível e as conecta aos acontecimentos do cotidiano.”

A este serviço especializado de relacionamento com a imprensa, objetivando-se atingir um público geral e disperso, dá-se o nome de Assessoria de Imprensa. Como descrevem Rodrigues e Giurlani (2006, p. 30) ela se constitui em:

[...] um processo, uma política de posicionamento, uma opção empresarial, pessoal ou de uma entidade de classe. [...] requer uma ação permanente, contínua, exercida com profissionalismo e competência, sendo capaz de intermediar os interesses dos clientes com os dos veículos de comunicação, através do desenvolvimento de ações pertinentes, sem perder de vista o caráter noticioso que a atividade supõe.

Entende-se, portanto, que a Assessoria de Imprensa é uma vertente do jornalismo empresarial que tem como foco os públicos externos de uma instituição, visando sempre obter uma opinião pública favorável à empresa.

Silva Junior (2012) esclarece que toda Assessoria de Imprensa deve ser implementada e executada por um jornalista no exercício da função de assessor de imprensa. A este, cabe cuidar estrategicamente de toda informação institucional que a empresa produz com vistas para a divulgação na mídia. Neste sentido, é função do assessor:

[...] mostrar ao seu cliente como funcionam os veículos de comunicação, como é do dia a dia dos jornalistas, as urgências dos fechamentos das edições, a grande quantidade de informações que chegam diariamente nas redações, o que é notícia e o processo da sua publicação. O bom assessor precisa, ainda, estar sempre atento às oportunidades de pautas pertinentes ao segmento e à atividade dos seus clientes e, com base nisso, sugerir alternativas compatíveis com as necessidades e interesses de cada uma

das partes envolvidas no processo – o cliente e o jornalista da redação – sabendo intermediar as ações. (RODRIGUES; GIURLANI, 2006, p. 32).

Kopplin e Ferraretto (2009, p. 13) reforçam ainda que uma das funções principais do assessor de imprensa “[...] é a intermediação das relações entre o assessorado e os veículos de comunicação, tendo como matéria-prima a informação e como processo a sua abordagem na forma de notícia.”

Para Torquato (2008, p. 81) a assessoria experimentou vasto crescimento em decorrência do desenvolvimento dos negócios empresariais e da consequente abertura que as organizações proporcionaram à própria comunicação, à medida que foram reconhecendo-a como ferramenta de legitimação. Desta forma, o autor (2008, p. 81) afirma que a “A Assessoria de Imprensa é a área nobre do sistema de comunicação externa das organizações. Está consolidada como conceito, como atividade e como suporte estratégico.”

Segundo Rodrigues e Giurlani (2006), o mundo passou por grandes transformações nos últimos 25 anos. Há de se destacar o surgimento de novas tecnologias como a internet, a computação móvel, a telefonia celular e os inúmeros portais de comunicação. Essa nova sociedade conectada, interativa e instantânea que se formou, passou a exigir das empresas jornalísticas mais agilidade e criatividade na cobertura dos fatos.

Em meio a essas mudanças, “a Assessoria de Imprensa encontrou um espaço para crescer e se profissionalizar, embora, ainda hoje a atividade apresente dificuldades de caracterização [...]” (RODRIGUES; GIURLANI, 2006, p. 35). As autoras (2006) relatam que houve períodos em que a atividade esteve atrelada a outros departamentos, como o de marketing, relações públicas e publicidade e propaganda, o que dificultava saber de forma clara quais as atribuições de cada profissional.

Atualmente estamos vivendo o terceiro ciclo, em que as Assessorias de Imprensa começam a trabalhar como agências de comunicação, trazendo para seus quadros, além de jornalistas e relações públicas, profissionais de diversas áreas de atuação e procuram ampliar seus conhecimentos sobre administração, gestão, política, tecnologia, entre outras, tornando-se polivalentes para dialogar com as fontes especializadas da empresa e, a partir disso, determinar planos de ação e estabelecer o que vale a pena ou não ser divulgado. (RODRIGUES; GIURLANI, 2006, p. 39)

Em uma visão mais ampla, como descreve Torquato (apud DUARTE, 2011, p. 68), “a comunicação empresarial sistêmica dá unidade a um conceito de empresa, harmonizando interesses, evitando a fragmentação do sistema, promovendo, internamente, sinergia negocial e, externamente, comportamentos e atividades favoráveis à organização.”

Duarte (2011, p. 71) diz que no contexto moderno do mundo empresarial o assessor de imprensa, mais do que conservar todo o repertório de jornalista, deve “assumir a ampliação das responsabilidades e possibilidades como comunicador em um ambiente volátil, em transformação permanente e de enorme potencial.” E independentemente de onde for atuar, ele “permanece com a saudável responsabilidade de ampliar o ambiente de transparência, qualificando os relacionamentos e agilizando os fluxos de informação de maneira que a comunicação seja mais efetiva em benefício da organização e da sociedade.” (DUARTE, 2011, p. 71)

Ou seja, suas concepções éticas permanecem intactas, mas o jornalista na função de assessor deve ampliar suas possibilidades de trabalhar a comunicação e capacitar-se para executá-la, atendendo a demanda de um mercado altamente exigente e competitivo, que de acordo com Torquato (apud MONTEIRO, 2011, p. 123), aposta na notícia empresarial “para criar e manter fluxos de comunicação para sobreviver.”

Todas estas competências, porém, passam pela necessidade de se estabelecerem parâmetros e estratégias para um relacionamento eficaz entre empresa e imprensa.

3.4 Relacionamento com a Imprensa

De acordo com Caldas (2011), o jornalista que atua em Assessoria de Imprensa geralmente já trabalhou em jornalismo diário ou ainda tem a pretensão de fazê-lo. Embora não seja esta condição obrigatória, a autora (2011) entende que conhecer ambas as atividades é importante para o trabalho deste profissional, pois a experiência o permitirá entender as funções de cada um na redação e a rotina do trabalho jornalístico, facilitando o relacionamento entre instituição e imprensa. Duarte (2011, p. 307) partilha dessa concepção ao dizer que “é muito bem-vinda nas redações uma mediação que faça pré-seleção dos acontecimentos, disponibilize-os

de forma pré-produzida e acesso compatível com o processo de produção de notícia.”

Todo assessor de imprensa busca conquistar um espaço para sua empresa na mídia jornalística, enquanto todo jornalista anseia divulgar informações de relevância social. Embora tenham, a princípio, interesses distintos, “conjugar os dois objetivos com ética e respeito mútuo é essencial para um relacionamento sem ‘ruídos’ entre assessores de imprensa e jornalistas.” (CALDAS, 2010, p. 321). E neste sentido, Meneguetti (2001) explica que o bom relacionamento com os meios de comunicação só fortalece e consolida a imagem da organização.

Mas, basear este vínculo apenas no envio de *releases* é insuficiente. Ribeiro e Lorenzetti (2011, p. 240) explicam assim, que as assessorias devem assumir uma postura proativa, preventiva e reativa.

A Assessoria de Imprensa proativa é aquela que toma a iniciativa, mobiliza a empresa atrás de notícias, mantém permanentemente interlocução com a mídia, propõe pautas, sugere ângulos de abordagem, [...]. A Assessoria de Imprensa preventiva [...] busca identificar e eliminar os aspectos vulneráveis de uma organização, para minimizar os riscos de exposição desfavorável na mídia. A Assessoria de Imprensa reativa atende às demandas da imprensa, aqueles pedidos que não constam necessariamente da pauta da empresa, mas da imprensa. (RIBEIRO; LORENZETTI, 2011, p. 240)

Como relata Fonseca (2006), o trabalho de assessoria especializado não se preocupa apenas com a frequência em que a organização vai aparecer na mídia, embora como aponte a Fenaj (2007, p.9) “essa atitude pode valorizar a informação que o assessor de imprensa está divulgando, podendo ampliar os espaços de mídia espontânea.”

O profissional de agora deixa de se concentrar apenas na produção de *releases* “para ser um executivo da informação. Os assessores tornaram-se pontos de apoio de repórteres e editores ao agirem como intermediários qualificados, estabelecendo aproximação eficiente entre fontes de informação e imprensa.” (GARCIA apud FONSECA, 2006, p.7)

Saponara (2007, p. 13) acrescenta a isto o fato de que “ao se tornar fonte para a imprensa, manter um relacionamento permanente, o tempo e outros contatos farão com que os jornalistas não se esqueçam de você.” E ser lembrado ou procurado como fonte significa que o trabalho de assessoria está sendo feito da maneira correta, visto com credibilidade, confiança e respeito.

É perceptível, então aos autores deste trabalho, que a Assessoria de Imprensa mais do que divulgar notícias institucionais, trabalha e consolida a imagem da empresa na sociedade através da mídia jornalística. E isto se faz real tanto quanto desmistifica o que descreve Bueno (2012) de que muitas empresas evitam estabelecer uma relação com a imprensa, pois ainda têm uma visão negativa, vendo-a mais como promotora de problemas do que uma possibilidade de expandir seus negócios. O autor (2012) deixa uma reflexão para os profissionais da comunicação ao afirmar que imprensa e organização “devem atuar como parceiras, buscando disseminar informações que possam conduzir ao desenvolvimento e ao exercício da cidadania. Como parceiras, devem praticar respeito mútuo e aprofundar a compreensão de suas potencialidades e limites.”

Uma vez ativado este trabalho, porém, é preciso sempre mantê-lo em estado de permanência. Isto implica em saber que o assessor de imprensa, dentro de uma organização, deve ser capaz de mensurar o saldo positivo de suas ações estratégicas, e transformar o universo subjetivo das palavras em números objetivos, passíveis de serem compreendidos e analisados pela diretoria. Esse procedimento também se faz pertinente para que o próprio profissional possa detectar erros e acertos, e assim, reorganizar ou ampliar o planejamento realizado. Este será o tema do próximo subitem.

3.5 Medindo retorno da atividade de Assessoria de Imprensa

As organizações estão envolvidas no mundo atual, como descreve Curvello (2011), em um sistema acelerado, competitivo e instável, onde controlar, antecipar e prever cada situação tornaram-se questão de sobrevivência. “A tentativa de quantificar, medir, ordenar, aparece, portanto, como busca incessante do homem racional de dominar as realidades.” (CURVELLO, 2011, p. 101). Por estar inserida neste contexto empresarial, a Assessoria de Imprensa é parte da realidade e também está sujeita à necessidade de mensuração e avaliação de seus resultados.

Nesse sentido, Ehling (apud CURVELLO, 2011) explica que diferentemente de outros departamentos, como por exemplo, o de marketing, em que os resultados podem ser analisados pela relação custo-benefício, as atividades de comunicação jornalísticas não são vistas como rentáveis e, portanto, “a área normalmente é encarada como unidade de despesa, de custos e não como uma

atividade essencialmente importante para os resultados das organizações.” (EHLING apud CURVELLO, 2011, p. 102). Visão preconceituosa ou não, o fato é que no ambiente empresarial os assessores terminam por ter a missão de explicar em números e objetivamente, o efeito que cada estratégia e ação empreendida, trouxeram de lucro para a instituição. Tarefa complexa, visto que a comunicação, as relações e a linguagem são permeadas pela subjetividade.

Como descreve Corrado (apud CURVELLO, 2011, p. 102), a busca pela objetividade obriga os profissionais dentro das empresas, a mostrar resultados em três áreas: “(1) aumentando a produtividade dos empregados, (2) posicionando a organização de maneira efetiva com as clientelas externas e (3) vendendo produtos e serviços.”

Todavia, acima de ser uma exigência empresarial, a mensuração dos resultados é também fundamental para que o assessor avalie o seu trabalho, identifique as falhas e os acertos a fim de modificar ou ampliar suas estratégias de comunicação, servindo de termômetro e baliza para reorganizar o planejamento, apto de ser alterado a qualquer momento. Como infere Bueno (2011), “a Assessoria de Imprensa moderna não apenas faz acontecer, mas também reflete, sistematicamente, sobre sua prática porque esse processo de avaliação e aprendizagem contínua é, hoje, um diferencial importante.”

Verificar os resultados alcançados na Assessoria de Imprensa significa, de acordo com Bueno (2011, p. 418), “ter em mãos a totalidade do material publicado ou veiculado, de modo a construir, a cada momento um perfil desse esforço.” Nesse sentido, dentre as formas de avaliar o trabalho de Assessoria, o *clipping*, ou análise do noticiário, é a mais tradicional e usual nas organizações.

Bueno (2011) ainda explica que o *clipping* “é o recorte ou gravação de uma unidade informativa (nota em coluna, editorial, notícia, reportagem, artigo de um colaborador etc.) que consolida o processo de interação da empresa ou entidade com determinado veículo de comunicação.” É um procedimento que seleciona todas as inserções que a empresa teve na mídia, e analisa cada item para avaliar se os resultados obtidos foram satisfatórios ou se precisam ser reajustados. Posteriormente o assessor apresenta a avaliação final à instituição como forma de prestar contas do serviço desempenhado. Em outras palavras, o *clipping*, também conhecido como taxaço por autores como Kopplin e Ferraretto (2009), não serve

apenas para mensurar resultados, como também para comprovar que o serviço de comunicação organizacional contribui para o desenvolvimento da empresa.

A clipagem do material assume características específicas de acordo com os veículos em que estão inseridas. Segundo Bueno (2011), é preciso tomar certos cuidados para não comprometer a veracidade dos resultados obtidos com o *clipping*. Isto pode acontecer, quando as chamadas de capa ou outros destaques menores sobre a empresa não são considerados na avaliação ou quando se descontextualiza a notícia publicada tirando-a de seu contexto, como, por exemplo, não mencionar sua localização, duração ou horário em que apareceu na mídia. Outro fato que impossibilita a matéria de ser analisada corretamente é recortar ou gravar apenas fragmentos da informação, aqueles em que a instituição aparece. Para avaliar, é preciso saber o que foi dito no restante da notícia, considerando-a como um todo. (BUENO, 2011)

Bueno (2011, p. 422) aponta, porém, que o *clipping* não é o único meio de avaliação, à medida que “não representa, efetivamente, a reprodução exata do trabalho da assessoria, mas sua versão mediada pelos veículos de comunicação. [...] como unidade isolada, não agrega valor ao trabalho de relacionamento com a mídia, porque ele só gera conhecimento quando comparado [...]” Para o autor (2011, p. 418), aliás, a clipagem é fundamental para o processo avaliativo, pois funciona como “matéria-prima para o trabalho de auditoria, a ser feito a posteriori.” E desta forma, deve se juntar a ela a chamada “auditoria de imagem”, um procedimento mais elaborado e preciso de mensuração dos resultados da Assessoria de Imprensa. Pode ser feita por empresas especializadas que possuem recursos tecnológicos apropriados. Esse método é descrito por Lopes (2011, p.436) como o:

Monitoramento periódico do desempenho de uma instituição, empresa, ou outra fonte de acontecimentos programados, na mídia. Representa, em síntese, uma análise mais depurada e sofisticada do *clipping* de notícias, geralmente com base nas categorias de “positivo”, “negativo”, e em análises quantitativas. Trata-se de um instrumental analítico relativamente recente, à disposição das fontes [...].

Desde que aplicada corretamente, os resultados obtidos garantem e legitimam a Assessoria de Imprensa nas instituições como prática estratégica. Como afirma Curvello (2011, p. 109), “as organizações só existem porque uma rede de

comunicação e de expressões viabiliza a construção de sua identidade.” Neste sentido configura-se em uma atividade que dá vida a empresa e permite que ela estabeleça parâmetros de relacionamento com seus públicos. A adoção deste posicionamento insere aos poucos uma cultura de comunicação no ambiente institucional, o que rompe, a longo prazo, com a visão supérflua e reducionista que as diretorias têm da atividade de Assessoria de Imprensa.

A comunicação externa vale-se, sobretudo, do grande fluxo de informações que nasce no ambiente empresarial. São as chamadas notícias institucionais. Enviadas para a mídia sob a forma de *releases*, são produzidas sob alguns critérios específicos que as moldam para ser aceitas pela redação. Este assunto será abordado no próximo subitem.

3.6 A Notícia Institucional

A presença das instituições nos espaços editoriais jornalísticos ganha ainda mais relevância na atualidade porque, como descreve Mafei (2012, p. 46), uma “imagem boa ajuda a vender. [...] a organização que apresenta a imagem positiva tanto na mídia como entre os públicos diretos dá indícios de possuir uma boa gestão. O bom assessor é aquele que sabe ajudar o gestor a sinalizar ao mercado a eficiência do próprio trabalho.” É nesse contexto que a notícia institucional adquire papel estratégico para conquistar a opinião pública.

Monteiro (2011, p. 115), dá relevância a este raciocínio ao afirmar que “tornar públicos acontecimentos considerados relevantes, passou a ser uma das mais importantes estratégias adotadas pelos diversos campos sociais para obter aprovação da sociedade e garantir legitimidade.” Isso acontece, de acordo com Corrado (apud MONTEIRO, 2011, p. 122), porque “as instituições têm de envolver-se com a mídia para atingir aos públicos cujas opiniões orientam as políticas nacionais e as ações políticas.” O autor conclui que ao deixar de se posicionar sobre fatos importantes perante a opinião pública, a empresa perde uma oportunidade de consolidar a sua imagem e pode atrair consequências negativas para os negócios.

A notícia institucional aparece revestida pelas mesmas características que pautam a produção jornalística tradicional. Para Lage (1998, p. 40), a notícia exerce um papel político e social e “restringe-se, em geral, ao anúncio e cobertura

de fatos que não ultrapassam o interesse do grupo de leitores a que se destina a publicação.”

Este conceito de Lage sobre notícia possui semelhanças com a explicação de Monteiro (2011, p. 123), sobre os efeitos pretendidos pela informação organizacional. A autora, diz que “a notícia institucional, sem abandonar suas características informativas, assume caráter político, passando a ser usada estrategicamente nos segmentos sociais que detêm o poder de decisão ou o poder de influenciar decisões que possam beneficiar a instituição que a originou.” Isto valida o argumento da consistência jornalística predominante nas notícias empresariais.

Kovach e Rosenstiel (2003, p. 36), metaforicamente, entendem a notícia como uma cartografia social, a qual deve apresentar um “mapa” de todas as comunidades. Neste sentido, afirmam, “as notícias são o material que as pessoas usam para aprender e pensar sobre o mundo além de seus próprios mundinhos, o mais importante é que essa informação seja boa e confiável.”

Em complemento ao conceito de notícia, Kunczik (1997, p. 230) explica que “[...] os textos jornalísticos objetivos podem ser identificados por suas qualidades de precisão, interesse, verificação, veracidade e neutralidade.”

Estes conceitos expostos são requisitos essenciais para revestir também a notícia institucional, de forma que ela seja aceita nos veículos jornalísticos.

Em geral, o processo de conscientização do assessorado de que a informação pode ser disponibilizada para a imprensa passa pelo questionamento: “como o assunto a ser divulgado deve ser trabalhado em seu conteúdo para que os veículos sintam-se motivados a transformá-lo em pauta, em assunto passível de se tornar matéria?” (MAFEI, 2012, p. 48). Neste momento, o assessor de imprensa atribui à notícia empresarial características semelhantes àquelas que os jornalistas empregam nas redações para trabalhar a informação. É como se maquiassem a notícia, mas “não em um sentido pejorativo, que denote o desvirtuamento da realidade ou o mascaramento dos fatos, impingindo mentiras aos leitores, [...]” (CASSIANO; SMANIOTTO, 2002, p. 36)

Um aspecto interessante da notícia institucional é ressaltado por Monteiro (2011) ao dizer que o ato da empresa tornar público suas ações através da imprensa é uma maneira de prestar contas à sociedade para que esta possa avaliar

a postura da organização e ver se se encaixa às suas necessidades. Desta forma, por meio da identificação dos públicos, a empresa ganha aliados que colaboram para sua manutenção. Esse pensamento é ampliado por Marcondes Filho (apud MONTEIRO, 2011). O autor (2011) aponta outros fatores que justificam a presença da empresa na mídia, como: a sobrevivência econômica do veículo, fazer com que a instituição se torne um veiculador ideológico e ter na opinião pública um estabilizador político.

Por trabalhar no ambiente empresarial, Duarte (2011, p. 66) afirma, que “[...] o jornalista como assessor de imprensa somente apresenta os fatos valendo-se do ponto de vista da organização ou do assessorado, [...]” Entretanto, Mafei (2012) diz que esta condição não difere da vivida nas redações, visto que embora se preze pela neutralidade da informação, acaba-se esbarrando nos interesses dos donos do veículo.

Mesmo com essa similaridade, para que o assessor consiga divulgar notícias institucionais na imprensa, ele precisa percorrer um longo caminho de convencimento. Ou seja, tem que provar que a informação oferecida é importante para a sociedade. Partindo desse raciocínio, Monteiro (2011, p. 116) afirma que a notícia produzida pela assessoria tem “[...] caráter intencional e negociado, evidenciando, do início ao fim, o que a instituição considera importante e interessante num acontecimento para que ele ganhe estatuto de notícia, e também que estratégias utilizam para que esse acontecimento passe a ter existência pública.”

Nesta pesquisa entende-se por caráter intencional, o fato de que a empresa que se coloca como fonte para a mídia ter uma intenção por trás do texto escrito. O assunto, as palavras e o próprio modo como a notícia é estruturada evidencia para Silva Junior (2012), a intenção da instituição na matéria ser publicada.

E por caráter negociado, entende-se que há uma negociação entre assessor e veículos de comunicação para que a matéria seja divulgada. É importante ressaltar que negociado aqui não tem sentido monetário, uma vez que se acredita na Assessoria de Imprensa realizada com critérios jornalísticos e, portanto, com o ganho de espaço espontâneo nos veículos. Nesse sentido, Monteiro (2011, p. 124) frisa que “[...], a divulgação de notícias e reportagens sobre a empresa na

imprensa é gratuita e, dessa maneira, assume caráter de imparcialidade, o que, conseqüentemente, aumenta a credibilidade do que é dito sobre a instituição.”

A negociação de que se fala é estratégica, argumentativa e em grande parte, envolve o relacionamento que o assessor estabelece com a mídia, uma vez que de acordo com Monteiro (2011), ele já conhece o funcionamento da imprensa e usa esse recurso para promover a empresa. Mafei (2012) sustenta esta afirmação ao dizer que todo assessor é um jornalista por formação e, portanto, sabe na prática a rotina interna das redações. Esse conhecimento de causa reflete em um trabalho qualificado, com sugestões de pautas consistentes, textos bem apurados e redigidos, contatos diários em momentos oportunos, respeito ao *deadline* do veículo e bom trânsito nas redações.

Como pondera Monteiro (2011, p. 121), “não é qualquer informação institucional que é transformada em notícia para a mídia.” Desta forma, os assessores de imprensa estrategicamente, apoderam-se dos valores-notícias⁸ usados pelos jornalistas de redação e escolhem diariamente uma série de fatos que serão transformados em notícias e enviados à imprensa.

Há para Monteiro (2011) um consenso comum nas empresas sobre o tipo de notícia que não interessa ser veiculada. De acordo com a autora são “[...] as que tratam de informação sigilosa e as que causem danos à credibilidade, confiabilidade, competência da instituição.” (MONTEIRO, 2011, p. 127). Por outro lado, Monteiro (2011) afirma que são permitidas apenas as notícias que agreguem “[...] certeza, previsibilidade, consenso, atendimento às necessidades organizacionais e do público.” (MONTEIRO, 2011, p. 128)

Além dos valores-notícia e do conhecimento dos temas que devem ser evitados ou divulgados para a imprensa, o assessor tem de ter outras possibilidades de “construir relacionamentos éticos e sólidos com os jornalistas”. (MAFEI, 2012, p.79). Duarte (2011, p. 262) exemplifica: “[...] manter uma rotina de contatos regulares com as redações, evitando basear a ligação no envio de releases [...]. Visitas, encontros informais, telefonemas regulares (mas não inoportunos) e contatos, inclusive com o pessoal de apoio, têm diversas finalidades [...]” Estas questões são imprescindíveis para a Assessoria de Imprensa, pois interferem no tempo

⁸ “[...] um conjunto de critérios tomados como referência no meio jornalístico para a elaboração dos noticiários, e permitem a seleção, rápida e rotineira, dos fatos que serão notícia. Salienta-se que os valores notícia [...] têm caráter dinâmico, quer dizer, não permanecem sempre os mesmos, mudam ao longo do tempo.” (MONTEIRO, 2011, p. 129-130)

adequado para os envios de *releases*, agendamento de assuntos com antecedência e para criar um vínculo de rotina ente as empresas e a mídia.

Outro recurso é a apropriação do novo para selecionar as notícias institucionais. De acordo com Wolf (apud MONTEIRO, 2011, p. 131), ele “aparece associado ao critério de importância e é traduzido pelo ‘impacto’ que a notícia pode causar no público em função do benefício social, econômico, ambiental produzido.” Deste modo, como lembra Monteiro (2011, p. 132) as instituições recorrem à estratégia de atualizar fatos já ocorridos “dando-lhes novos enfoques (atuais para os jornalistas) de modo a aumentar sua possibilidade de aproveitamento pela mídia.”

Traquina (apud MONTEIRO, 2011, p. 133) denomina as formas de atualizar uma informação de *newspeg*, ou seja, “qualquer acontecimento da atualidade que legitima a noticiabilidade de outro acontecimento, assunto ou problemática.” O autor pontua três formas de *newspeg*:

(1) a existência de um acontecimento da atualidade, já transformado em notícia, pode servir de ‘gancho’ para outro assunto ligado a ele. [...]. (2) O próprio tempo pode ser utilizado como ‘gancho’: um acontecimento é notícia hoje porque faz cinco anos, ou dez anos que aconteceu. (3) As datas comemorativas (Dia da árvore, Dia do Meio Ambiente, [...]). (TRAQUINA apud MONTEIRO, 2011, p. 133)

Monteiro (2011) acrescenta que a sazonalidade também pode ser um fator de noticiabilidade. Esta, diz respeito aos fatos que se repetem anualmente sempre em uma determinada época. Podem-se destacar aqui as estações do ano e as férias.

Nesse sentido, conclui-se que “estratégias e articulações fazem parte do processo de produção das notícias institucionais e desmistificam o caráter automático desse processo.” (MONTEIRO, 2011, p. 134). A autora ainda ressalta que as fontes de uma organização atuam de maneira intencional ao se porem em visibilidade. O objetivo de estar na mídia é sempre o de favorecer e consolidar a imagem da empresa perante a opinião pública.

A notícia institucional pode ser trabalhada de diferentes formas pelo assessor de imprensa, visto que ele dispõe de uma extensa lista de produtos e serviços para promover a comunicação externa de uma organização. O bom profissional conhece e sabe usar cada um deles. O próximo subitem traz uma

relação com os principais e explica em que ocasião eles devem ser utilizados no contato com a mídia.

3.7 Produtos e Serviços

A Assessoria de Imprensa contempla um campo vasto de produtos e serviços que, se usados na ocasião certa, estreitam o relacionamento entre instituição e mídia e enriquecem o trabalho de comunicação externa. Entretanto, por comodismo ou desconhecimento das ferramentas de que dispõem, os assessores concentram baseando o contato com a mídia apenas no envio de releases e deixam de aproveitar outros recursos que poderiam oferecer um retorno muito maior.

No contexto atual, a assessoria que pauta seu relacionamento com a imprensa apenas no envio de textos noticiosos, está fadada a desaparecer. As empresas estão “[...] exigindo maior capacidade de criar e administrar diferentes instrumentos de comunicação para atuar as demandas e necessidades de informação e interação. O profissional deixa de se limitar ao contato com os jornalistas para ser um gestor da informação [...]” (DUARTE, 2011, p. 255)

Este TCC elenca uma relação de produtos e serviços que considera mais importantes para o trabalho de Assessoria de Imprensa.

- Entrevistas

Duarte (2011, p. 256) diz que é importante o assessor estar presente quando o assessorado for entrevistado pela mídia, assim, ele pode “verificar o desempenho da fonte, os interesses dos jornalistas, ajuda a resolver algum problema ou dúvida e até evita armadilhas do entrevistador ou erros do entrevistado.” Essas percepções são fundamentais para que o profissional avalie sua fonte e veja as limitações, os acertos e o que ainda precisa ser trabalhado para que ela se comunique adequadamente com a imprensa.

Entretanto, no momento da entrevista, o assessor não deve interferir na conversa, respondendo às perguntas ou complementando a resposta de sua fonte. A postura adequada é a de isenção e discrição. Ele está no local para transmitir segurança, e apenas ocasionalmente pode ajudar o assessorado com algum raciocínio.

As entrevistas também podem ser de caráter exclusivo, ou seja, quando são oferecidas a um único veículo de comunicação. Segundo o Manual da Fenaj (2007, p. 13-14), “a iniciativa costuma valorizar a informação e conquistar espaços mais qualificados de mídia espontânea.” Mas, é importante salientar que o assessor não deve beneficiar sempre a mesma mídia com as entrevistas exclusivas, incorrendo de favoritismo, e nem usar desta tática em assuntos factuais. É preciso atender a todos os veículos em ocasiões diferentes.

A entrevista coletiva é outra modalidade que a Assessoria de Imprensa dispõe para se relacionar com a mídia. Como o próprio nome diz, ela atende à coletividade, ou seja, toda a imprensa. Porém, há certas restrições quanto ao seu uso. Deve ser convocada, segundo Duarte (2011), especialmente em três ocasiões: em casos extraordinários que exigem a reunião massiva da mídia para transmitir informações de interesse público imediato, em lançamentos ou assinatura de contrato e em situações emergenciais onde muitos jornalistas buscam ao mesmo tempo, esclarecimentos acerca de um fato.

A entrevista coletiva “[...] constitui-se um recurso significativo para o assessor de imprensa, porque possibilita a divulgação de fatos e/ou opiniões relacionadas ao seu cliente de forma dinâmica e com resultados abrangentes.” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 112). Entretanto, devem ser usadas com bom senso e somente quando a ocasião exigir, pois como lembra Duarte (2011), jornalistas gostam de notícias exclusivas e na entrevista coletiva todos recebem a mesma informação e há pouco espaço para perguntas.

Este tipo de entrevista para ser bem feita, exige a total atenção do assessor, que deve planejá-la com muita antecedência e estar atento aos mínimos detalhes. Duarte (2011) cita alguns cuidados que se deve ter para preparar uma coletiva: escolher um local adequado e de fácil acesso, com um espaço que atenda as características técnicas de todos os meios de comunicação; envio com antecedência de um *release* de convocação convidando toda a imprensa para o evento; deixar claro a ordem em que cada veículo poderá fazer perguntas; preparar a fonte para falar com segurança e não comprometer a imagem da empresa com alguma informação errada ou distorcida; e entregar material de apoio com informações adicionais ao assunto. Segundo Kopplin e Ferraretto (2009, p. 116) “[...] O próprio *press-kit* elaborado para a convocação pode ser oferecido, bem como

documentos, relatórios, estatísticas e outros materiais que complementem as declarações dos entrevistados.”

- Administração da Assessoria de Imprensa

Administrar uma assessoria exige que o profissional vá além do tradicional envio de materiais jornalísticos à mídia. Duarte (2011) afirma que o assessor precisa assumir uma postura de gerente e ter habilidades muito mais abrangentes do que demandam as tradicionais e rotineiras atividades a que está acostumado. Ele deve servir como um “articulador estratégico” na organização, como pontua Mafei (2012, p. 27).

Desta forma, além de administrar estrategicamente a relação com a imprensa, ele também é responsável, segundo Duarte (2011), por gerir os recursos humanos, materiais e financeiros de seu departamento. O assessor passa a ter mais atribuições como “[...] opinar no desenvolvimento de projetos, desenvolver ações estratégicas com o conjunto de interlocutores da organização, contribuir na implementação de políticas de mercado, avaliar iniciativas que possam afetar a reputação, analisar o ambiente político e social [...]” (RIBEIRO; LORENZETTI, 2011, p. 236)

A essas competências, Duarte (2011), acrescenta ainda que o assessor de imprensa precisa ter “[...] bom trânsito em todos os níveis hierárquicos, noções de administração, estratégia empresarial, planejamento, conhecimento da cultura e da história da organização e dos papéis e poder dos integrantes.”

Conclui-se, portanto, que administrar uma assessoria excede o procedimento básico de envio de *releases*. O profissional que deseja se inserir em uma organização deve empenhar-se na “leitura da realidade social e na formulação da estratégia ‘por que e a quem dizer’.” (FARIA, 2011, p. 141)

- Atendimento à Imprensa

De acordo com Kopplin e Ferraretto (2009), dentre as atribuições do assessor de imprensa, uma das mais importantes é estabelecer uma boa e sólida relação entre a empresa e a mídia, de forma que este diálogo seja pautado, sobretudo, pela oferta respeitosa e diplomática de informações. Desta forma, atender adequadamente todos os veículos de comunicação significa construir um bom relacionamento com a imprensa, conforme consta no subitem 3.4 deste TCC.

Nesse sentido, é válido destacar algumas funções do assessor, que de acordo com Duarte (2011, p. 258), tem a “responsabilidade de garantir um atendimento adequado às características do jornalismo e a manutenção de uma convivência transparente, cordial e eficiente com jornalistas.” Espera-se que ele, conhecendo as especificidades de cada veículo, ofereça produtos e serviços condizentes com os mesmos, saiba como é a rotina diária das redações, respeite os *deadlines*, tenha bom senso ao entrar em contato com os jornalistas, paute-se pela ética e pelo respeito, cumpra prazos e promessas e construa uma imagem positiva da organização que representa. Para firmar um vínculo de credibilidade e confiança com a imprensa é necessário que o assessor aja de acordo com os princípios de sua formação jornalística, mas que não deixe de defender os interesses do assessorado.

- Pautas

No jornalismo, a pauta tem a finalidade de organizar a produção de notícias, além de orientar o repórter sobre o assunto e a abordagem que cada matéria vai adotar. Desta forma, Lage (1998, p. 47, grifo do autor) afirma que a “distância entre reportagem e notícia estabelece-se na prática, a partir da pauta, isto é, do projeto de texto. Para as notícias, as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação (suíte) de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramentos.”

Na assessoria, a proposta de pauta tem outra finalidade. Existe para estreitar o relacionamento entre a empresa e a mídia, divulgando sua visão sobre fatos importantes. Assim, aparece em forma de *release*, como um “informe sucinto enviado aos veículos de comunicação a respeito de determinado assunto de interesse para o veículo e à sociedade.” (FENAJ, 2007, p. 13-14). De acordo com Duarte (2011), pode ser enviada a mais de um jornalista para que seja transformada em notícia.

É pertinente destacar, de acordo com esses apontamentos, a importância da sugestão conter interesse público para poder ser aproveitada pelas redações. Kopplin e Ferraretto (2009, p. 20) acrescentam que o assessor não deve impor um fato para a imprensa. Ele “[...] sugere pautas que agreguem valor ao trabalho de pauteiros, repórteres, produtores, editores, apresentadores e outros profissionais.”

Para Rodrigues e Giurlani (2006, p. 32) o bom assessor precisa estar atento a todas as possibilidades diárias de pautas que pode enviar aos veículos, de forma que elas sejam “compatíveis com as necessidades e interesses de cada uma das partes envolvidas no processo – o cliente e o jornalista da redação – sabendo intermediar as ações.”

- *Mailing List*

O *mailing list* é uma lista completa com informações de todos os veículos da imprensa que são de interesse da assessoria ou da empresa que ela representa. Contêm dados que “[...] orientam o trabalho diário do jornalista de AI, permitindo-lhe saber exatamente a quem [...] deve mandar cada tipo de *release* e os demais produtos. Sem esse direcionamento, a divulgação corre o risco de obter pouco ou nenhum resultado.” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 117)

Duarte (2011, p. 247) diz que o *mailing* pode ser subdividido de acordo com critérios particulares de cada assessoria, como por exemplo, “jornalistas locais, de interesse nacional, especializados, colunistas, editores pauteiros.” Meneghetti(2001, p. 62) acrescenta à relação, “[...] os e-mails pessoais e profissionais e os endereços de páginas na internet (*homepages*), no caso de instituições.” Outros dados como nomes, editorias, fax e telefones são sugeridos pela Fenaj (2007).

Segundo Duarte (2011), o *mailing* deve ser constantemente avaliado e atualizado para trazer a eficiência esperada ao trabalho de comunicação externa. Isso deve acontecer, porque como explica Kopplin e Ferraretto (2009, p. 117) “[...] a rotatividade de profissionais nos veículos de comunicação costuma ser grande.” Por isso pode acontecer da relação ficar desatualizada em uma semana e o assessor enviar informações para profissionais que já não pertencem ao veículo.

- *Press Kit*

O *press kit* de acordo com Mafei (2012, p. 67), é o conjunto de material informativo sobre um tema, reunido em pasta ou arquivo eletrônico que contém “informações padronizadas para serem distribuídas à imprensa nas ocasiões de coletivas, entrevistas individuais e demais divulgações, como material de apoio.”

Rabaça e Barbosa (apud KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 122), definem o *press kit* como o “conjunto informativo composto de textos, fotografias e outros materiais destinados à divulgação de fato jornalístico.” Duarte (2011)

acrescenta que ele deve ser interessante para o jornalista, subsidiando-o com informações adicionais, pertinentes para a construção da matéria. O autor enumera alguns itens que também podem compor o pacote, tais como “[...] um conjunto de *releases*, CD, cartaz, catálogo, estatísticas, análises, cópias de documentos, discursos, folhetos, [...] brinde, produtos, vídeos publicações, biografias, estudos de caso, mapas, quadros, investimentos, histórias atraentes, [...]”

O *press kit* é importante, pois orienta o jornalista sobre o ritmo do evento e o coloca a par das informações que serão transmitidas, ao apresentar “[...] a ordem dos esclarecimentos que o assessorado pretende transmitir à imprensa.” (MAFEI, 2012, p. 67).

- *Release*

O *release* é um dos mais usuais e tradicionais produtos oferecidos pela Assessoria de Imprensa. Produzido pelo assessor, tem a função de enviar conteúdo informativo à mídia jornalística, com chances ou não ser transformado em notícia.

De modo geral, a finalidade do *release* “[...] é levar às redações notícias que possam servir de apoio ou sugestão de pauta, proporcionando solicitação de entrevistas ou informações complementares.” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 70). Embora seja escrito com linguagem e padrões jornalísticos, não deve ter a pretensão de ser aproveitado na íntegra como texto final, embora a par das reduções de mão-de-obra nas redações e pela pressão do tempo, os mesmos autores (2009) explicam que o *release* já deve ser redigido em forma de pirâmide invertida, com as informações dispostas em ordem decrescente, do fato mais importante para o de menos relevância.

Segundo Duarte (2011, p. 269), a qualidade do texto deverá ser analisada de acordo com a “[...] forma como é preparado (bom título, lead adequado, tamanho, padrão estético e, principalmente, bem redigido), em seu conteúdo (notícia de interesse do jornalista para o qual será encaminhado), [...]” Atender a esses requisitos é o que vai diferenciar o bom *release* das centenas de outros que chegam diariamente às redações.

Ao oferecer informação à imprensa, o assessor não precisa se limitar sempre ao envio de *release* padrão. Ele dispõe de uma rica lista com vários outros tipos que podem ser usados de acordo com a finalidade intencionada e para cada ocasião. Nesse sentido, Duarte (2011) propõe alguns, tais como o de opinião e o de

artigo, os quais apresentam caráter político e predominantemente expõem visões e opiniões sobre assuntos em pauta. Geralmente são feitos por pessoas públicas ou especialistas que fazem análises e interpretações de uma realidade.

O autor (2011, p. 317) descreve também o áudio-*release* que “contém gravação sem caracterização de determinada rádio ou programa, o que facilita seu aproveitamento por sugerir ao ouvinte que é material exclusivo de quem o veicula.” Na mesma linha, há o vídeo- *release* que “[...] contém entrevistas preparadas para determinada região, depoimentos ou trechos de espetáculos para serem veiculados em emissoras de televisão.” (DUARTE, 2011, p. 317). Outro tipo é o exclusivo, segundo Duarte (2011), ele se destinada apenas a um veículo jornalístico e geralmente costuma ser negociado com antecedência. Em situações como essa, o assessor se compromete a não fornecer a informação a mais ninguém, o que valoriza a notícia e aumenta sua chance de divulgação. O especial é outra categoria de texto informativo que o assessor dispõe para estreitar seu relacionamento com a mídia. Segundo Duarte (2011, p. 317), este tipo de *release* deve ser “[...] detalhado, com muitas informações, depoimentos e fontes, contextualizando e aprofundando o tema. [...] utilizado para propor entrevistas ou matérias especiais em veículos e programas de grande repercussão.” A nota, mais uma modalidade de *release* é detalhada por Duarte (2011, p. 318) como “texto curto, algo como entre quatro e seis linhas, mas com a notícia completa, para ser aproveitado na íntegra. Geralmente destinado a seções de notas ou colunistas.” O *release* de cobertura, solicitado ao assessor por jornalistas que não puderam comparecer a determinada ocasião, “relata os fatos referentes a um evento já ocorrido. [...] produzida imediatamente após a conclusão ou até antes do acontecimento. [...]” (DUARTE, 2011, p. 318). Por fim, Duarte (2011, p. 319) define o aviso de pauta, “alerta sobre assunto que posteriormente será divulgado para a imprensa geral. [...]. Também pode dar orientações sobre um evento como inauguração, lançamento ou coletiva.” O autor (2011) ainda descreve o *release* eletrônico, que é qualquer tipo enviado via e-mail.

Quanto ao envio dos *releases*, Duarte (2011) explica que geralmente são transmitidos por e-mail e apenas para os destinatários que se interessam pelo assunto. É comum jornalistas reclamarem da quantidade absurda de textos de assessorias que chegam todos os dias às redações, por isso, é importante conhecer cada editoria para selecionar a informação que será enviada. Dispondo de um relacionamento constante com a imprensa, é possível o assessor manter o *mailing*

list atualizado, saber os horários de fechamento dos veículos, enviar o *release* no tempo certo e fazer um balanço para avaliar o modo como a informação foi divulgada. Esses procedimentos contribuem para um envio eficiente e oferece um bom retorno à assessoria.

- *Clipping*

O *clipping* é o método mais usado para mensurar os resultados de uma Assessoria de Imprensa. Consiste, segundo Duarte (2011, p. 261), “em identificar rotineiramente na imprensa as citações sobre a organização ou temas previamente determinados, organizá-las e encaminhá-las para conhecimento dos interessados.”

De acordo com o autor (2011, p. 261), além de avaliar o trabalho da Assessoria e verificar como a empresa é vista pela mídia, o *clipping* ajuda na “caracterização do ambiente externo, na identificação e antecipação por demandas de informação e até o posicionamento e estratégias da concorrência, subsidiando o processo de tomada de decisões.”

Bueno (2011), diz que o *clipping* deve atender às características de cada mídia, ou seja, para cada veículo há uma forma adequada de registrar e avaliar o desempenho da assessoria. Embora o considere parte fundamental no processo de mensuração dos resultados, o autor afirma que consiste em apenas uma das etapas avaliativas a que a comunicação externa deve se submeter. Desta forma, o autor entende a auditoria de imagem como o procedimento mais eficiente, devendo ser realizada posteriormente ao *clipping*⁹.

- Sala de Imprensa

Outra possibilidade de canal de comunicação entre organizações e jornalistas são as salas de imprensa, que possibilitam um *feedback* rápido com troca de informações e prestação de serviços no ambiente online. Duarte e Carvalho (2011, p. 371) veem essa nova ferramenta como uma evolução no trabalho de assessoria ao dizer que “as organizações devem se adaptar e estabelecer novos níveis de interação nos quais atualização, relevância, confiabilidade, facilidade de acesso e agilidade são conceitos- chave.”

Nesse sentido, Bueno e Pimenta (2009, p. 4) descrevem as salas de imprensa como “[...] espaços exclusivos de interação com a mídia, explicitamente

⁹Sobre este assunto, rever o subitem: 3.5 Medindo o Retorno da Assessoria de Imprensa, deste TCC.

identificados no site da organização, [...]” Segundo os autores, os assessores pretendem, nesse ambiente, facilitar o relacionamento com os jornalistas via comunicação *online*, de forma a democratizar o acesso à informação aos veículos que estão distantes da instituição, além de ampliar o potencial informativo da empresa, tendo em vista que o ambiente virtual é ilimitado e multimidiático, aceitando qualquer tipo de produção jornalística, seja em texto, áudio, vídeo ou imagem.

Devido à praticidade que oferecem, é cada vez mais frequente as grandes organizações, como a Petrobrás e a Vale, universidades, como a de Campinas (Unicamp) e a de São Paulo (USP), e até mesmo ONGs como a WWF-Brasil, disporem de salas de imprensa. Bueno e Pimenta (2009) contam que os jornalistas também têm recorrido a esse ambiente para obter informações, descobrir novas pautas ou fontes, agendas e, com isso, ampliarem o leque de opções para o seu trabalho.

Antes de concluir este subitem, torna-se pertinente ainda discorrer a respeito das possibilidades de trabalho do assessor de imprensa na internet, área que tem despertado grande interesse, e dúvidas, de assessores e jornalistas à medida que facilita e intermedeia o trabalho de ambos, como é o caso das salas de imprensa, abordadas anteriormente.

Estar conectado com os diversos meios de comunicação social a fim de alcançar um relacionamento amplo e próximo com o público é fundamental. A internet é um meio que tem ganhado destaque quando se trata de estabelecer relações com o grande público de maneira rápida, fácil, barata e multimidiática.

Segundo Pinho (2003):

O termo internet foi cunhado com base na expressão inglesa “INTERaction or INTERconnection between computer NETworks”. Assim a Internet é a rede das redes, o conjunto das centenas de redes de computadores conectados em diversos países dos seis continentes para compartilhar a informação e, em situações especiais, também em recursos computacionais. As conexões entre elas empregam diversas tecnologias, como linhas telefônicas comuns, linhas de transmissão de dados dedicadas, satélites, linhas de microondas e cabos de fibra óptica. (PINHO, 2003, p.41)

Estas conexões, não se limitam apenas nas linhas de transmissão de dados. A internet simultaneamente transmite ideias, fatos e acontecimentos, além de ser uma forma de entretenimento. Propagar e trocar informações no ambiente virtual

tornou-se uma das principais finalidades dos profissionais de comunicação, que veem este recurso como um modo prático e eficiente de se relacionar com os diferentes públicos sem o problema da distância. Sendo assim, a internet pode ser conceituada como uma nova forma de comunicação social.

Seabra (2011, p. 93) partilha dessa afirmação quando diz que “esse novo modelo de ‘empacotar’ a notícia uma a uma e entregá-la ao leitor pode estar criando um novo tipo de jornalismo, e por conseguinte um novo espaço de produção do noticiário, [...]”

Esse processo se iniciou na década de 1990, momento em que a internet se expandiu do meio acadêmico para todos os setores da sociedade no Brasil. Aproveitando a oportunidade, muitas organizações adentraram no novo espaço midiático, a fim de manter seus clientes atualizados. Como consequência, cresceu a demanda do público por informações no ciberespaço. A imprensa também se inseriu definitivamente na comunicação online. Conforme relata Pinho (2003, p. 9):

[...] a expansão verdadeiramente vertiginosa da Internet no país (e, naturalmente, em todo o mundo) foi estimulada pelo contínuo e maciço ingresso no ciberespaço de governos, organizações, instituições e empresas comerciais, industriais e de serviços. Aos poucos, até mesmo as empresas de comunicação tradicionais migraram para a rede mundial buscando oferecer aos internautas conteúdos e informações durante as 24 horas do dia, todos os dias.

Para facilitar e ampliar a transmissão de conteúdo, a Assessoria de Imprensa também se rendeu a praticidade, universalidade e agilidade que a plataforma online possibilita e a adotou também como mediadora de seu relacionamento com a mídia. Duarte (2011) acrescenta que a internet, principalmente as mídias sociais como blogs, *Facebook* e *Twitter* podem servir ainda para que os assessores de imprensa monitorem o que está sendo divulgado a respeito da empresa, como críticas negativas e elogios. Desta forma, o profissional tem a liberdade de “[...] interagir, responder e identificar riscos, tendências, percepções e temas latentes, saber sobre boatos, menções [...], permite eventual intervenção e elaborar estratégias de comunicação.” (DUARTE, 2011, p. 381-382)

O uso da internet também oferece a oportunidade do assessor estreitar seu relacionamento com a mídia à medida que ele, como propõe Duarte (2011), tem a possibilidade de pesquisar o que os jornalistas locais estão falando, e a partir daí,

identificar quais pautas pode sugerir aos veículos. “O acompanhamento do que se diz na internet ajuda a assessoria ser proativa e preventiva, interagindo com as pessoas e evitando ser pega de surpresa por temas inesperados.” (DUARTE, 2011, p. 382)

Essa necessidade de acompanhar o que o público fala ou posta sobre a empresa na mídia deve-se a uma mudança de comportamento dos consumidores. Eles deixaram de ser receptores passivos, agora possuem plataformas eficientes para se manifestar e reivindicar seus direitos e sabem que ao interferir na imagem da empresa, serão atendidos prontamente. Desta forma, a importância do assessor de imprensa estar presente neste meio, justifica-se de acordo com o que diz Fonseca (2006, p 25):

A relevância dada à reputação e à imagem é decorrente do grau de competitividade do setor em que a organização atua e pode propiciar à atividade de Assessoria de Imprensa, responsável por criar oportunidades para elas esse expandirem e se consolidarem, assumir um papel relevante como área estratégica no contexto da comunicação corporativa.

Pode-se concluir que o ambiente online é muito eficiente para mobilizar recursos humanos e financeiros, além de demandar custos muito baixos para a divulgação de projetos e informações, como descreve Meneghetti (2001). Dessa forma, “estar presente na Internet e em posição interessante é imprescindível para qualquer organização que busque reconhecimento.” (MAFEI, 2012, p. 75)

Porém, independentemente do espaço onde a prática da assessoria é realizada, é fundamental conhecer e saber aplicar com coerência todos os produtos e serviços disponíveis para o trabalho de comunicação externa. E de posse desse embasamento o assessor está apto a começar o planejamento da atividade. Este procedimento é essencial e deve ser o ponto de partida de toda assessoria, pois é ele que vai orientar e definir as ações e estratégias a serem empregadas para atingir as metas propostas. Este será o tema do próximo subitem.

3.8 Planejamento em Assessoria de Imprensa

O sucesso de qualquer atividade empreendida pela Assessoria de Imprensa está, de acordo com Ribeiro e Lorenzetti (2011), diretamente ligada ao

planejamento estratégico, este, entendido de forma dinâmica e passível de ajustes em todo o processo, para atingir os objetivos definidos pelo assessor.

Planejar, para Meneguetti (2001, p. 94), “é uma forma de pensar o futuro para atuar sobre a realidade. É uma reflexão que precede e preside a ação, obrigando a instituição a assumir uma atitude pró-ativa, sem improvisações.” Assim, como forma de estruturar o planejamento em etapas, Richers (apud KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 36) propõe que ele deve ser dividido em quatro fases: “a análise, a adaptação, a ativação e a avaliação.”

Segundo Kopplin e Ferraretto (2009, p. 36) “a análise é a etapa em que o assessor de imprensa conhece a instituição, seus públicos e o contexto em que ela se insere; ele também deve identificar os problemas e as falhas de comunicação da entidade.”

Acrescenta-se, que a análise é a aproximação do assessor com o assessorado, onde ele expõe suas intenções para com a instituição e conquista a confiança de quem vai assessorar. Nesta etapa, produz-se o *briefing* completo da empresa. Este documento é um “resumo de informações relativas a um fato, normalmente relatado por meio de contatos informais, transmitido de uma fonte para um jornalista.” (LOPES, 2011, p. 437). Posteriormente, ainda na análise começa-se a recolher informações para compor o cronograma de atividades, o calendário de datas comemorativas e o *mailing list*, que serão produzidos na próxima etapa, a adaptação.

No *briefing* devem constar informações que permitam conhecer o assessorado por completo, como: quem é o assessorado, o que ele faz, quantos funcionários existem na empresa, quem são seus públicos internos e externos, ano de fundação, endereço, telefones e e-mails úteis, área de abrangência, organograma com o corpo diretório, estrutura física, contatos principais, como era realizada a comunicação interna e externa e quem era o responsável. Enfim, informações pertinentes ao assessorado e que vão permitir que o assessor organize o seu trabalho.

Além do *briefing*, o assessor deve pensar em um cronograma de atividades do assessorado que consiste na relação de todas as ações que a organização vai desenvolver em um período de tempo e que podem ser trabalhadas pela assessoria. Além de projetar um calendário com as datas comemorativas do ano, ou seja, verificar quais podem servir de gancho para a empresa produzir

releases ou promover qualquer outra ação de comunicação externa. Estes documentos podem ser produzidos semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente, depende das necessidades e da preferência do profissional e da organização.

Para finalizar esta primeira etapa, planeja-se o *mailing list*, relação completa e abrangente que deve ser frequentemente atualizada, contendo todos os veículos jornalísticos que interessam ao assessor e a seu assessorado. Esta lista vai facilitar o trabalho da assessoria no dia-a-dia quando for preciso entrar em contato com a imprensa.

Prever o cronograma, as datas comemorativas, o *mailing* e construir o *briefing* são processos iniciais, essenciais para que o assessor comece a estruturar o planejamento da assessoria. Com esse material em mãos, ele passa a ter condições para pensar nas possibilidades de *releases*, sugestões de pauta e outros produtos e serviços que sejam pertinentes à realidade da organização.

A adaptação faz parte da segunda etapa do planejamento de Assessoria de Imprensa. Kopplin e Ferraretto (2009, p. 37) propõem que sejam feitos aqui os ajustes “[...] à realidade detectada anteriormente. Nessa fase, definir-se-ão tanto as políticas quanto os planos.” Cabe lembrar que o cronograma, o calendário com as datas comemorativas e o *mailing*, identificados ou planejados na etapa anterior, serão confeccionados neste momento.

Ainda são produzidos na fase de adaptação, as políticas de comunicação e os planos de divulgação. As políticas de comunicação fazem parte do processo de planejamento da assessoria. São, de acordo com Gushiken (2008, p. 239), discursos e posturas previamente estabelecidos, responsáveis por “[...] construir ‘gramáticas’ ou ‘políticas que se tornem ferramentas para o relacionamento com os diversos públicos que interagem com as organizações.” Ou seja, são ações pré-determinadas pelo assessor e pela organização que orientam como o contato entre instituição e imprensa deve acontecer. Entretanto, as políticas não podem travar essa interação com a mídia. Caso isso seja detectado, elas estão sempre passíveis de reajustes.

O plano de divulgação jornalística é “um documento setorial da área de imprensa, demonstrando como será a atuação em período ou ação determinada. Pode incluir diagnóstico, ações, especificar veículos prioritários e de suporte, material necessário, metas e prazos.” (DUARTE, 2011, p. 267). A descrição formal

dos planos contribui, segundo o autor (2011), para definir os objetivos da assessoria, acompanhar cada ação estipulada e avaliar mais adequadamente o trabalho no decorrer do processo.

Nesse sentido, os planos podem ser entendidos como roteiros elaborados com antecedência, dos produtos e serviços que o assessor oferecerá à imprensa em um determinado período, sendo que para cada atividade prevista deve-se construir um plano, que vai por sua vez, organizar e antecipar o trabalho do assessor, deixando-o sempre atento aos prazos e datas que deve cumprir. Além disto, estes documentos permitem que a assessoria mantenha um vínculo constante com a imprensa e evite lacunas que podem fazer com que o jornalista “esqueça” do assessorado.

Segundo Silva Junior (2012), os planos de divulgação podem ser estruturados da seguinte forma: data em que o evento vai acontecer, dia que o assessor vai produzir a matéria, ação empreendida, ou seja, o que será feito, qual produto será trabalhado, se é *release*, entrevista, qual o objetivo da ação, fontes que serão usadas e data de envio para a imprensa, pensada sempre com antecedência de acordo com o *deadline* de cada veículo.

O próximo passo do planejamento em assessoria é a ativação. Como estabelece Kopplin e Ferraretto (2009, p. 37), este é o “momento em que os planos serão colocados em prática, seguindo todas as determinações estipuladas, podendo também ser necessário lançar mão de diferentes estratégias.”

Elucida-se um conceito para a compreensão do que significa estratégia dentro da Assessoria de Imprensa. Ela “cria a noção de propósito na organização e também um senso de direcionamento comum e o destino estratégico. Ou seja, a intenção estratégica dá foco.” (RIBEIRO; LORENZETTI, 2011, p. 214).

A última etapa do planejamento será a avaliação. Kopplin e Ferraretto (2009, p. 37) prevêm que esta etapa propõe “o estudo dos resultados de todos os planos e estratégias empregados, a fim de constatar se foram ou não os mais adequados. As conclusões obtidas nessa etapa levarão a uma nova análise, que gerará um processo de adaptação, e assim por diante.”

De encontro a este raciocínio, Bueno (2011, p. 418), faz uma importante observação a respeito da comunicação moderna, ao dizer que ela se pauta em “medir o retorno de ações ou estratégias para que se possa avaliar, com precisão, a relação custo X benefício. No caso específico da atividade de Assessoria

de Imprensa, isso significa ter em mãos a totalidade do material publicado ou veiculado [...].”

Desta forma, o *clipping* cumpre um eficaz papel como método de mensuração de resultados da assessoria, como foi ressaltado nos subitens 3.5 Medindo o Retorno da Assessoria de Imprensa e 3.6 Produtos e Serviços, deste TCC.

De acordo com o que foi exposto, é válido lembrar que “o trabalho de planejamento é permanente, sendo também dinâmico e integrado (as diferentes etapas podem ocorrer simultaneamente).” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 36-37).

É importante ressaltar, que todos estes detalhes se aplicam na Assessoria de Imprensa realizada nos mais diversos setores da sociedade. Por força de foco, o próximo subitem irá delimitar o que alguns autores já definem como a atividade se faz presente no Terceiro Setor. Pretende-se estabelecer reflexões acerca de como deve ser a comunicação externa em uma entidade filantrópica, com qual finalidade deve ser trabalhada e como fazer o intercâmbio entre imprensa e uma instituição deste segmento.

3.9 Assessoria de Imprensa aplicada no Terceiro Setor

A Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor mais do que em qualquer outro segmento, contribui para o desenvolvimento social, pois além de trabalhar a comunicação externa da entidade via meios de comunicação, divulga as causas sociais defendidas pela sociedade civil organizada, levando-as ao conhecimento dos demais setores e da comunidade em geral. Públicas, essas ações comprovam o esforço que é empreendido em prol do próximo, solidarizam e despertam a empatia da população. Ao apoiar o Terceiro Setor, a sociedade colabora para que ele se fortaleça e se desenvolva ainda mais. Estruturado, ele aumenta seu potencial de ajuda, atendendo um número maior de pessoas com novos projetos em mais frentes sociais de trabalho. “O Terceiro Setor tem como princípios básicos o exercício pleno de cidadania, a responsabilidade social, a conduta ética e a prática da solidariedade, desempenhando, com profissionalismo e competência, o papel importante que este milênio lhe reserva.” (COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL ONLINE, 2012)

Este setor, que não é público e nem privado, tem sido cada vez mais reconhecido e se firmado pelo serviço de grande necessidade que presta à sociedade. Como afirma Schiavoni (apud SAPONARA, 2007, p. 4):

[...] nas últimas duas décadas, as Organizações Não Governamentais passaram a ter um papel de grande relevo na sociedade brasileira. A formulação de políticas para os mais diversos segmentos não pode ser feita sem a participação das entidades do Terceiro Setor, que constituem um pilar fundamental do edifício social do país.

Por toda relevância que possui, não cabe mais ao Terceiro Setor ficar no anonimato. O que se quer dizer é que um trabalho especializado e constante de Assessoria de Imprensa deve ser pensado como uma estratégia de legitimação, tanto da identidade das organizações quanto de suas ações. Meneghetti (2001, p.80) confirma este conceito ao descrever que “[...] qualquer organização precisa comunicar o trabalho que desenvolve e reunir esforços para maximizar recursos e obter melhores resultados.” A autora aponta ainda que não estar presente hoje nos veículos de comunicação é como se também não existisse para a sociedade.

Desta forma, é fundamental que entidades do Terceiro Setor comuniquem e divulguem suas ações, como aponta Monteiro (2011, p.123), “assim como os setores público e privado, os chamados ‘movimentos sociais’, ‘Terceiro Setor’ ou organizações não governamentais também buscam a imprensa para tornar legítimas suas pretensões e obter o apoio da opinião pública.” Apenas por meio de uma cultura de comunicação é que este setor conseguirá alcançar o pleno desenvolvimento, embora muitas entidades ainda não tenham compreendido a necessidade e a importância de manter contato com a imprensa.

Este raciocínio é sustentado por Bueno (2012). Segundo ele (2012), precisa-se construir “um diálogo franco entre os assessores de imprensa e os gestores das entidades do Terceiro Setor, que precisam estar efetivamente conscientes da importância do relacionamento com a mídia e da necessidade de uma atuação permanente junto à opinião pública.” Bueno (2012) complementa que o assessor atua justamente nesse aspecto, buscando elementos que convençam as instituições de que um trabalho competente junto à imprensa “dá a elas visibilidade, consolida sua imagem e permite que elas possam ser reconhecidas como protagonistas importantes.”

A assessoria aplicada ao Terceiro Setor necessita de um trabalho especializado na área para que os resultados alcançados sejam positivos para a entidade. Esta é uma tarefa delicada, exige do assessor conhecer todos os aspectos da organização, pois como aponta Mafei (2012, p.20), qualquer exposição indevida na imprensa, “[...] pode provocar a destruição de reputações, algumas vezes de maneira irreversível. Geralmente, o poder de destruição da mídia é muito maior do que o de construção.”

Em contrapartida, a divulgação correta das atividades e a construção adequada da imagem das entidades na imprensa, podem “[...] garantir a sua sobrevivência como instituição. É graças ao conhecimento de suas atividades pelo conjunto da sociedade que se dá, muitas vezes, a captação de recursos necessários à sua manutenção [...]” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 55). Ainda de acordo com os autores (2009), ao expor a organização na mídia, a opinião pública toma-a como fonte de referência. “Deve-se salientar que esse tipo de instituição ampara-se, em tese, na ideia de construir uma sociedade mais justa.” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 56)

De acordo com Meneghetti (2001), a comunicação no Terceiro Setor tem a finalidade de sensibilizar voluntários e pessoas que apoiem a sua causa, além de ser um meio de captação de recursos através da visibilidade na mídia. Entretanto, comunicar, segundo Braga, Silva e Mafra (2004, p.67), deve ultrapassar o caráter informativo, e “[...] tem a função de criar e manter vínculos [...] através do compartilhamento de sentidos e valores.” Os autores ressaltam ainda que “o grande desafio da comunicação, ao mobilizar, é tocar a emoção das pessoas, sem, contudo, manipulá-las, porque se assim for feito, ela será autoritária e imposta.” (BRAGA, MAFRA; HENRIQUES, 2004, p.37). Emocionar, não significa fazer apelos ou construir uma imagem de inferioridade e exclusão para que as pessoas tenham dó ou pena da instituição. Essa postura é condenável. Há tantas ações e projetos bons, que rendem matérias excelentes se forem trabalhados aspectos como solidariedade, união, força, transformação e alegria. É nesse aspecto que o assessor deve construir os *releases* e abrir as portas da entidade para a imprensa conhecê-la.

O relacionamento entre essas organizações e a mídia deve pautar-se, de acordo com Bueno (2012), “pelo profissionalismo, pela ética e pela transparência e as entidades do Terceiro Setor precisam, sobretudo subsidiar o debate

democrático sobre temas de interesse nacional ou mundial, vinculados ao meio ambiente, à saúde, aos direitos humanos.”

Entretanto, para o autor (2012), nem sempre a imprensa está disposta ou capacitada em contribuir com o Terceiro Setor, no sentido de fomentar o debate democrático sobre a realidade deste segmento. Segundo Bueno (2012), “setores conservadores da mídia têm preconceito em relação às ONGs [...]. Elas estão, com raras exceções, pouco presentes nas pautas, atuando como fontes, porque a mídia brasileira tem um viés clássico: vive refém de fontes empresariais ou políticas.”

Para o futuro da comunicação no Terceiro Setor, Bueno (2012) faz importantes e otimistas considerações.

Elas tendem a ocupar (na verdade já ocupam) papel fundamental na sociedade e, se profissionalizarem a sua comunicação, estiverem atentas às oportunidades de divulgação de seu trabalho, capacitarem as suas fontes poderão, gradativamente, estar mais presentes na mídia, nas redes e mídias sociais, contribuindo para um debate mais plural e menos condicionado por empresas e governos não comprometidos com o interesse público. Elas não devem limitar o seu trabalho à captação de recursos, mas defender causas relevantes, ser parceira da imprensa para a promoção e ampliação do debate democrático e manter uma postura ética irrepreensível.

Desta forma, o autor (2012) infere que os assessores devem atuar para dar condições da imprensa e da sociedade conhecerem efetivamente o trabalho que realizam, pois muitas vezes são vítimas de preconceito “vistas como coadjuvantes de interesses empresariais e políticos. A comunicação ética e competente pode contribuir decisivamente para que o Terceiro Setor amplie sua área de atuação.”

O próximo capítulo deste aborda justamente o Terceiro Setor, delineando sua constituição histórica e demais particularidades. Outra temática a ser tratada é a realidade e a caracterização das entidades filantrópicas em Presidente Prudente, aspecto relevante de ser estudado, pois servirá para delimitar o campo de abrangência do manual que será confeccionado como peça prática deste TCC.

4 TERCEIRO SETOR

4.1 A Sociedade Civil organizada e o Terceiro Setor

Embora Parente (2008) afirme que as ações do Terceiro Setor se iniciaram com a chegada dos portugueses em 1500, Albuquerque (2006) entende que a sociedade civil se organizou de modo mais efetivo no século XVIII, momento em que o Estado estabelecia planos com empresas particulares para que elas colaborassem com o desenvolvimento da sociedade. Motter (2005) contextualiza que um dos principais fatores que propiciou o nascimento das intervenções coletivas em prol da sociedade foi a própria realidade brasileira, marcada por acentuadas desigualdades sociais e miséria. Estas discrepâncias socioeconômicas, que ainda se refletem na conjuntura atual, despertaram a livre iniciativa que pode contribuir com ações individuais e coletivas para transformar o ambiente.

Através desse questionamento surge, então, o Terceiro Setor, não governamental e não lucrativo, independente, com um exército de voluntários. Esse setor assumiu tanta importância que em termos gerais vem transformando comportamentos, modos de agir e de pensar. Antes, o Primeiro Setor (Estado) e o Segundo Setor (Mercado) tinham o total domínio sobre a sociedade, ou seja, ditavam as regras. Com o surgimento do Terceiro Setor, forte, atuante, fundamentado na ética e na transparência, essa mentalidade ficou ultrapassada. (MOTTER, 2005 p. 37-38)

Como aponta a autora (2005), o espaço formado pelo povo surgiu para ocupar uma posição distinta a do governo, mas que atuasse nas causas sociais. Essa ação foi tamanha que por meio dela o exercício da cidadania passou a ser frequente, de forma que cada indivíduo e instituição se pusessem à disposição do próximo de maneira direta e independente.

Essa união de pessoas que se organizavam para promover ações sociais sem nada lucrar em troca foi denominada sociedade civil organizada. Albuquerque (2006, p. 18-19) a define como “um conjunto de associações e organizações livres, não pertencentes ao Estado e não econômicas que, entretanto, têm comunicação com o campo público e com os componentes sociais.”

Como aponta Albuquerque (2006) as organizações sociais que hoje compõem o Terceiro Setor tiveram origem em várias partes do mundo ainda nos séculos XVI e XVII, na Europa, na América do Norte e na América Latina,

resultantes dos processos de colonização. Este princípio foi marcado pelas entidades de cunho religioso e político, contexto que perdurou até o início dos anos de 1800, quando surgiram as associações patronais e os sindicatos de trabalhadores. A nova forma de associativismo atuava de acordo com o que era imposto pela Igreja e Estado, desenhando assim as atividades que seriam realizadas pela sociedade civil organizada.

No Brasil em particular, desde sua descoberta cada década foi caracterizada com um tipo de ação mais efetiva do Terceiro Setor, o que levava em conta principalmente o contexto político, social e econômico do país. Porém, foi no século XX que a ideia tomou corpo e vigor.

O fortalecimento da sociedade civil no Brasil começa no período de ditadura militar, na década de 1970, mesmo com as restrições impostas pelo Estado à participação e à liberdade de expressão dos cidadãos. Pequenas iniciativas foram sendo gestadas pela sociedade civil, buscando espaços para manifestação e reivindicação, frente ao Estado autoritário. Neste contexto, a solidariedade, [...] inspira a ação de movimentos voltados para a melhoria da vida comunitária, defesa de direitos e luta pela democracia. (REDE DE INFORMAÇÃO PARA O TERCEIRO SETOR-RITS apud MOTTER, 2005, p. 30-38)

Em complemento à Motter, Albuquerque (2006, p. 23) diz que as organizações da sociedade civil que atuaram na década de 70 “surgiram com expressivo caráter político, atuando fortemente na redemocratização dos países, com ações voltadas para uma política social de desenvolvimento comunitário [...], atividades de assistência [...], entre outros.”

Nos anos de 1980, a vertente contestatória iniciada na década anterior continuaria predominante no Terceiro Setor. Segundo Motter (2005), esse período firmou e popularizou o trabalho realizado pelas ONGs que estabeleciam majoritariamente relações partidárias e sindicais, marcando o sindicalismo no Brasil. Depois de um período ditatorial, o país se abriu politicamente e o povo se organizou em associações de classe e sindicatos para ter representatividade. Outro aspecto relevante de ser destacado deste momento, é que uma nova forma de associativismo foi instaurada na sociedade. As ONGs “[...] inovaram por combinar voluntariado com trabalho assalariado, e também articular organizações e possibilitar um novo tipo de associativismo: filantrópico-empresarial-cidadão.” (MATOS, 2005, p. 31)

A década de 1990, como conta Motter (2005), foi um período de muitas mudanças para o Brasil, dentre elas há de se destacar a redemocratização e as eleições diretas. Toda essa efervescência econômica e política fez com que as organizações civis se manifestassem de forma mais intensa e aberta. É nesse momento que elas passaram a estabelecer parcerias com o Estado e o mercado. Nos anos de 1990, as ONGs começaram a ser reconhecidas como uma alternativa de solucionar os problemas sociais e é aí que “[...] o conceito de Terceiro Setor se amplia para além delas, privilegiando outros serviços, como as associações beneficentes, recreativas, iniciativas das igrejas e o voluntariado.” (MOTTER, 2005 p. 38)

A definição padrão e sucinta que vários autores adotam para especificar a natureza do Terceiro Setor é como descreve Cunha (2007, p. 8) “[...] o espaço ocupado especialmente pelo conjunto de entidades privadas sem fins lucrativos que realizam atividades complementares às públicas, visando contribuir com a sociedade na solução de problemas sociais e em prol do bem comum.”

Desta forma, o Terceiro Setor se constitui como um importante auxílio ao governo no que tange o desenvolvimento social dos países em geral. No Brasil, por exemplo, já em 2005 existiam cerca de 340 mil instituições sem fins lucrativos, de acordo com a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (Abong). Este total corresponde a entidades com áreas de atuação e estruturas diversas, englobando desde a de pequeno até a de grande porte.

Algumas entidades brasileiras podem ser destacadas, como a fundação SOS Mata Atlântica¹⁰, caracterizada como não-governamental e sem fins lucrativos, criada no ano de 1986. Segundo a própria fundação (2012), foi a primeira ONG com o propósito de contribuir para a preservação desta floresta por meio de ações educativas, de maneira a mobilizar, capacitar e estimular o exercício da cidadania socioambiental.

A Fundação Abrinq¹¹ apresenta-se como uma instituição sem fins-lucrativos, criada em 1990, ano da promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente, objetivando a mobilização da sociedade para questões relacionadas aos direitos da infância e da adolescência. Tem como missão promover a defesa

¹⁰ Para mais informações, acessar o site www.sosma.org.br/

¹¹ Para conhecer os projetos da Fundação Abrinq é só acessar: www.fundabrinq.org.br/

dos direitos e do exercício da cidadania dos mesmos. “O estágio que a organização alcançou permitiu que a partir de 2010, firmasse parceria com a maior e mais antiga ONG de defesa de direitos da criança no mundo, a SavetheChildren Internacional.” (FUNDAÇÃO ABRINQ, 2012)

O Instituto Ethos¹² de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como Oscip (organização da sociedade civil de interesse público). Sua missão é a de “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.” (INSTITUTO ETHOS, 2012)

O WWF-Brasil¹³ é uma organização brasileira autônoma e sem fins lucrativos de conservação da natureza, criada oficialmente em 1996. Participa de uma rede internacional comprometida com a mesma causa dentro do contexto social e econômico brasileiro, a Rede WWF. No Brasil esta instituição trabalha na identificação de transgressões referentes à conservação ambiental, “[...] implementando, geralmente com parceiros, projetos de caráter demonstrativo que apontam soluções para esses problemas.” (WWF BRASIL, 2012)

O Instituto Ayrton Senna¹⁴ é uma organização não-governamental sem fins lucrativos, fundado em novembro de 1994. A iniciativa partiu do piloto brasileiro de Fórmula 1, Ayrton Senna, que descontente com a desigualdade social do país manifestou ainda em vida a intenção de alguma ação concreta para contribuir com o desenvolvimento de crianças e jovens. Nesse contexto, a instituição atua com programas em educação formal, complementar e tecnológica, tendo como missão básica a “produção e aplicação em escala de conhecimento e inovação em educação integral de crianças e jovens.” (FUNDAÇÃO AYRTON SENNA, 2012)

Ao olhar para o passado nem tão distante das organizações civis, pode-se como Cardoso (1997, p. 8), afirmar que:

Hoje [...] o conceito de Terceiro Setor é bem mais abrangente. Inclui o amplo espectro das instituições filantrópicas dedicadas à prestação de serviços nas áreas de saúde, educação e bem-estar social. Compreende também as organizações voltadas para a defesa dos direitos de grupos específicos da população, como as mulheres, negros e povos indígenas, ou

¹² Outras informações acessar o site www3.ethos.org.br

¹³ Mais informações pelo endereço www.wwf.org.br

¹⁴ Para conhecer o Instituto Ayrton Senna acessar o site www.educacaoetecnologia.org.br

de proteção ao meio ambiente, promoção do esporte, da cultura e do lazer. Engloba as múltiplas experiências de trabalho voluntário, pelas quais cidadãos exprimem sua solidariedade através da doação de tempo, trabalho e talento para causas sociais.

Embora essas entidades tenham consciência da contribuição social que prestam à comunidade, sobretudo as de menores portes ainda enfrentam dificuldade em se reconhecerem. Como pontua Cardoso (1997, p. 7) “[...] o próprio conceito de Terceiro Setor, seu perfil e seus contornos ainda não estão claros nem sequer para muitos dos atores que o estão compondo.”

Apesar de Cardoso (1997) fazer esta afirmação há 15 anos, constatou-se neste TCC que seu raciocínio permanece atual para delinear a realidade de algumas entidades de Presidente Prudente, pois se observou que o Terceiro Setor do município embora atuante e abrangente, sofre com problemas de autoafirmação.

Nesse sentido, pertinente é também a fala de Rifkin (1997, p. 20) que reforça esta opinião ao dizer que “[...] o problema do Terceiro Setor é que ainda não tem consciência de sua condição. Falta-lhe uma identidade. Sem identidade, não há poder. Sem poder, não há como o Terceiro Setor tratar como iguais o mercado e o governo; [...]”

A incipiência das informações sobre esse setor transfigura-se em um outro problema estrutural para o segmento. “Não dispomos ainda no Brasil de informações sistemáticas e confiáveis sobre o Terceiro Setor. Os dados estão dispersos por instâncias governamentais e particulares,[...]” (CARDOSO, 1997, p. 11)

Problema este, vivenciado nesta pesquisa, uma vez que houve muitas dificuldades em coletar dados sobre o Terceiro Setor na cidade de Presidente Prudente. Isso ocorreu pela ausência de um órgão que centralizasse toda informação a respeito. O que se encontraram foram fragmentos históricos ou estatísticos espalhados por órgãos governamentais e algumas fontes que, inclusive, desconheciam o significado de Terceiro Setor. Surgem aí, portanto, a certeza de algumas necessidades que urgem serem sanadas para o fortalecimento de um setor mais estruturado, organizado e atuante na cidade.

Compreender a natureza jurídica e utilitária das entidades já é um desafio. O Artigo 44 do Código Civil dispõe das pessoas jurídicas de direito privado¹⁵ como sendo as associações, as sociedades, as fundações, as organizações religiosas, os partidos políticos e as empresas individuais de responsabilidade limitada. Entretanto estas entidades são juridicamente constituídas como associações e fundações, como previsto no Capítulo II referente às associações a partir do Artigo 53 e no Capítulo III das Fundações a partir do Artigo 62. (BRASIL. Código Civil, 2002)

Segundo o Artigo 53 do Código Civil (2002, p. 6), “constituem-se as associações pela união de pessoas que se organizam para fins não econômicos.” Em complemento a esta definição é válido o que diz Cunha (2007, p. 9), para qual associação é:

[...] uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos ou lucrativos, que se forma pela reunião de pessoas em prol de um objetivo comum, sem interesse de dividir resultado financeiro entre elas. Toda a renda proveniente de suas atividades deve ser revertida para os seus objetivos estatutários.

O Artigo 62 do Código Civil (2002) não dispõe de um conceito específico sobre fundação, portanto, este TCC se apoia no que diz Cunha (2007, p. 9):

Fundação é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos ou lucrativos, que se forma a partir da existência de um patrimônio destacado pelo seu instituidor, através de escritura pública ou testamento, para servir a um objetivo específico, voltado a causas de interesse público.

De posse desses fundamentos, urge falar que as instituições do Terceiro Setor, entendidas aqui singularmente como associações e fundações, enfrentam diariamente desafios para manter o trabalho que desempenham na sociedade, um dos principais é a carência de recursos financeiros. No decorrer deste estudo foi percebido que apesar das entidades disporem de recursos próprios provenientes de brechós, bingos, festas, churrascos e outros eventos que organizam, eles não são suficientes. Como alternativa, existem benefícios

¹⁵ O termo pessoa jurídica de direito privado não tem definição específica perante a Lei. Constitui-se em uma forma do Código Civil denominar as associações, as sociedades, as fundações, as organizações religiosas, os partidos políticos e as empresas individuais de responsabilidade limitada.

concedidos pelo Estado onde as entidades podem conseguir parcerias sob a forma de títulos ou qualificações, cada uma sendo regida por legislação específica.

Cunha (2007) classifica essas parcerias em quatro tipos, sendo que as entidades podem estabelecê-las no âmbito municipal, estadual e federal com o Poder Público. São elas: Título de Utilidade Pública Federal (TUPF); Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEAS); Qualificação como Organização da Sociedade civil de Interesse Público (OSCIP) e; Qualificação como Organização Social.

O título de Utilidade Pública Federal (TUPF) é fundamentado pela Lei nº 91, do ano de 1935, pelo Decreto nº 50.517, no ano de 1961, e o Decreto nº 3.415, do ano 2000. Segundo Cunha (2007, p. 14) este título “é a declaração outorgada pelo Ministério da Justiça à entidade que desenvolve atividades úteis ao público, de relevante valor social, que realiza o bem em prol da coletividade, e que cumpre os requisitos legais para fazer jus a tal titulação”. A autora acrescenta que para obter o título, de acordo com a legislação, “a entidade deve possuir como finalidade o desenvolvimento de uma das seguintes atividades: promover a educação ou exercer atividades de pesquisas científicas, de cultura, inclusive artística, ou filantrópica.” (CUNHA, 2007, p. 14).

O Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEAS) é regulamentado pela Lei nº 12.101, do ano de 2009, à qual permite a concessão apenas às pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos reconhecidos como entidades beneficentes de assistência social e que prestem serviços nas áreas de assistência social, saúde ou educação (PLANALTO. GOV. BR, 2012). De acordo com Cunha (2007, p. 15), este título “é outorgado pelo Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS), órgão vinculado ao Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, às entidades que comprovarem o desenvolvimento de atividades de assistência social.”

A qualificação das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) está prevista na Lei nº 9.790, do ano de 1999, e pelo Decreto nº 3.100, do ano de 1999. Cunha (2007, p. 16-17) descreve que quem outorga a qualificação das OSCIP é o Ministério da Justiça e somente para as entidades que possuam como finalidade o desenvolvimento dessas atividades:

[...] promoção da assistência social; da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico; promoção gratuita de educação, saúde, [...]; promoção da segurança alimentar e nutricional; defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável, [...].

Cunha (2007, p. 16-17), também cita como pré-requisitos para que uma entidade seja considerada OSCIP, a “promoção do voluntariado; do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza; [...], a promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia [...] e; estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, [...]”

Para concluir, a qualificação de Organização Social (OS) é prevista na Lei nº 9.637, do ano de 1998. Para Cunha (2007, p. 18), as entidades que podem adquirir esta condição devem promover atividades “dirigidas ao ensino, à pesquisa científica, ao desenvolvimento tecnológico, à proteção e preservação do meio ambiente, à cultura e à saúde, até então desempenhadas diretamente pelo Poder Público.”

De posse destas informações legais, de um universo tão amplo e na falta de um banco de dados mais sistematizado, esta pesquisa partiu então para definir um recorte específico do Terceiro Setor em Presidente Prudente, a ser estudado e beneficiado com os resultados advindos do trabalho. O subitem seguinte, então, apresenta este enquadramento.

4.1.1 Terceiro Setor em Presidente Prudente

Para discorrer sobre o Terceiro Setor em Presidente Prudente, é de suma importância delimitar como esta pesquisa vai entendê-lo. Há na realidade do município, para além das entidades filantrópicas, outra vertente bem consolidada deste setor, que envolve as associações de classe, os partidos políticos, as organizações religiosas, as cooperativas, os sindicatos, o Sistema “S” representado por: Serviço Social da Indústria (Sesi), Serviço Social do Comércio (Sesc), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), Serviço Social do Transporte (Sest), Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (Senat) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), além de clubes e outros.

Todavia, este vasto campo do Terceiro Setor não será abordado, pois o presente estudo se restringe, de acordo com o recorte teórico estabelecido, somente às fundações e associações de direito privado sem fins econômicos que estejam devidamente cadastradas em pelo menos um dos sete Conselhos Municipais expostos no capítulo dois. Este recorte intencional é assegurado pela pesquisa qualitativa do tipo exploratória, conforme descreve Goldenberg (2009, p. 58), “a exemplaridade de um indivíduo ou grupo, a possibilidade de explorar um problema em profundidade em uma instituição ou família, são alguns dos motivos que levam a escolha do objeto de estudo. [...] O pesquisador deve precisar [...] os limites da pesquisa, [...]” Nesse sentido, optou-se por essa delimitação, pois devido à abrangência deste setor não seria possível explorar adequadamente todas as especificidades que o cercam, fato este que ultrapassaria as competências da Comunicação e adentraria ao campo do Direito, divergindo da proposta de estudo deste TCC. Há de se considerar que esta escolha fundamenta-se também por as entidades cadastradas nos Conselhos funcionarem em regularidade administrativa e, portanto, em conformidade com a Lei, garantindo a esta pesquisa maior legitimidade.

Presidente Prudente está localizada geograficamente no extremo Oeste do estado de São Paulo, a 550 km da capital. De acordo com o IBGE (2010), a unidade territorial do município é de 562.795 quilômetros quadrados, com uma população de 207.610 habitantes.

A cidade conta com um sólido e participativo Terceiro Setor, composto por entidades que atuam há mais de quatro décadas, como é o caso do Lar dos Meninos fundado em 1957, do Lar Santa Filomena (1960), da Creche Anita Ferreira Braga de Oliveira (1962) e dos Serviços de Obras Sociais (SOS), que existe desde 1969, dentre outros.

De forma geral, as instituições estão voltadas para atender idosos, pessoas portadoras de deficiência, crianças e/ou adolescentes e adultos. Atuam nas áreas de assistência social, educação e saúde. Os serviços prestados não só contribuem para melhorar a condição de vida dos atendidos como também para sinalizar a forte presença do voluntariado, que hoje de acordo com a Central de Voluntários (2012), soma aproximadamente três mil pessoas e são imprescindíveis para a manutenção do Terceiro Setor na cidade.

É pertinente salientar que estas entidades, em sua maioria, são cadastradas nos Conselhos Municipais, que têm como função “[...] formular e controlar a execução das políticas públicas setoriais. Os conselhos são o principal canal de participação popular encontrada nas três instâncias de governo (federal, estadual e municipal) (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO FEDERAL, 2012). Entretanto, também compõem núcleos maiores do Terceiro Setor no município, cuja pertinência é oferecer suporte e representatividade à instituições auxiliando-as em questões administrativas ou de caráter organizacional.

A Rede Criança¹⁶, por exemplo, cuida especificamente de crianças e adolescentes em situação de risco ou vulnerabilidade social. E reúne todas as entidades da cidade que trabalham com este público-alvo. Há a Central de Voluntários em Ação¹⁷ (CVA), que capacita e direciona mão de obra voluntária para quaisquer instituições que necessitam do serviço. A Rede Social¹⁸ possui identidade própria, mas é articulada e fomentada pelo Serviço Nacional do Comércio (Senac). Funciona como um grupo de parceria que discute ações voltadas para o Terceiro Setor, com o intuito de contribuir com este segmento na cidade. E por fim, existe a Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp)¹⁹, que agrega organizações com frentes em diversas áreas de trabalho como educação, saúde e assistência social, voltadas para um público heterogêneo. É neste sentido que segue os parágrafos seguintes.

Segundo Camargo et al. (apud NOGUEIRA et al., 2011), a CVA foi fundada no ano de 1999 pela ex-primeira dama da cidade, Maria Auxiliadora Freitas Constantino. A central foi pioneira em prestar serviços neste segmento, com o objetivo de redirecionar mão de obra voluntária para as entidades do município.

Um ano após a criação da CVA, outra importante instituição foi fundada, a Rede Criança Prudente começou suas atividades no ano 2000. A Secretaria de Assistência Social de Presidente Prudente foi idealizadora com o propósito “[...] de consolidar e expandir as ações de atendimento às crianças e adolescentes em situação de risco social no município [...]” (REDE CRIANÇA, 2012)

¹⁶Para mais informações sobre a Rede Criança Prudente, acessar o site www.recriaprudente.org.br

¹⁷ A CVA não possui uma *homepage* própria, mas pode ser encontrada no site da Central de Voluntariado de São Paulo, pelo endereço www.voluntariado.org.br.

¹⁸ A Rede Social Prudente pode ser acessada pelo endereço redesocialpresidentepudente.blogspot.com.br, entretanto, o blog não se encontra atualizado desde fevereiro de 2011.

¹⁹ O endereço do blog da Feapp é o feapp.blogspot.com.br, porém a última atualização que consta no site é de junho de 2011.

A Rede Criança é constituída por 19 Organizações Não Governamentais, possui representantes de cinco Conselhos Municipais (o da Assistência Social, o da Criança e do Adolescente, o da Pessoa com Deficiência e o Conselho Tutelar I e II.) e de três Organizações Governamentais (Fórum, Promotoria e Secretaria Municipal de Assistência Social), além dos parceiros: Grupo de Empresários e Profissionais Amigos da Criança (Gepac), Associação Civil Beneficente Creche Anita Ferreira Braga de Oliveira e a Ação Social Educacional Creche Walter Figueiredo.

Em 2004, a Rede Social Presidente Prudente foi criada durante o Fórum Permanente do Terceiro Setor, evento articulado entre o Senac e a Feapp. O intuito foi o de promover estrategicamente o desenvolvimento local com “[...] o fomento, articulação e mediação de redes sociais.” (REDE SOCIAL, 2012). Atualmente a instituição reúne 32 entidades participantes.

Segundo o Estatuto da Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente, a Feapp (2000) foi criada no ano 2000 por representantes de entidades que se uniram em busca de fortalecer e estruturar o Terceiro Setor na cidade. Também atua na arrecadação de fundos, materiais e alimentos com fins para divisão igualitária entre as federadas. Em 2004, faziam parte da federação 27 entidades prudentinas. Em 2012, o número aumentou para 38. Aquelas que têm interesse em participar da Feapp devem comprovar sua constituição legal com no mínimo um ano de funcionamento. A instituição é voltada para atender entidades situadas em Presidente Prudente e que sejam de “[...] de assistência social, [...], que prestam gratuitamente e sem fins lucrativos atendimentos, assessoramentos, defesa e garantia dos direitos às crianças, adolescentes, idosos, família, maternidade, pessoa portadora de deficiência e comunidades desprovidas de recurso.” (ESTATUTO FEAPP, 2000)

Guímaro (2012), uma das primeiras presidentes da Feapp e que acompanhou todo o processo inicial de criação e consolidação da federação, recorda que quando assumiu a coordenação em 2004, a maioria das pessoas que trabalhavam no Terceiro Setor não sabia o seu significado. Foi preciso buscar uma parceria com o Senac, onde surgiu um curso de capacitação denominado Programas Formatos Brasil e durante dois anos, 90 gestores foram formados para trabalhar na realidade nas entidades filantrópicas de Presidente Prudente. Foi desta forma também que este segmento começou a ganhar corpo no município.

Devido à repetição de algumas entidades em mais de um desses quatro núcleos e a falta de atualização dos dados em alguns setores da cidade, torna-se difícil quantificar exatamente o número de instituições que compõem o Terceiro Setor no município. Acontece de, por exemplo, várias organizações que fazem parte da Rede Criança serem vinculadas também a Feapp e algumas, não as mesmas, das que integram a federação também participarem da Rede Social.

Outra possibilidade seria quantificar as entidades de acordo com os Conselhos Municipais. Entretanto, essa medida também não surte resultado porque uma pode ser cadastrada em mais de um conselho, de acordo com as áreas de atuação estabelecidas em estatuto. Logo uma delas pode estar no Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente e fazer parte também do Conselho Municipal de Assistência Social e do Conselho Municipal de Educação, o que imprecisa esta determinação. Fala-se, entretanto, de aproximadamente 70 instituições do Terceiro Setor que atuam no município.

O número de entidades cadastradas nos Conselhos Municipais, assim como nas Redes, Centrais e Federações não são estáticos também porque novas entidades nascem e procuram filiação e, em contrapartida, outras possuem vida efêmera seja por operar em irregularidade administrativa ou por falta de recursos financeiros.

Nesse último aspecto é onde Ferreira, A. (2012), atual presidente da Feapp diz que reside a grande dificuldade do Terceiro Setor em Presidente Prudente. Embora as parcerias e convênios com o poder público contribuam bastante para a manutenção das instituições, não são suficientes, por isso “as entidades teriam que ter uma renda própria para dar suporte [...] e é uma minoria que tem essa condição.” (FERREIRA, A., 2012)

A fiscalização das fundações e associações é feita por órgãos públicos, seja pelos Conselhos Municipais, pelo Ministério Público ou pelo Tribunal de Contas. Esse é um procedimento padrão uma vez que utilizam recursos públicos e precisam fazer uma prestação de conta detalhada, assim como estar funcionando em regularidade administrativa.

E como exposto, é por força da regularidade na fiscalização pública, que garante a existência de uma instituição, que o recorte amostral do Terceiro Setor no município a partir dos Conselhos Municipais permite ter segurança em número fiel e significativo. O subitem seguinte, então, descreve estas entidades.

4.1.1.1 Caracterização das entidades do Terceiro Setor que são cadastradas nos Conselhos Municipais de Presidente Prudente

Em Presidente Prudente existem 12 Conselhos Municipais. No entanto, que congregam entidades referentes ao Terceiro Setor que caibam na intencionalidade dos autores desta pesquisa, são sete: Conselho Municipal de Assistência Social (CMAS), o Conselho Municipal do Direito da Criança e do Adolescente (CMDCA), o Conselho Municipal do Idoso (CMI), o Conselho Municipal Antidrogas (COMAD), o Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência (CONDEF), o Conselho Municipal de Saúde (CMS) e o Conselho Municipal de Educação (COMED). Juntos, eles totalizam, no primeiro semestre de 2012, um total de 41 entidades sem fins econômicos e que funcionam em regularidade. São elas:

1. Ação Familiar do Brasil

Fundada em 1988, a entidade atende crianças, adolescentes e suas respectivas famílias com um trabalho terapêutico, assistencial (fonaudiologia, psicologia, psicopedagogia) e de orientação familiar com terapia de casal. Atualmente atende 140 pessoas e é mantida por doações, subvenção municipal e verba do Gepac.

2. Associação “O Amor é a Resposta”

Fundada em 2008, a entidade promove atendimento psicológico e social com o intuito de promover a inclusão de famílias desprovidas socialmente, mediante ações com enfoque sócio educativo por meio de cursos de capacitação profissional como informática, artesanato, rotinas administrativas, manicure, pedicure, e outros. Só no primeiro semestre a associação atendeu 200 pessoas, contando com a participação de três funcionários. É mantida com subsídios vindos da prefeitura municipal e com recursos próprios.

3. Associação Assistencial Espírita Grupo de Auxílio Fraternal

A Associação Assistencial Espírita Grupo de Auxílio Fraternal foi fundada há mais de 50 anos e atende hoje em média 25 gestantes, com ajuda apenas de quatro voluntários. Não possui funcionários e atua no atendimento a gestantes carentes, estendendo a assistência a seus familiares. A instituição oferece

um curso às gestantes sempre nos primeiros e terceiros sábados do mês na própria instituição, onde ensinam noções de relacionamento social e familiar, direitos e valorização da família, cuidado com os bebês, planejamento familiar, dentre outros temas. Para incentivar a participação das grávidas no projeto, a entidade fornece vale transporte de ida e volta, cesta básica mensal e quando o bebê nasce, doam o enxoval para a família. A associação é mantida apenas por doações e arrecadações feitas através de eventos realizados pela própria entidade.

4. Associação Betesda - Bola no Pé e Bíblia na Mão

A Betesda foi fundada em 1995 para atender crianças e adolescentes com atividades de incentivo à leitura. As crianças têm um espaço para ler livros e desenvolver brincadeiras. Além de oferecer aulas de artesanato, como o mangar, técnica de desenho japonês e aulas de informática. Entretanto, o forte da entidade é a escolinha de futebol, que acaba sendo um atrativo para os assistidos participarem de outras atividades. Atualmente assiste cerca de 60 crianças. Com o corpo de funcionários composto por um assistente social, um estagiário de Serviço Social, um pedagogo, um professor de Educação Física, um instrutor de skate, um estagiário de informática, um auxiliar administrativo e quatro voluntários. Sobrevive de doações das três sedes da Igreja Nova Jerusalém, de recursos doados por pessoas físicas e grupo de empresários, parceria com a usina Alto Alegre e recebe verbas de subvenção municipal e do Fundo Municipal da Criança e do Adolescente.

5. Associação Bethel - Projeto Mão Amiga

A Bethel existe desde 1998 e atende 100 crianças em situação de risco ou vulnerabilidade social, proporcionando-lhes em horário de contraturno escolar, atividades sócio-educativas, tais como informática, recreação, tênis de mesa, futebol, *kung fu*, *handebol*, educação cristã, artesanato e reforço escolar. A entidade conta com o trabalho de cinco funcionários. E é mantida pela Igreja Presbiteriana do Brasil, Fundação *Mary Harriet Speers*, subvenção do município, doações e eventos realizados para arrecadar fundos.

6. Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal (Afipp)

A Afipp foi fundada em 2000 e presta atendimento na área de serviço social, fonoaudiologia, psicologia, psicopedagogia, fisioterapia, ortodontia e

odontologia aos portadores de fissura lábio-palatal de todas as faixas etárias. Criada a partir da sensibilização e mobilização de pais, pacientes e profissionais liberais, atende atualmente 167 pessoas e possui três funcionários remunerados. É mantida com subvenção municipal, recursos do Gepac, com a contribuição de cinco empresas de Presidente Prudente e de 150 colaboradores mensais.

7. Associação de apoio ao Paciente Crônico Renal (Carim)

Fundado em 2004, o Carim atende pessoas portadoras de insuficiência renal crônica, transplantados e seus familiares. A ação tem abrangência municipal e regional, considerando os pacientes que realizam tratamento hemodialítico nos centros de hemodiálise de Presidente Prudente, inclusive os pacientes vindos de outros municípios. O objetivo é proporcionar resultados positivos na qualidade de vida dos pacientes e de sua família. Atende atualmente 35 pacientes e o quadro de funcionários é composto apenas por uma assistente social, que recebe ajuda de três estagiários e do corpo diretório que atua como voluntários. A Associação é mantida por uma verba anual da prefeitura, através do convênio com a Secretária da Saúde do Estado e por eventos próprios para arrecadação de fundos.

8. Associação de Apoio ao Portador de Câncer (AAPC)

A Associação de Apoio ao Portador de Câncer de Presidente Prudente foi fundada oficialmente em 2003, mas desde 2000 já havia um grupo de pessoas que realizava esta assistência sem registro. A instituição realiza trabalhos de apoio jurídico, psicológico, nutricional e assistencial aos pacientes oncológicos, tanto para homens quanto para mulheres em qualquer faixa etária. Os atendimentos ocorrem juntamente com a Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente, onde são atendidos pacientes de 56 municípios da região. A associação possui ainda uma unidade móvel que realiza exames preventivos para a região. É mantida com subvenção da prefeitura municipal, com doações de todos os tipos e com campanhas que promove como a do McDia Feliz em parceria com o MC Donalds; a do Natal Feliz e a do Churrasco Fraternal.

9. Associação de Atenção ao Idoso - Vila da Fraternidade

Nascida em 1998, a associação funciona como lar para pessoas acima de 60 anos, proporcionando alimentação e moradia. Atende atualmente 40

indivíduos e conta com nove funcionários que atuam no acompanhamento de assistência social, psicológico, fisioterapeutas, nutricionista, cozinheiro, motorista e cuidadores de idosos. A renda da associação vem de parcerias e convênios municipais, estaduais e federais.

10. Associação de Desenvolvimento de Crianças Limitadas “Lúmen Et Fides”

Fundada em 1997, atende crianças que tenham disfunção neuromotora e doenças neuromusculares. Seus esforços voltam-se também para atender crianças, adolescentes e adultos que sofram com transtorno do aspecto do autismo. São 160 assistidos e 45 funcionários. Oferece atendimentos nas áreas de pedagogia, psicologia, fisioterapia, fonoaudiologia, nutrição, terapia ocupacional e atendimento médico com suporte de psiquiatria, neurologia e pediatria. A Lúmen é mantida por parcerias com o governo municipal, estadual e federal, além de receber doações da sociedade civil e promover eventos para angariar fundos.

11. Associação de Educação e Cultura de Apoio à Infância, Adolescência e Juventude Educarte

Fundada em 2008, tem como objetivo promover o desenvolvimento cultural e humano da comunidade; por meio da leitura, projetos temáticos culturais, orientação de jovens e adolescentes em áreas como saúde e educação, além de instaurar programas voltados para o desenvolvimento cultural e educacional dos habitantes do bairro Ana Jacinta em Presidente Prudente e outros. A entidade atende cerca de 300 alunos e é mantida por doações da comunidade e eventos beneficentes que realiza. Todos os funcionários da instituição são voluntários, sendo um estagiário, dois administradores e professores dos cursos de bisqui, crochê, desenho, violão e sete responsáveis por ministrar os cursos profissionalizantes.

12. Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae)

Foi fundada em 1968 com o objetivo de criar uma escola de educação especial para o atendimento de crianças, adolescentes e adultos com deficiência intelectual, a fim de conferir-lhes maior autonomia em sua vida pessoal e social. Desenvolve os seguintes projetos: Educação Precoce, Educação Infantil, Educação Fundamental, Educação para Jovens e Adultos, Projeto de Qualificação para o

Mercado de Trabalho, Projeto Esperança, Atividade de Vida Diária e Prática, Artes, Educação Física, Informática, Música e Odontologia. Os atendidos pela APAE totalizam 290 pessoas atualmente. Trabalham na associação cerca de 100 funcionários. É mantida por subvenção da prefeitura, verbas estaduais e federais, doações do Gepac, e eventos.

13. Associação de Peregrinação do Rosário

A entidade foi fundada em 1988 e atende atualmente 120 pessoas. Trabalha com crianças e idosos com deficiência física e também com crianças que enfrentam algum problema escolar ou familiar. Desenvolve o projeto “Criando Asas”, que é acompanhado por psicólogos e educadores sociais, com objetivo de promover a estimulação lúdica em crianças e adolescentes. É realizado em parceria com mais duas instituições. A associação é mantida com subvenções municipais, estaduais e federais.

14. Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos

Fundada em 1939, a entidade realiza um trabalho assistencialista atuando com projetos de atendimento social, psicológico e pedagógico com atividades como braile, Soroban, orientação em mobilidade e estimulação visual precoce, de forma que o deficiente visual tenha uma vida independente. Em 2002 foi oficializada a escola de Ensino Especial para Deficientes Visuais “Prof. FaradeiBoscoli” mantida pela própria Associação, ampliando assim o número de alunos, funcionários e conseqüentemente os convênios estaduais, municipais e federais. Atualmente a entidade tem 100 atendidos de todas as faixas etárias e de ambos os sexos. Os recursos da associação vêm de convênios com a prefeitura municipal, Secretaria de Educação do Estado, Secretaria de Assistência Social, de doações de sócios contribuintes e de recursos próprios.

15. Associação Prudentina de Prevenção a AIDS (Appa)

Fundada em 1999, é uma entidade que auxilia 70 pessoas entre homens e mulheres portadores do vírus HIV. Oferece apoio psicológico, palestras de prevenção e conscientização de doenças sexualmente transmissíveis (DST), distribuição de preservativos, oficinas de artesanato, aulas de informática e teatro. A associação que conta com quatro funcionários, repassa mensalmente aos assistidos

uma cesta básica, e a cada quinze dias são distribuídos “sacolões” de verduras, além de doação de roupas. A APPA é mantida com subvenção municipal, verba do Gepac, doações de cestas básicas recebidas do Fundo Social, doações de pessoas físicas e jurídicas e com recursos próprios das promoções que promove.

16. Banco de Olhos Maria Sesti Barbosa - Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente

Fundado em 2007, o Banco de Olhos recebe doações, prepara e distribui córneas para transplante de córnea cujo objetivo principal é a recuperação da visão do paciente. A entidade também fornece córneas para fins de ensino e pesquisa.

17. Casa da Criança e Centro Social São José

A Casa da Criança e Centro Social São José foi fundada em 1996, com início das atividades em 1998. Tem como objetivo principal o atendimento às crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, visando a formação do ser humano para o exercício consciente de cidadania. As atividades desenvolvidas na instituição são: espiritualidade, complemento educacional, educação artística com dança e música, artesanato, informática, educação física, projeto de leitura e acompanhamento psicológico e social. São atendidas 154 crianças entre o projeto e a pré-escola. Atualmente a instituição conta com 12 funcionários. É mantida pelo Colégio Cristo Rei das Irmãs Beneditinas Missionárias de Tutzing e com recursos próprios.

18. Casa da Sopa Francisco de Assis (Casofa)

Em funcionamento desde 1991, a Casofa desenvolve vários projetos voltados para crianças, adolescentes, idosos e famílias. Atua com distribuição de sopa para pessoas carentes e realizam atividades de dança, grafite, informática, passeios, ginástica, terapia e outros. O número de atendidos atualmente é de 154 pessoas. A instituição é mantida por convênio municipal, parceria com o Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e recursos próprios de eventos que organizam.

19. Casa do Pequeno Trabalhador

Fundada em 1979, atende adolescentes que estão em situação de exclusão social. Proporciona a capacitação e o desenvolvimento pessoal e social dos atendidos no mercado de trabalho. A Casa do Pequeno Trabalhador atende hoje 800 adolescentes e possui 18 funcionários. É mantida através da subvenção da prefeitura, de verbas do governo para manter os projetos, Gepac e de cada aprendiz inserido no mercado de trabalho, a casa recebe uma taxa das empresas de acordo com o tempo de contrato de cada funcionário.

20. Casa Família Tra Noi Padre Sebastião Plutino

O movimento Tra Noi é uma associação de vertente católica. Em 2009, inaugurou a Casa Família Tra Noi Padre Sebastião Plutino em Presidente Prudente. Tem capacidade para atender 70 familiares de doentes internados na cidade, que não possuem recursos financeiros para arcar com os custos da viagem e da estadia ou que não tenham parentes nas proximidades. Os atendimentos são realizados por funcionários e voluntários. A entidade possui 11 funcionários e recebe ajuda internacional da Itália através de movimentos ligados a Igreja Católica. É mantida por doações da comunidade de Presidente Prudente, doações do Programa de Compra da Agricultura Familiar, da Associação dos produtores rurais do assentamento Nossa Senhora das Graças do qual recebem verduras e legumes a cada quinze dias.

21. Centro Adventista de Educação e Assistência Social (Cadeca)

Em funcionamento desde 2002, o Cadeca é um centro de convivência e fortalecimento de vínculos. Atende crianças e adolescentes entre seis e 14 anos e 11 meses de idade. São oferecidas atividades de esporte, lazer e ginástica olímpica. O centro tem parceria com o Colégio Adventista de Presidente Prudente e sobrevive com recursos próprios de eventos ou promoções que realizam.

22. Centro Integração Empresa Escola (Ciee)

Presente em Presidente Prudente desde 1964, o CIEE objetiva oferecer estágios nas empresas locais para estudantes que possuam até o nível

superior. São atendidos por dia cerca de 40 jovens e o quadro de funcionários é composto por nove pessoas. Seu mantenedor é o empresariado nacional.

23. Congregação das Irmãzinhas dos Anciãos Desamparados - Lar São Rafael

A Congregação atua na assistência a idosos desde 1872 no mundo, e no Brasil, iniciou seus trabalhos em 1956, onde possui cinco casas. Está inserida em Presidente Prudente desde 1963 com a finalidade de abrigar pessoas idosas de ambos os sexos. Proporciona assistência material, moral, intelectual, social e espiritual aos abrigados. Na casa de repouso são desenvolvidas atividades como oficinas de música, recreação, oficina artística, passeios, oficina de beleza, oficina de artesanato e datas comemorativas. O trabalho atende a 80 idosos, acompanhados por 25 funcionários. A instituição é mantida financeiramente pela Congregação das Irmãzinhas, que tem sua matriz na Argentina, por convênio federal, estadual, subvenção do município, doações e com recursos próprios.

24. Creche Anita Ferreira Braga de Oliveira

Com o patrocínio da Associação de Senhoras Rotarianas de Presidente Prudente, a creche foi fundada em 1962. Constituindo-se como uma associação civil sem fins lucrativos de duração ilimitada, tem por finalidade instituir e coordenar um serviço de assistência social e pedagógica. Atende 130 crianças estimulando-as a participar de atividades recreativas e de higiene (corporal e bucal). Conta com a colaboração de 25 funcionários e não possui mantenedores.

25. Creche MeiMei

Instalada em 1980, a creche só começou a funcionar após a instalação dos equipamentos necessários para o bom atendimento às crianças do bairro e adjacências, beneficiando mais de 100 famílias. Mantida financeiramente pela Associação Assistencial Bezerra de Menezes, atende 135 crianças com a condição de que para usufruir dos serviços da creche, todas as mães devem trabalhar. As crianças de zero a um ano permanecem no berçário aos cuidados das educadoras. Já as de dois e três anos têm educação infantil com professoras e atividades programadas. Ao todo são 32 funcionários, entre professoras, educadoras, cozinheiras, serviços gerais, ajudantes e diretoria. A instituição recebe subvenção do

município, além de doações e arrecadações em dinheiro através das promoções realizadas pela creche.

26. Creche Walter Figueiredo

Fundada em 1972, atende atualmente 140 crianças com um trabalho multidisciplinar de atendimento psicológico, pedagógico e de assistência social. O quadro de funcionários da entidade é composto por 20 voluntários, 16 professores e 10 educadores infantis. Os profissionais desenvolvem com as crianças todo um trabalho de coordenação motora com brincadeiras com massinhas e pinturas, além da educação básica que antecede a pré-escola. É mantida com subvenção da prefeitura municipal e por promoções realizadas pela entidade.

27. Esquadrão da Vida

A instituição fazia parte da filial de Marília, mas, desmembrou-se e no dia 11 de março de 1998 foi instalada em Presidente Prudente. Atende 16 pacientes dependentes químicos e alcoólicos. Entretanto, tem capacidade para abrigar até 30 pessoas durante no máximo nove meses de tratamento. O objetivo da instituição é proporcionar tratamento, recuperação e promover a reintegração social. Para isso, desenvolvem acompanhamento com psicóloga, psiquiatra e assistente social, com atividades de laborterapia e trabalhos de terapia ocupacional como o artesanato. As visitas das famílias são realizadas todo segundo e quarto domingo do mês. É mantida com doações de sócios-contribuintes, subvenção da prefeitura e recebe doações de carne.

28. Fundação Gabriel de Campos

Fundada em 1994, atende crianças, adolescentes e famílias oferecendo cursos de informática, artesanato, caratê e profissionalizantes. Tem capacidade máxima para atender 300 pessoas, mas atualmente está com 120 crianças e 70 adultos. A instituição sobrevive de sócios contribuintes, do Gepac, de subvenção municipal através do Convênio com a Secretaria de Assistência Social (FMAS) e através de eventos que realizam para arrecadação de fundos.

29. Fundação Mirim de Desenvolvimento Social, Educacional e Profissional do Adolescente de Presidente Prudente

Fundada em 1961, a fundação oferece cursos de iniciação profissional e estágio remunerado para mil adolescentes da instituição. Como objetivo principal, visa preparar os jovens para que sejam inseridos no mercado de trabalho. A fundação é mantida por grupos de empresários e colaborações mensais.

30. Grupo de Apoio Amigas do Peito

Com sua fundação em 1996, o Grupo é uma entidade voltada a atender mulheres com câncer de mama de Presidente Prudente e região. Tem como objetivo proporcionar a reabilitação de pacientes nos meios profissional e social. A entidade conta com o trabalho de três funcionários e atende 600 mulheres. Oferece doação de sutiãs com próteses mamárias artesanais para mulheres que tiveram a perda total da mama em cirurgia, doação de lenços e perucas durante os tratamentos de radioterapia e quimioterapia, e distribuição de cartilhas informativas sobre os direitos das mulheres com câncer de mama explicando a prevenção e o tratamento da doença. Mantém-se com recursos próprios e possui parceria com a Unimed.

31. Hospital Psiquiátrico Allan Kardec

O Hospital Allan Kardec foi fundado em 1994. Atende em média 110 pacientes com transtornos mentais, depressivos e dependentes químicos. São 73 funcionários que fazem o trabalho de internação para pacientes de toda a região e oferecem tratamentos médicos e terapêuticos. Seus mantenedores são o Sistema Único de Saúde (SUS), doações, subvenção municipal, recursos próprios e eventualmente recebem alguma verba do Estado.

32. Hospital Psiquiátrico Bezerra de Menezes

O hospital foi fundado em 1975 na cidade de Presidente Prudente e oferece serviços diferenciados por meio do Sistema Único de Saúde (SUS) às pessoas com necessidades psíquicas, dependentes químicos, alcoólicos e psicóticos. A unidade conta com equipes multidisciplinares que desenvolvem atendimento individual e em grupos, terapia ocupacional como a oficina de cozinha, de tecelagem, pintura, marcenaria, horta, além da terapia com cães e atividades

recreativas, atividades de socialização, fisioterapia, atendimentos clínicos e odontológicos. Atualmente o Bezerra atende 236 pacientes, sendo que este número pode ser alterado diariamente de acordo com a demanda de doentes. O hospital recebe verba do estado, ajuda da Associação Assistencial Adolpho Bezerra de Menezes e o setor de telemarketing também trabalha na arrecadação de fundos para os custeios da instituição.

33. Lar Santa Terezinha do Menino Jesus na Providência de Deus

A entidade é uma das nove casas de recuperação para dependentes químicos que a Associação Lar São Francisco de Assis na Providência de Deus fundada em 1985, possui. O Lar Santa Teresinha do Menino Jesus na Providência de Deus, localiza-se em Presidente Prudente é voltado para adolescentes femininas. Na cidade encontram-se outros dois lares: o Lar Nossa Senhora do Carmo na Providência de Deus, voltado para adultos masculinos, e o Lar São Miguel Arcanjo na Providência de Deus, para adolescentes masculinos. A associação atua com diversas obras como hospitais, comunidades terapêuticas de recuperação para dependentes de álcool e drogas, além de desenvolver projetos educacionais.

34. Legião da Boa Vontade (LBV)

A LBV foi fundada no Brasil no ano de 1950. Em Presidente Prudente se estabeleceu em 1989. É uma entidade de Assistência Social presente no Brasil inteiro e em alguns países do exterior como Estados Unidos e Bolívia. Só no estado de São Paulo existem 15 sedes. A instituição trabalha semanalmente com três projetos voltados à comunidade, chegando a atender 180 pessoas e a empregar 14 funcionários. É mantida com doações da sociedade e parceria com a prefeitura (Gepac e alimentos da horta municipal). As doações são o ponto forte dos recursos da entidade em decorrência dos serviços de telemarketing que a central da LBV realiza no Brasil.

35. Núcleo Ttere

A entidade iniciou suas atividades em 1991, voltada para a inclusão social e profissional de pessoas com deficiência física, mental, visual, auditiva e/ou múltipla. Mais tarde também direcionou suas ações para incluir socialmente as crianças que portassem algum tipo de deficiência ou dificuldade de aprendizagem. O

núcleo possui cerca de 300 atendidos e conta com uma estrutura de 32 funcionários. É mantido por convênio nas esferas municipal, estadual e federal e por doações de pessoas físicas ou jurídicas (empresas locais).

36. Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente

A Santa Casa nasceu em 1929, com a missão de cuidar e proteger os menos favorecidos. Em 1935 foi inaugurado o primeiro pavilhão, sob os cuidados das irmãs Vicentinas e alguns médicos da cidade. Atuando na área da saúde, atende não só a população de Presidente Prudente, mas como toda a região.

37. Serviço de Obras Sociais (SOS)

Foi fundada no ano de 1969, mas sem êxito fechou as portas e retornou suas atividades apenas em 1972. Atende 112 crianças que estejam em situação de vulnerabilidade ou risco, além de trabalhar com ações de caráter sócio educativo, prestando serviços de convivência e fortalecimento de vínculos e serviço de proteção básica social. A entidade é composta por três universitários cidadãos, dois voluntários, duas estagiárias de Serviço Social e 12 funcionários contratados. Seus mantenedores são convênios com o Estado e com o município (Gepac e subvenção municipal), recursos próprios, colaboração da Associação Filantrópica José Foz e dos sócios contribuintes (pessoas físicas e jurídicas).

38. Sociedade Civil Beneficente Lar Santa Filomena

O Lar foi fundado em 1960 para abrigar crianças e adolescentes em situação de risco social ou pessoal e para a promoção de projetos socioeducativos em caráter complementar a escola. Tem capacidade para atender até 820 assistidos e conta com 48 funcionários. São desenvolvidos sete projetos sócio-educativos: o Conhecimento Além da Escola (CAE), o Projovem Adolescente, o Cantinho do Sol, o Superação, o Projeto Vitória, o Plantão 24 horas e o Projeto Crescer. É mantido com parcerias municipais, estaduais e federais com o governo, recebe auxílio do Gepac, da empresa Liane, de doadores mensais e de recursos próprios de eventos que organizam.

39. Sociedade Civil Lar dos Meninos (Ladome)

O Lar dos Meninos foi fundado em 1957 e tem projetos nas áreas de assistência social e de educação infantil. O trabalho engloba: o abrigo (moradia fixa), a educação infantil (creche) e ações sócio-educativas que acontecem no projeto do Parque dos Pinheiros, em Álvares Machado. A capacidade máxima do abrigo é de 40 vagas, sendo que 23 funcionários são responsáveis por cuidar dos atendidos. O Lar é mantido pelo governo, com convênios nas esferas municipal, estadual e federal, recursos da própria entidade provenientes do aluguel do salão de festas, dos dois postos próprios de combustíveis e outros imóveis, doações de pessoas físicas e jurídicas além de promoções como almoços, pizzas e brechós.

40. Sociedade São Vicente de Paulo – (Vicentinos)

A entidade fundada em 1968 oferece proteção básica às famílias cadastradas, além de cursos gratuitos para crianças como informática, karatê, capoeira e alguns cursos profissionalizantes como o de “lancheiro” e “chapeiro”. Atende 155 famílias e contam com oito funcionários e dois voluntários. A sociedade é mantida por doações, eventos para arrecadações e verbas próprias através de alugueis de salões.

41. União das Pessoas com Deficiência (Unipode)

Fundada em 1994, a instituição trabalha com dois projetos e presta assistência psicológica para pessoas com deficiência física ou que tenham alguma síndrome. Possui 52 atendidos diretamente e 45 inseridos no mercado de trabalho. A Unipode é mantida com recurso municipal, estadual e federal, com parcerias de empresas, doações da comunidade alavancadas pelo serviço de telemarketing e por recursos próprios com organizações de eventos.

Das 41 entidades apresentadas, 33 delas participam também do quadro de filiação da Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp) que congrega 38 entidades do Terceiro Setor local, onde as autoras deste TCC realizaram um trabalho de observação para verificar a qualidade das ações de comunicação realizadas, em especial com a mídia jornalística.

4.2 A Comunicação das Entidades Prudentinas com a Imprensa

Como já visto no capítulo três, comunicar fatos relativos ao cotidiano organizacional tornou-se necessidade estratégica para a construção da imagem e legitimação das instituições na sociedade. O trabalho especializado de Assessoria de Imprensa em qualquer setor proporciona o estreitamento das relações entre entidade e imprensa, esta última responsável em parte por direcionar a opinião pública local, regional, nacional e internacional, e, portanto, área de interesse das organizações. Soares e Ferraz (apud COSTA, 2006, p.51) confirmam este raciocínio quando dizem que:

Toda organização, tanto do setor privado como do Terceiro Setor, precisa de visibilidade para se legitimar diante da sociedade, para que seja agregada credibilidade política às suas ações perante os poderes públicos e para que sejam atraídos novos investidores ou consolidados os parceiros já existentes[...].

Nesse sentido, a finalidade e as técnicas de Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor em nada se diferem da comunicação externa praticada nos demais segmentos. Torquato (2008, p.52) afirma que os objetivos traçados para a comunicação social de uma organização são estruturados para:

[...] projetar um conceito adequado das organizações perante seus públicos, consistente com suas políticas, crenças e valores; criar, manter e desenvolver formas de comunicação que contribuam para melhor operacionalidade dos sistemas e das atividades; desenvolver harmoniosamente o espírito de equipe; projetar junto a centros irradiadores de opinião e poder o pensamento ideológico da organização; acompanhar e influenciar o meio ambiente, criando e desenvolvendo representações junto aos poderes institucionais do país.

Embora as técnicas de assessoria sejam as mesmas para qualquer instituição, como bem ressalta Bueno (2012), “há uma grande diversidade de posturas nas estratégias de comunicação do Terceiro Setor no Brasil e no mundo porque, na prática, as organizações [...] são também diversas e estão inseridas em contextos muito particulares.” Como infere o autor (2012), o trabalho de comunicação externa nessas entidades varia de acordo com as especificidades de cada instituição.

De encontro a essa afirmação, Meneghetti (2001, p. 1) acrescenta que não é possível desenvolver um trabalho eficiente de comunicação “[...] sem ter um posicionamento institucional claro e um bom planejamento estratégico. Para trabalhar a imagem de uma organização, é preciso estar totalmente sintonizado com sua identidade, com seus valores e cultura própria.” E isso só acontece quando o assessor participa ativamente e presencialmente da rotina da instituição, conhecendo todas as particularidades e limitações que a envolvem. Só então, de posse dessas informações pode direcionar suas ações de relacionamento com a mídia, aproveitando toda a carga social de informação que as entidades intrinsecamente dispõem.

Nesse aspecto, Ferreira, H. (2012) acredita que as instituições do Terceiro Setor possuem um diferencial positivo em relação às demais, visto que o material produzido será aceito pela imprensa de forma espontânea e com mais rapidez, “porque você vai apresentar uma notícia que tem um envolvimento social, que vai ajudar um determinado grupo de pessoas, dentro de uma determinada necessidade e é lógico que os veículos de comunicação, [...] vão abraçar isso com mais facilidade [...].”

Todavia, a atuação do assessor dentro de uma organização do Terceiro Setor é por vezes delicada e travada pelos próprios membros que a compõe. Isso acontece como explica Meneghetti (2001, p. 19), porque “[...] ainda permanece a visão de que, se os serviços prestados são realmente necessários e desejados, não é preciso fazer força para ‘vendê-los’ porque ‘se vendem sozinhos’.”

Essa visão deixa explícita a falta de uma cultura de comunicação dentro de algumas entidades. Na maioria das vezes, elas justificam a ausência de um profissional especializado nessa área pela falta de recursos financeiros e acabam desenvolvendo sem qualquer conhecimento as “[...] atividades de comunicação sem sequer perceber sua importância e integração com o todo da instituição.” (MENEGETTI, 2001, p. 20)

Não que as necessidades financeiras não sejam uma grande limitação para as instituições do Terceiro Setor, mas o desconhecimento e a banalização do trabalho de assessoria também são fatores que interferem e muito na comunicação. Como Saponara (2007, p.11) mesmo descreve “[...] as ONGs sem recursos para manter um assessor de imprensa – interno ou externo – ou aquelas que ainda não

desenvolveram uma cultura de comunicação, vêm tendo sua visibilidade prejudicada em relação à imprensa.”

Segundo Tonicante (2012), chefe de redação da TV Fronteira Paulista, afiliada Rede Globo em Presidente Prudente, a falta de recursos financeiros atualmente, não pode ser mais desculpa para que as entidades deixem de desenvolver um trabalho mínimo de comunicação. Ela afirma que há muitas mídias de baixo custo como “[...] um blog, por exemplo, na internet poderia divulgar, dar toda essa transparência para o trabalho que a entidade ou que a organização faz sem ter um custo muito alto.” Para Tonicante (2012), quando as instituições descobrirem efetivamente a comunicação como um bom meio para atingir os objetivos, provavelmente esta atividade se legitime no Terceiro Setor.

De acordo com Nigre (2012), editor-executivo do Jornal O Imparcial de Presidente Prudente, criar parâmetros específicos de assessoria para essas entidades, “é fundamental para valorizar o trabalho desenvolvido e alimentar os veículos de comunicação com informações novas, com trabalhos novos, que são executados muitas vezes, sem o conhecimento do público.”

Nesse sentido, a presença de um assessor nas organizações do Terceiro Setor é essencial para dar credibilidade e identidade às causas sociais que desenvolvem. Ferreira, H. (2012) afirma que “[...] a figura do jornalista é até uma questão de transparência, porque se torna público o que a entidade está fazendo.”

As entidades de Presidente Prudente que são alvo de estudo neste TCC não possuem um trabalho permanente de Assessoria de Imprensa. A comunicação com a mídia local ainda é feita de forma amadora, quase sempre por algum funcionário próprio via telefone ou email. As notícias que são veiculadas não possuem caráter institucional, pois as informações são enviadas sem que se tenha o conhecimento jornalístico do que é e de como a notícia deve ser apresentada.

Constatou-se durante esta pesquisa, por exemplo, que das 38 entidades federadas a Feapp, 33 mantinham qualquer tipo de trabalho específico em Assessoria de Imprensa. Em cinco delas, este foi identificado, mas ainda assim de modo não permanente. Na entidade Carim, a atividade é desenvolvida por voluntárias que implantaram a comunicação externa através de um TCC produzido na Facopp e optaram por dar continuidade ao trabalho. Porém, não permanecem presentes na instituição. A Legião da Boa Vontade (LBV) possui um assessor da própria rede. Sua base de permanência é na cidade de Araçatuba e produz as

matérias à distância. O Lar dos Meninos tem em seu quadro de funcionários uma jornalista, que trabalha no setor administrativo e realiza assessoria como uma atividade secundária. Na Associação de Apoio ao Portador de Câncer havia uma estagiária de Jornalismo até o mês de setembro de 2012, que articulava o relacionamento entre a entidade e a mídia local, mas ela se desligou e até outubro de 2012 a vaga não havia sido repostada. Por fim, o Hospital Bezerra de Menezes e a Associação Betesda possuem estagiários em Jornalismo na função, mas com ações mais voltadas para práticas internas de comunicação.

Com relação, aliás, às práticas de comunicação em ambiente virtual, que incluem a produção e administração de veículos e redes sociais, onde a informação jornalística pode ser também disponibilizada para a imprensa, durante o processo de observação participante desenvolvida neste trabalho, em 16 entidades cadastradas nos Conselhos Municipais de Presidente Prudente, foi possível perceber que quatro delas possuem sites próprios, sete estão inseridas no endereço virtual do Recria Prudente, três possuem *blogs* e apenas duas entidades têm página no *Facebook*. Ou seja, mesmo o ambiente virtual sendo um meio barato, instantâneo e acessível, que auxilia a comunicação com os públicos internos e externos e serve de canal com os jornalistas, as entidades em geral ainda não exploram essas potencialidades. Como reforça Meneghetti (2001, p.74) a internet “[...] é uma poderosa ferramenta de mobilização que pode significar maior eficácia e menor custo na divulgação de projetos e na troca de informações.” Deste modo, configura-se em uma importante mídia a ser inserida no trabalho de comunicação externa das instituições do Terceiro Setor.

Embora o contato com a imprensa prudentina seja pouco explorado pelas entidades do município, Nigre (2012) afirma que a mídia local procura sempre oferecer espaço a elas quando a informação contém interesse social e muitas vezes as notícias rendem até manchetes. “[...] por conta de suprir necessidades que seriam do poder público, ou mesmo do privado, há esse destaque, [...] além de fomentar a questão social.” Entretanto, o editor afirma que devido o trabalho de divulgação ser praticamente deixado de lado nas entidades, é muito difícil receber *releases* de uma assessoria do Terceiro Setor.

Este raciocínio é desenvolvido por Ferreira, H. (2012) ao afirmar que principalmente as entidades maiores e mais estruturadas do município, “[...] assim como têm por obrigação pagar uma secretária, uma faxineira, um contador, [...]

deviam colocar o plano de contratar um jornalista para fazer o trabalho de comunicação.”

A necessidade em desenvolver um trabalho que viabilizasse até mesmo a comunicação interna entre as entidades já foi constatada por alguns gestores de Presidente Prudente, mas ainda não é devidamente explorada. “Hoje a nossa comunicação é via e-mail ou telefone, mas, existe todo um avanço aí na parte da informática que eu acho que a gente precisaria estar utilizando.” (FERREIRA, A. 2012). O gestor da Feapp salienta que eles próprios possuem um blog, mas por falta de alguém que possa atualizá-lo constantemente, a mídia está inativa.

Machado (2012), que atua como gestor há 11 anos na entidade Lar Santa Filomena, reconhece que o relacionamento com a mídia é uma forma de agir com transparência perante a sociedade e que essa aproximação é importante para as instituições, pois elas dependem da colaboração da comunidade. Estar aberto a receber o público e a imprensa é, portanto, “uma metodologia, uma filosofia que a gente defende que é importante. Ter estas portas abertas e mostrar realmente o que é desenvolvido.”

Gomes (2012), locutor na Rádio Prudente AM de Presidente Prudente, diz que ainda há um longo percurso para legitimar a comunicação como peça estratégica e fundamental no desenvolvimento do Terceiro Setor. Ele (2012) relata que a principal dificuldade enfrentada é o desconhecimento em transformar um fato em informação jornalística e muitas vezes as instituições perdem boas notícias por não terem um jornalista presente que faça esse trabalho. “[...] a gente não encontra isso. Você tem que garimpar a informação, você tem que ter a vontade de ir até a entidade e transformar isso em notícia até como uma forma de ajudá-la.”

Bueno (2012) conclui que a comunicação ética e competente pode contribuir decisivamente para que o Terceiro Setor amplie sua área de atuação, mas para isso acontecer, as entidades “não devem limitar o seu trabalho à captação de recursos, mas defender causas relevantes, ser parceira da imprensa para a promoção e ampliação do debate democrático e manter uma postura ética irrepreensível.”

A finalidade desta pesquisa é, de posse dos conceitos de assessoria e Terceiro Setor, proporcionar condições para a confecção de um manual, peça prática deste TCC. Sendo este um produto jornalístico, está amparado em critérios e padrões estabelecidos no Projeto Editorial, com descrições de todo o planejamento

das características textuais, gráficas e estruturais empreendidas para sua produção. Estas informações serão apresentadas no próximo capítulo.

5 PROJETO EDITORIAL DO MANUAL DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA ASSOCIAÇÕES E FUNDAÇÕES DOS CONSELHOS MUNICIPAIS DE PRESIDENTE PRUDENTE

5.1 Introdução

Este projeto editorial expõe o planejamento das características textuais, gráficas, estruturais e de conduta que compõem o “ELO Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente”. Trata-se da linha mestra de orientação para produção deste documento que, espera-se, sirva como balizador das decisões a serem tomadas na aplicação prática da Assessoria de Imprensa em entidades do Terceiro Setor de Presidente Prudente.

Neste sentido, reforça-se que ao manual proposto, cabe orientar as ações empreendidas pelos assessores de imprensa, levando em conta a singularidade e complexidade do Terceiro Setor, que não é público e nem privado, mas funciona como regulador das desigualdades, exclusões e necessidades sociais.

O primeiro setor, representado pelo Estado, o segundo, composto pelas empresas privadas e o terceiro, comumente conhecido por entidades filantrópicas, instituições de caridade, ONGs ou sociedade civil organizada, têm a comunicação como um estratégico e eficaz instrumento para legitimar-se perante a opinião pública e seus mais diversos públicos.

A necessidade exposta anteriormente se acentua a partir do momento em que se entende que independentemente a que setor pertença, toda instituição precisa ser confiável, transparente e ética para ter a aprovação do público. Uma exigência que remonta o século passado, mas que especialmente adquiriu força efetiva na década de 1990, quando os consumidores bem mais informados ou com ampla informação disponível sobre o meio empresarial, passaram a cobrar respostas e posturas adequadas das empresas a respeito de sua atuação. Foi neste momento, que o conceito de Responsabilidade Social nasceu, fazendo com que as organizações direcionassem suas ações para contribuir com o desenvolvimento em vários cenários da sociedade como o ambiental, cultural, social e político.

Desta forma, a construção e a manutenção de um bom relacionamento com seus públicos se instauram em uma via de mão dupla, à medida que a empresa

comunica, presta conta de seus atos e dos projetos em que está engajada e abre as portas para a oportunidade das pessoas a identificarem como honesta e passível de confiança e assim consumirem seus produtos ou serviços com a consciência tranquila, certos de que também estão contribuindo para o desenvolvimento social. Em suma, esse é o objetivo da comunicação no âmbito empresarial ao efetivar uma boa imagem, trazer credibilidade e firmar a empresa como referência perante a sociedade.

E além dos processos de comunicação jornalística junto aos seus públicos internos, toda esta estratégia se faz também pela ação e intermédio da Assessoria de Imprensa, responsável por ser um elo entre a organização e a mídia jornalística. Ao assessor cabe estabelecer e gerenciar estrategicamente a comunicação externa, em busca de obter uma opinião favorável junto a seu público-alvo.

O “ELO Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente” se projeta a partir das premissas expostas e com a particularidade de propor parâmetros de atuação para jornalistas que desejam atuar como assessores de imprensa em instituições do Terceiro Setor.

É importante salientar que as orientações propostas neste manual são voltadas apenas para o assessor que for atuar na comunicação externa das 41 fundações e associações de direito privado sem fins econômicos que estão cadastradas em um dos sete Conselhos Municipais de Presidente Prudente: Conselho Municipal da Assistência Social (CMAS), Conselho Municipal do Idoso (CMI), Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA), Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência (COMDEF), Conselho Municipal da Saúde (CMS), Conselho Municipal de Educação (COMED) e o Conselho Municipal Antidrogas (COMAD).

Frisa-se que todos os conceitos e orientações práticas contidas no manual foram amparados pelo referencial teórico das áreas de Jornalismo, Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e também pela experiência de três meses em Assessoria de Imprensa que as pesquisadoras deste TCC vivenciaram, servindo de elo entre instituições do Terceiro Setor de Presidente Prudente e a mídia.

Espera-se que seja este um instrumento que beneficie as entidades, conferindo visibilidade e reconhecimento ao trabalho que desenvolvem através de um contato especializado com a imprensa prudentina.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo geral

O manual tem por finalidade propor parâmetros de atuação para que o assessor de imprensa estabeleça uma comunicação externa adequada com a mídia jornalística no que diz respeito às ações das associações e fundações do Terceiro Setor cadastradas nos Conselhos Municipais de Presidente Prudente.

5.2.2 Objetivos específicos

- Melhorar o relacionamento entre as instituições do Terceiro Setor e a mídia prudentina, a partir de um trabalho especializado do assessor de imprensa;
- Proporcionar transparência e diálogo com a sociedade com vistas à obtenção de uma opinião pública favorável e o consequente fortalecimento das causas trabalhadas;
- Compreender as especificidades do Terceiro Setor em Presidente Prudente;
- Fortalecer como um todo a prática de Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor e incentivar sua realização por profissionais da área de Jornalismo;
- Servir de instrumento de apoio para pesquisadores interessados em Assessoria de Imprensa e Terceiro Setor.

5.3 Justificativa

A cidade de Presidente Prudente conta com um Terceiro Setor ativo, com entidades que desenvolvem projetos em várias frentes de trabalho nas áreas da saúde, educação e assistência social. A maioria das instituições possui no mínimo cinco anos de existência, mas as pioneiras do município atuam na realidade social

local há mais de quatro décadas e o trabalho que realizam é fundamental para centenas de famílias da cidade.

Apesar de o serviço prestado ter contribuição relevante para a sociedade prudentina, o Terceiro Setor convive com problemas financeiros. Suas fontes de renda principais são parcerias com o governo, doações diversas ou de recursos próprios provenientes de brechós, bingos e festas beneficentes que realizam. A falta de reconhecimento e legitimação também é um limitador de desenvolvimento, pois a maioria dos que conhecem a dimensão do trabalho das entidades geralmente são apenas os que compõem as mesmas, ou seja, voluntários, funcionários e as famílias dos assistidos.

Essa situação pode ser revertida, porém, entende-se que está implícita a necessidade de expor aos seus mais diversos públicos geradores de renda ou de trabalho voluntário, a sua importância e validade. Trata-se de uma construção e manutenção de imagem que podem ser obtidas com um trabalho especializado e contínuo de uma Assessoria de Imprensa até porque, é fato que o relacionamento estreito com a mídia jornalística proporciona condições de que as instituições se legitimem, ganhem voz e identidade perante a opinião pública, com metas a um maior desenvolvimento e autoafirmação.

Não há no município um serviço especializado e constante de comunicação externa nas entidades. O relacionamento com a mídia fica a cargo de uns poucos estagiários de jornalismo ou dos funcionários das instituições. Isto impede um retorno efetivo a exemplo do que aconteceria se este fosse desenvolvido de maneira profissional, planejada, estratégica e em longo prazo, princípio para qualquer trabalho de Assessoria de Imprensa.

O trabalho de comunicação externa do Terceiro Setor possui um importante diferencial, pois o potencial de informação das entidades é muito rico, inúmeros projetos sociais são desenvolvidos diariamente como: atividades socioeducativas, palestras e eventos voltados ao bem estar da comunidade. Isto significa que se parte de todo o conteúdo fosse aproveitado, a sociedade já conheceria efetivamente o que significa, o que faz e que relevância tem o Terceiro Setor do município. E quando as pessoas criam identificação e empatia, podem passar a apoiar a causa, seja no campo das doações financeiras ou de força de trabalho voluntário. Entretanto, a ausência da atividade especializada em questão impede a transformação de toda essa carga informativa em notícias.

É nesse sentido que nasce este manual, de caráter inédito em Presidente Prudente. Busca não só reforçar que esta realidade precisa de ajustes, mas ao mesmo tempo contribui com sua modificação ao proporcionar aos futuros profissionais da comunicação no Terceiro Setor a chance de manterem um contato efetivo com os meios jornalísticos, e às entidades, a oportunidade de serem vistas como atores importantes que são.

Deste modo, é pertinente ressaltar que o trabalho de comunicação externa especializado, além de proporcionar à instituição consolidar sua imagem de maneira positiva perante seus públicos, age no sentido de gerir todo conteúdo informacional que é divulgado na mídia a respeito da organização. Assim, o assessor nesse contexto atual, alarga suas funções e passa a ser um profissional estratégico e multifuncional dentro da entidade, que a auxilia na compreensão e interpretação das notícias, planeja, organiza, identifica falhas, reformula, antecipa-se às crises, representa-a e a capacita para o contato com a mídia. Ou seja, ele é um suporte fundamental que estabelece e direciona o fluxo comunicacional dentro e fora da instituição. Especialmente no Terceiro Setor, onde as informações ainda estão desorganizadas e dispersas, este profissional atua principalmente como um ponto de referência para a imprensa e sociedade, com a missão de apresentar este segmento, gerindo o conteúdo informativo das entidades.

5.4 Entidades Assessoradas e Público-Alvo

O público-alvo em uma publicação jornalística merece atenção destacada porque é a partir dele que se delineiam fundamentos importantes, como a linguagem utilizada. Definir corretamente o público também proporciona a segurança para a obtenção de parte dos objetivos propostos. Isto porque, além da linguagem, o padrão gráfico e o próprio conteúdo editorial podem ser melhor escolhidos.

Este manual de Assessoria de Imprensa terá três públicos distintos a atingir. Primeiramente, o manual é voltado para jornalistas que pretendam executar a prática de Assessoria de Imprensa em alguma das entidades beneficiadas. Importante ressaltar que se trata aqui de um profissional diplomado, com formação superior em Jornalismo. Esta ressalva se faz necessária porque todo conteúdo proposto para balizar os trabalhos futuros requer, para ser perfeitamente compreendido e ativado, uma bagagem teórica própria do conhecimento.

Em segundo lugar, o manual tem a pretensão também de servir para os jornalistas dos meios de comunicação que necessitem se relacionar com as entidades assessoradas em questão. Profissionais de TV, rádio, jornal ou internet, por exemplo, poderão ter acesso ao material publicado, o que em tese, também ajuda no processo de fortalecimento do relacionamento entre Assessorias de Imprensa e imprensa.

Por fim, são também públicos distintos deste manual, as próprias entidades assessoradas, por ser justamente dentro de seus limites que a prática de Assessoria de Imprensa acontecerá. Presidentes, diretores, membros de conselhos, funcionários em geral, dispostos ou necessários para o contato rotineiro com a imprensa, poderão ter acesso ao manual para saber não só como funciona a prática da Assessoria de Imprensa, mas também as imposições de comportamento e riscos envolvidos. Este uso está condicionado, porém, a presença do profissional em Assessoria de Imprensa para que não surjam ruídos no entendimento da informação.

Neste projeto se apresentam como entidades a serem beneficiadas com o Manual de Assessoria de Imprensa:

1. Ação Familiar do Brasil

Fundada em 1988, a entidade atende crianças, adolescentes e suas respectivas famílias com um trabalho terapêutico, assistencial (fonaudiologia, psicologia, psicopedagogia) e de orientação familiar com terapia de casal. Atualmente atende 140 pessoas e é mantida por doações, subvenção municipal e verba do Gepac.

2. Associação “O Amor é a Resposta”

Fundação em 2008, a entidade promove atendimento psicológico e social com o intuito de promover a inclusão de famílias desprovidas socialmente, mediante ações com enfoque sócio educativo por meio de cursos de capacitação profissional como informática, artesanato, rotinas administrativas, manicure, pedicure, e outros. Só no primeiro semestre a associação atendeu 200 pessoas, contando com a participação de três funcionários. É mantida com subsídios vindos da prefeitura municipal e com recursos próprios.

3. Associação Assistencial Espírita Grupo de Auxílio Fraterno

A Associação Assistencial Espírita Grupo de Auxílio Fraterno foi fundada há mais de 50 anos e atende hoje em média 25 gestantes, com ajuda apenas de quatro voluntários. Não possui funcionários e atua no atendimento a gestantes carentes, estendendo a assistência a seus familiares. A instituição oferece um curso às gestantes sempre nos primeiros e terceiros sábados do mês na própria instituição, onde ensinam noções de relacionamento social e familiar, direitos e valorização da família, cuidado com os bebês, planejamento familiar, dentre outros temas. Para incentivar a participação das grávidas no projeto, a entidade fornece vale transporte de ida e volta, cesta básica mensal e quando o bebê nasce, doam o enxoval para a família. A associação é mantida apenas por doações e arrecadações feitas através de eventos realizados pela própria entidade

4. Associação Betesda - Bola no Pé e Bíblia na Mão

A Betesda foi fundada em 1995 para atender crianças e adolescentes com atividades de incentivo à leitura. As crianças têm um espaço para ler livros e desenvolver brincadeiras. Além de oferecer aulas de artesanato, como o mangar, técnica de desenho japonês e aulas de informática. Entretanto, o forte da entidade é a escolinha de futebol, que acaba sendo um atrativo para os assistidos participarem de outras atividades. Atualmente assiste cerca de 60 crianças. Com o corpo de funcionários composto por um assistente social, um estagiário de Serviço Social, um pedagogo, um professor de Educação Física, um instrutor de skate, um estagiário de informática, um auxiliar administrativo e quatro voluntários. Sobrevive de doações das três sedes da Igreja Nova Jerusalém, de recursos doados por pessoas físicas e grupo de empresários, parceria com a usina Alto Alegre e recebe verbas de subvenção municipal e do Fundo Municipal da Criança e do Adolescente.

5. Associação Bethel - Projeto Mão Amiga

A Bethel existe desde 1998 e atende 100 crianças em situação de risco ou vulnerabilidade social, proporcionando-lhes em horário de contraturno escolar, atividades sócio-educativas, tais como informática, recriação, tênis de mesa, futebol, *kung fu*, *handebol*, educação cristã, artesanato e reforço escolar. A entidade conta com o trabalho de cinco funcionários. E é mantida pela Igreja Presbiteriana do Brasil,

Fundação *Mary HarrietSpeers*, subvenção do município, doações e eventos realizados para arrecadar fundos.

6. Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal (Afipp)

A Afipp foi fundada em 2000 e presta atendimento na área de serviço social, fonoaudiologia, psicologia, psicopedagogia, fisioterapia, ortodontia e odontologia aos portadores de fissura lábio-palatal de todas as faixas etárias. Criada a partir da sensibilização e mobilização de pais, pacientes e profissionais liberais, atende atualmente 167 pessoas e possui três funcionários remunerados. É mantida com subvenção municipal, recursos do Gepac, com a contribuição de cinco empresas de Presidente Prudente e de 150 colaboradores mensais.

7. Associação de apoio ao Paciente Crônico Renal (Carim)

Fundado em 2004, o Carim atende pessoas portadoras de insuficiência renal crônica, transplantados e seus familiares. A ação tem abrangência municipal e regional, considerando os pacientes que realizam tratamento hemodialítico nos centros de hemodiálise de Presidente Prudente, inclusive os pacientes vindos de outros municípios. O objetivo é proporcionar resultados positivos na qualidade de vida dos pacientes e de sua família. Atende atualmente 35 pacientes e o quadro de funcionários é composto apenas por uma assistente social, que recebe ajuda de três estagiários e do corpo diretório que atua como voluntários. A Associação é mantida por uma verba anual da prefeitura, através do convênio com a Secretária da Saúde do Estado e por eventos próprios para arrecadação de fundos.

8. Associação de Apoio ao Portador de Câncer (AAPC)

A Associação de Apoio ao Portador de Câncer de Presidente Prudente foi fundada oficialmente em 2003, mas desde 2000 já havia um grupo de pessoas que realizava esta assistência sem registro. A instituição realiza trabalhos de apoio jurídico, psicológico, nutricional e assistencial aos pacientes oncológicos, tanto para homens quanto para mulheres em qualquer faixa etária. Os atendimentos ocorrem juntamente com a Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente, onde são atendidos pacientes de 56 municípios da região. A associação possui ainda uma unidade móvel que realiza exames preventivos para a região. É mantida com subvenção da prefeitura municipal, com doações de todos os tipos e com

campanhas que promove como a do McDia Feliz em parceria com o MC Donalds; a do Natal Feliz e a do Churrasco Fraterno.

9. Associação de Atenção ao Idoso - Vila da Fraternidade

Nascida em 1998, a associação funciona como lar para as pessoas acima de 60 anos, proporcionando alimentação e moradia. Atende atualmente 40 indivíduos e conta com nove funcionários que atuam no acompanhamento de assistência social, psicológico, fisioterapeutas, nutricionista, cozinheiro, motorista e cuidadores de idosos. A renda da associação vem de parcerias e convênios municipais, estaduais e federais.

10. Associação de Desenvolvimento de Crianças Limitadas “Lúmen Et Fides”

Fundada em 1997, atende crianças que tenham disfunção neuromotora e doenças neuromusculares. Seus esforços voltam-se também para atender crianças, adolescentes e adultos que sofram com transtorno do aspecto do autismo. São 160 assistidos e 45 funcionários. Oferece atendimentos nas áreas de pedagogia, psicologia, fisioterapia, fonoaudiologia, nutrição, terapia ocupacional e atendimento médico com suporte de psiquiatria, neurologia e pediatria. A Lúmen é mantida por parcerias com o governo municipal, estadual e federal, além de receber doações da sociedade civil e promover eventos para angariar fundos.

11. Associação de Educação e Cultura de Apoio à Infância, Adolescência e Juventude Educarte

Fundada em 2008, tem como objetivo promover o desenvolvimento cultural e humano da comunidade; por meio da leitura, projetos temáticos culturais, orientação de jovens e adolescentes em áreas como saúde e educação, além de instaurar programas voltados para o desenvolvimento cultural e educacional dos habitantes do bairro Ana Jacinta em Presidente Prudente e outros. A entidade atende cerca de 300 alunos e é mantida por doações da comunidade e eventos beneficentes que realiza. Todos os funcionários da instituição são voluntários, sendo um estagiário, dois administradores e professores dos cursos de bisqui, crochê, desenho, violão e sete responsáveis por ministrar os cursos profissionalizantes.

12. Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae)

Foi fundada em 1968 com o objetivo de criar uma escola de educação especial para o atendimento de crianças, adolescentes e adultos com deficiência intelectual, a fim de conferir-lhes maior autonomia em sua vida pessoal e social. Desenvolve os seguintes projetos: Educação Precoce, Educação Infantil, Educação Fundamental, Educação para Jovens e Adultos, Projeto de Qualificação para o Mercado de Trabalho, Projeto Esperança, Atividade de Vida Diária e Prática, Artes, Educação Física, Informática, Música e Odontologia. Os atendidos pela APAE totalizam 290 pessoas atualmente. Trabalham na associação cerca de 100 funcionários. É mantida por subvenção da prefeitura, verbas estaduais e federais, doações do Gepac, e eventos.

13. Associação de Peregrinação do Rosário

A entidade foi fundada em 1988 e atende atualmente 120 pessoas. Trabalha com crianças e idosos com deficiência física e também com crianças que enfrentam algum problema escolar ou familiar. Desenvolve o projeto “Criando Asas”, que é acompanhado por psicólogos e educadores sociais, com objetivo de promover a estimulação lúdica em crianças e adolescentes. É realizado em parceria com mais duas instituições. A associação é mantida com subvenções municipais, estaduais e federais.

14. Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos

Fundada em 1939, a entidade realiza um trabalho assistencialista atuando com projetos de atendimento social, psicológico e pedagógico com atividades como braile, Soroban, orientação em mobilidade e estimulação visual precoce, de forma que o deficiente visual tenha uma vida independente. Em 2002 foi oficializada a escola de Ensino Especial para Deficientes Visuais “Prof. FaradeiBoscoli” mantida pela própria Associação, ampliando assim o número de alunos, funcionários e conseqüentemente os convênios estaduais, municipais e federais. Atualmente a entidade tem 100 atendidos de todas as faixas etárias e de ambos os sexos. Os recursos da associação vêm de convênios com a prefeitura municipal, Secretaria de Educação do Estado, Secretaria de Assistência Social, de doações de sócios contribuintes e de recursos próprios.

15. Associação Prudentina de Prevenção a AIDS (Appa)

Fundada em 1999, é uma entidade que auxilia 70 pessoas entre homens e mulheres portadores do vírus HIV. Oferece apoio psicológico, palestras de prevenção e conscientização de doenças sexualmente transmissíveis (DST), distribuição de preservativos, oficinas de artesanato, aulas de informática e teatro. A associação que conta com quatro funcionários, repassa mensalmente aos assistidos uma cesta básica, e a cada quinze dias são distribuídos “sacolões” de verduras, além de doação de roupas. A APPA é mantida com subvenção municipal, verba do Gepac, doações de cestas básicas recebidas do Fundo Social, doações de pessoas físicas e jurídicas e com recursos próprios das promoções que promove.

16. Banco de Olhos Maria Sesti Barbosa - Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente

Fundado em 2007, o Banco de Olhos recebe doações, prepara e distribui córneas para transplante de córnea cujo objetivo principal é a recuperação da visão do paciente. A entidade também fornece córneas para fins de ensino e pesquisa.

17. Casa da Criança e Centro Social São José

A Casa da Criança e Centro Social São José foi fundada em 1996, com início das atividades em 1998. Tem como objetivo principal o atendimento às crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, visando a formação do ser humano para o exercício consciente de cidadania. As atividades desenvolvidas na instituição são: espiritualidade, complemento educacional, educação artística com dança e música, artesanato, informática, educação física, projeto de leitura e acompanhamento psicológico e social. São atendidas 154 crianças entre o projeto e a pré-escola. Atualmente a instituição conta com 12 funcionários. É mantida pelo Colégio Cristo Rei das Irmãs Beneditinas Missionárias de Tutzing e com recursos próprios.

18. Casa da Sopa Francisco de Assis (Casofa)

Em funcionamento desde 1991, a Casofa desenvolve vários projetos voltados para crianças, adolescentes, idosos e famílias. Atua com distribuição de

sopa para pessoas carentes e realizam atividades de dança, grafite, informática, passeios, ginástica, terapia e outros. O número de atendidos atualmente é de 154 pessoas. A instituição é mantida por convênio municipal, parceria com o Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e recursos próprios de eventos que organizam.

19. Casa do Pequeno Trabalhador

Fundada em 1979, atende adolescentes que estão em situação de exclusão social. Proporciona a capacitação e o desenvolvimento pessoal e social dos atendidos no mercado de trabalho. A Casa do Pequeno Trabalhador atende hoje 800 adolescentes e possui 18 funcionários. É mantida através da subvenção da prefeitura, de verbas do governo para manter os projetos, Gepac e de cada aprendiz inserido no mercado de trabalho, a casa recebe uma taxa das empresas de acordo com o tempo de contrato de cada funcionário.

20. Casa Família Tra Noi Padre Sebastião Plutino

O movimento Tra Noi é uma associação de vertente católica. Em 2009, inaugurou a Casa Família Tra Noi Padre Sebastião Plutino em Presidente Prudente. Tem capacidade para atender 70 familiares de doentes internados na cidade, que não possuem recursos financeiros para arcar com os custos da viagem e da estadia ou que não tenham parentes nas proximidades. Os atendimentos são realizados por funcionários e voluntários. A entidade possui 11 funcionários e recebe ajuda internacional da Itália através de movimentos ligados a Igreja Católica. É mantida por doações da comunidade de Presidente Prudente, doações do Programa de Compra da Agricultura Familiar, da Associação dos produtores rurais do assentamento Nossa Senhora das Graças do qual recebem verduras e legumes a cada quinze dias.

21. Centro Adventista de Educação e Assistência Social (Cadeca)

Em funcionamento desde 2002, o Cadeca é um centro de convivência e fortalecimento de vínculos. Atende crianças e adolescentes entre seis e 14 anos e 11 meses de idade. São oferecidas atividades de esporte, lazer e ginástica olímpica.

O centro tem parceria com o Colégio Adventista de Presidente Prudente e sobrevive com recursos próprios de eventos ou promoções que realizam.

22. Centro Integração Empresa Escola (Ciee)

Presente em Presidente Prudente desde 1964, o CIEE objetiva oferecer estágios nas empresas locais para estudantes que possuam até o nível superior. São atendidos por dia cerca de 40 jovens e o quadro de funcionários é composto por nove pessoas. Seu mantenedor é o empresariado nacional.

23. Congregação das Irmãzinhas dos Anciãos Desamparados - Lar São Rafael

A Congregação atua na assistência a idosos desde 1872 no mundo, e no Brasil, iniciou seus trabalhos em 1956, onde possui cinco casas. Está inserida em Presidente Prudente desde 1963 com a finalidade de abrigar pessoas idosas de ambos os sexos. Proporciona assistência material, moral, intelectual, social e espiritual aos abrigados. Na casa de repouso são desenvolvidas atividades como oficinas de música, recreação, oficina artística, passeios, oficina de beleza, oficina de artesanato e datas comemorativas. O trabalho atende a 80 idosos, acompanhados por 25 funcionários. A instituição é mantida financeiramente pela Congregação das Irmãzinhas, que tem sua matriz na Argentina, por convênio federal, estadual, subvenção do município, doações e com recursos próprios.

24. Creche Anita Ferreira Braga de Oliveira

Com o patrocínio da Associação de Senhoras Rotarianas de Presidente Prudente, a creche foi fundada em 1962. Constituindo-se como uma associação civil sem fins lucrativos de duração ilimitada, tem por finalidade instituir e coordenar um serviço de assistência social e pedagógica. Atende 130 crianças estimulando-as a participar de atividades recreativas e de higiene (corporal e bucal). Conta com a colaboração de 25 funcionários e não possui mantenedores.

25. Creche MeiMei

Instalada em 1980, a creche só começou a funcionar após a instalação dos equipamentos necessários para o bom atendimento às crianças do bairro e adjacências, beneficiando mais de 100 famílias. Mantida financeiramente pela

Associação Assistencial Bezerra de Menezes, atende 135 crianças com a condição de que para usufruir dos serviços da creche, todas as mães devem trabalhar. As crianças de zero a um ano permanecem no berçário aos cuidados das educadoras. Já as de dois e três anos têm educação infantil com professoras e atividades programadas. Ao todo são 32 funcionários, entre professoras, educadoras, cozinheiras, serviços gerais, ajudantes e diretoria. A instituição recebe subvenção do município, além de doações e arrecadações em dinheiro através das promoções realizadas pela creche.

26. Creche Walter Figueiredo

Fundada em 1972, atende atualmente 140 crianças com um trabalho multidisciplinar de atendimento psicológico, pedagógico e de assistência social. O quadro de funcionários da entidade é composto por 20 voluntários, 16 professores e 10 educadores infantis. Os profissionais desenvolvem com as crianças todo um trabalho de coordenação motora com brincadeiras com massinhas e pinturas, além da educação básica que antecede a pré-escola. É mantida com subvenção da prefeitura municipal e por promoções realizadas pela entidade.

27. Esquadrão da Vida

A instituição fazia parte da filial de Marília, mas, desmembrou-se e no dia 11 de março de 1998 foi instalada em Presidente Prudente. Atende 16 pacientes dependentes químicos e alcoólicos. Entretanto, tem capacidade para abrigar até 30 pessoas durante no máximo nove meses de tratamento. O objetivo da instituição é proporcionar tratamento, recuperação e promover a reintegração social. Para isso, desenvolvem acompanhamento com psicóloga, psiquiatra e assistente social, com atividades de laborterapia e trabalhos de terapia ocupacional como o artesanato. As visitas das famílias são realizadas todo segundo e quarto domingo do mês. É mantida com doações de sócios-contribuintes, subvenção da prefeitura e recebe doações de carne.

28. Fundação Gabriel de Campos

Fundada em 1994, atende crianças, adolescentes e famílias oferecendo cursos de informática, artesanato, caratê e profissionalizantes. Tem capacidade máxima para atender 300 pessoas, mas atualmente está com 120

crianças e 70 adultos. A instituição sobrevive de sócios contribuintes, do Gepac, de subvenção municipal através do Convênio com a Secretaria de Assistência Social (FMAS) e através de eventos que realizam para arrecadação de fundos.

29. Fundação Mirim de Desenvolvimento Social, Educacional e Profissional do Adolescente de Presidente Prudente

Fundada em 1961, a fundação oferece cursos de iniciação profissional e estágio remunerado para mil adolescentes da instituição. Como objetivo principal, visa preparar os jovens para que sejam inseridos no mercado de trabalho. A fundação é mantida por grupos de empresários e colaborações mensais.

30. Grupo de Apoio Amigas do Peito

Com sua fundação em 1996, o Grupo é uma entidade voltada a atender mulheres com câncer de mama de Presidente Prudente e região. Tem como objetivo proporcionar a reabilitação de pacientes nos meios profissional e social. A entidade conta com o trabalho de três funcionários e atende 600 mulheres. Oferece doação de sutiãs com próteses mamárias artesanais para mulheres que tiveram a perda total da mama em cirurgia, doação de lenços e perucas durante os tratamentos de radioterapia e quimioterapia, e distribuição de cartilhas informativas sobre os direitos das mulheres com câncer de mama explicando a prevenção e o tratamento da doença. Mantém-se com recursos próprios e possui parceria com a Unimed.

31. Hospital Psiquiátrico Allan Kardec

O Hospital Allan Kardec foi fundado em 1994. Atende em média 110 pacientes com transtornos mentais, depressivos e dependentes químicos. São 73 funcionários que fazem o trabalho de internação para pacientes de toda a região e oferecem tratamentos médicos e terapêuticos. Seus mantenedores são o Sistema Único de Saúde (SUS), doações, subvenção municipal, recursos próprios e eventualmente recebem alguma verba do Estado.

32. Hospital Psiquiátrico Bezerra de Menezes

O hospital foi fundado em 1975 na cidade de Presidente Prudente e oferece serviços diferenciados por meio do Sistema Único de Saúde (SUS) às

peças com necessidades psíquicas, dependentes químicos, alcoólicos e psicóticos. A unidade conta com equipes multidisciplinares que desenvolvem atendimento individual e em grupos, terapia ocupacional como a oficina de cozinha, de tecelagem, pintura, marcenaria, horta, além da terapia com cães e atividades recreativas, atividades de socialização, fisioterapia, atendimentos clínicos e odontológicos. Atualmente o Bezerra atende 236 pacientes, sendo que este número pode ser alterado diariamente de acordo com a demanda de doentes. O hospital recebe verba do estado, ajuda da Associação Assistencial Adolpho Bezerra de Menezes e o setor de telemarketing também trabalha na arrecadação de fundos para os custos da instituição.

33. Lar Santa Terezinha do Menino Jesus na Providência de Deus

A entidade é uma das nove casas de recuperação para dependentes químicos que a Associação Lar São Francisco de Assis na Providência de Deus fundada em 1985, possui. O Lar Santa Teresinha do Menino Jesus na Providência de Deus, localiza-se em Presidente Prudente é voltado para adolescentes femininas. Na cidade encontram-se outros dois lares: o Lar Nossa Senhora do Carmo na Providência de Deus, voltado para adultos masculinos, e o Lar São Miguel Arcanjo na Providência de Deus, para adolescentes masculinos. A associação atua com diversas obras como hospitais, comunidades terapêuticas de recuperação para dependentes de álcool e drogas, além de desenvolver projetos educacionais.

34. Legião da Boa Vontade (LBV)

A LBV foi fundada no Brasil no ano de 1950. Em Presidente Prudente se estabeleceu em 1989. É uma entidade de Assistência Social presente no Brasil inteiro e em alguns países do exterior como Estados Unidos e Bolívia. Só no estado de São Paulo existem 15 sedes. A instituição trabalha semanalmente com três projetos voltados à comunidade, chegando a atender 180 pessoas e a empregar 14 funcionários. É mantida com doações da sociedade e parceria com a prefeitura (Gepac e alimentos da horta municipal). As doações são o ponto forte dos recursos da entidade em decorrência dos serviços de telemarketing que a central da LBV realiza no Brasil.

35. Núcleo Ttere

A entidade iniciou suas atividades em 1991, voltada para a inclusão social e profissional de pessoas com deficiência física, mental, visual, auditiva e/ou múltipla. Mais tarde também direcionou suas ações para incluir socialmente as crianças que portassem algum tipo de deficiência ou dificuldade de aprendizagem. O núcleo possui cerca de 300 atendidos e conta com uma estrutura de 32 funcionários. É mantido por convênio nas esferas municipal, estadual e federal e por doações de pessoas físicas ou jurídicas (empresas locais).

36. Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente

A Santa Casa nasceu em 1929, com a missão de cuidar e proteger os menos favorecidos. Em 1935 foi inaugurado o primeiro pavilhão, sob os cuidados das irmãs Vicentinas e alguns médicos da cidade. Atuando na área da saúde, atende não só a população de Presidente Prudente, mas como toda a região.

37. Serviço de Obras Sociais (SOS)

Foi fundada no ano de 1969, mas sem êxito fechou as portas e retornou suas atividades apenas em 1972. Atende 112 crianças que estejam em situação de vulnerabilidade ou risco, além de trabalhar com ações de caráter sócio educativo, prestando serviços de convivência e fortalecimento de vínculos e serviço de proteção básica social. A entidade é composta por três universitários cidadãos, dois voluntários, duas estagiárias de Serviço Social e 12 funcionários contratados. Seus mantenedores são convênios com o Estado e com o município (Gepac e subvenção municipal), recursos próprios, colaboração da Associação Filantrópica José Foz e dos sócios contribuintes (pessoas físicas e jurídicas).

38. Sociedade Civil Beneficente Lar Santa Filomena

O Lar foi fundado em 1960 para abrigar crianças e adolescentes em situação de risco social ou pessoal e para a promoção de projetos socioeducativos em caráter complementar a escola. Tem capacidade para atender até 820 assistidos e conta com 48 funcionários. São desenvolvidos sete projetos sócio-educativos: o Conhecimento Além da Escola (CAE), o Projovem Adolescente, o Cantinho do Sol, o Superação, o Projeto Vitória, o Plantão 24 horas e o Projeto Crescer. É mantido com parcerias municipais, estaduais e federais com o governo, recebe auxílio do Gepac,

da empresa Liane, de doadores mensais e de recursos próprios de eventos que organizam.

39. Sociedade Civil Lar dos Meninos (Ladome)

O Lar dos Meninos foi fundado em 1957 e tem projetos nas áreas de assistência social e de educação infantil. O trabalho engloba: o abrigo (moradia fixa), a educação infantil (creche) e ações sócio-educativas que acontecem no projeto do Parque dos Pinheiros, em Álvares Machado. A capacidade máxima do abrigo é de 40 vagas, sendo que 23 funcionários são responsáveis por cuidar dos atendidos. O Lar é mantido pelo governo, com convênios nas esferas municipal, estadual e federal, recursos da própria entidade provenientes do aluguel do salão de festas, dos dois postos próprios de combustíveis e outros imóveis, doações de pessoas físicas e jurídicas além de promoções como almoços, pizzas e brechós.

40. Sociedade São Vicente de Paulo – (Vicentinos)

A entidade fundada em 1968 oferece proteção básica às famílias cadastradas, além de cursos gratuitos para crianças como informática, karatê, capoeira e alguns cursos profissionalizantes como o de “lancheiro” e “chapeiro”. Atende 155 famílias e contam com oito funcionários e dois voluntários. A sociedade é mantida por doações, eventos para arrecadações e verbas próprias através de alugueis de salões.

41. União das Pessoas com Deficiência (Unipode)

Fundada em 1994, a instituição trabalha com dois projetos e presta assistência psicológica para pessoas com deficiência física ou que tenham alguma síndrome. Possui 52 atendidos diretamente e 45 inseridos no mercado de trabalho. A Unipode é mantida com recurso municipal, estadual e federal, com parcerias de empresas, doações da comunidade alavancadas pelo serviço de telemarketing e por recursos próprios com organizações de eventos.

Nesse sentido, podem ser citados alguns exemplos, como: a Rede Criança Prudente, fundada em 2000 pela Secretaria de Assistência Social de Presidente Prudente, agrega atualmente 19 entidades. A Central de Voluntários em Ação (CVA), formada no ano de 1999 pela ex-primeira dama da cidade Maria Auxiliadora Freitas Constantino, atende 70 entidades direcionando mão de obra

voluntária para as que necessitam. A Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp), fundada no ano 2000 por representantes de entidades que se uniram em busca de fortalecer e estruturar este setor na cidade filia atualmente 38 entidades. E por fim, a Rede Social Prudente, criada em 2004 durante o Fórum Permanente do Terceiro Setor, evento articulado entre o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e a Feapp, reúne cerca de 32 instituições.

5.5 Linha Editorial

A linha editorial deste manual de Assessoria de Imprensa ajuda os autores a se aterem a fio condutores que, por sua vez, intentam traduzir de forma concreta os objetivos propostos sem que haja algum tipo de desvio. Também se privilegia, com a adoção de uma linha editorial, o rigor no ato da comunicação, uma vez que se entende que uma publicação deste tipo não pode ou, pelo menos deve, oferecer dúvidas a seus leitores. Para tanto, pré-determina, já a partir da confecção de seu conteúdo, ações restritivas no âmbito da linguagem escrita e também gráfica para que a informação seja assimilada com propriedade.

De imediato, pede-se que o manual tenha em seus elementos textuais e gráficos um padrão de neutralidade a ponto de não concorrer com a significação dos dados expostos. O material textual irá compor a maior parte do produto, sendo que nesta se privilegiará a categoria informativa, com exposição pura e simples de conteúdo. Isto significa que não haverá espaço para debates ou abertura de discussões. Deve-se optar sempre por caminhos afins, tanto em categorias quanto em conceitos.

Um esforço neste sentido está em procurar o uso de uma linguagem que seja adequada aos profissionais que utilizarão o produto, entendendo que esta deve ser restritiva em sua norma culta a ponto de evitar incompreensões, mas dela se apropriar da gramática correta, e adesiva à linguagem coloquial, que tem como força central a facilidade de comunicação.

Um detalhe importante quanto à linguagem: este manual se volta aos profissionais da área de jornalismo e por isto, em seus capítulos os termos técnicos empregados não necessitam de explicações detalhadas. Subentende-se que estão familiarizados com isto. No entanto, ainda assim, na busca por completo entendimento das informações dispostas, dois reforços comunicativos são

delineados. Os autores devem, sempre que necessário ou acharem oportuno, acrescentar aos itens empregados exemplos de como se mostrariam na prática. Além disto, um glossário aparece ao final da estrutura do manual para os casos em que surgirem dúvidas mais conceituais.

Quanto à própria narração empregada, esta deverá ser realizada de modo dramático, ou seja, em terceira pessoa, livre de entradas pessoais ou opiniões.

Já os aspectos gráficos, delineados, sobretudo no subitem 5.7 deste projeto, devem propor, como dito, a neutralidade que colabora, e não concorre, com a informação exposta. Da mesma forma utilitária, os autores deste manual deverão, sempre que entenderem oportuno, adicionar figuras que ilustrarão, com exemplos reais ou não, parte dos conceitos necessários para a prática da Assessoria de Imprensa.

O tema e o conteúdo deste manual são de alta importância para a sociedade prudentina, pois se levados em conta, auxiliarão sobremaneira no processo de disseminação de uma informação de qualidade e contributiva. Não por menos que, ao obedecer ao rigor da objetividade informativa, a busca pela comunicação isenta de ruídos, e a clareza textual, pratica-se a responsabilidade social de bem informar.

5.6 Estrutura

A estrutura deste manual de Assessoria de Imprensa pode ser caracterizada de modo específico pelo conteúdo, sua diagramação e seu projeto gráfico. Estes três elementos devem se apresentar de tal forma que a atenção do leitor seja garantida e também não se disperse.

Porém, diferentemente de um produto jornalístico tradicional, neste caso configuram-se seções e capítulos e não matérias jornalísticas dispostas em editoriais e tendo como base textos, fotos e ilustrações.

Isto não significa, como exposto no início deste subitem, que a disposição dos elementos informativos seja feita de forma aleatória e neste sentido, observa-se que tanto a construção das seções e capítulos, bem como a própria localização destes sequencialmente, obedece uma lógica que privilegia o

entendimento macro dos assuntos para posteriormente chegar-se a detalhes mais diretos.

A estrutura deste manual pode, então, ser prevista da seguinte forma:

Na capa constará somente o nome ELO em caixa alta para destacar a informação e abaixo, o complemento “Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente” centralizado na folha. O verso virá em branco.

A próxima página conterà novamente o nome do manual centralizado, escrito com uma grafia mais estilizada. O verso será composto por todos os nomes das 41 entidades assessoradas.

Na sequência, a próxima página apresentará o nome do manual centralizado e um rodapé, onde será escrito “Presidente Prudente 2012”. No verso desta folha será inserida a Ficha Catalográfica da publicação.

Exemplo:

FIGURA 1 – Ficha catalográfica da publicação.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

070.4 M294d	<p>Manual de Assessoria de Imprensa para Fundações e Associações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente / Ariane F. Lima Gonçalves... [et al.]. – Presidente Prudente: Ed. do Autor , 2012.</p> <p>f: il.</p> <p>Peça Prática de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade do Oeste Paulista – Unoeste: Presidente Prudente – SP, 2012.</p> <p>Bibliografia.</p> <p>ISBN</p> <p>1. Jornalismo Empresarial. 2. Assessoria. 3. Terceiro Setor. 4. Jornalismo – Manuais de estilo. I. Gonçalves, Ariane F. Lima. II. Perpétuo, Laís Martins. III. Santos, Lisandra Aparecida de Lima. IV. Rallo, Natiely de Almeida. V. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD 22ª ed.</p>
----------------	---

Bibliotecária responsável: Jakeline Margaret de Queiroz Ortega – CRB 8/6246

Fonte: Lisandra Lima

Posteriormente, o manual será disposto em índice, apresentação e introdução, iniciando o corpo teórico da peça prática pelo capítulo um, intitulado Definições e Entidades Assessoradas. Nele são abordados os subitens: O que é Terceiro Setor? O que é Fundação? O que é Associação? O que são Conselhos Municipais? E Entidades Assessoradas, com o *briefing* das 41 instituições cadastradas nos Conselhos Municipais de Presidente Prudente. O capítulo dois, Planejamento em Assessoria de Imprensa, compreende os subitens: Notícia, matéria-prima do Jornalismo. Notícia Institucional. Produtos e Serviços em Assessoria de Imprensa. E, Planejamento em Assessoria de Imprensa. O capítulo três, denominado Procedimentos Jornalísticos e Normas de Redação trazos subitens: Categorias e Gêneros Jornalísticos com ênfase nas categorias informativa, interpretativa e opinativa e seus respectivos gêneros. Técnicas de Reportagem detalhando a Apuração. Fonte. Entrevista. Pauta. E apresenta as Normas de Redação Jornalística. Por fim, o capítulo quatro, Normas de Conduta e Relacionamento com a Imprensa e Assessorado descreve alguns procedimentos que viabilizam o relacionamento com entidades e imprensa.

Na sequência o manual apresenta um Glossário em Comunicação, Jornalismo e Terceiro Setor seguido dos Anexos, compostos pelo Código de Ética dos Jornalistas e da Legislação do Terceiro Setor. Além das Referências Bibliográficas que embasaram o texto do manual.

Por fim, antes da contracapa (não no verso), será apresentado o Expediente.

5.7 Projeto Gráfico

O objetivo de todo projeto gráfico é cuidar da parte visual de uma publicação, folheto ou cartaz, entre outras coisas. O planejamento é algo fundamental e indispensável, durante esse processo o profissional irá cuidar dos detalhes que envolvem o formato, tipo de papel, processos de composição, impressão e acabamento. (DICIONÁRIO DO DESIGNER, 2012). Contudo o projeto gráfico pode ser visto também como um conjunto de decisões conscientes que visam organizar os elementos visuais, levando em consideração o ponto de vista de quem emite a mensagem, como também do leitor.

Ele estabelece a cara da publicação e o diálogo com o leitor, o que o torna imprescindível. Para o projeto gráfico de uma publicação, alguns elementos fundamentais devem ser pensados. Em relação ao Manual, foram detalhados alguns elementos principais, como o uso de *grid* ou diagrama, a escolha da tipografia e cor, como também o uso de alguns elementos enfáticos.

O projeto gráfico deste manual de Assessoria de Imprensa ficará a cargo da profissional Juliana Amorim do Nascimento, que é formanda em Publicidade e Propaganda no Curso de Comunicação Social da Facopp, Unoeste.

5.7.1 Diagrama

O presente manual tem previsto em sua confecção as seguintes dimensões: 19 cm de largura por 23 cm de altura. Contará com 100 páginas internas, mais capa e contracapa e será impresso em papel do tipo *couchê* (170g para a capa e 90g para o miolo).

Na diagramação da colunagem, será utilizado o *grid* tradicional, pois este funciona sem falhas para páginas simples, como é a deste manual. Oficialmente, o propósito do *grid* é padronizar os componentes básicos do *layout* de uma página para a seguinte, mantendo uma consistência visual em toda publicação. Isso ajuda os leitores a se acostumarem com o design e a passar pelas páginas de maneira mais confortável. As margens também são de suma importância para o visual, pois uma margem com medida padronizada em todos os lados torna o layout mais agradável, e colocando a margem superior maior que as demais, deixa a página mais convidativa ao leitor.

5.7.2 Cor Institucional

Para a confecção da capa será escolhido o laranja como cor principal do projeto, que significa força, luminosidade e robustez. Intenta-se chamar a atenção do leitor já que a combinação cromática pode ser uma estratégia que possibilite a potencialização de efeitos de sentido de uma determinada peça. O uso de duas cores ou mais pode dar um significado mais amplo, sendo assim o título do manual em azul indicará sobriedade, inteligência, segurança e confiança.

O índice seguirá o padrão de cores dos elementos enfáticos utilizados em cada página, dentro da perspectiva de que o leitor identifique, a partir da sequência exposta, o capítulo indicado.

FIGURA 2 – Elemento enfático 1, utilizado como indicador do capítulo, à partir das cores do índice.



Fonte: Juliana Amorim

FIGURA 3 – Elemento enfático 2, utilizado no texto como marcadores.

do encontro.

- Vestir uma roupa adeq
deixando-o à vontade.
- Anotar ou até gravar t
fidelidade as declaraçõe
- A pergunta deve ser c
necessário.
- Identificar momentos e
mentindo, sonhando o
matéria e exigem melho

Fonte: Juliana Amorim

FIGURA 4 – Elemento enfático 3, utilizado para destacar algo no texto.

inteiras devem ser seguidas apenas de “h” sem “hr” ou “00”. Horas que
paradas pelo “h” dos minutos. Não use m para abreviar minutos.

Certo: 15h ou 15h30

Errado: 15h00, 15hr00 ou 15hr30.

As medidas só devem ser abreviadas se forem muito conhecidos como
litros (v), metro (m), quilômetro (km), tonelada (t). Os demais como mil
metros são escritos por extenso. Quando o nome da medida for atribuído a pes-

Fonte: Juliana Amorim

As cores utilizadas nos capítulos seguem a mesma linha da capa, com cores chamativas de fácil identificação. Os textos de conteúdo devem ter a cor preta, para que a leitura seja algo tranquilo e prazeroso. As cores utilizadas em cada capítulo foram verde, azul, rosa, laranja, marrom e mostarda, utilizadas apenas para a diferenciação dos capítulos.

5.7.3 Tipografia

A concepção estabelece um padrão gráfico com tipografia fixa para textos e outro para títulos. A fonte escolhida para os títulos foi Calibri, sem serifa, para fazer uma diferenciação do texto e causar maior impacto visual. O tamanho utilizado é o 30, para dar maior destaque à peça. Para os textos a fonte utilizada foi a Cambria, serifada que proporciona uma leitura dinâmica e agradável em qualquer situação, no tamanho 12, para sua melhor legibilidade. Já os subitens primários do texto acompanham a mesma tipologia, sendo que para eles foi usado o tamanho 14 em negrito e para os subitens secundários, a mesma, mas em negrito para diferenciação. A tipografia do logotipo, segue também uma tipografia simples de fácil leitura, sendo ela ClementPDak no corpo 215 e Futura HvBt nos tamanhos 16 e 24.

5.7.4 Impressão e Encadernação

A impressão será em *offset* e a encadernação será tipo lombada, ou, *hotmelt*, como também é conhecido este processo. O sistema deste acabamento consiste na impressão de folhas soltas e depois coladas, sendo a capa colada fazendo uma dobra quadrada.

5.7.5 Orçamento da peça

O custo para a impressão de 200 exemplares do Manual é de R\$ 7.650,00. (ANEXO A).

**MANUAL CAPA + 100 PÁGINAS MIOLO COUCHE 90GR
19X23CM
Formato Fechado 19.0 x 23.0 cm.**

1 Capa , Formato aberto 38.9x23.0 cm, impresso a 4x0 cor(es), em Couche Brilho , 300 grm.
Laminação BOPP Fosca Frente Importado, Verniz UV,
Localizado Frente

100 Páginas de miolo , Formato aberto 19.0x23.0 cm,
impresso a 4x4 cor(es), em Couche Brilho , 90 grm.

Alceamento Manual, Refilados, Empacotados e Encaixotados,
Lombada Quadrada Cola PUR

Processamento e Gravação de chapas CTP inclusos no
orçamento.

5.8 Recursos Técnicos

Serão usados cinco computadores, uma resma de folha sulfite, um cartucho de tinta preta, magenta, amarela e *cyan*, software *Indesign* e uma impressora colorida.

5.9 Recursos Financeiros

Cada exemplar do Manual vai custar R\$ 70,00, a diagramação e o planejamento gráfico ficarão R\$100,00. Como serão impressos 10 cópias, somando todos os custos, será despendido um total de R\$ 800,00 para a confecção e impressão do Manual. Todos os gastos serão de responsabilidade das próprias pesquisadoras deste TCC.

5.10 Recursos Humanos

O Manual foi confeccionado pelas pesquisadoras Ariane Ferreira Lima Gonçalves, Laís Martins Perpétuo, Lisandra Aparecida de Lima Santos e Natiely de Almeida Rallo, sob a colaboração do professor Roberto Aparecido Mancuzo Silva Júnior e com diagramação de Juliana Amorim.

6 MEMORIAL DESCRITIVO

6.1 A escolha do tema

Este TCC teve início depois de muito exercício de pesquisa, mudanças de integrantes, reflexão e consenso entre as pesquisadoras. A princípio o grupo era formado apenas pelas alunas Ariane Lima, Laís Martins e NatielyRallo. Entretanto, ainda não havia sido definida uma área do jornalismo a ser contemplada. O Jornalismo Empresarial e a Assessoria de Imprensa apareciam sempre como opção, mas dúvidas quanto à viabilidade persistiam. Algo natural para um desafio tão grande.

Diante do impasse, a professora e coordenadora do curso de Jornalismo da Facopp, Carolina Costa Mancuzo, foi requisitada para uma reunião. Ela apresentou a possibilidade de trabalhar a reformulação do site de uma instituição do Terceiro Setor. A proposta foi analisada pelas três alunas, porém, o interesse pela Assessoria de Imprensa ainda era maior, visto que tal projeto abordaria muito mais aspectos sobre o Jornalismo Online. Optaram então por pesquisar mais. Neste momento outra integrante se juntou ao grupo. Lisandra Lima, que já havia demonstrado interesse na área de Assessoria de Imprensa, foi incorporada e passou também a discutir o tema.

A solução começou a aparecer nas aulas da disciplina de Jornalismo Empresarial, ministradas no 7º termo de Jornalismo pelo professor Roberto Mancuzo Junior. As alunas decidiram finalmente que o tema seria Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor, mas a dúvida quanto à peça prática ainda persistia. Foi cogitado realizar a implantação da atividade em uma entidade de Presidente Prudente. O grupo passou então a pesquisar aquelas existentes na cidade. Em uma reunião realizada com a professora ThaísaBacco para expor a ideia, alguns obstáculos, porém, começaram a aparecer como o fato de três das quatro pesquisadoras trabalharem, dificultando assim o processo, pois isso exigiria em grande parte do tempo, a presença física dentro da instituição. Desta forma, a ideia foi desfeita. Posteriormente, novas sugestões apareceram e após alguns encontros com o professor Roberto Mancuzo Júnior veio a proposta da realização de um manual de Assessoria de Imprensa voltado para o Terceiro Setor, algo até então

nunca realizado na Facopp e que atenderia aos anseios do grupo e ainda contribuiria com a comunidade acadêmica e as entidades.

Definido como seria o TCC, um detalhe chamou a atenção do grupo: como produzir um manual de Assessoria de Imprensa se nenhuma das integrantes do grupo tinha tido até então, fora as aulas de Jornalismo Empresarial, qualquer contato com a atividade na prática? Era preciso ir a campo, seja para uma observação direta ou até pela realização desta. Como em Presidente Prudente, a Assessoria de Imprensa ainda é realizada por poucos profissionais e com muito mais frequência e profissionalismo apenas no primeiro e no segundo setores, a segunda opção foi a mais viável.

6.2 Assessoria de Imprensa na Federação das Entidades Assistências de Presidente Prudente (Feapp)

O grande diferencial da Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor em relação aos demais é o fato do assessor trabalhar para promover e legitimar as causas sociais deste segmento. Assim, ele age como um ator social e presta contas à sociedade de todos os recursos financeiros e humanos investidos nas entidades filantrópicas. De encontro a este raciocínio, Kopplin e Ferraretto (2009, p. 55) entendem que “a valorização da cidadania aparece como tarefa adicional de quem se dedica ao assessoramento do chamado terceiro setor [...]. É graças ao conhecimento de suas atividades pelo conjunto da sociedade que se dá [...] a captação de recursos necessários [...]”

Nesse sentido, a ideia de vivenciar a assessoria no Terceiro Setor tinha como fundamento agregar conhecimento próprio e por meio dessa pesquisa contribuir efetivamente para viabilizar a comunicação externa neste segmento, estabelecendo parâmetros de atuação que se enquadrassem às necessidades desta área. Desta forma, o grupo teria o embasamento teórico da literatura apresentada em sala de aula e o prático, o que lhe daria segurança para dizer como é assessorar uma entidade do Terceiro Setor.

Em um dos contatos com o professor Roberto Mancuzo Junior foi sugerido que a assessoria fosse desenvolvida na Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp). O grupo aceitou a ideia, visto que a

federação congrega 38 entidades e isso ampliaria a experiência e a análise necessárias.

A proposta do trabalho foi exposta, então, ao presidente da Feapp, Adelino Ferreira, que a aceitou imediatamente. Marcada uma apresentação do grupo às entidades, Ferreira ainda disponibilizou a lista das instituições cadastradas e a primeira atitude entre as alunas foi dividir, de forma proporcional, a parte que caberia a cada integrante do grupo no trabalho.

Os primeiros contatos com as entidades foram estabelecidos por telefone. Entretanto, houve muita resistência e a maioria das entidades não forneceu nenhuma informação por desconhecer o trabalho, seja do que seria realizado na Feapp, seja do que fosse mesmo uma Assessoria de Imprensa. No dia 3 de abril, o grupo compareceu à reunião geral da Feapp, apresentou-se e explicou cada etapa do trabalho. Os presentes gostaram da proposta e aceitaram a colaboração dizendo que seria muito importante para eles. Uma carta de apresentação (Apêndice A) também foi encaminhada para o tesoureiro da Feapp, Anderson Atsunoda, que faz os trabalhos de internet para a federação e este a encaminhou para todas as entidades como reforço.

Uma reunião com o professor Roberto Mancuzo Junior foi marcada para que ele apresentasse o planejamento e orientasse como proceder em uma assessoria. A partir dessa reunião tiveram início os primeiros procedimentos para desenvolver uma comunicação externa deste porte: *briefing* do assessorado, cronograma de atividades e *mailing list*. Entretanto, as produções do *mailing* e do cronograma foram tumultuadas. Apesar de todo esclarecimento, comunicados e explicações sobre o projeto, algumas entidades não colaboraram em divulgar as informações. Um dos principais itens que ficou em aberto foi o cronograma de atividades de cada uma. Algumas não quiseram passar por desconfiança, muitas não possuíam um, e apenas poucas já sabiam uma ou outra data em que iriam ter evento, por exemplo. Com todas as dificuldades iniciais, os *briefings* das 38 entidades foram feitos e foi com essas entidades que a assessoria se iniciou.

No entanto, vários erros foram cometidos por conta da pressa em realizar logo a atividade. Embora houvesse uma orientação, a assessoria começou sem obediência ao planejamento proposto e como não havia um plano diário para seguir, cada dia era uma surpresa. As alunas ligavam nas instituições para buscar notícias e a partir daí faziam o *release*, passavam por correção, quando era

possível, e o enviavam para a imprensa. Ou seja, o grupo fez tudo o que não se deve fazer em um trabalho de assessoria: não planejou, não enviou as matérias com antecedência, ficou perdido atrás de notícias, sem contar os problemas técnicos na confecção do *release*, que não eram corrigidos a tempo. A avaliação final, porém, mostra que este tipo de ingerência até que foi útil porque se sentiu na pele como que uma atividade tão importante não deve ser feita na base do improviso.

Sem retorno satisfatório da mídia para o que havia sido realizado até então, a ordem era “colocar a casa em ordem”. O grupo já tinha reuniões quase que semanais com o professor Roberto Mancuzo Junior e ele sempre ressaltava que se a assessoria não fosse feita da maneira adequada era melhor abandonar a atividade porque se havia assumido um compromisso com a Feapp e a entidade esperava resultados. Foram muitas broncas. Até que cansadas de dar “murro em ponta de faca”, as alunas procuraram tentar fazer o certo.

O planejamento em assessoria pode ser feito a partir do modelo apresentado por Kopplin e Ferrareto (2009) e que se estrutura em Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação. E assim finalmente se procedeu. Depois de revisar os *briefings* da Feapp e das entidades, as alunas produziram um *mailing list*, puxaram os cronogramas de atividades, dividiram-se para que as entidades cadastradas na federação fossem beneficiadas proporcionalmente e fizeram os planos de divulgação adequados. Parecia mágica, mas a partir daí a assessoria começou a caminhar e as notícias passaram a ter melhor divulgação do que antes. Este período foi essencial para as pesquisadoras, pois através desta experiência tiveram a oportunidade de experimentar e compreender a importância do planejamento na concretização de um trabalho em Assessoria de Imprensa. Conforme aponta Mafei (2012, p.46) “[...] O assessor não deve ser passivo, mas antecipar cenários que possibilitem a elaboração de um planejamento estratégico de comunicação capaz de criar uma imagem positiva do assessorado. [...]” E isso foi essencial para o trabalho desenvolvido nesta pesquisa.

Detalhe aqui seja dado para a elaboração dos planos de divulgação, que foram planejados mensalmente. Cada um dava conta de uma pauta a ser executada, em um determinado dia, por uma das assessoras e todos seguiram o modelo a seguir:

FIGURA 5 - Modelo de Plano de Divulgação confeccionado para a Assessoria de Imprensa na Feapp.

PLANO DE DIVULGAÇÃO	
DATA DO EVENTO	09/06
DATA DE EXECUÇÃO	06/06 Festa da Pizza/ Casa da Criança e Centro Social São José
AÇÃO	Falar sobre o evento, quem pode participar, local, horário, valor e sabores da pizza, para quem vai o lucro e fazer um breve resumo do que é a entidade e o que ela faz
PRODUTOS	Release Nota
OBJETIVO	Divulgar o evento da entidade
DATA DE ENTREGA PARA CORREÇÃO	07/06
DATA DE ENVIO PARA A IMPRENSA	08/06 manhã
FONTES	Assistente Social ou Presidente
ESTAGIÁRIO RESPONSÁVEL	Lisandra Lima

Fonte: Natiely Rallo

Simultaneamente à assessoria, as alunas passaram a frequentar as reuniões mensais da federação, realizadas sempre nas primeiras terças-feiras do mês, onde eram discutidos planos de ação, finanças e alguns objetivos. Nessas ocasiões, apenas observavam e analisavam a forma como era trabalhada a comunicação nas instituições e tiravam pautas para o trabalho de assessoria.

Ao longo dos três meses em que foi realizado a Assessoria de Imprensa na Feapp, as pesquisadoras puderam constatar na prática as dificuldades e especificidades de se realizar este trabalho em entidades do Terceiro Setor. A

proximidade estabelecida com o objeto de estudo também foi determinante para que pudessem ter esta experiência e vivenciar esta realidade. Os resultados desta ação podem ser constatados no Relatório Avaliativo da Assessoria de Imprensa na Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente, produzido ao final do trabalho. (APÊNDICE A).

6.3 Pré-projeto, Banca de Qualificação e Leituras

Em conjunto com a assessoria, o pré-projeto de pesquisa era confeccionado nas aulas de Introdução a Projetos Experimentais, ministradas pela professora Thaísa Bacco. Neste período se delinearam a formulação do problema, pergunta- síntese, levantamento bibliográfico, palavras-chave, objeto de estudo, objetivos, justificativas e metodologias, pois como descreve Severino (2002, p. 73, 74), “a preparação metódica e planejada de um trabalho científico supõe uma sequência de momentos, [...]”

A banca de qualificação de pré-projetos na Facopp foi realizada no dia 25 de abril. Os professores auxiliaram as autoras a estabelecerem alguns parâmetros importantes como a definição do Terceiro Setor na cidade de Presidente Prudente; a viabilidade de a Feapp ser empregada no TCC como representante único do setor no município; e também a importância da observação participante como forma de coleta de dados para o trabalho.

Após aprovação da banca, o grupo soube oficialmente que o orientador do trabalho seria o professor Roberto Mancuzo Junior. Os apontamentos feitos foram considerados e refletidos sistematicamente entre alunas e orientador por serem fundamentais para estabelecer o corte teórico, a metodologia da pesquisa e finalmente para cadastrá-la no Programa Especial de Iniciação Científica (PEIC) na Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão da Unoeste. Para esta etapa, as alunas foram auxiliadas pelo orientador Roberto Mancuzo Junior e pela professora Thaísa Bacco. No dia 1º de junho o projeto foi aprovado e cadastrado com o número 1154. As pesquisadoras e o orientador estavam oficialmente aptos ao trabalho e era hora de “arregaçar as mangas”.

Com as orientações já realizadas semanalmente, iniciou-se a corrida contra o tempo. Era muito trabalho a realizar até o início do segundo semestre de 2012, quando o TCC entrava em sua reta final. Como “tarefa” para as férias de julho,

estava a leitura de livros nas áreas de Metodologia Científica, Terceiro Setor, Comunicação Empresarial, Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Jornalismo conforme corte teórico estabelecido. As alunas dividiram a leitura proporcionalmente de forma que cada uma ficasse com livros de cada uma das áreas. Cada integrante ainda deveria pesquisar e analisar artigos científicos, dissertações e teses da internet. Na sequência, foram estabelecidos os prazos para a entrega dos fichamentos, que foram produzidos de forma padronizada para facilitar a utilização das citações, conforme aprendido na aula de Introdução a Projetos Experimentais.

6.4 O Terceiro Setor em Questão

Um dos principais problemas deste trabalho foi definir exatamente o que seria o Terceiro Setor em Presidente Prudente. Embora as reuniões da Feapp fossem importantes fontes de pesquisa, percebeu-se que apenas os dados colhidos durante os encontros e através da assessoria não eram suficientes para compreender o verdadeiro significado do Terceiro Setor em Presidente Prudente e quem eram seus representantes.

Uma certeza, porém, se ajustou nesta fase. O Manual de Assessoria de Imprensa não poderia ser feito para todas as entidades prudentinas, tendo em vista o amplo universo e o pouco tempo que havia para análises de cada uma delas. Nesse sentido, a solução veio em realizar um recorte mais específico. O professor Roberto Mancuzo Junior aconselhou as alunas a procurar outras fontes de pesquisa, sobretudo na Prefeitura Municipal, no Ministério Público do Estado de São Paulo e no Código Civil Brasileiro. A pretensão era primeiro definir o Terceiro Setor em seu sentido mais geral, para que posteriormente o grupo delimitasse qual aspecto estudaria na pesquisa.

Informações soltas, desatualizadas e confusas complicaram a coleta de dados. Não há um órgão que centralize as informações do Terceiro Setor em Presidente Prudente, nem mesmo as fontes anteriormente citadas. Na prefeitura, o grupo teve acesso a uma lista com todas as entidades que a municipalidade entende terem este perfil. Entretanto, após uma análise, constatou-se ser inviável basear-se nos dados adquiridos. Além de muito abrangentes, já estavam desatualizados. E também, por mais que a legislação estabelecesse legalmente um conceito, o grupo

ainda tinha definições muito abstratas que não poderiam sustentar o corte teórico. As dúvidas persistiam. Foram consultados quatro Promotores de Justiça: Daniel Albuquerque Silva, Luiz Antonio Miguel Ferreira e Gabriel Lino de Paula Pires, de Presidente Prudente, e André Camilo Castro Jardim, de Regente Feijó. Entretanto, foi depois da explicação de Gabriel Lino que o grupo pôde entender o que era o Terceiro Setor e a partir daí definir com segurança o objeto de estudo. O promotor disse que esse era um campo de pesquisa muito complexo e novo para se delimitar, cujas particularidades ainda causavam divergências dentro do próprio Direito, pois cada promotor pode entendê-lo de sob pontos de vista diferentes.

Foi então que o grupo percebeu a inviabilidade de adentrar nessas especificidades que fugiam da competência da área de Comunicação e perguntou a opinião do promotor sobre a pertinência de restringir a pesquisa apenas ao Terceiro Setor que correspondia às associações e fundações cadastradas nos Conselhos Municipais de Presidente Prudente e ele prontamente disse ser uma saída interessante diante dos objetivos propostos pelo TCC, porque essa delimitação não era abrangente e o trabalho estaria abordando apenas as entidades regulamentadas e em ordem com a lei. Com base nessas orientações, o grupo deu início efetivo ao estudo amparando-se, sobretudo, nos artigos 53 e 62 do Código Civil Brasileiro, que discorrem sobre as associações e fundações.

Desta maneira, as pesquisadoras restringiram o estudo do Terceiro Setor baseadas na legislação e no Ministério Público, primeiro pelas associações e fundações, e posteriormente naquelas que estivessem regularmente cadastradas em pelo menos um dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente. Os conselhos que serviram de base para o corte teórico da pesquisa são: Conselho Municipal da Assistência Social (CMAS), Conselho Municipal do Idoso (CMI), Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA), Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência (COMDEF), Conselho Municipal da Saúde (CMS), Conselho Municipal de Educação (COMED) e o Conselho Municipal Antidrogas (COMAD). É importante frisar que existem outros Conselhos Municipais na cidade, porém, eles foram excluídos do campo de estudo desta pesquisa por não cadastrarem entidades. O critério descrito foi adotado partindo do pressuposto de que todas as entidades que possuem cadastro nos Conselhos Municipais estão funcionando adequadamente, de maneira legal e sujeitas a fiscalização do Poder Público.

Fizeram parte do universo de pesquisa para confecção do Manual de Assessoria de Imprensa as seguintes entidades:

- Ação Familiar do Brasil
- Associação "O Amor é a Resposta"
- Associação Assistencial Espírita Grupo Auxílio Fraternal
- Associação Betesda - Bola no Pé e Bíblia na Mão
- Associação Bethel - Projeto Mão Amiga
- Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal (Afipp)
- Associação de Apoio ao Paciente Renal Crônico (Carim)
- Associação de Apoio ao Portador de Câncer (AAPC)
- Associação de Atenção ao Idoso - Vila da Fraternidade
- Associação de Desenvolvimento de Crianças Limitadas "Lúmen Et Fides"
- Associação de Educação e Cultura de Apoio à Infância, Adolescência e Juventude - Educarte
- Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae)
- Associação de Peregrinação do Rosário
- Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos
- Associação Prudentina de Prevenção a AIDS (Appa)
- Banco de Olhos Maria Sesti Barbosa - Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente
- Casa da Criança e Centro Social São José
- Casa da Sopa Francisco de Assis (Casofa)
- Casa do Pequeno Trabalhador
- Casa Família *Tra Noi* Padre Sebastião Plutino
- Centro Adventista de Educação e Assistência Social (Cadeca)
- Centro Integração Empresa Escola (Ciee)
- Congregação das Irmãzinhas dos Anciãos Desamparados - Lar São Rafael
- Creche Anita Ferreira Braga de Oliveira
- Creche MeiMei
- Creche Walter Figueiredo
- Esquadrão da Vida

- Fundação Gabriel de Campos
- Fundação Mirim
- Grupo de Apoio Amigas do Peito
- Hospital Psiquiátrico Allan Kardec
- Hospital Psiquiátrico Bezerra de Menezes
- Lar Santa Terezinha do Menino Jesus
- Legião da Boa Vontade (LBV)
- Núcleo Ttere
- Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente
- Serviço de Obras Sociais (SOS)
- Sociedade Civil Beneficente Lar Santa Filomena
- Sociedade Civil Lar dos Meninos (Ladome)
- Sociedade São Vicente de Paulo (Vicentinos)
- União das Pessoas com Deficiência (Unipode)

Faz-se um adendo aqui, para dizer que a observação participante descrita no capítulo dois deste TCC só foi executada após a definição do recorte em questão. Ela foi desenvolvida durante os meses de julho e agosto em 16 entidades que estavam regularmente cadastradas nos Conselhos Municipais citados, de forma que através de um sorteio, cada integrante do grupo foi responsável por observar quatro delas.

Para além da Feapp, observada a partir do trabalho de Assessoria de Imprensa realizado, as pesquisadoras tiveram a oportunidade de estabelecer uma proximidade e conhecer as organizações escolhidas para o trabalho. No período de análise foram observadas, além de toda estrutura física da entidade, a área de atividade, o público atendido, voluntários, funcionários, organogramas e histórico. Houve também, claro, a obrigatoriedade de anotações sobre a forma de comunicação externa realizada em cada entidade. Tudo isso foi registrado de forma sistemática pelas pesquisadoras por meio de uma matriz (Apêndice C).

Neste documento, as pesquisadoras consideraram que na maioria das entidades observadas, não havia de fato um trabalho de comunicação externa concreto. A comunicação alcançada nas instituições, quase sempre informal, ocorria apenas na propagação de algum evento ou mesmo quando a própria mídia

jornalística as procurava como fontes nas reportagens relacionadas ao Terceiro Setor. Paralelo a isto, na maioria das organizações contatou-se a falta de um jornalista profissional qualificado na área de Assessoria de Imprensa que trouxesse resultados significativos de relacionamento com a imprensa local. Os contatos realizados com os veículos de comunicação normalmente são feitos por um funcionário da instituição ou por ações voluntárias, especialmente devido à falta de recursos que o setor apresenta.

Percebe-se que não há de fato uma técnica jornalística firmada para elaboração da comunicação externa nestas entidades. Partindo de dados teóricos feitos pelos fichamentos de livros na área de Jornalismo, Assessoria de Imprensa e Terceiro Setor, as pesquisadoras entenderam o grande prejuízo que isso acarreta e a importância de uma assessoria qualificada, fazendo esta ponte da comunidade organizacional com a sociedade em geral. Este aspecto é ressaltado por Saponara (2007, p. 11), a autora diz que “[...] as ONGs sem recursos para manter um assessor de imprensa – interno ou externo – ou aquelas que ainda não desenvolveram uma cultura de comunicação, vêm tendo sua visibilidade prejudicada em relação à imprensa.”

O grupo refletiu a eficácia deste relacionamento. O assessor tem a necessidade de conhecer profundamente seu assessorado e estar atento a todas as formas de noticiar os fatos de uma organização, independente do veículo. Alicerçadas nessa vertente, as alunas produziram este TCC e como peça prática, o Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente tem como o objetivo auxiliar este profissional a compreender sua atividade e principalmente o Terceiro Setor na cidade.

6.5 Pensar em um Manual de Assessoria de Imprensa

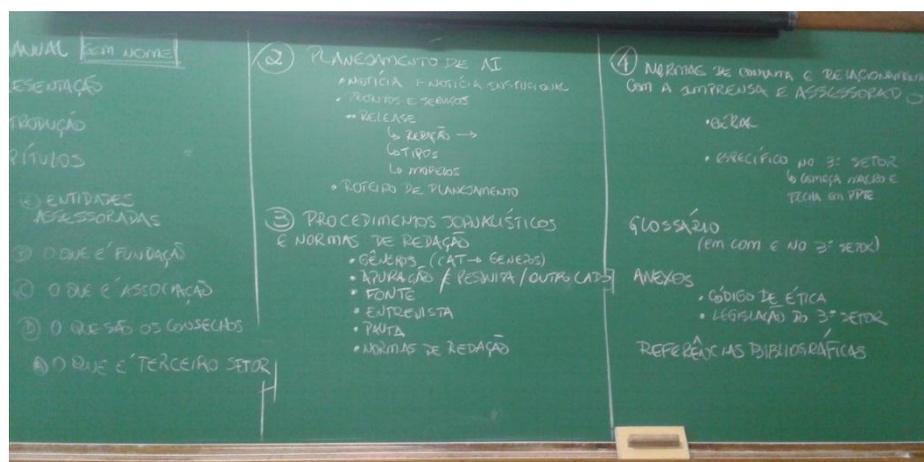
O manual de Assessoria de Imprensa estava contido apenas nas inúmeras ideias das autoras. Antes mesmo de qualquer rabisco, ou rascunho do mesmo, e só após leitura intensa a respeito do tema, o professor Roberto Mancuzo Junior orientou as alunas a pesquisarem e analisarem outros manuais já existentes do mesmo gênero do Primeiro, Segundo e Terceiro setores. Além de abranger conhecimento, esta ação serviria como um suporte para as autoras definirem o que se encaixaria ou não, na composição da futura peça prática.

Fundamental para a pesquisa, por meio deste trabalho as pesquisadoras realizaram análises que consistiam na identificação da organização, produções técnicas, diagnóstico a respeito da notícia institucional e relacionamento com a imprensa titulada no manual (APÊNDICE B).

As análises nortearam as autoras na confecção do Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente, ajudando-as a definir, em especial, estrutura e conteúdo. A partir daí, um primeiro *raff*²⁰ foi montado. Como ainda não estava a contento, era preciso trabalhar em mais versões para chegar ao resultado esperado. Este planejamento, porém, seguiu-se somente após uma etapa importante. Tratando-se do manual um produto jornalístico, realizou-se um projeto editorial para definir todo o planejamento das características textuais, gráficas e estruturais empreendidas para sua produção. Com o auxílio do orientador Roberto Mancuzo Junior este conteúdo foi produzido e refere-se ao capítulo cinco deste TCC.

O projeto editorial sofreu várias modificações, inclusive no que diz respeito à estrutura do manual de Assessoria de Imprensa. Assuntos eram incluídos e excluídos levando-se em conta o corte teórico e os dados colhidos na pesquisa. A fotografia a seguir ilustra uma das estruturas definidas durante uma das orientações formais do grupo com o orientador.

FIGURA 6 – Foto da lousa com reestruturação dos capítulos do manual sugerida em orientação



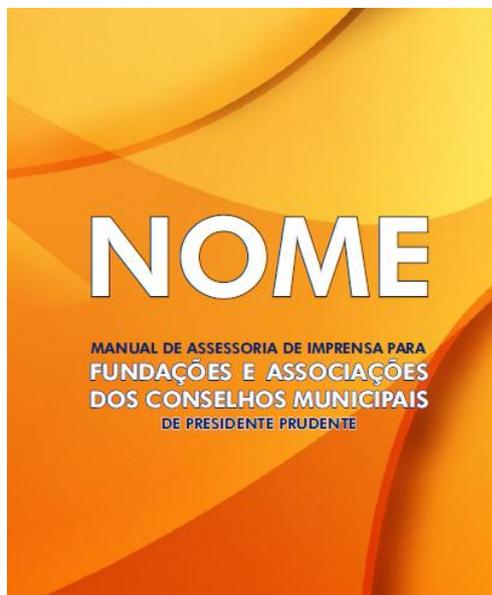
Fonte: Lisandra Lima

²⁰Da palavra inglês *rough* significa primeiro rascunho de um produto. (DICIONÁRIO DA PROPAGANDA, 2007)

Muito próxima da versão final, esta foi pensada para permitir ao leitor construir um raciocínio lógico sobre como fazer assessoria no Terceiro Setor. Por isso, o capítulo um apresenta termos referentes ao assessorado e um breve *briefing* das 41 entidades a que se destina o manual para que o assessor tenha o conhecimento prévio das mesmas. O capítulo dois traz a distinção entre notícia e notícia institucional, os produtos e serviços mais tradicionais que o assessor dispõe para uso diário com ênfase na redação, tipos e exemplos práticos de *releases*. E se encerra com um roteiro prático de planejamento em assessoria. A ideia é que o jornalista se abasteça das informações necessárias e em seguida aplique-as em cada uma das etapas próprias para atividade. O capítulo três discorre sobre os gêneros jornalísticos mais comuns na comunicação externa, traz as normas de redação identificadas pelas pesquisadoras na vivência da assessoria na Feapp, como as mais usuais na produção de material informativo para a imprensa. E apresenta os procedimentos jornalísticos básicos, usados também na assessoria. Por fim, o capítulo quatro reúne com base na teoria e, sobretudo na experiência de comunicação externa no Terceiro Setor experimentada pelas alunas, as normas de conduta e relacionamento com a imprensa e assessorado. Esta seção é importante porque oferece dados ao assessor que deseje percorrer esse caminho, antecipando-o várias problemáticas e situações que poderá encontrar.

Na sequência, o manual contém o glossário em Comunicação, Jornalismo e Terceiro Setor para o caso de surgir alguma dúvida quanto os termos dessas três áreas. E em anexo, apresenta ainda a legislação do setor em questão e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros para eventual consulta. Achar um nome para o manual foi uma das grandes dificuldades das pesquisadoras. Como “Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente” era um título muito extenso, o orientador Roberto Mancuzo Junior sugeriu que se desse um nome “fantasia” para a peça prática. Mas essa tarefa não foi fácil. As alunas tentaram formular siglas e pensar em combinações de palavras que sintetizassem o conteúdo do manual. Entretanto, mesmo depois da última versão finalizada, a capa ainda encontrava-se incompleta, faltava o principal: o nome, conforme ilustrado na figura da próxima página.

FIGURA 7 - Penúltima versão da capa do manual, peça prática deste TCC que ilustra a ausência de um nome para o produto já no período de finalização do material.



Fonte: Juliana Amorim

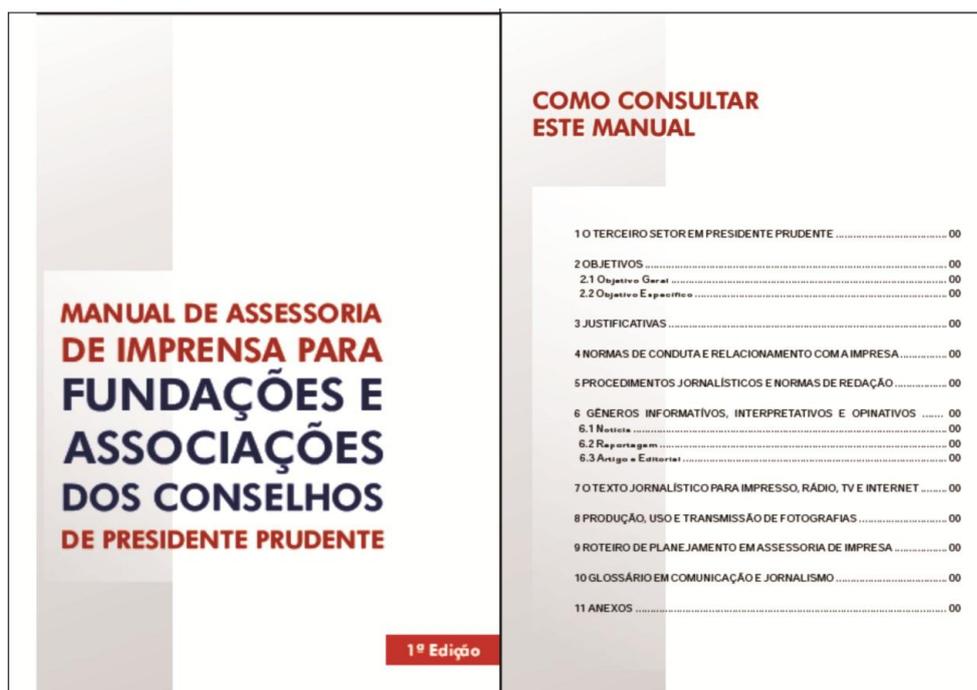
Por fim, surgiu a ideia de denominá-lo “ELO”. De consenso geral das pesquisadoras e orientador, este foi o nome oficial adotado para o manual. No dicionário, elo significa laço, ligação, o que vai de encontro à proposta do manual, que é a de ser um instrumento com o qual o assessor possa estabelecer um vínculo entre entidades do Terceiro Setor e a mídia prudentina. Portanto, o “ELO – Manual de Assessoria de Imprensa para Fundações e Associações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente” tem a finalidade de contribuir para a construção de um relacionamento sólido e consistente por meio da Assessoria de Imprensa especializada.

Antes destas observações, porém, torna-se oportuno salientar que as pesquisadoras tiveram a experiência de pensar no projeto gráfico deste manual, conforme previa-se no próprio projeto editorial. A escolha de um profissional que se responsabilizasse por sua aplicação prática, inclusive pela diagramação, tornou-se necessário, visto que ninguém do grupo domina tais técnicas. Esta etapa, aliás, foi delicada, pois além do conhecimento necessário, esta pessoa contratada teria que ter tempo disponível e paciência para atender a todas as correções. Nesse aspecto o grupo foi muito feliz e a publicitária Juliana Amorim, formanda pela Facopp neste

último semestre de 2012, cumpriu as exigências sempre no prazo e com muito capricho, contribuindo de maneira essencial para a finalização da peça prática deste TCC.

Abaixo segue a primeira versão da diagramação do manual:

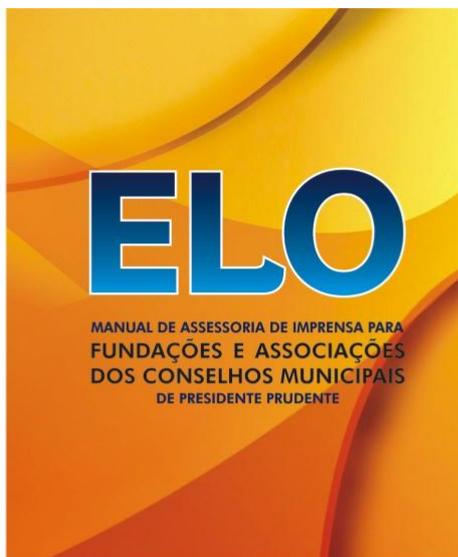
FIGURA 8- Primeira versão da capa e do índice do manual.



Fonte: Juliana Amorim

Depois da primeira versão outras foram confeccionadas, sempre com ajustes no *layout* e no conteúdo. Até que foi possível chegar ao formato atual:

FIGURA 9 – Última versão da capa e do índice do manual.



Índice	
	Apresentação
	Introdução
70	Capítulo 1 Definições e Entidades Assessoradas
	O que é o Terceiro Setor..... 70
	O que é Fundação..... 70
	O que é Associação..... 71
	O que são os Conselhos Municipais..... 71
	Entidades Assessoradas..... 71
96	Capítulo 2 Planejamento em Assessoria de Imprensa
	Notícia, Matéria prima do Jornalismo..... 96
	Notícia Institucional..... 96
	Produtos e Serviços em Assessoria de Imprensa..... 96
	Entrevistas..... 97
	Administração de Assessoria de Imprensa..... 98
	Clipping..... 98
	Contatos Estratégicos..... 99
	Plantão..... 99
	Meeting List..... 99
	Release..... 99
	Visitas Dirigidas..... 99
	Fotografias..... 99
	Briefing..... 99
	Políticas de Comunicação..... 99
	Plano de Divulgação..... 99
	Cronograma de Atividades..... 99
	Planejamento em Assessoria de Imprensa..... 97
60	Capítulo 3 Procedimentos Jornalísticos e Normas de Redação
	Categorias e Gêneros Jornalísticos
	Categoria Informativa..... 60
	Principais Gêneros
	Categoria Interpretativa..... 61
	Principais Gêneros..... 61
	Categoria Operativa..... 61
	Principais Gêneros..... 61
	Técnicas de Reportagem..... 61
	Apuração..... 61
	Fonte..... 61
	Entrevista..... 61
	Pauta..... 61
	Padrões de Texto e Normas de Redação Jornalística..... 61
	Normas de Redação Jornalística..... 61
60	Capítulo 4 Normas de Conduta e Relacionamento com a Imprensa
70	Glossário de Comunicação, Jornalismo e Terceiro Setor
96	Anexos
	Legislação do Terceiro Setor..... 96
	Código de Ética do Jornalismo..... 96
96	Referências Bibliográficas

Fonte: Juliana Amorim

6.6 O que aprendemos

Quando as alunas começaram as aulas de Jornalismo Empresarial no 7º termo já eram impulsionadas pelo desejo e interesse na área. A disciplina abriu os horizontes do conhecimento e já se questionava sobre a inexistência de uma comunicação efetiva no Terceiro Setor.

Ao começarem de fato concretizar esta vontade em praticar Assessoria de Imprensa, obviamente que se percebeu que as coisas não eram tão simples

assim. Logo de início voltaram ao primeiro ensinamento: o de planejar antecipadamente o trabalho.

O planejamento é requisito básico quando se fala em Assessoria de Imprensa e o manual finalizado neste TCC é resultado desta consciência. As alunas cometeram equívocos quando não realizaram uma apresentação melhor para as instituições assessoradas e nem tinham parâmetros para tal.

Grandes acertos também se constituíram quando o grupo compareceu às reuniões mensais da Feapp e também praticou a observação participante para compreender o universo do Terceiro Setor. Esta experiência foi indispensável para a pesquisa, onde as autoras aprenderam muito com os assistidos e toda a comunidade que faz parte deste segmento na cidade.

Ao final da pesquisa e com a peça prática pronta, o grupo pôde constatar que as experiências e o conhecimento adquirido durante todo processo do trabalho realmente valeram a pena. Desenvolver um TCC não é tarefa fácil, exige tempo, dedicação e paciência, mas ao olhar para os resultados obtidos, torna-se gratificante verificar a contribuição que a pesquisa representará para sociedade, para comunidade acadêmica e também para própria experiência pessoal e profissional das alunas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa ampara-se em conceitos teóricos de Jornalismo Empresarial, da atividade de Assessoria de Imprensa e Terceiro Setor para produzir, ao final, um manual, como citado anteriormente, para jornalistas que desejam trabalhar no Terceiro Setor prudentino. Intitulado “ELO – Manual de Assessoria de Imprensa para Fundações e Associações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente”, vislumbra-se que este produto jornalístico, ao ser utilizado por jornalistas interessados em atuar como assessores de imprensa no Terceiro Setor, contribua para especializar a prática de comunicação externa nas instituições solidificando assim o relacionamento com a imprensa local.

Para além do uso específico de um profissional do Jornalismo, a peça prática deste TCC será disponibilizada em versão impressa na Casa dos Conselhos de Presidente Prudente e na Feapp, além de encontrar-se em PDF na plataforma digital do portal Facopp para atingir duas contribuições: servir como um documento para análises em futuras produções científicas acerca deste tema e pela oportunidade que a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente tem em expandir sua contribuição ao Terceiro Setor local.

O conhecimento obtido por meio da teoria e da vivência prática em assessoria, decorrentes desta pesquisa, levaram as pesquisadoras a uma satisfação científica, visto que os objetivos propostos foram alcançados já que entre eles estava o grande desafio de trazer para o manual uma linguagem clara e concisa, com exemplos da própria realidade dessas entidades, afim de que esse material se constituísse como um guia aos profissionais que forem atuar nessa área.

Como consequência ainda, foi possível adquirir conhecimento profissional e pessoal no que tange a prática do Jornalismo Empresarial, tendo a Assessoria de Imprensa como uma de suas atividades especializadas. Pode-se afirmar, portanto, que os momentos em que o alinhamento teórico-prático se concretizou fizeram com que as autoras aprendessem muito sobre o trabalho de comunicação externa, em especial que ele não acontece sem um bom planejamento. Saliencia-se que o cumprimento das etapas propostas pelos autores (Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação) é fundamental para que se tenha qualquer êxito, assim também como é premente que se conheçam a rotina de uma

assessoria, como tratar o assessorado e se relacionar com a mídia, preparar as pautas, oferecer fontes de informação e conhecer a rotina dos veículos.

Ajustes podem e devem ser feitos, principalmente por parte do assessor de imprensa, quando sentir que for necessário, até porque este TCC, juntamente com o manual nele contido, tornam-se pioneiros, especialmente por fragmentar e delimitar a sua utilização se comparado aos trabalhos existentes na Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente que focam a Assessoria de Imprensa no Terceiro Setor. Por este manual ser o primeiro do tipo e a área da comunicação estar em constante renovação é válido propor aos futuros pesquisadores interessados no tema, que atualizem e produzam novas versões deste exemplar para que ele avance em usabilidade, contribuição social, científica e acadêmica.

Desta forma, outras novas abordagens são sugeridas para o objeto de estudo e deixam como propostas de temas outras vertentes do Terceiro Setor, como aquele constituído por sindicatos, clubes de lazer e serviço, organizações religiosas e políticas, dentre outros. Ou então, a possibilidade de abordar a importância do Sistema “S” para a profissionalização e o desenvolvimento social de Presidente Prudente, visto que instituições como o Senai, Sesi, Sesc, Senac, Sebrae e SestSenat, todos presentes no município, contribuem de maneira efetiva para a formação profissional e social do cidadão e traz como consequência a possibilidade de obterem melhores condições de vida.

Por fim, é pertinente que também aqui se abram considerações para o fato de que os estudos sobre o Terceiro Setor merecem ser aprofundados por futuros pesquisadores e isto se impera a partir da noção de que este segmento tem grande importância e significado uma vez que é capaz de assumir, às vezes em parceria com o Estado e empresas, uma causa em prol do bem comum. Estas ações, porém e por falta de iniciativa das próprias organizações, pouco ocupam do espaço jornalístico disponível na mídia para que, entre outros benefícios, levem as entidades a serem legitimadas junto à opinião pública, obtendo assim também reconhecimento para continuarem funcionando adequadamente.

As autoras deste TCC, aliás, enxergam, após sete meses de pesquisa, uma grande carência no que diz respeito à comunicação externa no Terceiro Setor. Não há profissionais contratados que possam realizar um trabalho sistematizado nas entidades, o que de fato corrobora a afirmação expressa anteriormente e dificulta a

construção de uma imagem positiva diante da opinião pública. A questão financeira é o grande complicador, pois não existe um planejamento que preveja gastos com a área de comunicação e isso acontece, na maioria das vezes, porque os próprios integrantes do setor não conseguem enxergar de forma estratégica o retorno que uma atividade de relacionamento com a mídia pode oferecer.

A peça prática desta pesquisa não soluciona tais problemas de modo geral, visto que este nem é o objetivo proposto, mas as autoras entendem que o manual, diferentemente das ações desenvolvidas anteriormente por outros pesquisadores da Facopp, configura-se em um primeiro passo no sentido de inserir uma cultura de comunicação jornalística nestas instituições. Não por menos é que ele apresenta parâmetros de atuação em Assessoria de Imprensa que permitem dar continuidade ao trabalho a ser executado, subsídio inexistente até então. Sendo verídico e latente o problema de ordem comunicacional nas entidades e havendo profissionais de jornalismo disponíveis no mercado, a usabilidade do manual torna-se imperativa como instrumento de trabalho.

Também como já foi apontado, todas as ações empreendidas na Facopp, voltadas para a temática da comunicação externa no Terceiro Setor, até agora agiram de maneira isolada, focalizando apenas uma entidade específica para a implementação da Assessoria de Imprensa, sendo esta desenvolvida por um curto período de tempo em caráter experimental, mas que não buscava obter um resultado no sentido de desenvolver e estruturar a comunicação a longo prazo e de maneira efetiva nas instituições. Destarte, em relação a este tipo de trabalho, esta pesquisa desponta ao seu final com avanços importantes, embora se avalie criticamente que ela não abarca o vasto caminho a ser percorrido para que aja de fato uma mudança efetiva nesta área. A disfunção da comunicação nas entidades filantrópicas não pode ser tratada como algo pontual e superficial à medida que envolve todo um organismo social, com crenças e culturas arraigadas. E neste sentido, mais do que ter um jornalista atuando nas instituições, é recomendado que se desenvolva uma ação coordenada para modificar a concepção supérflua e secundária que se tem da comunicação neste setor. Fala-se aqui, por exemplo, em um trabalho conjunto e contínuo entre as próprias faculdades de Presidente Prudente ou mesmo entre os cursos de Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Marketing e Jornalismo, tanto em nível de graduação ou pós-graduação.

REFERÊNCIAS

Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/>. Acesso em: 05 de setembro. 2012.

ALBUQUERQUE, Antônio Carlos Carneiro de. **Terceiro setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Summus, 2006.

AMARAL, Luiz. Assessoria de Imprensa nos estados Unidos. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BRAGA, Mafra. Mobilização, participação e coordenação de ações. In: HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2.^a ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

BRASIL. **Código civil (2002)**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BRASIL. **Portal da Transparência do Governo Federal**, 2012.

BUENO, Wilson da Costa & PIMENTA, Caroline Petian. **"As salas de imprensa online como ponte entre a organização e o jornalista"**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pimenta-bueno-salas-de-imprensa-online.pdf>. Acesso em: 02 de setembro. 2012.

BUENO, Wilson da Costa. Avaliando o relacionamento com a mídia e nas redes sociais: assessoria de imprensa e auditoria de imagem. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

BUENO, Wilson da Costa. **Entrevista com Jornalista e Professor do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP e de Jornalismo da ECA/USP, diretor da Contexto Comunicação e Pesquisa, sobre Assessoria de Imprensa**. Entrevista concedida por e-mail. 09 de outubro. 2012.

BUENO, Wilson da Costa. **Imprensa, uma parceria estratégica**. Disponível em: <http://www.comunicacaoempresarial.com.br>. Acesso em: 31 de julho. 2012.

CALDAS, Graça. Relacionamento assessor de imprensa/ jornalista: somos todos jornalistas. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2010.

CALDAS, Graças Caldas. Relacionamento assessor de imprensa: somos todos jornalistas. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

CARDOSO, Ruth. Fortalecimento da Sociedade Civil. In: IOSCHPE, Evelyn et al. **Desenvolvimento Nacional Sustentando**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa Como Fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

COMTEXTO Comunicação e Pesquisa. Disponível em: <http://www.comtexto.com.br/novo/sites.htm>. Acesso em: 15 de outubro. 2012.

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL ONLINE. **Jornalismo Empresarial**. 2012. Disponível em: <http://www.comunicacaoempresarial.com.br>. Acesso em: 31 julho. 2012.

CUNHA, Lucia Maria B. **Cartilha do Terceiro Setor**. São Paulo: Nova Bandeira, 2007.

CURVELLO, João José Azevedo. Legitimação das assessorias nas organizações. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

DICIONÁRIO DO DESIGNER. Disponível em <http://www.scuderia.com.br/site/2011/06/dicionario-do-designer/>. Acesso em: 16 de novembro. 2012.

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

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Manual Nacional de Assessoria de Imprensa**. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf.

FERREIRA, Adelino. **Entrevista com o Presidente da Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp), sobre Terceiro Setor**. Entrevista concedida à Lais Martins e Ariane Gonçalves. 08 de setembro. 2012.

FONSECA, Carla Marcondes Pinto Rodrigues. **“As contribuições da assessoria de imprensa para o trabalho de construção da reputação das organizações”** - Estudo de Caso: O trabalho de imprensa desenvolvido para o Senac de São Paulo. 2006. Monografia final – Escola de Comunicação e Artes/USP.

GARCIA. In: FONSECA, Carla Marcondes Pinto Rodrigues. **“As contribuições da assessoria de imprensa para o trabalho de construção da reputação das organizações”** -Estudo de Caso: O trabalho de imprensa desenvolvido para o Senac de São Paulo. 2006. Monografia final – Escola de Comunicação e Artes/USP.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

GOMES, Geraldo. **Entrevista com o Locutor e Repórter Policial da Rádio Prudente AM, sobre Assessoria de Imprensa**. Entrevista concedida a Ariane Gonçalves. 16 de setembro. 2012.

Guia de Responsabilidade Social Empresarial das Organizações de Varejo. Disponível em:
http://www.ethos.org.br/Uniethos/documents/guia_rse_panificacao.pdf. Acesso em: 14 de agosto. 2012.

GUÍMARO, Kátia Marina. **Entrevista com a ex- Presidente da Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp), sobre Terceiro Setor**. Entrevista concedida a Ariane Gonçalves. 20 de setembro. 2012.

GUSHIKEN, Yuji. O moderno planejamento em relações públicas na fragmentação narrativa do mundo contemporâneo. In: MOURA, Cláudia Peixoto. **Histórias das Relações Públicas: Fragmentos da memória de uma área**. Rio Grande do Sul: ediPUCRS, 2008.

HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HOMERO, Ferreira. **Entrevista com o Assessor de Imprensa, sobre Assessoria de Imprensa**. Entrevista concedida a Ariane Gonçalves e Laís Martins. 08 de setembro. 2012.

IOSCHPE, Evelyn Bergy. **3º setor: desenvolvimento nacional sustentado**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. 2 ed. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzato editores, 2009.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo – Norte e Sul: Manual de Comunicação**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade, 1923- **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2005.

LEMOS, Cláudia; DEL GÁUDIO, Rozália. Publicações jornalísticas. In: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2011.

LOPES, Osmar Barreto. Glossário. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2011.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa – Como se relacionar com a mídia.** São Paulo: Contexto, 2012.

MATOS, Maria Izilda Santos de. **Terceiro Setor e Gênero: Trajetórias e Perspectivas.** São Paulo: Cultura Acadêmica: Instituto Presbiteriano Mackenzie, 2005.

MENEGHETTI, Sylvia Bojunga. **Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil.** São Paulo: Global, 2001.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2011.

MOREIRA, Sonia Virginia. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009.

MOTTER, Maria de Lourdes. **Gestão da Comunicação: Terceiro Setor, Organizações Não Governamentais, Responsabilidade Social e Novas Formas de Cidadania.** Editora Atlas, 2007.

NIGRE, Leandro. **Entrevista com o Diretor Executivo do Jornal o Imparcial, sobre Assessoria de Imprensa.** Entrevista concedida a Ariane Gonçalves. 19 de setembro. 2012.

NOGUEIRA, Camila, HAMADA, Heloise, PORTELA, Regina, **ECO: Implantação do Laboratório de Publicações Jornalísticas Digitais Empresariais da Facopp para o Terceiro Setor.** 2011. Trabalho de Conclusão de Curso - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Oeste Paulista - UNOESTE, Presidente Prudente.

PARENTE, Juliano Mota. **O Terceiro Setor no Brasil: um Novo Panorama no Cenário Nacional.** Revista de Educação Vol. XI, N. 12, Ano, 2008. Faculdade Anhaguera de Valinhos.

PINHO, Julio Afonso. O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas. In: MOURA, Cláudia Peixoto. **Histórias das Relações Públicas: Fragmentos da memória de uma área.** Rio Grande do Sul: ediPUCRS, 2008.

RIBEIRO, Eduardo; LORENZETTI, Gisele. Planejamento Estratégico em assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

RIFKIN, Jeremy. Identidade e Natureza do Terceiro Setor. In: IOSCHPE, Evelyn et al. **Desenvolvimento Nacional Sustentando**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

RODRIGUES, Vera Lúcia; GIURLANI, Silvia. **25 anos de assessoria de imprensa no Brasil**. São Paulo: Germinal Editora, 2006.

ROSENSTIEL, Tom; KOVACH Bill. **Os Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Porto, 2003.

SANTOS et al. **Responsabilidade Social no Terceiro Setor**: Implantação de uma Assessoria de Imprensa na Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso – Graduação em Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho”, Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE, Presidente Prudente.

SAPONARA, Janine. **Comunicar é preciso** – Como ONGs podem se comunicar melhor com a imprensa. São Paulo: Abracom. 2007. Disponível em: <http://www.abracom.org.br/arquivos/Caderno%20%20Comunicar%20%C3%A9%20Preciso%20dez05.pdf>. Acesso em: 26 de agosto. 2012.

SEABRA, Roberto. Produção da notícia: a redação e o jornalista. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

SEELTIZ, Wrightsman; Cook. Como elaborar projetos de pesquisa. In: GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2000.

SHIAVONI. A importância da Comunicação no Terceiro Setor. In: SAPONARA, Janice. **Comunicar é Preciso - Como Ongs podem se comunicar melhor com a imprensa**. São Paulo: Abracom, 2007.

SILVA JUNIOR, Roberto Aparecido Mancuzo. **Comunicação Empresarial: Assessoria de Imprensa**, 2012. Notas de aula.

TONICANTE, Leila. **Entrevista com a Chefe de Redação da TV Fronteira, sobre Assessoria de Imprensa**. Entrevista concedida a Ariane Gonçalves. 20 de setembro. 2012.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.

WALDEMAR, Silva Machado. **Entrevista com o Administrador do Lar Santa Filomena, sobre o Terceiro Setor**. Entrevista concedida a Ariane Gonçalves e Las Martins. 18 de setembro. 2012.

WELS, Ana Maria Córdova. Aspectos históricos das atividades de Relações Públicas: Paralelos com a origem das assessorias de comunicação social. In: MOURA, Cláudia Peixoto. **Histórias das Relações Públicas: Fragmentos da memória de uma área**. Rio Grande do Sul: ediPUCRS, 2008.

WEY, Hebe; CHAPARRO, Manoel Carlos. In Duarte, Jorge. **Cem anos de Assessoria de Imprensa**. São Paulo: Atlas, 2011.

ANEXO

Proposta Gráfica

19 de novembro de 2012.

Rua Átila Bitencourt, 152
 Fone: 55 18 3311 0510
 Fax: 55 18 3311 0511
 CEP 19067-430
 Presidente Prudente - SP

marcoarelio@cipola.com.br
atendimento1@cipola.com.br
atendimento2@cipola.com.br
atendimento3@cipola.com.br

Cliente: GENERICO PAULA
A/c: JULIANA AMORIM
e-mail:

Tel.:
Fax:

Conforme a sua solicitação, enviamos nosso orçamento referente ao(s) serviço(s) abaixo mencionado(s):

No. Orçamento	Quantidade	Descrição	Preço Total
99631	200	MANUAL CAPA + 100 PÁGINAS MIOLO COUCHE 90GR 19X23CM Formato Fechado 19.0 x 23.0 cm. 1 Capa , Formato aberto 38.9x23.0 cm, impresso a 4x0 cor(es), em Couche Brilho , 300 grm. Laminação BOPP Fosca Frente Importado, Verniz UV Localizado Frente	R\$ 7,650.00
		100 Páginas de miolo , Formato aberto 19.0x23.0 cm, impresso a 4x4 cor(es), em Couche Brilho , 90 grm.	
		Alceamento Manual, Refilados, Empacotados e Encaixotados, Lombada Quadrada Cola PUR	
		Processamento e Gravação de chapas *CTP inclusos no orçamento.	
99632	300	IDEM ANTERIOR DESCRITO ACIMA	R\$ 7,900.00
99633	400	IDEM ANTERIOR DESCRITO ACIMA	R\$ 8,200.00
99634	500	IDEM ANTERIOR DESCRITO ACIMA	R\$ 8,500.00
99635	200	MANUAL CAPA + 100 PÁGINAS MIOLO COUCHE 115GR 19X23CM Formato Fechado 19.0 x 23.0 cm. 1 Capa , Formato aberto 39.0x23.0 cm, impresso a 4x0 cor(es), em Couche Brilho , 300 grm. Laminação BOPP Fosca Frente Importado, Verniz UV Localizado Frente	R\$ 7,800.00
		100 Páginas de miolo , Formato aberto 19.0x23.0 cm, impresso a 4x4 cor(es), em Couche Brilho , 115 grm.	
		Alceamento Manual, Refilados, Empacotados e Encaixotados, Lombada Quadrada Cola PUR	
		Processamento e Gravação de chapas *CTP inclusos no orçamento.	
99636	300	IDEM ANTERIOR DESCRITO ACIMA	R\$ 8,090.00
99637	400	IDEM ANTERIOR DESCRITO ACIMA	R\$ 8,450.00
99638	500	IDEM ANTERIOR DESCRITO ACIMA	R\$ 8,800.00

CTP - Dispensa o uso de fotolitos fazendo a gravação direto na chapa ganhando mais qualidade, agilidade e muito mais fidelidade nas cores e pontos de impressão.

IMPORTANTE:
 - Forma de pagamento: 21 DDL
 - Validade da proposta: 04/12/2012
 - Entrega: A combinar, uma vez aprovadas todas as artes, de acordo o programa de produção.
 - Cipola - Inteligência Gráfica, não se responsabiliza por impressões realizadas sem provas de cor.
 - Este Orçamento está apoiado na informação fornecida pelo cliente. Qualquer reajuste nos preços estará apoiado nas diferenças que se encontrem na recepção dos arquivos originais do cliente.
 - Reservamos o direito de entregar 10% a mais ou a menos da quantidade solicitada, de acordo com as normas A.B.T.G.-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TECNOLOGIA GRÁFICA.
APROVAÇÃO: Para aprovar o (os) orçamentos (s) é importante fazer um círculo no ou nos orçamentos aprovados além de preencher a informação que se apresenta a seguir:

Orçamentos Aprovados	
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> _____ Nome </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> _____ Assinatura </div> <div style="text-align: center;"> ____/____/____ Data </div>	Representante PAULA RABELO

APÊNDICE A
ASSESSORIA DE IMPRENSA NA FEAPP

Relatório Avaliativo da Atividade de Assessoria de Imprensa na Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp).

Atividades

A experiência em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor foi realizada na Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente (Feapp). A federação foi fundada no dia 1º de abril de 2000 por vários presidentes de instituições assistenciais de Presidente Prudente que viram a necessidade de se estruturarem para formar um Terceiro Setor mais forte e representativo na cidade. Atualmente existem 38 entidades federadas, que atendem idosos, pessoas com deficiência, crianças e adolescentes, com atuações nas áreas de educação, saúde e assistência social em geral.

O objetivo da experiência de assessoria desenvolvida foi obter experiência dessa atividade no Terceiro Setor para a confecção do **“Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente”**, já que a vivência prática do trabalho ofereceu a coleta de material relevante para sua elaboração, levando em consideração que cada instituição se difere da outra e, portanto, apenas o embasamento teórico da literatura não seria suficiente para retratar com fidelidade o Terceiro Setor em Presidente Prudente.

Outros aspectos importantes da assessoria se resumem na apreensão da abertura que a imprensa oferece ao Terceiro Setor em Presidente Prudente, ou seja, a dimensão do espaço espontâneo que cede nos veículos, além de vivenciar a relação entre imprensa e assessores que trabalham especificamente nas entidades, suas facilidades e dificuldades.

A atividade de Assessoria de Imprensa na Feapp foi desenvolvida durante três meses. Durante o mês de abril, as pesquisadoras desenvolveram a primeira etapa de uma assessoria - a **Análise** do assessorado, momento em que se aproximaram e estudaram a instituição para conhecer tudo a respeito de seu cliente e identificar as falhas e os problemas de comunicação. Nesse momento foi programado o *briefing*, o *mailing list* e o cronograma de atividades de cada entidade federada a Feapp. Em seguida deu-se a fase de **Adaptação** da realidade

encontrada, com a consolidação dos produtos e o planejamento de planos de divulgação e das políticas de comunicação.

Houve certo atraso na etapa da Adaptação, visto que o grupo ofereceu resistência quanto à elaboração de uma ação planejada, como pede qualquer atividade desta natureza. Diante, porém, dos fracassos iniciais no que diz respeito à apuração e veiculação de notícias na mídia jornalística, novos parâmetros de atuação foram postos em prática ainda no mês de abril e a assessoria começou a funcionar adequadamente. Para tanto, a equipe promoveu:

- Produção efetiva do *mailing list* da imprensa que deveria ser beneficiada com os materiais informativos produzidos;
- A partir da realidade das instituições, dos cronogramas de atividades do assessorado e apropriação de valores-notícias, deu-se a produção de planos de divulgação mensais, estabelecendo assim uma rotina de produção de matérias e sua divulgação;
- O contato semanal por telefone e e-mail com as entidades para se inteirar do que acontecia e se havia pautas que não tinham sido previstas nos planos ou mesmo algum factual;
- A participação nas reuniões mensais da Feapp, onde todas as entidades se reuniam o que facilitava a comunicação e a aproximação com os assessorados, nessas reuniões também surgiam pautas dos temas abordados;
- O contato frequente com o presidente da Feapp para saber se havia algum acontecimento novo na instituição e a disponibilização dos contatos das assessoras para que as entidades pudessem entrar em contato a qualquer momento com a assessoria;
- O retorno dado às entidades quando alguma matéria da assessoria saía na mídia.

Contando abril, mas especificamente nos meses de maio e junho, então, providenciou-se a terceira etapa da Assessoria de Imprensa na Feapp. A **Ativação** foi realizada e neste período aconteceu o contato mais estreito entre assessores e assessorados e assessores e mídia. Os planos de divulgação eram

postos em prática e outros eram produzidos de acordo com os factuais ou pela necessidade de repercussão de algum assunto. Neste último caso, já se adentrou na quarta etapa, a Avaliação, que aconteceu especialmente com a clipagem de todo o material que saía na mídia.

Relacionamento

Equipe de Assessoria de Imprensa X Assessorado

- As entidades dificultaram o contato na primeira semana de trabalho por ficarem inseguras em passar as informações. Tiveram muita dificuldade em entender o trabalho de Assessoria de Imprensa, e algumas ainda mantiveram restrições até o final. No início isto dificultou a conclusão dos *briefings*. Encontramos barreiras por parte de algumas, que solicitavam que passássemos e-mail, e não nos respondiam. Entramos várias vezes em contato mais não obtivemos respostas. As entidades ficaram mais seguras ao passar a informação, depois do e-mail enviado pela própria Feapp, reforçando a existência do trabalho e solicitando a colaboração de todos;
- Através disso observou-se que apesar de termos explicado, apresentado o trabalho e salientado a importância do contato, muitas não deram valor e não demonstraram interesse, mostrando como a Assessoria de imprensa muitas vezes não é compreendida como uma estratégia de legitimação e que só tem a acrescentar para uma entidade;
- As retenções de informação por parte das entidades também foram uma realidade. Assuntos importantes, que diziam respeito ao próprio funcionamento das organizações não eram repassados por receio de que os dados fossem deturpados;
- Houve dificuldade no contato direto com o responsável pela instituição, como presidente ou assistente social. Quase sempre quando precisávamos de algumas informações relevantes, muitos não conseguiam nos atender devido a realização de outras atividades na entidade ou nos empregos “oficiais”, uma vez que são todos voluntários;

- Outro ponto foi o calendário de atividades das entidades. Muitas delas, senão a maioria, não possuía um calendário determinado, o que dificultou também a implantação da assessoria, pois dependíamos deste calendário para executar as pautas. Nota-se que muitas delas decidiram de última hora alguns eventos e isso é um complicador por não estarmos em contato diariamente;
- Na maioria das entidades que conseguimos uma programação, a maioria era referente a datas comemorativas, como Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia da Criança etc. Não há da parte das entidades qualquer planejamento para aproveitamento de eventos rotineiros da cidade como festas religiosas ou temáticas bem como nos períodos sazonais. Será interessante ter um capítulo no Manual que aborde essa questão porque é uma realidade que o assessor vai encontrar no decorrer de seu trabalho;
- Algumas entidades se mostraram bem prestativas em passar as informações e se interessaram no trabalho, nos convidando para ir até a sede conhecer os trabalhos desenvolvidos, respondiam emails ou mesmo tomavam a iniciativa de mandar um email comunicando um evento;
- O que se percebe também é que algumas entidades, talvez não vejam a assessoria como benefício. Um exemplo corresponde ao fato de uma delas simplesmente ignorar a participação de uma entrevista em rádio, marcada pela assessoria, o que seria de grande importância para o evento que iria realizar;
- Entidades não acompanham o andamento das matérias, falta interesse por parte dos assessorados em querer saber das publicações;

Equipe de Assessoria de Imprensa X Imprensa

- Em relação ao contato com a imprensa, não encontramos dificuldades. Os *releases* foram enviados sem restrições, o *mailing list* funcionou bem e em sua maioria, o material informativo foi publicado;
- A produção dos planos de divulgação resolveu o problema da confusão e da incerteza quanto aquilo que seria produzido em termos de notícias institucionais;
- Também a avaliação dos fatos existentes nas entidades, com os parâmetros de valores-notícia como “novidade”, “interesse público”, “importância”, “empatia” e

“proximidade”, se revelou extremamente eficaz em aproximar a assessoria dos jornalistas de redação;

- Mas é interessante salientar que algumas dificuldades aconteceram. Uma delas é que o meio eletrônico de envio de notícias pode causar em uma assessoria. Com o passar dos dias, fomos percebendo que algumas matérias saíam em determinados veículos e em outros não. No começo isso causou frustração e desânimo, mas resolvemos entrar em contato para saber se eles realmente estavam recebendo os nossos *releases* e na maioria das vezes não haviam recebido nada. Esse contato foi interessante para deixarmos claro que estávamos mandando releases para eles constantemente e para saber que o email deles estava com problema. Outro ponto importante a falar, é sobre os emails que voltam com erro e não chegam ao seu destinatário, não importa quantas vezes envie a mensagem.

Considerações finais

A partir do momento que definimos o tema para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), logo começamos a estudar uma forma de como poderíamos vivenciar de perto uma Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor. Partimos de algumas pesquisas (TCCs) realizadas na Facopp, que abordavam este mesmo tema e chegamos então até a Federação das Entidades Assistenciais de Presidente (Feapp).

Em três meses de trabalho, tivemos a oportunidade de constatar na prática o que já sabíamos na teoria. Para realizar realmente uma Assessoria de Imprensa eficaz é preciso conhecer o assessorado, viver e resgatar sua história, conviver rotineiramente no mesmo ambiente e estar envolvido com os projetos. Porque apesar de algumas entidades se mostrarem interessadas, as pessoas que são responsáveis por elas não são jornalistas, e não tem visão do que pode ser notícia ou não, portanto, é complicado exigir que uma pessoa passe constantemente informações de assessoria sendo que ela tem outras atividades para cumprir. Em decorrência disso, aliás, perdemos pautas por elas não passarem as datas ou passarem depois que tinha ocorrido ou um dia antes de acontecer, sem antecedência. Fazer Assessoria não estando presente na entidade, dificulta a

produção das matérias em alguns casos, muitas pautas surgiriam com certeza se estivéssemos vivenciando esta prática no local.

As entidades assessoradas foram:

1. Ação Familiar do Brasil
2. Casa da Sopa São Francisco de Assis (Casofa)
3. Associação de Peregrinação do Rosário
4. Ação Familiar Contra a Fome e a miséria
5. Associação Assistencial Espírita Auxílio Fraternal
6. Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos
7. Associação Prudentina de Prevenção a AIDS (APPA)
8. Associação Betesda – Bola no Pé e Bíblia na Mão
9. Associação de Apoio Lábio Palatal (AFIPP)
10. Associação Bethel - Projeto Mão Amiga
11. Centro Adventista de Desenvolvimento da criança e do adolescente (Cadeca)
12. Associação de Apoio ao Paciente Crônico Renal (Carim)
13. Casa da Criança e Centro Social São José
14. Casa do Pequeno Trabalhador
15. Clínica Psico-físico Social Allan Kardec (Hospital Allan Kardec)
16. Creche Anita Ferreira Braga de Oliveira
17. Creche Mei Mei
18. Creche Walter Figueiredo
19. Fundação Gabriel de Campos
20. Legião da Boa Vontade (LBV)
21. União das Pessoas com Deficiência (Unipode)
22. Associação de Apoio ao Portador de Câncer
23. Esquadrão da Vida
24. Lar Santa Filomena
25. Lar São Rafael
26. Associação de Desenvolvimento de Crianças Limitadas “Lúmen Et Fides”
27. Núcleo T therê de Trabalho e Realização
28. Rede Feminina de Combate ao Câncer e Casa de Apoio
29. Serviços de Obras Sociais (SOS)
30. Sociedade Civil Lar dos Meninos

31. Sociedade São Vicente de Paulo – Vicentinos
32. Vila da Fraternidade- Associação de Atenção ao Idoso
33. Associação “ O Amor é a Resposta”
34. Associação Assistencial Adolpho Bezerra de Menezes
35. Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE)
36. Fundação Mirim de Desenvolvimento Social, Educacional e Profissional do Adolescente de Presidente Prudente
37. Hospital Psiquiátrico Bezerra de Menezes
38. Centro Integração Empresa Escola (CIEE)

Durante o período de assessoria, nos meses de maio e junho, foram produzidos 34 planos de divulgação, desses, 25 releases foi enviado para imprensa, o que resultou em 24 matérias publicadas na mídia online e impressas, também houve inserção na TV e no Rádio.

Concluimos que esta primeira experiência nestes três meses serviu para termos realmente essa aproximação com nosso objeto de estudo, ir conquistando espaço no grupo e enxergar realmente quais são as dificuldades em implantar assessoria no Terceiro Setor. Não tínhamos ideia do que era fazer assessoria, de como era o Terceiro Setor e de como seria unir esses dois em uma atividade só. Acreditamos que os resultados obtidos nesse período foram muito mais neste sentido do que termos sucesso na assessoria em si.

Claro que conseguimos sim, executar o trabalho proposto. Mas ele se deu apenas a partir do momento em que foi realizado um planejamento adequado à realidade das instituições e da própria mídia jornalística prudentina. Desta forma, o grupo de considera agora apto a usar o que aprendeu na produção do **Manual de Assessoria de Imprensa para Associações e Fundações dos Conselhos Municipais de Presidente Prudente.**

APÊNDICE B
ANÁLISE MANUAIS DE ASSESSORIA DE IMPRENSA

Análise de exemplares de Manuais de Assessoria de Imprensa

Nome da publicação – Guia de Imprensa Instituto Unibanco

Identificar Empresa, localização, razão social e atividade(s) central(s) – O Instituto Unibanco foi criado em 1982 para promover as ações e os investimentos sociais do Unibanco, que atualmente integra o conglomerado Itaú Unibanco, maior instituição financeira privada do Hemisfério Sul. Fonte: Site do Unibanco

Tipo da publicação (online ou impressa) – Publicação online disponível em PDF.

Especificações técnicas (número de páginas, seções e capítulos. Detalhar cada um deles).

12 páginas

Dividido em sete seções:

1-Relacionamento com a imprensa

2-Fluxo de Relacionamento com a Imprensa

3-Dicas para um bom relacionamento com a imprensa

4- Dicas para entrevista

5- O que deve ser evitado

6- Alguns lembretes

7- Glossário

Produzir texto final de análise com observações a respeito dos seguintes critérios:

A - Como é tratada a notícia institucional;

B - Responsabilidades das partes envolvidas;

C - Como estão fixadas as normas de conduta do assessorado diante da imprensa;

D - Como estão fixadas as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa.

O relacionamento com a imprensa deve ser feito por um profissional, pois ser uma fonte para imprensa segundo o manual é uma função de grande responsabilidade. O relacionamento deve ser constante, valorizado pela transparência, pois é uma via de mão dupla. Todas as ligações de jornalistas devem

ser encaminhadas para a equipe do Instituto Unibanco, para que a pauta seja atendida da melhor forma.

A fonte autorizada a falar com a imprensa deve atentar-se as palavras, postura, seu conhecimento sobre o assunto e a capacidade de contornar uma situação delicada, pois isso refletirá a imagem da organização. Cumprir os prazos, respeitando horários de entrevistas também é importante, pois os jornalistas estão cada vez mais sem tempo, com várias pautas no dia.

É importante ter agilidade, tanto no aproveitamento de exposições positivas como em responder exposições negativas. O relacionamento com o jornalista deve ser sempre transparente e objetivo.

Outro fator de grande importância é a preparação para entrevistas; é necessário estar bem informado sobre o assunto, pois respostas imprecisas podem acarretar prejuízos a imagem da organização. Saber bem o que se quer transmitir e conhecer o veículo, o repórter e o formato da entrevista ajudam a otimizar a entrevista.

Perguntas que não forem de conhecimento ou não esteja autorizado ao entrevistado responder, devem ser negadas ao jornalista, claro que de forma simpática, porém firme, negocie com o jornalista um resposta posterior e explique que aquele assunto não é de sua área.

Nas entrevistas são orientados há responder as perguntas com frases curtas, diretas e objetivas; não se prender as perguntas e transmitir a mensagem que deseja; corrigir o repórter sobre informações equivocadas; manter a calma e nunca mentir para o repórter.

Para as entrevistas de TV são enumeradas várias dicas bem específicas de postura como “incline-se levemente à frente da poltrona”, “Se estiver de paletó, desabotoe-o ao sentar”.

O manual também trás situações que devem ser evitadas como:

- Pedir para ler a matéria antes da publicação
- Citar o que não se pode comprovar
- Dizer que já esta tudo no release
- Misturar jornalismo com publicidade
- Adiar uma entrevista indefinidamente
- Solicitar cobertura da imprensa aos donos/diretores do veículo

- Esconder-se
- Tentar impedir a publicação de notícias desagradáveis
- Falar de concorrentes
- Falar de áreas que não estejam sob a responsabilidade direta do entrevistado
- Respostas longas ou evasivas
- Termos técnicos

A notícia institucional deve conter requisitos como: ineditismo, atualidade, relevância social e interesse; lembrar que nem toda informação é notícia.

Jornalistas não são amigos, tudo o que for dito para eles poderá virar notícia, portanto deve atentar-se para informações em “off” deixando claro a condição estabelecida.

Análise de exemplares de Manuais de Assessoria de Imprensa

Nome da publicação – Manual de Assessoria de Imprensa do Sistema Unimed

Identificar Empresa, localização, razão social e atividade(s) central(s) – A Unimed é a maior experiência cooperativista na área da saúde em todo o mundo e também a maior rede de assistência médica do Brasil, presente em 83% do território nacional. O Sistema nasceu com a fundação da Unimed Santos (SP) pelo Dr. Edmundo Castilho, em 1967, e hoje é composto por 370 cooperativas médicas, que prestam assistência para mais de 18 milhões de clientes em todo País.
Fonte: Portal da Unimed

Tipo da publicação (online ou impressa) – Publicação online disponível no Portal da Unimed, disponível também *download* da versão em arquivo do Word (.doc).

Especificações técnicas (número de páginas, seções e capítulos. Detalhar cada um deles).

23 páginas

8 Capítulos

1. O papel da Assessoria de Imprensa
2. Da empresa à imprensa
3. A rotina da redação e o trabalho do jornalista
4. O que pode virar notícia?
5. Elegendo um porta-voz da cooperativa
6. Passo-a-passo para um bom relacionamento com a imprensa
 - 6.1. No momento da entrevista
 - 6.2. Peculiaridades de cada canal
 - a. Jornais e revistas
 - b. Televisão
 - c. Rádio
 - d. Internet
 - 6.2. Entrevista coletiva
 - 6.3. Agência Unimed de Notícias
7. Relacionamento ético e profissional
8. Bibliografia consultada

Produzir texto final de análise com observações a respeito dos seguintes critérios:

A - Como é tratada a notícia institucional;

B - Responsabilidades das partes envolvidas;

C - Como estão fixadas as normas de conduta do assessorado diante da imprensa;

D - Como estão fixadas as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa.

O Manual aborda na questão responsabilidades das partes envolvidas, a importância do fácil acesso dos assessores de imprensa aos dirigentes da cooperativa, para que possam saber antecipadamente de todos os fatos que atuem com correção e prontidão. Deve-se ter como regra, entre os funcionários da cooperativa, inclusive executivos e dirigentes, que toda e qualquer divulgação sobre a Unimed deve passar pelo crivo do assessor.

Assim como os assessores tem o compromisso de serem mediadores do contato com os jornalistas; identificando oportunidades, identificando notícias e

planejando estratégias. Jamais cobrar a imprensa sobre alguma matéria que não foi publicada, e não tentar comprá-los com presentes, conhecidos como “jabás”.

As normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa esta pautado na relação ético e profissional. Respeitar e atentar-se aos prazos dos jornalistas, distribuir informações e releases somente quando forem de interesse público; manter contatos periódicos com os jornalistas; identificar jornalistas que assinem boas matérias sobre saúde para envio de releases; atender sempre a imprensa de forma prestativa.

A notícia institucional na Unimed atenta sempre se o fato a ser divulgado pode ser realmente notícia, se não, é melhor não expor ou banalizar a cooperativa em um contato que não renderá matéria, já que eles prezam muito pela credibilidade das informações. Mas as cooperativas também devem tentar “vender”, via assessoria de imprensa, notícias sobre ações específicas da Unimed, como lançamento de novos produtos, projetos de responsabilidade social, patrocínios e apoios em geral, entre outros. O setor de saúde suplementar tem algumas características próprias e, normalmente, os jornalistas têm dificuldades para desvendá-lo, portanto o profissional especializado coordenará estes processos para que a imagem da cooperativa seja passada corretamente. O trabalho de AI também foca na publicação de artigos assinados pela Unimed, emitindo a opinião da cooperativa sobre determinado assunto. Quando se trata de questões polêmicas que envolvem o Sistema Unimed como um todo, a Equipe de comunicação da Unimed Brasil distribui, por e-mail, a todos os assessores das cooperativas, o boletim eletrônico Mais Informações com um *Position Paper* sobre o tema, de forma a unificar a linguagem do Sistema fazendo com que todas as cooperativas sigam a mesma linha de argumentação na distribuição de releases ou em entrevistas para a imprensa local sobre o assunto, fortalecendo a posição do Sistema.

As normas de conduta do assessorado diante da imprensa são todas estabelecidas pelo assessor de imprensa, desde a escolha de um porta-voz, como também os treinamentos de como lidar nas entrevistas, postura, vestimenta, tom de voz, com o lidar com as perguntas e técnicas dos jornalistas. O Manual apresenta as peculiaridades de cada veículo de comunicação, suas características, e como se portar nas entrevistas de cada um deles, atendendo as expectativas dos veículos, e fortalecendo a imagem da Unimed.

A Unimed possui uma Agência de Notícias, a Agência é uma área do Portal Unimed voltada para divulgação de notícias das cooperativas de todo o Sistema. O público-alvo deste espaço é a imprensa, apesar das informações disponíveis no espaço também ser úteis aos clientes, à população em geral, e aos dirigentes e técnicos das cooperativas Unimed.

Análise de exemplares de Manuais de Assessoria de Imprensa

Nome da publicação – Manual de Assessoria de Imprensa e Comunicação Empresarial da Acic

Data de Publicação: Abril de 2006

20 páginas

Contato: www.acicvel.com.br

Fone: (45)3221-14000

Tipo da publicação (online ou impressa) – O manual está disponível para download.

Especificações técnicas (número de páginas, seções e capítulos. Detalhar cada um deles).

O manual é dividido em três capítulos:

No capítulo I, um pouco de história e teoria:

O que é notícia?

O que é Assessoria de Imprensa?

Alguns termos específicos em Assessoria.

Onde anunciar.

As quatro formas de comunicação.

Os quatro níveis no ato de se comunicar.

Os quatro fluxos de comunicação.

No capítulo II, aborda Crise da Imagem:

Os seis passos do PGC.

Fortalecer a Credibilidade.

Imagem boa ajuda a vender.

Quando ir à mídia.

No capítulo III fala sobre a relação com a mídia:

Entrevistas coletivas.

Cuidados durante as coletivas.

Entrevistas para a TV.

Dicas para o bom aproveitamento do espaço.

Potencialize as entrevistas para rádios.

Produzir texto final de análise com observações a respeito dos seguintes critérios:

A - Como é tratada a notícia institucional;

B - Responsabilidades das partes envolvidas;

C - Como estão fixadas as normas de conduta do assessorado diante da imprensa;

D - Como estão fixadas as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa.

O manual trás de forma bem esclarecedora, os termos e conceitos de uma assessoria de imprensa, os produtos e serviços são colocados de forma bem sucinta, o glossário trás apenas os termos mais usados na AI. O manual também aponta dicas onde, dependendo do produto o melhor meio de comunicação que a organização deve procurar para anunciar o seu produto; como devem agir em situação de crise, além de dicas de melhor aproveitamento na mídia, a hora certa de se manifestar e qual o melhor meio a ser utilizado.

O manual tem ilustrações com exemplos em todos os capítulos.

Análise de exemplares de Manuais de Assessoria de Imprensa

Nome da publicação- Manual de Imprensa Anhaguera

Identificar Empresa, localização, razão social e atividade(s) central(s)- Anhaguera Educacional. A produção deste manual foi elaborado pela Alfapress Comunicações, criada desde 1988, tem atuação nacional e internacional.

Contatos:

Alfapress Comunicações

Rua Irmã Serafina, 863 – Campinas – SP

(19) 2136-3500 ou (19) 2136-3505

www.alfapress.com.br

Coordenação de Comunicação Anhaguera Educacional

(19) 9648-5738 ou (19) 2136-3518

anhaguera@alfapress.com.br

Especificações técnicas (número de páginas, seções e capítulos.

Detalhar cada um deles).

Especificações técnicas do manual: 24 páginas e seis capítulos.

1. Assessoria de imprensa
 - 1.1 Alfapress Comunicações
 - 1.2 Alfapress Anhaguera Educacional
2. Manual de Imprensa
 - 2.1 O que é Assessoria de Imprensa?
 - 2.2 Assessoria de Imprensa Estratégica.
 - 2.3 Porque cultivar o relacionamento com a imprensa?
 - 2.4 O que interessa para a imprensa?
 - 2.5 Como nasce uma notícia?
 - 2.6 Como a notícia pode ser divulgada?
 - 2.7 Construção da notícia.
 - 2.8 Como o cliente pode contribuir?
3. Relacionamento com a Imprensa
 - 3.1 Como melhorar o relacionamento com a imprensa.
 - 3.2 Política de Comunicação Anhaguera Educacional
 - 3.2.1 Elaboração e aprovação dos releases
 - 3.2.2 Políticas de Porta-Vozes
 - 3.2.3 Mensagens Institucionais
4. Dicas para uma entrevista
 - 4.1 Como agir em uma entrevista?
 - 4.2 Como se preparar para uma entrevista?
 - 4.3 Conduta do porta-vozes
 - 4.4 Durante a entrevista
 - 4.5 O que deve ser evitado
 - 4.6 Atenção as armadilhas dos repórteres!
 - 4.7 Entrevistas para a televisão
 - 4.8 Entrevistas para rádio.
5. Manual de Crise
 - 5.1 Situação de crise
 - 5.2 Temas que podem deflagar crise

- 5.3 Ações de comunicação
- 5.4 Plano de gerenciamento de crise
- 5.5 Como prevenir situações de crise
- 6. Glossário Jornalístico.

Produzir texto final de análise com observações a respeito dos seguintes critérios:

A - Como é tratada a notícia institucional;

B - Responsabilidades das partes envolvidas;

C - Como estão fixadas as normas de conduta do assessorado diante da imprensa;

D - Como estão fixadas as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa.

Este manual traz uma linguagem bem acessível e de fácil compreensão. Toda notícia institucional na Anhaguera é tratada por meio de um planejamento estratégico que contempla ações para divulgação das mensagens institucionais, com foco nas estratégias de crescimento da empresa, atuando na potencialização das demandas e no gerenciamento de risco. A Alfapress presta serviços de Assessoria de Imprensa para a instituição.

As dicas trazidas pelo Manual diante da postura do assessorado para a imprensa, é que sempre deve ter um olhar estratégico para a imprensa, pensando sempre o que interessa para ela, como o cliente da Anhaguera pode contribuir positivamente diante da imprensa.

As reuniões sistemáticas pode fortalecer muito o vínculo, sempre estar em contato com a assessoria para saber lidar com a imprensa, e em qualquer situação de crise o primeiro passo é sempre acionar a Assessoria de Imprensa.

Quanto a Assessoria com a imprensa, fala-se muito da importância do Deadline, sempre estar em contato com a imprensa para manter o vínculo positivo. Todos os releases são elaborados pela Assessoria de Imprensa com base nas políticas de comunicação da instituição.

O manual contém todas as dicas de como o assessorado deve se portar diante da imprensa, como dicas de entrevistas, momento certo de falar, quem falar etc. Por último o glossário, explicando os termos usados na área de comunicação.

Análise de exemplares de Manuais de Assessoria de Imprensa

Nome da publicação – GUIA PRÁTICO DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Identificar Empresa, localização, razão social e atividade(s) central(s) – O Ministério Público de São Paulo, é um órgão onde fiscaliza as Leis, defende os direitos e atua na atividade civil do estado de São Paulo.

Tipo de publicação – Oline

Especificações técnicas (número de páginas, seções e capítulos. Detalhar cada um deles).

O Guia prático de relacionamento com a imprensa, contém capa, contra-capa, folha de rosto, sumário, apresentação.

Produzir texto final de análise com observações a respeito dos seguintes critérios:

A - Como é tratada a notícia institucional;

B - Responsabilidades das partes envolvidas;

C - Como estão fixadas as normas de conduta do assessorado diante da imprensa;

D - Como estão fixadas as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa.

Elaborado pela Assessoria de Comunicação Social do Ministério Público de São Paulo, o guia visa facilitar o relacionamento entre membros do MP, com os profissionais do jornalismo.

A relação que o guia instrui, é amistosa, sem bajulação perante os profissionais, e sem seriedade e arrogância, mas sim de total respeito. As perguntas devem ser esclarecidas, com respostas, curtas, simples e objetivas. Os procuradores devem se preparar para a entrevista. Respaldados por documentos, onde possam consultar e não serem surpreendido por alguma pergunta.

Outra dica que o guia propõe, é que durante a entrevista, o jornalista tem de ser questionado pelo procurador. Indagar a intenção das perguntas é necessário, para apresentar respostas objetivas, sem rodeios que possa levar á outras interpretações.

Os termos técnicos também devem ser evitados. O guia sugere e exemplifica para o profissional, a utilizar linguagem mais simples, onde terá a compreensão de leigos e técnicos. O ambiente da entrevista é

importante. Tem de estarem confortáveis para ambas as partes. Em casos específicos, como gravação para TV, devem-se evitar ambientes externo.

É citado no guia, que antes de gravar a entrevista o Procurador pode fazer uma exposição geral do assunto, respondendo assim algumas perguntas que o repórter possa ter em mente. Ao final é necessário reforçar os pontos mais importantes, ou seja, que dizem respeito a essência da entrevista.

Além de café, água, oferecer aos jornalistas materiais escritos, como por exemplo, sinopse dos assuntos abordados, cópias de leis, de liminar e etc. Jamais disponibilizar documentos confidenciais. Em uma entrevista coletiva, a distribuição do material pode ser realizada pela assessoria de comunicação social. Falando nas coletivas, elas devem ser marcadas antes do fechamento das redações. Pois o jornalismo trabalha na questão da agilidade e do tempo curto.

As entrevistas para Televisão e Rádio têm algumas recomendações especiais. Para entrevistas em estúdios de televisão, chegar com antecedência no local. A imagem também é ressaltada. O guia traz dicas sobre o modo de se vestir, a postura do entrevistado na hora de falar, expressar antes, durante e após as gravações.

As palavras das entrevistas para o rádio devem ser pronunciadas corretamente. Evitar siglas, neologismo e palavras desconhecidas auxilia na compreensão do ouvinte.

A assessoria de comunicação social realiza uma ponte entre veículos da imprensa e o ministério público de São Paulo.

O guia ainda concede algumas definições das principais atividades do mundo jornalístico, e indica alguns livros e filmes para o seu assessorado estar atualizado e preparado para receber a Imprensa.

Análise de exemplares de Manuais de Assessoria de Imprensa

Nome da publicação – MANUAL DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Identificar Empresa, localização, razão social e atividade(s) central(s) – Ministério Público da União é uma instituição do Primeiro Setor, ou seja, do governo. Segundo site institucional, o Ministério Público da União compreende os seguintes ramos: MPF- Ministério Público Federal

MPT- Ministério Público do Trabalho

MPM- Ministério Público Militar

MPDFT- Ministério Público do Distrito Federal e Territórios

Tipo da publicação (online ou impressa) – Online

Ministério Público da União

2º Edição, ampliada.

Brasília, 2006

Especificações técnicas (número de páginas, seções e capítulos.

Detalhar cada um deles).

O Manual de Relacionamento com a Imprensa contém 30 páginas, sendo capa, contracapa, folha de rosto, nota explicativa, sumário, apresentação e as referências bibliográficas.

Produzir texto final de análise com observações a respeito dos seguintes critérios:

A - Como é tratada a notícia institucional;

B - Responsabilidades das partes envolvidas;

C - Como estão fixadas as normas de conduta do assessorado diante da imprensa;

D - Como estão fixadas as normas de conduta e relacionamento dos assessores de imprensa com a imprensa.

A organização, as atribuições e o estatuto do Ministério Público da União divergem do Ministério Público dos Estados. Enquanto o MPU é regido pela Lei Complementar nº 75/1993, o MPE rege-se pela Lei nº 8.625/1993.

De acordo ainda com o site institucional, entre as suas atividades, o Ministério Público atua como:

Defensor de ordem jurídica,: zelar pela observância e pelo cumprimento da Lei. Fiscal da Lei.

Defensor do Povo: defesa do patrimônio nacional, patrimônio público e social, patrimônio cultural, do meio ambiente, dos direitos e interesses da coletividade, especialmente das comunidades indígenas, da família, da criança, do adolescente e do idoso. Defesa dos interesses sociais e individuais indisponíveis.

O MP atua também com o controle da atividade externa policial. Os membros do MP têm liberdade de ação tanto para pedir a absolvição do réu quanto para acusá-lo.

O papel das Assessorias de Comunicação é de auxiliar os Procuradores a se manterem atualizados sobre os principais fatos que compete ao MPU. Através de uma clippagem, é selecionado as principais notícias nacionais e regionais, onde possa resultar em um gancho jornalístico. A leitura destes materiais jornalísticos, também ajuda o Procurador a compreender o interesse jornalístico nas matérias.

O Manual ressalta a importância do Ministério Público da União manter contato com a Imprensa, enquanto fonte. O MPU é uma instituição de serviço a sociedade, e tem de zelar pela transparência. É importante que a versão do MPU seja veiculada, até para evitar qualquer distorção. Mesmo em algum caso, que não houver ainda, qualquer informação a ser veiculada, é necessário que a instituição procure a imprensa. Ignora - lá pode ocasionar um efeito desastroso.

No manual, o profissionalismo de ambas as partes são colocados de uma forma respeitosa. O repórter não é tratado como um adversário. A relação com os Procuradores, é orientada de forma que fixa cordialidade, que implica simpatia e paciência. O interesse primordial é a notícia, e não há intimidade entre os profissionais.

A intenção é passar uma informação de forma clara e objetiva. O Procurador tem de estar preparado para uma entrevista. Entre as orientações que o manual ressalta que é preciso questionar o repórter, sobre o enfoque dado à matéria. Assim o Procurador poderá utilizar frases simples e exemplos que traduza o “juridiquês”, e não adotar uma tese que não corresponde a sua. Evitar comentar declarações de outros envolvidos.

Divido ao tempo e ao pouco espaço nos jornais, as matérias podem ser editadas, é necessário falar bem em todos os momentos no decorrer da entrevista.

O cuidado com a imagem também é citado. Desde as vestimentas que os Procuradores têm de estar para receber jornalistas, até a forma de se comportar para os diferentes veículos de comunicação. Para o rádio a recomendação é de utilizar uma linguagem coloquial, devido a sua abrangência para diversos público. E para a gravação em TV, é necessário que utilizem frases curtas e concisas, devido a edição afiada pelo tempo curto que o veículo possui.

Alguns jargões jornalísticos (ON, OFF, matéria exclusiva, nota em colunas, coletivas), são explicados e exemplificados para os profissionais do MPU.

O manual traça caminhos para ser utilizado nos momentos de crise. O direito de resposta é resguardado pela legislação, e pode ser através de cartas ou artigos, debatendo os argumentos colocados. Ignora a mídia neste momento não é recomendável.

A Assessoria de Comunicação é uma parceira indispensável. Ela quem realiza os contatos com a mídia, organiza as coletivas e posiciona o Procurador a falar com os veículos adequadamente. A assessoria serve como uma barreira, quando não for o momento de se posicionar com a Imprensa. Sendo assim é importante manter a assessoria informada sobre os assuntos relacionados à instituição.

O Assessor de Imprensa conhece o funcionamento das redações e possui maiores facilidades no momento de divulgação dos atos do MPU aos meios de comunicação de massa.

Referências

Site Institucional do Ministério Público da União

<http://www.mpu.gov.br/navegacao/institucional>

Manual de Relacionamento com a Imprensa

http://www.prt24.mpt.gov.br/site/includes/docs/comunicacao/institucional/manual_imprensa_2ed.pdf

APÊNDICE C
MATRIZES DA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Laís Martins Perpétuo	
Entidade observada: Congregação das Irmãs das Anciãs Desamparados – Lar São Rafael	
Data de observação: 26/07/2012 Quinta-feira	
Horário de início: 09h10	Horário de término: 11h30

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A Congregação das Irmãs das Anciãs Desamparados atua no segmento idoso desde 1872 no mundo, e no Brasil, desde 1956 onde possui cinco casas que trabalham na mesma direção.

Em Presidente Prudente, a congregação iniciou seu trabalho em 1963, inaugurada no dia 14 de Dezembro de 1963. A instituição tem por finalidade promover o bem dos idosos, visando especialmente abrigar pessoas idosas de ambos os sexos, proporcionando-lhes assistência material, moral, intelectual, social e espiritual, em condições de liberdade e dignidade, visando a preservação de sua saúde física e mental.

As atividades são desenvolvidas por profissionais como: Médicos, Enfermeiras, Auxiliares e Técnicos de enfermagem, Psicóloga, Nutricionista, Serviço Social, Terapeuta, Fisioterapia, Educação Física; e outras atividades como oficinas de música, recreação, oficina artística, passeios, oficina de beleza, oficina de artesanato e atividades comemorativas.

O Lar São Rafael atende hoje cerca de 82 idosos à partir de 60 anos e com grau de dependência I (idosos independentes, mesmo que requeiram uso de equipamentos de auto-ajuda).

Atualmente trabalham 25 funcionários na instituição que é mantida financeiramente pela congregação das irmãs que possui sua matriz na Argentina; pelo convênio Federal, Estadual, subvenção do Município, por doações e pelo dinheiro arrecadado com recursos próprios.

Está localizada na cidade de Presidente Prudente, rua Joaquim Nabuco, nº 1670, CEP: 19013-040.

Telefone: (18) 3223-2719

e-mail: larsrafael@superig.com.br

Área de abrangência

A área territorial de abrangência é municipal e regional.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Organogramas

Presidente – Madre Blanca Emma Cortes Cortes

Vice Presidente – Amélia Meires

Tesoureira – Maria Ferraz

Secretária – Maria de Jesus

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

A entidade possui 14.183.05 m² de área, dos quais 3.331.19 m² são de área construída distribuídos da seguinte forma:

Portaria 01

Capela 01

Cozinha 01

Refeitórios 03

Copa 03

Lavanderia/ Rouparia 02

Banheiros 20

Enfermaria Masculina 01

Dormitório (masculino) coletivo 08

Dormitório (feminino) individual 04

Dormitório (feminino) coletivo 06

Enfermaria feminina 01

Dispensário de medicamentos 02

Salão de jogos 01

Sala de televisão 05

Barbearia 01

Salão de beleza 01

Almoxarifado 01

Despensa 01

Sala de serviço Social 01

Sala de Psicologia 01

Sala de terapia ocupacional 02

Garagem 01

b) Quadro de funcionários

01 Assistente Social

01 Psicóloga

01 Nutricionista

01 Terapeuta Ocupacional

01 Advogada

01 Enfermeira

01 Técnico de enfermagem

05 Auxiliar de enfermagem

04 Serviços gerais

04 Auxiliar geral

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

01 Cozinheira
 01 Recepcionista
 01 Fisioterapeuta
 01 Professor de Educação Física
 01 Engenheiro do trabalho

c) **Voluntários**

A assistente social não soube me dizer o número exato de voluntários, disse ter mais de 20 pessoas que contribuem. O sistema para ser voluntário é ir até o Lar, conversar com a Assistente social e preencher um termo de voluntariado. Os dias e horários ficam a critério da pessoa, uns vão todos os dias, outros vão uma vez na semana, de acordo com possibilidade da pessoa. As atividades desenvolvidas pelos voluntários são das mais variadas, desde limpeza do pátio, dia de beleza para os idosos, cozinha, serviços gerais ou até mesmo aquelas pessoas que só vão para fazer companhia, conversar.

Também existem vários estagiários, que não recebem remuneração, apenas cumprem carga horária estabelecida pela faculdade. As áreas de estágio são Educação física, Serviço Social e Fisioterapia. Mariane, assistente social disse que a entidade é bem aberta para essa questão dos estágios e de voluntários, pois eles acreditam que pessoas para ajudar nunca é demais.

d) **Parcerias.**

O Lar São Rafael possui parceria com a Prudenco, Elcanso e com a Unoeste. Todas estas parcerias ajudam cedendo seus funcionários como motoristas, jardineiros, guardas e auxiliares de enfermagem; ou seja; quem paga os funcionários são as empresas.

e) **Público assistido-** Idosos a partir de 60 anos com grau de dependência I. O Lar São Rafael tem capacidade para atender 100 idosos.

f) **Titulação ou qualificação**

Mariane demonstrou conhecimento quando citei o termo OSCIP, procurou nos documentos para ver se encontrava algo, disse que se qualifica como Entidade.

g) **Área de atividade**

Assistência Social. Estão cadastrados nos Conselhos municipais do Idoso e da Assistência Social.

h) **Contatos.**

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Assistente Social: Mariane Meneguetti Serra Baptista

Representante legal: Madre Blanca Emma Cortes Cortes

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

O Lar São Rafael possui uma ótima equipe de profissionais nas diversas áreas, cada funcionário desenvolve suas funções com bastante profissionalismo. Pude observar isto no contato com a Assistente Social, com a Psicóloga, com a Nutricionista e com a Advogada.

O relacionamento interno me pareceu muito bom, apesar de ser uma instituição grande, demonstram respeito um pelos outros, assim também é a relação com os assistidos. Enquanto conhecia o Lar com a Mariane, ela cumprimentava os idosos e os funcionários todos pelo nome; ela trabalha há seis meses lá e se mostrou muito interessada com os assuntos do Lar, demonstrando ter bastante conhecimento da história e das ações desenvolvidas.

Organização das atividades diárias

Existe um cronograma de atividades semanais, que descreve tudo que será desenvolvido em cada dia da semana. Existe também uma grade anual, onde constam todas as datas comemorativas de cada mês, e o que será realizado em cada um deles, o dia não é estabelecido, mas já é programado mensalmente os eventos que serão realizados. Quem desenvolve estes cronogramas é a própria equipe técnica da instituição.

Para eventos maiores que requerem mais organização, os funcionários criam uma comissão organizadora que conta com a ajuda de um voluntário que tem as ideias e ajuda na organização dos eventos.

Atuação do presidente

A presidente é a Madre Blanca que mora na instituição; ela e mais três irmãs vivem lá, cada irmã cuida de um setor, elas tem uma casa onde só elas podem entrar, trabalham o dia todo na instituição, e não recebem nada. No tempo em que fiquei lá não consegui conhecer a Madre Blanca, enquanto conhecia o local com a Assistente Social, a Madre passou por nós, Mariane até tentou chama-la para me apresentar, mas ela estava tão envolvida na tarefa que estava fazendo que nem nos viu, nem consegui ver direito o que ela estava fazendo, só sei que estava realmente com a mão na massa ajudando outras funcionárias. Mariane disse que ela passa o dia todo assim, fazendo as coisas, e acaba ajudando em tudo.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Quem toma conta da parte fiscal é a Advogada, ela faz toda parte de contabilidade e prestação de contas, Mariane assistente social também acaba ajudando muito nesta parte, disse até que acaba mexendo mais com papel do que em contato com o público.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

A advogada trabalha lá há seis anos, e disse que antes disso não havia nada regulamentado lá, não existia documentos, e estava tudo sem registros, após sua entrada, ela deu início a todos os processos legais para que o Lar São Rafael ficasse regulamentado e hoje garante que tudo está registrado.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Não existe nenhuma pessoa responsável por essa área. A comunicação não é feita regularmente com a imprensa. Quando há uma comunicação é feita por parte das funcionárias mesmo.

Comportamento do Observador

O atendimento que tive no Lar São Rafael foi ótimo; a assistente social Mariane me recebeu não como uma estudante, mas sim como uma profissional, se mostrando bem interessada em me passar os dados o mais correto possível e em responder a todas as questões com precisão. Me forneceu documentos e foi bem sincera em todos os aspectos, gostei muito do profissionalismo dela. Como o Lar é uma instituição grande e constantemente recebe visitas de pessoas desconhecidas, minha presença lá quase nem foi notada, se não fosse a Mariane me apresentar a todos os funcionários nem saberiam que eu estava realizando uma observação. Todos me cumprimentaram com bastante simpatia, e em momento algum fui questionada ou olhada com desconfiança, nem a própria Mariane me questionou sobre os dados que eu estava pedindo.

Dilemas éticos

Não observei nada que desqualifique a entidade, todos os procedimentos se ajustam aos valores propostos. O Lar São Rafael é uma entidade com qualidade de serviço, estrutura e organização.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Ariane Ferreira Lima Gonçalves	
Entidade observada: Rede Feminina de Combate ao Câncer	
Data de observação: 19/10/2012	
Horário de início: 10h26	Horário de término: 12h29

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A Rede Feminina de Combate ao Câncer esta presente em todo o país, foi fundada no dia 05 de maio de 1981 em Presidente Prudente com a finalidade de estar realizando exames, preventivos e visitas para as mulheres. Em 1990 surgiu a possibilidade de estar fazendo uma casa de apoio aos pacientes, pelo então prefeito da época Constantino. Foi montada a associação Prudentina de Combate ao Câncer para estar assumindo a casa de apoio e atuar em conjunto com a Rede Feminina.

Com a capacidade de 25 leitos a entidade atende pacientes de todas as faixas etárias e ambos os sexos. Localizada na Avenida Manuel Goulart, 3261 VL Santa Helena, a entidade atende paciente de toda a região com os projetos:

CASA DIA – Pacientes em tratamento do câncer que residem na região fazem as feições diárias na instituição além de receber atendimentos assistencial, nutricional e psicológico.

CASA DE APOIO- Neste projeto os pacientes residem temporariamente durante o tratamento na entidade com hospedagem completa.

APOIO EM CASA- Pacientes recebem visitas com doações de alimentos e apoio emocional em suas próprias residências.

Área de abrangência.

Presidente Prudente e região, porém quando há necessidade a entidade atende pessoas de outros estados.

Organogramas

Presidente: Jandira Benguela Moreira

Vice-Presidente: Alexandra de Oliveira Tosta

1º Secretária: Maria Aparecida Ribeiro Rezende

2º Secretária: Ana Marlene Rocha

1º Tesoureira: Lucia Helena Grandi

2º Tesoureira: Maria Omar de Oliveira Turre

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Membros do Conselho Fiscal
Carmelita Menezes Bongiovani
Maria José Silva Martins de Salles
Adriana Aparecida da Silva Moura

Suplentes
Velba Maria de Carvalho
Djanira Crepaldi
Cleoice Cordeiro da Silva

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Sala psicóloga, assistente social, nutricionista, diretoria
Recepção
Sala de Terapia Ocupacional com banheiro
Cozinha
Refeitório
Banheiro Funcional
Varanda
Lavanderia
1 Quarto masculino com banheiro
2 Quartos femininos com banheiro
2 depósitos

b) Quadro de funcionários.

1 Assistente Social
1 Psicóloga
1 Nutricionista
1 Cozinheira

c) Voluntários

A entidade possui 25 voluntários sendo 1 para o transporte dos pacientes, 1 terapeuta que faz os trabalhos da terapia ocupacional. Os demais voluntários ajudam em todas as atividades da entidade como limpeza, organização, cozinha.

d) Parcerias.

A entidade tem parceria com algumas empresas da cidade como:
Liane Alimentos, através de doações de alimentos
Colégio JP onde realizam doações de 50 cestas básicas por semestre.
Outra empresa que faz parceria com a entidade é a Usina Alto Alegre.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

e) Público assistido

Não há limites de idade ou sexo dos pacientes atendidos na entidade. O público assistido são homens e mulheres de qualquer faixa etária. Porém a procura maior atualmente na entidade é por pacientes com a faixa etária dos 60 anos com câncer de próstata.

f) Titulação ou qualificação

A titulação da entidade é ONG (Organização Não -Governamental)

g) Área de atividade

Área de atividade é na saúde.

h) Contatos.

Assistente Social Tatiana (18)3222-0411.

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

A entidade parece ter realmente um trabalho em equipe. Quando estava realizando a observação chegaram algumas doações de alimentos, onde a própria nutricionista e assistente social foram buscar estas doações. Quando retornaram com os alimentos, todos os funcionários com a auxiliaram a descarregar as doações do carro e encaminhando até a cozinha em um trabalho de equipe.

Organização das atividades diárias

A entidade funciona como uma casa de apoio aos pacientes de segunda à sexta-feira. O cronograma é dividido em horários de café da manhã, almoço e jantar.

Atuação do presidente

Segundo a assistente social a presidente é atuante e todos os dias comparece na entidade. A vice-presidente e a demais diretoria também atuam frequentemente na instituição.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

A assistente social informou que a entidade sempre está disponível para os órgãos fiscalizadores e que geralmente ocorre no período de Janeiro à Março.

ASPECTOS REFLEXIVOS

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Comunicação

A entidade não obtém um assessor de imprensa, ou um responsável na área de comunicação. O relacionamento com a imprensa é realizado da própria assistente social ou psicóloga e isso ocorre é quando a própria imprensa os procura para fazer as matérias relacionadas ao câncer, prevenção ou mesmo Terceiro Setor. É importante ressaltar que no cadastro de pacientes da entidade já consta uma autorização de veiculação de imagens. Quando o paciente procura a entidade no momento do cadastro já lhe é questionado se caso houver alguma matéria para jornal ou televisão se ele autoriza veicular imagens de sua pessoa. Caso ele recuse esta autorização, quando acontece da imprensa visitar a entidade seu desejo é respeitado. Segundo a assistente social isso é uma forma da entidade estar facilitando o trabalho da mídia.

Comportamento do Observador

Ao relatar todo o processo da pesquisa e todas as intenções do trabalho todos os funcionários da entidade me receberam bem. Colaboraram com as informações visto que a realização deste trabalho poderá auxiliá-la no seu processo de comunicação com a imprensa futuramente.

Dilemas éticos

A entidade não se demonstrou estar fora de seus princípios e valores.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Natiely de Almeida Rallo	
Entidade observada: Serviços de Obras Sociais-SOS	
Data de observação: 10/07/12 terça-feira	
Horário de início: 12h30	Horário de término: 16h

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

Foi fundada no ano de 1969, mas não teve êxito porque não tinham o apoio do poder público e nem da sociedade em geral. Nesse período mesmo registrada legalmente, parou suas atividades por três anos, retornando ao funcionamento em 1972.

Está localizada na Rua José Tarifa Conde, n 1023, Jardim Estoril, desde o ano de 1975 até hoje, sendo a sua única sede. Atende crianças de seis à 15 anos que estejam em situação de vulnerabilidade ou risco. Trabalham com ações de caráter sócio educativo, prestando serviços de convivência e fortalecimento de vínculos e serviço de proteção básica social. As crianças permanecem no SOS em período alternado à escola e fazem refeições na entidade (café da manhã e da tarde, e almoço para a turma da manhã e da tarde). A assistente social Vanessa diz que o SOS não é uma extensão da escola no sentido formal, eles trazem uma complementação social, lúdica e de convivência em grupo.

A capacidade máxima de atendidos na entidade é de 110 crianças, mas atualmente existem em média 112 crianças que frequentam o SOS.

Como estabelecido no estatuto, a diretoria é composta apenas por voluntários que mudam de dois em dois anos. São 13 atualmente.

O quadro de funcionários é constituído por três universitários cidadãos, dois voluntários, duas estagiárias de Serviço Social, e 12 funcionários contratados.

A entidade é mantida por convênios com o Estado, com o Município (Gepac, subvenção municipal e Contrapartida- dinheiro que o município destina a entidade de acordo com a porcentagem que o Estado destina a ela), com recursos próprios, com a colaboração da Associação Filantrópica José Foz e dos sócios - contribuintes (pessoas físicas e jurídicas).

Telefone para contato: (18) 3223-5568

E mail: sos@recriaprudente.org.br

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Área de abrangência

Abrange a cidade de Presidente Prudente com ênfase nos bairros próximos a entidade, realizando um trabalho mais local.

Organogramas

Presidente Victor Alves de Almeida Veiga

1º Vice Presidente Emerson Luiz Ribas

2º Vice Presidente Roberto Fernandes Pereira

1º Secretário Júnior Antônio de Oliveira Gulim

2º Secretário Sandra Renata de Luca

1º Tesoureiro Marcel Leonardo Cerávolo

2º Tesoureiro Mário Augusto Alvarez Stersi

Conselho Fiscal

Rene Pereira Soares

Antônio Odécio Sartori

Antônio Tomasete

Conselho Fiscal Suplente

Wanderley Alves

Luiz Fernando de Almeida

Breno Luiz Erbella Casair

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Dois Banheiros femininos e um masculino

coordenação

administração

reunião

serviço social

psicologia

laboratório de informática

brinquedoteca

educação

sociais e materiais pedagógicos

oficinas

cozinha social

lavanderia

diversos

recepção

convívio social

2 refeitórios

cozinha

biblioteca

2 almoxarifados

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

esportes
quadra
salão de festa
casa

b) **Quadro de funcionários**

1 Coordenadora
1 Assistente Social
1 Psicóloga
1 Administração
1 Educador Social
1 Educador físico
1 Recreação artística
1 Nutricionista
1 Cozinheira
1 Serviços gerais
1 Monitor/recreador
1 Monitor de informática
2 Estagiárias de Serviço Social

c) **Voluntários**

1 homem- conserta coisas na entidade e busca doações

1 mulher- desenvolve oficinas lúdicas com as crianças

3 universitários cidadãos- nosso trabalho não entende isso como voluntariado, então apenas citei para fins de registro

Os voluntários são encaminhados pela Central de Voluntários em Ação (CVA) ou por iniciativa própria procuram a instituição para saber como podem ser voluntários. Na SOS os voluntários possuem dias fixos (por vontade própria) mas os horários são livres. Todo voluntário deve apresentar documentação na entidade (dado pela CVA) para serem registrados como tal.

d) **Parcerias**

Além das parcerias financeiras com Estado, Município, e sócios contribuintes, a SOS recebe ajuda da Cultura Inglesa que doa bolsas de estudo para as crianças e funcionários da entidade e do Escritório Veiga de Contabilidade que presta assessoria completa na parte contábil.

e) **Público assistido:** Crianças e adolescentes de seis à 15 anos que estejam em situação de vulnerabilidade ou risco social

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

f) Titulação ou qualificação

Quando questionei esse quesito, a assistente social disse que são uma Associação do Terceiro Setor. Ou seja, não têm conhecimento do que eles são e nem o que são esses títulos e qualificações.

g) Área de atividade

Assistência Social

São cadastrados do Conselho Municipal de Assistência e no Conselho Municipal da Criança e Adolescente

h) Contatos

Vanessa- Assistente Social

Neusa Maria Fernandes- coordenadora

Ana Paula- Psicóloga

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

O clima interno da entidade é muito bom, eles passam uma sensação de harmonia, cooperação, respeito e amizade entre os funcionários. Todos trabalham com uma expressão alegre e deixam transparecer que gostam de trabalhar com as crianças. Quando cheguei vi uma criança abraçada com a merendeira, numa relação muito próxima, maternal. Uma das meninas da entidade tem seis anos de idade, ela chama a coordenadora de vó e pula no colo dela como se fosse da família.

Os recreadores são jovens, na faixa etária dos 20 anos, as crianças respeitam e se divertem com eles, mantendo sempre o "professor" para chamá-los. A linguagem e as brincadeiras que os recreadores fazem com as crianças as deixam mais a vontade o que facilita a relação entre eles.

Os funcionários conversam bastante com as crianças, a todo momento estão com elas. Percebi que o clima é bom como é porque os funcionários suprem uma carência das crianças, eles dão atenção, ouvem, conversam de igual para igual com elas, sem distinção alguma.

E uma coisa interessante é o comportamento das crianças, eles são bem educados, não fazem birra e nem brigam entre si. Lógico que adoram uma bagunça mas sempre coordenados pelos recreadores. Quando cheguei na entidade, assim que perceberam minha presença foram sentar nos banquinhos comigo, uns seis, fazendo perguntas ao mesmo tempo e contando histórias como se já me conhecessem a tempos.

Enquanto estava lá, uma mulher chegou de mãos dadas com uma criança querendo falar com a assistente social, era horário de almoço e mesmo assim a mulher foi ouvida com toda educação e agendaram um dia com ela, sempre se colocando a disposição.

Senti que o método de trabalho deles é esse, acolhedor, igualitário, aconchegante, respeitoso e transparente, tanto é que tive acesso enquanto

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

estava sozinha a documentos da entidade, e ninguém ficou ao meu lado me fiscalizando.

Organização das atividades diárias

A entidade só possui cronograma de datas festivas internas como dia dos pais, das mães, das crianças, do índio, que são previstos no calendário, porém não há uma preparação para outras datas como passeios, etc

A assistente social diz que essa é uma falha da entidade, mas há muito serviço para fazer e essa programação acaba passando. Não há uma pessoa responsável só por isso, muitas vezes quem faz esse serviço acumula outros trabalhos.

Atuação do presidente

O presidente não tem dias e nem horários fixos para ir na entidade. Ele vai quando pode (é voluntário, e voluntários trabalham normalmente fora da instituição). Mas segundo a assistente social está sempre presente, por telefone, e-mail, sabe de tudo o que se passa na entidade. Está em seu segundo mandato. De acordo com a funcionária a comunicação com o presidente é muito boa, ele é atencioso e interessado, além de confiar nos funcionários dando carta branca para trabalharem.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Nunca tiveram problemas sérios com nenhum órgão fiscalizador. Apenas pequenos incidentes por descuido ou desconhecimento na hora de enviar documentos. As vezes algum representante aparece na entidade para fiscalizar de perto, como foi o caso da Secretaria da Fazenda, mas nunca foi encontrado nenhuma irregularidade. A entidade nunca teve que devolver dinheiro ou ficar sem um recurso como advertência por algo errado.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação.

Não existe um trabalho de comunicação na entidade, falta uma pessoa para ser responsável por essa área que é bem deficiente. O contato com a imprensa não é frequente, e quando existe é feito ou pela assistente social ou pela coordenadora. A assistente social informou que eles não estão satisfeitos com essa parte, sempre que a imprensa entre em contato ou eles procuram por ela para divulgar alguma coisa a notícia sempre sai distorcida, e a mensagem que a entidade quer que seja divulgada se perde. As matérias são sempre em tom de muita sensibilização para com a entidade, o que eles dizem não gostar, preferiam que mostrasse e reconhecesse o trabalho que realizam lá do que passarem por "coitadinhos".

Comportamento do Observador

Me senti muito bem recebida pelo SOS, entrei em contato por telefone, me apresentei e falei minhas intenções, a assistente social nem titubeou e

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

concordou que eu fosse fazer a observação na entidade o dia que eu quisesse. Ela ainda me alertou para ir esta semana, a última das crianças nesse mês antes de entrarem de férias.

Quando cheguei na entidade, a assistente social me atendeu prontamente e respondeu pacientemente todas as minhas perguntas, ficamos mais de uma hora conversando. Em seguida ela me apresentou sala por sala da entidade e os funcionários que estavam naquele momento.

Ninguém me questionou com desconfiança, pelo contrário foram bem receptivos.

A assistente social me deixou a vontade na sala dela para fazer as anotações e até me ofereceu o telefone da entidade se eu precisasse fazer ligações.

Me convidaram para tomar café da tarde com os funcionários e com as crianças. Fiquei muito satisfeita com o que vi na entidade, nesses meses de contato com as entidades do Terceiro Setor, vivenciei muita coisa, e é difícil encontrar uma instituição como o SOS, acho que aquele sim é o verdadeiro trabalho de uma sociedade civil organizada, com o sentido solidário, cidadão e assistencial que as entidades nasceram.

Dilemas éticos

Não observei nenhum, ou nada que me despertasse desconfiança, eles são bem transparentes em suas ações.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Lisandra Ap. de Lima Santos	
Entidade observada: Creche "Walter Figueiredo"	
Data de observação: 18/07/12	
Horário de início: 10h30	Horário de término: 16h00

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A Creche "Walter Figueiredo" foi fundada em 1972, hoje atende 140 crianças de zero a três anos de idade no período das 7h30 às 17h30. Oferecem a alimentação básica diária. A entidade possui 27 funcionários. Está localizada à Rua Reverendo Coriolano, nº 255 - Jd Aviação – Presidente Prudente/SP. Telefone 3223-5262/8137-1693. E-mail: walterfigueiredo@recriaprudente.org.br e fradesradelefcj@hotmail.com. A entidade é mantida por subvenção da prefeitura municipal e por promoções realizadas pela entidade.

Área de abrangência

Grande parte das crianças é dos bairros mais próximos à creche, mas as vagas são abertas para todo o município de Presidente Prudente, geralmente quando famílias procuram a creche e não há vagas, são encaminhadas ou indicadas a outras.

Organogramas.

Presidente
Vice-Presidente
Tesoureiro
Vice-Tesoureiro
3 Conselheiros Fiscais

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

A Entidade está localizada à Rua Coriolano, nº255 no Jardim Aviação (frente ao Ginásio de Esportes). A entidade possui somente o prédio onde funciona a creche. O local tem 9 salas, 8 banheiros, 1 salão grande, 1

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

pequena capela dentro da creche, e possuem também um veículo que foi financiado, e pagará até 2014. Recebe todos os dias 140 crianças das 7h30 às 17h30.

b) Quadro de funcionários

- 10 Educadores Infantis – cedidos pela prefeitura
- 06 Educadores Infantis- da própria entidade
- 01 Cozinheira- cedida pela prefeitura
- 01 Ajudante de cozinha- da própria entidade
- 01 Assistente Social que trabalha três vezes por semana – da própria entidade
- 02 Faxineiras- da própria entidade
- 05 Professoras – cedidas pela prefeitura
- 01 Orientador pedagógico- cedido pela prefeitura

c) Voluntários.

A Creche conta com 30 voluntários que se revezam quando tem atividades, como festas, bazares ou qualquer tipo de promoção organizada pela entidade. Tem um grupo de senhoras que toda terça-feira, durante a tarde elas produzem artesanatos, e esses são vendidos em uma feira no mês de setembro, e toda a renda é revertida para a creche. Para ser voluntário é só se apresentar no local e oferecer disposição, segundo a Irmã Adele, serviço não falta, e toda a ajuda é bem-vinda.

d) Parcerias.

Pessoas da comunidade em geral, que fazem doações em alimentos e algumas empresas, cujos nomes não foram citados. Segundo a Irmã é complicado, pois poderia deixar de citar alguns.

e) Público assistido

Crianças de 0 a 3 anos de idade.

f) Titulação ou qualificação

A creche possui o Título de Utilidade Pública (municipal, estadual e federal)

g) Área de atividade

A área em que creche pertence é da educação houve uma mudança há pouco tempo, antes pertencia de assistência social.

h) Contatos.

Irmã Adele Maria da Silva, coordenadora da Instituição.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

O trabalho aparentemente funciona normal, todas as funcionárias mostram-se pacientes e dedicadas às crianças. Claro que onde tem muita gente trabalhando às vezes acontece algumas conversas paralelas que logo é resolvido pela Irmã Adele, sempre muito atenta a todo o trabalho, acompanha cada atividade bem de perto. Quando se percebe que algo não vai bem, todos os funcionários são chamados à sala dela para uma conversa séria, e segundo a Irmã, na hora da contratação fica bem claro que se a pessoa estiver entrando para trabalhar apenas pelo dinheiro, estará no lugar errado.

Com o público em geral, que neste caso são os pais das crianças, o equilíbrio é fundamental, grande parte das crianças da creche são filhos de pais envolvidos com drogas, que segundo a Irmã quando eles não vão com "cara" de algum funcionário, é muito complicado, pois eles começam a perseguir, onde tem que avaliar tudo, chamar os pais e o funcionário para uma conversa, a paciência e o modo com que se dirige aos pais é fundamental para resolver a questão. A Irmã diz que é muito difícil a questão de educar, pois em casa a maioria crianças não têm referências boas. Muitas crianças chegam a creche dormindo, e quando chegam em casa, já adormecem, o convívio com a família é muito pouco, isso preocupa a Irmã, que agora durante as férias ela incentivou as famílias que tem condições e tempo a ficarem com as crianças, só estão frequentando a creche no mês de julho aquelas crianças que realmente não tem onde ficarem.

Organização das atividades diárias

Tem cronograma de todas as atividades, que é feito pela orientadora pedagógica.

Atuação do presidente

Segundo a secretária Fabiana, quando eu cheguei a creche o Presidente já havia passado por lá.

A Irmã Adele deu ótimas referências do presidente Douglas, ele é jovem, tem apenas 33 anos de idade, é estudante de medicina. Sua visita a entidade é praticamente todos os dias, tem muita garra e disposição para os trabalhos. Como diz a Irmã ele "dá o sangue pela creche".

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Segundo a Irmã, a prestação de contas é muito rígida e é feita mensalmente, esse ano apenas duas prestação teve que ser refeita, porque por questão de centavos não batia. Mas que tudo deu certo.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Não existe uma pessoa responsável pela comunicação, na verdade quando tem um evento a Irmã e o Presidente conhecem algumas pessoas na imprensa, como jornais impressos e rádios, e geralmente pedem para divulgar quando a creche realizada algum tipo evento. Também fazem panfletos que são distribuídos com a ajuda de voluntários. Quanto a comunicação interna, todos têm como referência Irmã, quando necessitam de algo. E alguns comunicados são fixados na parede do prédio.

Comportamento do Observador

Cheguei à Creche por volta das 10h30, meu primeiro contato foi pelo telefone um dia antes com a Irmã Adele que se prontificou a me receber. Fui recebida pela secretária Fabiana, pois a Irmã tinha saído. Aguardei por uns 10 minutos. A princípio a Irmã me chamou até a sua sala, onde conversamos por mais de uma hora, ela muito receptiva, uma conversa informal, onde pude tirar muitas dúvidas e entender o complexo do trabalho. Segundo a Irmã é um trabalho muito árduo, que merecem muitas orações para recarregar as energias. Depois fui convidada a conhecer o espaço físico, onde permaneci com a Irmã, depois sozinha conversando com as funcionárias. Neste dia tinha poucas crianças na creche, estava tudo tranquilo e calmo. Permaneci na Creche até as 16h00, fui convidada a almoçar e lanche com os funcionários e as crianças. Todas as perguntas foram respondidas sem nenhum questionamento, me senti super à vontade.

Dilemas éticos

Não percebi nada que possa desqualificar a entidade, pelo contrário tudo parece muito correto.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Ariane Ferreira Lima Gonçalves	
Entidade observada: Associação de apoio ao portador de câncer de Presidente Prudente	
Data de observação: 10/08/2012	
Horário de início: 08h00	Horário de término: 10h15

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A Associação de apoio ao portador de câncer de Presidente Prudente foi fundada em 14 de fevereiro de 2003 oficialmente. Mas, desde 2000 já havia um grupo de pessoas que realizava esta assistência sem registro algum.

A instituição realiza trabalhos de apoio jurídico psicológico, nutricional e assistencial aos pacientes oncológicos, tanto homens quanto mulheres possibilitando a humanização no tratamento.

A sede da Associação de apoio ao portador de câncer fica localizada na Av. Marechal Deodoro, 375. Os atendimentos ocorrem na Av. Coronel Marcondes, 2380 juntamente em parceria com a Santa Casa de Misericórdia de Presidente Prudente, onde atende pacientes de 56 municípios da região. A Associação possui ainda uma unidade móvel, onde realiza exames preventivos para a região.

A entidade conta com subvenção anual da prefeitura municipal, e é mantida por recebimentos de doações de todos os tipos. Além disso, promove campanhas como:

MC Lanche Feliz, parceria com o MC Donalds

Natal Feliz

Churrasco Fraternal

Todas as vendas dos eventos são revertidas para a associação.

Área de abrangência

Presidente Prudente e região.

Organogramas.

Presidente: José N G. dos Santos

Vice-presidente: Joel Torino

1º Secretário: Irineu Marques Rodrigues

2º Secretário: Maria da Penha B. Penteado

3º Secretário: Edson Pelágio

1º Tesoureiro: Octavio Longhi

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

2º Tesoureiro: Gildo Formagio

3º Tesoureiro: Adernilson Alves da Silva

Diretor Eventos: José Batista dos Santos

Diretor Voluntária: Maria Eulália Pires Attab

Diretor Fiscal

Antonio Grosso

Walter Mirandola

Geraldo Fernandes Néspoli Berardinelli

Diretor de Marketing :Floriano Ielo

Conselheiros

Antônio da Cunha Braga

José Gilmar Magro

José Renato Dias de Freitas

Alexandre Seabra

Altemar César Vieira

Pablo Felipe Silva

Compras

Américo Jerônimo

Lourivalter Domingos Gonçalves

Augusto Pereira Ayres Filho

Diretor Jurídico: Dr. Hélio Martinez

Diretor de Obras: Jorge Guazzi

Diretor Administrativo: José Tomazete Netto

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Escritório

Sala de telemarketing

2 Brechós

1 Estacionamento

1 Escritório da administração

1 Unidade Móvel para realizar serviços de preventivos

Atendimento

2 salas de espera

1 recepção

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

2 consultórios
 2 salas de quimioterapia
 1 sala de exame ginecológico
 1 sala de curativo
 1 consultório
 1 sala de quimioterapia pediátrica
 1 posto de enfermagem
 1 farmácia de manipulação de remédios
 1 sala de faturamento

b) Quadro de funcionários

2 motoristas
 1 psicóloga
 1 nutricionista
 1 assistente social
 6 operadoras de telemarketing
 2 motoqueiros
 1 auxiliar de serviços gerais
 5 auxiliares administrativos
 1 assistente de jornalismo
 1 cozinheira

c) Voluntários

As atividades dos voluntários é no acolhimento dos pacientes e direcionamento nas salas de atendimento que o paciente necessita. Atua também servindo as refeições, também como uma forma de trabalho psicológico dando apoio emocional aos atendidos.

Os voluntários vão de forma espontânea e passam por acompanhamento psicológico, onde passam por uma capacitação em grupo onde conhecem os regulamentos internos.

São divididos em dois grupos, um no período da manhã e outra de tarde.

2 acolhimento

4 a 5 auxiliares de cozinha

Há também voluntários no brechó.

d) Parcerias

O prédio onde ocorre os atendimentos é de uma parceria da instituição com a Santa Casa de Presidente Prudente. Os atendimentos médicos de ambulatório são realizados pelos médicos da Santa Casa. A associação entra na parte da equipe técnica, com a assistência social, psicológica. A associação oferece refeições para os pacientes .

e) Público assistido

Os pacientes não tem faixa etária, é desde prematuros até idosos, porém todos os pacientes são oncológicos.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

f) Titulação ou qualificação

Entidade Beneficiária de Assistência Social

g) Área de atividade

A área de atuação é na saúde.

h) Contatos. Nomes que vocês estarão sempre em contato.

Ynaiê (18)3355-4944

Nilce oncologia : (18)3221-4499

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

A associação trabalha em equipe, onde compõem: equipe médica encaminha para a assistência social. Conheci as salas de quimioterapia onde havia pacientes, e no refeitório o pessoal da cozinha estava preparando o almoço, e havia uma equipe de enfermeiros tomando café. Aparentemente são bem engajados e bem sintonizados todos os funcionários tanto da Santa Casa como o da Associação.

Organização das atividades diárias

As atividades começam na recepção dos pacientes e nas refeições:

08:00 hrs café da manhã

11:00 hrs almoço

14:00 hrs café da tarde.

O trabalho também continua com a assistência social, atendimento psicológico para pacientes e seus familiares.

Atuação do presidente

.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

A entidade tem um bom relacionamento com os órgãos fiscalizadores.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Devido a falta de recursos a entidade não tem contratados funcionários especializados na área. A comunicação é feita pela assistente de jornalismo Ynaiê.

Comportamento do Observador

No escritório todos estavam ocupados, quem me recebeu foi a assistente de jornalismo Ynaiê. Ela me recepcionou muito bem, me apresentou toda a instituição e me encaminhou até o local de atendimento dos pacientes. A assistente social Nilce me recebeu muito bem, e me apresentou toda a

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

estrutura da entidade. Nilce e Cenira a psicóloga foram prestativas e me auxiliaram nas questões do trabalho.

Dilemas éticos

A impressão que tive que a entidade realiza um trabalho sério, juntamente com a Santa Casa, dando total apoio aos pacientes. Alguns pacientes que estão lá a bastante tempo, devido ao tratamento, são mais íntimos com a equipe de trabalho. Indaguei alguns se gostavam do atendimento que recebiam ali, e eles confirmaram que são muito bem recebidos por todos os funcionários.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Ariane Ferreira Lima Gonçalves	
Entidade observada: Unipode- União das pessoas com deficiência	
Data de observação: 13/08/2012	
Horário de início: 08h00	Horário de término: 10h10

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

Fundada em 07 de agosto de 1994, a instituição atende pessoas com deficiência física ou com algumas síndromes.

Os usuários são atendidos com os seguintes projetos:

- Projeto Canguru- No centro ocupacional, onde passam meio período na instituição realizando atividades pedagógicas, atividades físicas, artesanais de segunda a sexta-feira.

-Projeto Águia- Um projeto de preparação para o mercado de trabalho, onde é realizado na oficina de marcenaria e artesanato nas terças e quintas-feiras. A entidade encaminha o usuário para o mercado e acompanha na empresa.

Além desses projetos a instituição realiza trabalho psicológico em grupo.

Localizada na Rua José Antonio Pereira 240, no Jardim Satélite ao lado do supermercado Assaí, a entidade possui 52 atendidos diretamente (onde são atendidos dentro da instituição) e 45 inseridos no mercado de trabalho.

A Unipode recebe recursos municipal, estadual e federal, e conta com parcerias com várias empresas, além de doações feitas pela comunidade através do telemarketing, e promoções de eventos.

Área de abrangência.

Presidente Prudente e toda a região.

Organogramas

Presidente: Lourivalter Domingos Gonçalves

Vice Presidente: José Marcos Maçon da Silva

1º secretário: Emilio Donizete Corral Gonçalves

2º Secretário: Rodrigo Presente

1º Tesoureiro: Orlando Peracelli

2º Tesoureiro: Ricardo Rocha Bianchui

Conselho Fical

Jaime Bernardes

Douglas Kato

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Plínio Martins Garcia

Suplentes do conselho fiscal
Ighor Alexander Zamuner Spir
José Roberto Noma Boigues
Gilson Gomes da Silva

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Escritório:

- 1 Sala de telemarketing
- 1 Arquivo
- 1 Banheiro
- 1 Sala da diretoria/ serviço social
- Recepção

Estacionamento

Bloco de atendimento:

- 1 Quadra coberta
- 1 Porão
- 1 Banheiro masculino
- 1 Banheiro feminino
- 1 Sala de educação social
- 1 Laboratório de informática
- 1 Sala pedagógica
- 1 Brinquedoteca/ sala de TV
- 1 Sala de psicologia
- 1 Refeitório
- 1 Cozinha
- 1 Dispensa seca
- 1 Dispensa de freezer
- 1 Área de serviço

- 1 Oficina de marcenaria
- 1 Banheiro
- 1 Sala de artesanato
- 1 Capela em construção
- 1 Bloco administrativo em construção
- 4 Salas de depósitos

b) Quadro de funcionários

- 1 Psicólogo
- 1 Psicólogo
- 1 Assistente social

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

1 Nutricionista
 1 Pedagoga
 1 Educadora física
 1 Monitor de educação
 2 Motoristas
 1 Mensageiro
 1 Operadora de telemarketing
 1 Assistente administrativo
 1 Cozinheira
 1 Auxiliar de serviços gerais.

1 Instrutor líder
 (este funcionário é contratado por outra empresa, mas presta serviço na entidade).

c) Voluntários

Os voluntários realizam uma ficha cadastral na entidade.

1 Professor de Karate
 2 auxiliares de cozinha
 2 Professor de capoeira
 2 auxiliares de sala de aula
 2 voluntários da CEASGESP (onde ajudam na separação dos alimentos doados pela CEASGESP). Nos eventos a entidade conta mais voluntários.

d) Parcerias

Além das parcerias municipal, estadual e federal, parcerias firmadas com as empresas de Presidente Prudente.

e) Público assistido

Usuários acima de dezoito anos com deficiência física (auditiva, visual, motora) e com alguma síndromes.

f) Titulação ou qualificação

Organização Não Governamental (ONG)

g) Área de atividade

Área da atividade da entidade é de assistência social.

Contatos. Nomes que vocês estarão sempre em contato.

Patricia –assistente social
 Celia- psicóloga (18)9722-8117
 Site: unipodepp.blogspot.com.br
 Telefone: (18)2104-6270

Descrição de sujeitos:

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

Logo em que chegou a psicóloga antes de ir para sua sala, passou no refeitório onde estavam os usuários tomando café da manhã, e foi recebida calorosamente por todos. Aparentemente o trabalho da equipe é de união e interação.

Organização das atividades diárias (ver se existe um cronograma de atividades, quem produz e quem organiza)

A entidade tem um cronograma com os principais eventos:

Feijoada beneficente
Galinhada beneficente
Churrasco beneficente

Atuação do presidente

O Presidente toma conta de todos os aspectos da entidade. O vice-presidente é responsável pela parte do telemarketing, além do financeiro. Ambos eles participam frequentemente na entidade com horários alternados.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

A entidade tem um bom relacionamento com os órgãos fiscalizadores.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Geralmente quem faz a comunicação externa é a diretoria. A psicóloga Célia é quem cuida do blog. A comunicação interna é realizada pelo auxiliar administrativo, através de mural, na secretaria e reuniões de equipe. Algumas agências de publicidade auxiliam a entidade na divulgação dos eventos, além dos estudantes da Facopp.

Comportamento do Observador

Fui bem recebida pela psicóloga Célia, que se demonstrou bem prestativa com o trabalho me apresentando a entidade e já adiantando algumas questões do trabalho. Quando a assistente social chegou foi me encontrar e assim como a psicóloga foi me relatando sobre a estrutura da entidade.

Dilemas éticos

Aparentemente entidade realiza um bom trabalho com seus usuários. O espaço em que eles tem é bem grande, e esta passando por algumas reformas. Acredito que tudo seja para o melhor funcionamento para as pessoas que a necessitam.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Ariane Ferreira Lima Gonçalves	
Entidade observada: Associação Filantrópica de proteção aos cegos	
Data de observação: 14/08/2012	
Horário de início: 10h30	Horário de término: 11h45

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A Associação de proteção aos cegos é uma instituição assistencialista que obtém projetos de atendimento social, psicológico e pedagógico. Fundada em 09 de abril de 1939, a entidade é mantenedora da escola de educação especial para deficientes visuais. Nos primeiros anos, a princípio, era realizado trabalhos assistencialistas, onde os assistidos aprendiam a confeccionar produtos para a venda. Com o passar do tempo houve uma necessidade de criar um projeto de educação pedagógica através de atividades como: o braille, soroban, orientação em mobilidade, estimulação visual precoce e etc.

Em 2002 foi oficializada a escola de ensino fundamental para deficientes visuais, ampliando assim o número de alunos, funcionários e conseqüentemente os convênios estaduais, municipais e federais. Atualmente a entidade tem 100 alunos de todas as faixas etárias e sexualidade, onde se matem através dos recursos de convênios com a prefeitura municipal, secretaria de educação do estado, com a secretaria de assistência social e através de doações, promoções e sócios contribuintes. Localizada na Rua Thomaz Matheus, nº500 JD Itapura I, há 73 anos a instituição realiza um trabalho de inclusão, e atende na busca de todas as condições para que o deficiente visual tenha uma vida independente.

Área de abrangência

A entidade abrange Presidente Prudente e região.

Organogramas.

Presidente: Rubens Rena Rodrigues
 1º Vice presidente: Helder Miguel Ferreira
 2º Vice presidente: José Gasques
 Secretário: Nivaldo Glácomo Grigolli
 2º Secretário: Caio Delorenzo Barreto
 Tesoureiro: Roberto Willians Gonçalves

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

2º Tesoureiro: Julio Pagnosi Júnior
 Diretor de Patrimônio: Rodnei Rena Rodrigues
 2º Diretor de Patrimônio: Ângelo José Correia Frasca
 Diretor Técnico educacional: Luiz Henrique Lima Fernandes
 2º Diretor Técnico educacional: Henrique Issa Artoni Ebaid
 Diretor de promoção: Sérgio Antonio Rocha
 2º Diretor de promoção: Roni Terin Kawaro

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Recepção
 sala secretaria
 sala da diretora da escola
 sala do serviço social
 sala da psicóloga
 sala da coordenação pedagógica
 sala de informática
 3 salas de aula
 2 banheiros
 Cozinha
 Refeitório

b) Quadro de funcionários

1 Diretora da escola
 1 Coordenadora pedagógica
 1 Assistente social
 1 Psicóloga
 1 Professor de educação física
 1 Professora de informática
 1 Professora de educação artística
 1 Secretária
 1 Cozinheira
 2 Serviços Gerais
 4 Pedagogos
 3 Funcionários cedidos que prestam serviço na entidade sendo:
 1 Atendente
 1 Fisioterapeuta
 1 Auxiliar de cozinha

c) Voluntários

Os voluntários se cadastraram na entidade por livre e espontânea vontade.
 1 Professor de música
 1 Professora de dança
 1 Professor de massagem
 2 Auxiliares de cozinha

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

d) Parcerias

Além de parceria financeira com subvenção municipal, e convênios estadual e federal a entidade conta com os sócios contribuintes, que ajudam mensalmente sem valor estipulado. Algumas empresas de Presidente Prudente como a Unimed, e as faculdade da cidade também apoiam a entidade.

e) Público assistido

A instituição atende pessoas de qualquer sexo e faixa etárias que são diagnosticadas com deficiência visual. Por exemplo, algumas crianças, ainda na maternidade são diagnosticadas com a deficiência através do teste do olhinho, são encaminhadas pelos médicos a se cadastrarem na entidade. Algumas escolas que também detecta o problema em algum aluno, encaminha para a entidade. Ou um adolescente ou um adulto, deficiente visual chega até a entidade espontaneamente para conhecer o trabalho. Ambas as situações o trabalho começa do zero, através da assistência social (com visitas domiciliares), alfabetização e psicológico. Todos os trabalhos são voltados para a questão familiar, a questão pessoal e social do aluno.

f) Titulação ou qualificação

A instituição é uma Organização Não Governamental (ONG)

g) Área de atividade

A área de atividade é na educação e assistência social

h) Contatos

Luciane Nascimento da Silva – assistente social
(18)3223-2511

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

A equipe aparentemente parece trabalhar integralmente. Durante a observação, havia alguns alunos nos corredores, onde se preparavam para o almoço e toda a equipe parecia obter uma relação bem íntima com eles. Alguns pais também chegavam ao local para trazer seus filhos para as aulas. Observei que também havia alguns ônibus de outras cidades buscando os alunos. Há uma grande interação entre funcionários e alunos.

Organização das atividades diárias

As atividades em geral começam após o café da manhã. A instituição oferece também almoço e café da tarde para todos os alunos. As atividades são divididas por turmas e depende do perfil do aluno.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Atuação do presidente

Segundo a assistente social o presidente atua com frequência na entidade.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

A assistente social disse que todos os procedimentos na documentação, fiscalização, estão dentro da legalidade.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

A comunicação é realizada através do site e e-mail, onde os próprios funcionários atualizam quando necessário. Não possui nenhum responsável específico para atuar nesta área, tanto jornalista quanto publicitário.

Comportamento do Observador

Quando fui pessoalmente à entidade para ainda marcar a visita. Fui indagada sobre o motivo do trabalho. Após apresentar minhas intenções marquei um horário para conversar com a assistente social. Fui bem recepcionada por ela que contribui relatando a história da entidade e assim respondendo todas as perguntas necessárias. A instituição, está organizando um curso de braille onde me convidou para participar do evento.

Dilemas éticos

Aparentemente não há nenhuma atividade idônea. Parece realizar um trabalho consistente, auxiliando os deficientes visuais a terem uma vida mais independente.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Lisandra Ap. de Lima Santos	
Entidade observada: Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal de Presidente Prudente e Região	
Data de observação: 31/07/2012	
Horário de início: 13h30	Horário de término: 17h00

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade.

A Afipp é uma associação civil, de fins não econômicos, criada a partir da sensibilização e mobilização de pais, pacientes e profissionais liberais. A instituição presta atendimento na área de serviço social, fonoaudiologia, psicologia, psicopedagogia, fisioterapia, ortodontia e odontologia a portadores de fissura labio-palatal de todas as faixas etárias. A instituição tem 12 anos de funcionamento, atende hoje 167 usuários e possuem três funcionários remunerados.

A entidade está localizada a Rua Elizeu Prestes Cesar, 15 – Bosque em Presidente Prudente, telefone 3223-5770, e-mail: afipp@recriaprudente.org.br. A Afipp possui subvenção municipal e também o recurso do Gepac, além da contribuição de cinco empresas de Presidente Prudente e de 150 colaboradores mensais.

Área de abrangência.

A Afipp atende Presidente Prudente e região.

Organogramas.

Presidente
 Vice-Presidente
 Tesoureiro
 Vice-Tesoureiro
 Secretário
 2 Secretário
 3 Conselheiros Fiscais
 3 Suplentes

Aspectos gerais:

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

a) Estrutura física

A Afipp está localizada em Presidente Prudente, a casa onde está instalada a entidade é alugada, possuem um terreno onde pretende construir a sede da instituição, inclusive a planta já está pronta.

A sede da entidade possui 2 salas grandes, 1 sala da assistente social, 1 sala psicóloga, 1 sala da fonoaudióloga, 1 cozinha, 2 banheiros e uma garagem.

b) Quadro de funcionários

1 Assistente Social
1 Fonoaudióloga
1 Auxiliar Administrativo
3 Psicólogas que são voluntárias

c) Voluntários.

A entidade conta com três psicólogas voluntárias, dentistas, ortodontistas e otorrinos que atendem os assistidos em seus próprios consultórios. Para se tornar um voluntário é preciso preencher uma ficha e tiver disponíveis quatro horas por dia.

d) Parcerias.

A Afipp conta com a parceria de cinco empresas de Presidente Prudente, e também com a colaboração de 150 pessoas físicas que contribuem financeiramente, além dos profissionais como psicólogos, dentistas, ortodontistas e otorrinos, que contribuem com a prestação de serviço.

e) Público assistido

Portadores de Fissura Labio- Palatal de todas as faixas etárias.

f) Titulação ou qualificação

A Afipp tem Utilidade Pública, municipal, estadual e federal.

g) Área de atividade

A área de atividade é saúde.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

h) Contatos.

Maria Inez (Assistente Social) e Mariele (Auxiliar administrativo)

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários –

O trabalho me pareceu muito tranquilo, o ambiente é calmo, todos conversam com muita paciência, percebi um bom entrosamento entre os funcionários, a pessoa que todos se dirigem é a Assistente Social (Maria Inez). A assistente social geralmente atende as famílias dos assistidos, faz visitas se necessário também. Quanto às psicólogas elas se dividem para o atendimento durante a semana, enquanto a fonoaudióloga atende duas vezes por semana, o atendimento é individual.

Organização das atividades diárias

A Afipp tem um cronograma, com horários de todos os atendimentos e atividades da entidade. Ele é feito pela Assistente Social, com a ajuda da auxiliar administrativa.

Atuação do presidente

Segundo a Assistente Social o presidente é bem presente, comparece três vezes por semana na entidade, esta por dentro e participa de todas as atividades também.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

A Afipp nunca encontrou problemas nas prestações de contas, segundo a assistente social é ela mesma que sempre está atenta aos prazos e documentações.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação.

A Afipp não tem ninguém trabalhando somente para a comunicação externa, uma porque não tem essa verba para pagar um profissional, segundo a assistente social quando tem algum evento, ela conta a ajuda de uma jornalista, filha do tesoureiro da entidade para escrever e enviar para a imprensa, mas que também nem sempre ela está disponível. Quanto a comunicação interna são realizadas reuniões sempre que julgarem necessário. Não tem nenhuma agência de publicidade.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Comportamento do Observador –

Todos os meus contatos com a Afipp, mesmo durante a assessoria, sempre fui muito bem-vinda pela assistente social e também qualquer dado que eu precisasse a auxiliar administrativa estava sempre disposta em colaborar. Quando marquei para fazer a observação, a data que eu solicitei foi aceita, o horário marcado foi no período que a assistente social estava presente na entidade. Em nenhum momento fui questionada porque de tantas perguntas, foram todas respondidas. A auxiliar administrativa me mostrou toda a instituição, conversei por quase duas horas com a assistente social e depois fiquei a vontade para fazer a observação.

Dilemas éticos –

Não percebi nada que possa desqualificar a entidade.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Lisandra Ap. de Lima Santos	
Entidade observada: Associação Prudentina de Apoio a Aids - APPA	
Data de observação: 19/07/2012	
Horário de início: 08h30	Horário de término: 15h00

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade.

A APPA foi fundada em 1999, é uma entidade que auxilia homens e mulheres portadores do vírus HIV, com apoio psicológico, onde são realizadas palestras de prevenção, conscientização, DSTA e distribuição de preservativos. De assistência social, onde mensalmente são repassadas uma cesta básica e a cada quinze dias é distribuídos um sacolões de verduras, fazem doações de roupas. Realizam oficinas de artesanato, aulas de informática e teatro. Hoje são atendidos 70 pessoas, mas frequentam da maneira correta 56. A entidade mantém 4 funcionários. Está localizada a Av Manoel Goulart, nº 3261 – Jd das Rosas. O telefone é o 3221- 5942.

E-mail: appaprudente@ibest.com.br

A entidade é mantida com subvenção municipal, com a verba que é recebida do Gepac, com doações de cestas básicas doadas pelo fundo social e com doações de pessoas físicas e jurídicas, e das promoções que a entidade promove.

Área de abrangência.

A entidade atende Presidente Prudente e região. Mas no momento tem apenas duas pessoas que não é de Presidente Prudente.

Organogramas.

Presidente
 Vice- Presidente
 Secretário
 2º Secretário
 Tesoureiro
 2º Tesoureiro

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

3 Conselheiros Fiscais

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

A entidade está localizada a Av Manoel Goulart, nº 3261 – Jd das Rosas (próximo ao Prudenshopping). O prédio onde está instalada a entidade pertence a prefeitura municipal. Possuem um veículo que foi uma doação da prefeitura. No local são realizadas as reuniões que acontecem duas vezes por mês, toda quinta-feira que o dia da distribuição do sacolão, os atendidos tem que participar pelo menos de uma por mês, caso contrário são desligadas do projeto. As aulas de informática são abertas para toda a comunidade. Também são realizadas oficina de pintura emborrachada que é ministrada pela presidente da entidade. As aulas de teatro são voltadas para as crianças, que é mantida com a verba do Gepac.

b) Quadro de funcionários.

A entidade tem 1 secretário, 1 assistente social, 1 psicóloga e uma faxineira.

c) Voluntários.

Hoje a entidade conta com 20 voluntários ativos, que ajudam na organização da entidade, como limpeza, divisão das verduras quando chega do Ceasa, buscam com o carro da entidade toda quinta-feira as verduras, se revezam entre si. Conta também com a ajuda dos menores infratores que cumpre pena, prestando serviços à comunidade. Tem também estagiários de assistente social, e na próxima semana terá de psicologia. Para ser voluntário basta procurar a entidade, e ter um comportamento muito discreto, não pode sair comentando quem frequenta a entidade.

d) Parcerias.

A entidade conta com alguns parceiros fixos como a Massonaria, Liane, Ceasa, Regina Festa e Ultragás que faz a doação de 4 botijões de gás mensalmente, onde um fica na entidade e os outros são doados para as famílias.

e) Público assistido

70 Homens e mulheres sem faixa etária, portadores do vírus HIV.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

f) Titulação ou qualificação

A entidade possui o título de Utilidade Pública.

g) Área de atividade

A área de atividade é Assistência Social e Saúde.

h) Contatos.

Renato Alexandre da Silva (Secretário da entidade) e Ana Maria Angélica Sepúlveda (Presidente).

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

O trabalho em equipe flui positivamente, mesmo quando alguns não estão presentes na entidade, percebi que estão sempre se comunicando por telefone, atentos as atividades rotineiras da entidade.

O que ficou claro é quanto ao organograma não funcionar muito bem, o vice-presidente é meio de fachada, segundo o Renato, ele não aparece quando precisa, toda a responsabilidade está nas "costas" da Maria Angélica, presidente, que pelo que percebi, está disposta a fechar a entidade se essa diretoria não mudar.

Em relação ao público externo, todos foram recebidos bem, com harmonia, conversam sobre os problemas que cada um enfrenta, trocam conselhos entre si, é um trabalho de muito equilíbrio. O que se percebe é que falta de alguma maneira um incentivo maior no sentido de oferecer alguma atividade que traga renda a essas pessoas, com certeza a participação seria maior. Não apenas de doações, mas algo que estimulasse e motivasse essas pessoas, prá que elas não se acomodassem.

Organização das atividades diárias

Existe um cronograma, que por sinal bem feito, com datas, horários e responsáveis, a responsabilidade de fazer todo mês é do secretário.

Atuação do presidente

A presidente vem à entidade todos os dias, mas não fica período integral. Ela mesma realiza algumas palestras e oficinas. A entidade segundo o secretário só está funcionando pelo empenho da presidente.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Todas as prestações de contas são feitas corretamente, e até o momento não tiveram problemas.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Quanto a comunicação, não têm um responsável, geralmente quando a entidade faz um evento a própria presidente que procura a imprensa para que divulguem. Quando se trata de um evento que já está o calendário, como por exemplo, campanhas grandes a própria imprensa entra em contato.

Comportamento do Observador

Meu primeiro contato com a entidade foi por telefone, fui bem recebida na quinta-feira pela manhã, onde se concentrava a entrega do sacolão, tinha bastante gente reunida. A princípio conversei com o secretário Renato, sempre muito disposto e que a Presidente colocou a minha disposição. Conheci todo o espaço da instituição. Durante as horas que permaneci por lá, o que eu notei é que as pessoas te olham meio desconfiadas, mas depois conversei com algumas pessoas informalmente, bate papo, onde elas se sentem mais seguras. Falaram muito do preconceito que sofrem e da importância que a entidade tem nas suas vidas. Até o porteiro na hora que foi entregar correspondências perguntou ao Renato, se aquelas pessoas todas eram contaminadas, essas atitudes segundo as pessoas são normais.

O que eu pude perceber, por exemplo, são disponibilizados doze computadores para as aulas de informática, e durante a aula que eu presenciei tinha apenas duas pessoas, que no meu ponto de vista é um desperdício. Durante todo o tempo que permaneci na entidade, não fui questionada de forma alguma, pelo contrário falaram de coisas que eu nem cheguei a perguntar, muito prestativos.

Dilemas éticos

Não percebi nada de ilegal, que possa desqualificar a entidade.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Lisandra Ap. de Lima Santos	
Entidade observada: Associação de Peregrinação do Rosário	
Data de observação: 06/08/2012	
Horário de início: 13h00	Horário de término: 17h00

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade.

Trabalha com crianças e idosos com deficiência física e também crianças com algum problema escolar e familiar.

A entidades tem um projeto "O Projeto Criando Asas" que é desenvolvido por psicólogos e educadores sociais, que tem por objetivo a estimulação lúdica e é destinado a crianças e jovens de 0 à 18 anos, este projeto é realizado em parceria com mais duas instituições.

A entidade foi fundada em 1988 e atende hoje 120 pessoas. A Associação está localizada na Avenida Juscelino Kubitschek, 3780 – Jd Maracanã, o telefone é o 3907-2961, e-mail: Luciana.sawada@hotmail.com, sua página no facebook é Do Rosário.

Hoje a entidades é mantida por subvenções municipais, estaduais e federais

Área de abrangência.

Presidente Prudente.

Organogramas.

Presidente
 Vice-presidente
 Tesoureiro
 2º tesoureiro
 Secretário
 2º secretário
 Hoteleiro
 Representante dos hospitaleiros
 Representante das hospitaleiras

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Representante dos doentes e portadores de doença
Relações Públicas
Representante do Departamento de saúde
Assessor jurídico

3 Conselheiros Fiscais
3 Suplentes

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

O espaço onde a entidade está instalada é cedido pelo Lar dos Meninos de Presidente Prudente.

No local tem uma capela, onde é realizada missa uma vez por semana.

No prédio tem sala da fonoaudióloga, psicóloga e uma sala ampla de fisioterapia, a secretária, sala de reunião, sala do artesanato e uma área grande.

b) Quadro de funcionários

1 coordenadora e educadora social
1 psicóloga
1 fonoaudióloga
1 fisioterapeuta
1 condutora de veículo
1 assistente social
1 guarda- mirim

c) Voluntários.

Tem quatro voluntários cumpridores de pena, 1 professora de coral, 1 professora de artesanato, 1 cabeleleira e outros que vão ajudar de vez em quando.

Para ser voluntário basta procurar a instituição e ter o tempo disponível dentro da lei do voluntariado.

d) Parcerias.

Padarias do município que doam pães para a entidade.

e) Público assistido

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Crianças e adultos portadores de deficiência física, crianças e jovens com problemas escolar e familiar.

f) Titulação ou qualificação

A entidade possui o título de Utilidade Pública.

g) Área de atividade

A área de atuação é de Assistência Social.

h) Contatos

Luciana Takeda Sawada (coordenadora e psicóloga) e Valdenice Oliveira Honorato (presidente)

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

O trabalho da equipe é bem dividido, há uma participação e dedicação por parte de todos que estava na entidade, um engajamento e comprometimento segundo a coordenadora é bem positivo. Toda semana a equipe realiza a reunião semanal para discutirem sobre as atividades da associação e também de cada assistido. A atenção quanto ao público em geral é nítida enquanto pude acompanhar os trabalhos, são tratados com muito carinho, até acredito por ser um público que requer uma atenção maior.

Organização das atividades diárias

Eles possuem um cronograma que é feito toda semana durante a reunião.

Atuação do presidente

A presidente a Sra. Valdenice está na entidade todos os dias, sua atuação é bem forte, realiza de tudo na entidade, até fazer a limpeza quando necessário. Durante o tempo que permaneci ela ia a cada assistido conversar, olhar os trabalhos manuais que estava sendo feito, corre atrás de parceiros e como a coordenadora deixou bem claro a instituição pode sempre contar com ela.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

A entidade nunca teve esse tipo de problema, geralmente os escritórios sanam todas as dúvidas quando existe.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

A Associação não tem ninguém que realiza esse trabalho em específico em relação à comunicação externa, faz parte da diretoria o cargo de relações públicas que segundo a coordenadora a pelo menos um ano que o responsável não toma nota de nada na entidade, quando tem algum evento, eles se organizam e divulgam no popular boca a boca, e conta com os voluntários e funcionários para venderem os convites em caso de chá bingo por exemplo. Segundo a presidente faz muita falta na entidade uma pessoa que cuide da comunicação, até mesmo para fazer a instituição conhecida. Em questão da comunicação interna, é feita através de reuniões toda semana, onde todos podem expor dúvidas, dar contribuições etc. Também não existe nenhuma agência de publicidade, quando é feito convites, cartazes ou panfletos, as funcionárias que produzem manualmente.

Comportamento do Observador

Desde o contato que eu tinha com a coordenadora Luciana, sempre se mostrou muito interessada no projeto, sempre passou o cronograma das atividades. Na verdade a Associação não estava na lista das entidades a ser observada, mas como surgem imprevistos, prontamente eu pensei na Associação. Liguei para a Luciana na segunda-feira pela manhã, para marcar a visita durante a semana, ela quis marcar no mesmo dia a tarde. Cheguei à entidade às 13h00, esperei por uns dez minutos ela voltar do almoço. Conversei com a Luciana e Valdenice a presidente, durante uma hora mais ou menos, onde pude tirar todas as dúvidas, o que mais foi mencionado era a questão da importância de alguém que cuide da comunicação da entidade, inclusive até me convidaram a me candidatar ao cargo de relações públicas, pois ano que vem terá uma nova eleição para a diretoria. Segundo a presidente, todos estão com muitas atividades, e acaba passando em branco quando o assunto é divulgação.

Depois me mostraram toda a associação, a fonoaudióloga estava atendendo, a fisioterapeuta também, estava tendo aula de pintura em tela e bordado. Logo em seguida a Luciana foi atender e eu fiquei por conta de conhecer aquelas pessoas.

Em nenhum momento fui questionada, pelo contrário me pediram para não se esquecer da entidade, e até divulgar um grande evento que terá no mês que vem. Minha observação terminou às 17h00.

Dilemas éticos

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Não observei nada que possa desqualificar a entidade como idônea.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Laís Martins Perpétuo	
Entidade observada: Associação de Apoio ao Paciente Renal Crônico – CARIM	
Data de observação: 16/10/2012 terça-feira	
Horário de início: 15h30	Horário de término: 16h15

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade.

A Associação de Apoio ao Paciente Renal Crônico – CARIM é uma organização não governamental sem fins lucrativos, que atende pessoas portadoras de insuficiência renal crônica, transplantados e seus familiares, e tem como objetivo, propiciar ações de apoio à pessoa portadora de insuficiência renal crônica, como forma de amenizar as debilidades e problemáticas agravadas e/ou provocadas pela doença, possibilitando aos mesmos a melhoria da qualidade de vida.

A Associação tem por finalidade:

- Prestar apoio à pessoa portadora de insuficiência renal crônica, às transplantadas, bem como aos familiares destes, por meio de estratégias de atenção às suas dificuldades e limitações, com vistas à melhoria da qualidade de vida e a inclusão social.
- Prestar assistência social, psicológica e material ao paciente renal crônico e sua família, dentro das possibilidades do CARIM.
- Informar, orientar e esclarecer a população em geral, sobre a insuficiência renal crônica.
- Estimular, por meio de campanhas, a doação de órgãos.

A organização iniciou seus trabalhos desde 1998, ainda sem constituição formal com a participação de poucos voluntários, que se dividiam na execução das ações. Anterior ao seu registro em cartório, que só ocorreu em 15 de abril de 2004, um grupo de voluntárias do CARIM, deram início a um trabalho de visitas aos centros de hemodiálise atividade realizada ainda hoje, com o objetivo de promover a auto-estima, a motivação e a autoconfiança dos pacientes, enquanto estes realizavam a hemodiálise.

Atualmente o CARIM atende 35 pacientes, tem a participação de 10 voluntários permanentes, 20 voluntários eventuais, três estagiários e uma assistente social, única contratada.

O CARIM é mantido financeiramente através de uma Subvenção Municipal anual no valor de R\$ 10.000,00, do convênio com a Secretária da

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Saúde e por eventos realizados pela Associação como: bazares, campanhas, promoções para arrecadar fundos.

Fica localizada na Avenida Onze de Maio, 2501 no Jardim Marupira em Presidente Prudente.

Fone: (18) 3917-3684

e-mail: carimprudente@yahoo.com.br

Site: www.carimprudente.com.br

Área de abrangência.

Presidente Prudente e alguns casos da Região

Organogramas.

Marcos Antônio Salvato – Presidente

Dirce Clelis Luiz – 1ª secretária

Rosimeire Aparecida B. De Oliveira – 2ª secretária

Martinho Sergio Krasucki – 1º Tesoureiro

Rita de Cássia P. Krasucki – 2ª Tesoureira

Cecília Célia Krasucki – Conselho Fiscal

Amélia Galindo Ortega – Suplente Fiscal

Sumaia Cristina Z. Z. Pereira - Fundadora

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

O CARIM não possui sede própria, eles utilizam uma sala, cedida pelo CIESP (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo), na Avenida Onze de Maio, nº 2501 – Jardim Marupira, onde são realizados os atendimentos sociais, plantões, encaminhamentos, entrega de cestas básicas, atividades burocráticas, dentre outros.

b) Quadro de funcionários

1 assistente social

c) Voluntários.

O CARIM conta com a ajuda de 10 voluntários permanentes, que são aqueles que fazem parte da diretoria e que estão constantemente envolvidos, direta ou indiretamente, no atendimento dos usuários ou nas promoções realizadas. Cerca de 20 voluntários eventuais, que são aqueles que prestam apoio eventualmente, e três estagiários de serviço social que auxiliam no atendimento aos pacientes. Para se tornar um voluntário, o interessado deve digir-se até a Associação, realizar um cadastro, onde será feito uma análise do perfil do voluntário, através de capacitação para verificar onde ele melhor se encaixa e de que forma pode ajudar.

d) Parcerias.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Secretaria da Saúde, Afresp, Açucar Alto Alegre que faz doações para cesta básica e pessoas da sociedade civil em geral.

e) Público assistido

Pacientes maiores de 18 anos

f) Titulação ou qualificação

Associação

g) Área de atividade

Estão cadastrados atualmente no Conselho Municipal da Saúde

h) Contatos.

Wélida – Assistente Social

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

Como o Carim possui apenas uma funcionária, posso ressaltar que a mesma se mostrou muito interada com os assuntos da Associação, mas muito mais que isso, mostrou o quanto gosta de atuar nesta entidade, e a vontade de que o Carim possa crescer cada vez mais.

Organização das atividades diárias

A organização das atividades é realizada pela diretoria, são realizadas reuniões onde são discutidas as idéias, projetos e necessidades. Esta reunião é feita de acordo com a necessidade, mas procuram fazer-la no mínimo uma vez por mês para discutir as ações.

Atuação do presidente

O atual presidente Marcos Antônio Salvato já foi um paciente, e conhece bem as necessidades dos assistidos, sua frequência na Associação e projetos do Carim é atuante.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Segundo a Assistente Social, a relação com os órgãos fiscalizadores como Ministério Público, Tribunal de Contas e Conselhos nunca ocorreu problemas, nem nunca precisaram devolver alguma verba por irregularidades.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

A comunicação é realizada de forma voluntária por ex-alunas da Facopp, hoje formadas em jornalismo, que realizaram a implantação da Assessoria de Imprensa no CARIM como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). As jornalistas continuam realizando este trabalho na Associação, porém, agora com menos intensidade e a distância, visto que agora cada uma possui outras atividades. Mas o trabalho foi mantido e sempre que há eventos, elas produzem releases e fazem o contato com a imprensa.

Comportamento do Observador

Desde os primeiros contatos com a Assistente Social Wélida, ela se mostrou prestativa, demonstrando entendimento e conhecimento da importância do trabalho que estávamos realizando junto a Feapp, acredito que isso seja fruto do trabalho realizado anteriormente pelas ex-alunas. Sempre passou todas as informações necessárias, sem questionar o trabalho, nem desconfiar.

Me forneceu documentos importantes, sempre na tentativa de melhor atender as questões. Me senti muito confortável para realizar todas as perguntas e fui muito bem recepcionada.

Wélida ainda se colocou a disposição caso precisasse de mais alguma informação.

Dilemas éticos

Apesar da subvenção de R\$ 10.000,00 anual da Prefeitura, Wélida ressaltou que o valor ainda seria pouco para as atividades desenvolvidas, visto que somente com este valor, não está sendo possível arcar com todas as despesas, fazendo com que a Associação tenha que realizar eventos para arrecadar mais dinheiro e conseguir assim cumprir com todas as obrigações.

Outro ponto é a questão da localização, o Carim não possui sede própria, e o local é bastante limitado, apenas uma sala. Talvez um melhor local, poderia ser pensadas novas alternativas e atividades para os pacientes e familiares.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Natiely de Almeida Rallo	
Entidade observada: Lar dos Meninos	
Data de observação: 12/07/12	
Horário de início:7h	Horário de término:11h10

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

O Lar dos Meninos é uma entidade beneficente com várias frentes de trabalho. Fundada em 1957, a entidade tem projetos na área de assistência social e na área de educação infantil. Os projetos englobam: o abrigo (moradia fixa), a educação infantil (creche) e ações sócio-educativas que acontecem no projeto do Parque dos Pinheiros em Álvares Machado (há o projeto Centro de Apoio à Família, o CAAF, que trabalha cursos profissionalizantes - cabeleireiro, manicure e pedicure, projeto com idosos e um projeto com crianças e adolescentes "Criança é Vida") e periodicamente em parceria com o SESI, o curso de culinária "Alimente-se bem".)

O abrigo atende 34 crianças que podem ter de zero a 18 anos (dos 12 aos 17 anos atende abrigo apenas meninas). A capacidade máxima do abrigo é de 40 vagas.

Existem crianças portadoras de necessidades especiais, 2 auditivas e visuais e 3 psiquiátricas. A maioria dos abrigados fazem uso de medicação controlada.

Atuando no abrigo são 23 funcionários.

A creche sede do Lar é a São Vicente Pallotti, situada em Presidente Prudente nas mesmas dependências do abrigo, são 20 funcionários que atuam na creche.

A outra filial da creche do Lar é a "Recanto do Amanhecer", que fica no Parque dos Pinheiros em Álvares Machado. Eles atendem em média 180 crianças. Há 15 funcionários.

Os mantenedores da entidade são o governo, com convênios nas esferas municipal, estadual e federal, recursos da própria entidade provenientes do aluguel do salão de festas, dos 2 postos de combustíveis e outros imóveis, doações de pessoas físicas e jurídicas além de promoções como almoços, pizzas e brechôs.

A entidade sede está localizada na Av. Juscelino Kubschek de Oliveira, n 3502, no telefone 3906-2680.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

A filial em Álvares Machado fica na rua Joaquim Nabuco, nº85, no Parque dos Pinheiros. O telefone é 3273-1834.
Site: www.lardosmeninos.org.br

Área de abrangência.

Sua área de atuação engloba o Brasil inteiro e ainda países do exterior.
Presidente Prudente e Álvares Machado

Organogramas.

Pegar com a Ana Paula, pois ela estava construindo ainda.

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Pegar com a Ana Paula.

b) Quadro de funcionários

Funcionários abrigo:

4 assistente social
2 psicólogas
3 serviços gerais
2 motoristas
2 secretárias
6 mães sociais
2 auxiliares de mães sociais
2 administradores

Funcionários da creche:

1 diretora
1 auxiliar de cozinha
3 serviços gerais
13 educadores infantis
2 estagiárias remuneradas

Funcionários da creche cedidos pela prefeitura:

2 cozinheiras
1 orientadora pedagógica
14 educadores

Funcionários da creche de Álvares Machado:

1 diretora
1 auxiliar de cozinha
2 serviços gerais
11 educadores infantis

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Funcionários da creche cedidos pela prefeitura de Machado:

1 cozinheira
1 orientadora pedagógica
2 serviços gerais
1 estagiária

Que trabalham do Projeto CAAF:

1 coordenadora/assistente social
1 professora de informática
1 professor de esporte
2 educadoras sociais
4 serviços gerais
1 estagiária remunerada de serviço social

c) Voluntários.

FIXOS: 6 do projeto "Fazendo a minha história"
2 auxílio geral- Machado
1 na creche para auxílio geral
1 voluntária do abrigo- cuida do brechó

Esporádicos: de 30 a 50 pessoas ajudam nas promoções, churrascos, etc

Prestadores de serviço: 6 cumprem pena alternativa com serviços gerais (encaminhados pela Central de penas alternativas)

Alguns vem por gostarem da entidade (busca espontânea) ou pela CVA, eles fazem cadastro lá e trazem o encaminhamento para o Lar.

d) Parcerias

Com o governo nas três esferas, municipal, estadual e federal. Unimed (convênio do abrigo), Ceagesp, Supermercado Pastorinho, Usina Alto Alegre, Petrobrás e Construtora Vera Cruz, eles fornecem verba e material.

e) Público assistido

Crianças, adolescentes e famílias em situação de risco e vulnerabilidade social.

f) Titulação ou qualificação

Utilidade Pública Federal (nas três esferas)

g) Área de atividade

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Concentram-se na área de assistência social e de educação. São cadastrados nos Conselhos Municipais de Assistência e no da Criança e do Adolescente.

h) Contatos.

Ana Paula Fioramonte (Secretária e Administradora Financeira)

Gislene Amélia Fereti (Administradora)

José Reis Masiero (Administrador e procurador)

Mariza Maria de Oliveira Masiero (coordenadora técnica)

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

Organização das atividades diárias

Existe um cronograma somente com as promoções anuais e celebração católica (missa) que é feito pela diretoria.

Não há cronograma de eventos externos da entidade, só dos eventos internos que cada coordenadora com sua equipe monta.

Atuação do presidente

Todos os presidentes do Lar foram padres por isso estavam sempre ligados à entidade. Atualmente, é a primeira vez que um padre não é presidente. Mas o presidente atual é atuante e preocupado com as crianças. Ele não frequenta o Lar semanalmente, mas entra em contato por email e telefone até mais de uma vez por dia e responde sempre que solicitado. As reuniões da diretoria são mensais.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Tem boa relação com o Tribunal de Contas e com a Secretaria de Assistência que apontou como positivo no Lar o fato de não haver rotatividade na administração (o administrador tem 30 anos na administração).

Sempre que foi solicitado documento o Lar atendeu os pedidos. Parte da contabilidade do Lar ajuda muito nessa área. Nunca tiveram bloqueio de recursos ou tiveram que devolver dinheiro.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Essa parte de comunicação é feita pela Ana Paula que apesar de trabalhar no Lar como administradora é formada em jornalismo.

Comportamento do Observador

Dilemas éticos

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Não observei nada que possa desqualificar a entidade como idônea.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Natiely de Almeida Rallo	
Entidade observada: Lar Santa Filomena	
Data de observação: 7/08/12 terça-feira	
Horário de início: 8h15	Horário de término: 13h

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade.

A Sociedade Civil Beneficente Lar Santa Filomena foi fundada em 1960 e está situada na Rua Sargento Firmino Leão, n 905, Jardim Itapura I. O Lar existe há 51 anos e tem capacidade para atender 820 crianças. Entidade que volta suas atividades para abrigar crianças e adolescentes que correm risco social ou pessoal e para a promoção de projetos socioeducativos em caráter complementar a escola.

Há sete projetos sócio-educativos que são desenvolvidos:

1. Conhecimento Além da Escola (CAE): complementar à escola, atende crianças e adolescentes de 11 a 14 anos e 11 meses, que se encontram em situação de risco social e pessoal; (SOCIOEDUCATIVO)
2. Projovem Adolescente: dirigido a jovens de 15 a 17 anos e 11 meses, em horário complementar à escola. (SOCIOEDUCATIVO)
3. Cantinho do Sol: direcionado a crianças na faixa etária de 0 a 5 anos, filhos de funcionários e/ou inseridos na comunidade local. Hoje, o respectivo projeto atende 20 crianças em horário complementar à escola, com 6 anos de idade e regularmente matriculadas na rede regular de ensino, na primeira série do ensino fundamental de alfabetização; (SOCIOEDUCATIVO DE ALFABETIZAÇÃO)
4. Superação sendo o primeiro voltado à crianças e adolescentes com idade entre 12 a 17 anos e 11 meses, em horário complementar à escola. (SOCIOEDUCATIVO)
5. Projeto Vitória: em espaço físico fora da entidade, ou seja, em uma casa nas proximidades da entidade, destinada a atendimento e proteção dos adolescentes do sexo masculino na faixa etária de 12 a 17 anos e 11 meses, em situação de risco pessoal e social, encaminhados pelo Poder Judiciário e Conselho Tutelar. (ABRIGO)
6. Plantão 24 horas: parte do abrigo institucional atende meninas de zero a 17 anos e 11 meses e meninos de zero a 11 anos e 11 meses em situação de risco social e pessoal que residam ou não em Prudente. (ABRIGO)

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

7. Projeto Crescer: Abrigar, como forma de proteção provisória e excepcional, crianças e adolescentes que tiveram seus direitos violados ou ameaçados, propiciando não apenas assistência básica, mas a valorização dos aspectos éticos da vida social, auxiliando-os na construção de seus projetos de vida e viabilizar o retorno ao grupo familiar ou a colocação em família substituta quando esgotadas todas as possibilidades. (ABRIGO)

Tem como finalidade as seguintes questões:

- Abrigar crianças e adolescentes de forma provisória e excepcional de ambos os sexos, na faixa etária de sete a 12 anos que residam em Presidente Prudente;
- Abrigar no Sistema de Plantão 24 horas, meninas de zero a 17 anos e 11 meses e meninos de zero a 11 anos e 11 meses em situação de risco social e pessoal que residam ou não em Prudente;
- Abrigar crianças e adolescentes portadores de necessidades especiais, diagnosticadas como leves e moderadas;
- Auxiliar os assistidos na construção de seus projetos de vida e viabilizar o retorno ao seu grupo familiar ou a colocação em família substituta;
- Promover o desenvolvimento social e ação educativa junto às crianças e adolescentes abrigados, visando proteger e orientar através de atividades que complementem a escola e o fortalecimento dos vínculos familiares e comunitários;
- Atendimento a crianças e adolescentes não abrigados por meio de projetos socioeducativos;

Telefone para contato: (18) 3223-4786 ou (18) 3903-7213

E mail: larfilom@recriaprudente.org.br

Há 48 funcionários

Atendidos no projeto e abrigo: capacidade para 820 crianças

Projeto: 330 crianças atualmente

Abrigo: 35 mais a capacidade é para 45

O Lar possui parcerias municipais, estaduais e federais com o governo. Além de promoverem eventos para arrecadação de fundos há doadores mensais. A instituição também recebe auxílio do Gepac. A empresa Liane doa uma quantia em dinheiro e contribui com doação de alimentos para o Lar.

Área de abrangência.

Município de Presidente Prudente, Montalvão, Floresta

Organogramas.

Diretor-Presidente Claudenir Pinho Calazans

Diretor-Administrativo Adelino Ferreiro

1º Diretor-Financeiro Odair César Rampazzo

2º Diretor-Financeiro Lúcio Ribeiro Lima

1º Diretor-Secretário Eduardo Júlio Monteiro Martins

2º Diretor-Secretário Wirley Nicolette Ferreira Branco

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Três Conselheiros Fiscais Ademar de Oliveira, João Alberto Boim e Nivaldo Manea Bianchi

Suplentes José Maria dos Santos, Rogério Vitor de Souza e Nelson Viana, Jorge Leandro Pieretti, Cláudio Albino dos Santos e Gustavo André Ferreira Castilho

Três pessoas que formam o Conselho Fiscal

Assembléia Geral

Aspectos gerais:

- a) **Estrutura física**
- 6 salas de aula
 - 5 salas de funcionários
 - 1 refeitório
 - 1 anfiteatro
 - 1 cozinha
 - 4 casas lares
 - 13 banheiros
 - 1 quadra coberta
 - 1 piscina
 - 2 salas de material esportivo
 - 1 lavanderia
 - 1 dispensa
 - Almoxarifado
 - 1 barracão
 - 1 oficina
 - 1 capela
 - 1 biblioteca
- b) **Quadro de funcionários.**
- 2 Coordenadora
 - 3 Assistente Social
 - 1 Psicóloga
 - 1 Administração
 - 7 mães sociais
 - 12 Educador Social
 - 1 Nutricionista
 - 1 Cozinheira
 - 4 Auxiliar gerais
 - 2 Auxiliar de manutenção
 - 2 auxiliar de cozinha
 - 2 auxiliar adm
 - 1 pedreiro

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

- 1 secretária
- 1 servente de pedreiro
- 1 assistente de coordenação
- 2 motoristas
- 3 educadores técnicos
- 1 assistente de coordenação geral

c) Voluntários.

"Fazendo a minha história" projeto onde voluntários de psicologia registram através da escrita e de fotos a história das crianças durante um ano. Professora de psicologia da Unoeste encaminha os estudantes que tenham interesse em fazer o trabalho.

d) Parcerias.

Governo nas três esferas, Liane em dinheiro e alimento e colaboradores eventuais.

e) Público assistido: Crianças e adolescentes

f) Titulação ou qualificação

Utilidade Pública Municipal, Estadual e Federal e possui Certificação de Entidade Beneficente de Assistência Social (Cebas).

g) Área de atividade

Assistência Social

Faz parte do Conselho Municipal de Assistência Social, do Conselho Nacional de Assistência Social e do Conselho Municipal do Direito da Criança e do Adolescente.

h) Contatos.

Waldemar

Assistentes Sociais:

Do abrigo:

Dos projetos: Heloíse

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

Os funcionários trabalham em conjunto, e estão a par de tudo o que acontece no Lar e com cada atendido, o que demonstra preocupação e seriedade com a causa para qual trabalham. A relação deles com os atendidos é boa, percebe-se um carinho, uma feição grande, entretanto, eles prezam muito pela disciplina e organização, ensinando e cobrando isso das crianças. Não percebi nenhum

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

desafeto entre os funcionários. E com as crianças uma vez ou outra precisam intervir de forma mais áspera, mas, sempre para um bem maior, ou disciplina ou para um melhor aprendizado nas aulas. Vendo a atuação dos projetos, a sensação que tive foi a de estar em uma escola com atividades bem variadas, o cheiro, o ritmo, a metodologia e o funcionamento da secretaria que me lembraram muito a de uma escola, sempre tinha alunos do projeto entrando e solicitando alguma coisa, e os próprios problemas da secretaria se assemelhavam aos escolares como lista de espera para projetos, autorização para saída da instituição, requisição de documentos, etc etc.

Organização das atividades diárias

Em relação aos projetos sócio-educativos tem um planejamento que é feito pelas assistentes sociais, feito trimestralmente. Do Lar não há um planejamento específico, é mais aberto de acordo com o que vai acontecendo.

Atuação do presidente

Passa pelo menos três vezes por semana no Lar onde a coordenação o deixa a par de todos os acontecimentos, além do contato por telefone e mail.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Recentemente tiveram que devolver dinheiro para o Conselho do Direito da Criança e do Adolescente em decorrência da perda de data/prazo.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação.

Não há um trabalho especializado de comunicação ou publicidade no Lar Santa Filomena. Quando há a necessidade de contato com a mídia, ele é feito pelo próprio pessoal da secretaria que fazem o texto e enviam para os veículos ou encaminham para a assessoria da prefeitura e eles divulgam para todos os veículos da cidade. O Lar só procura a imprensa para divulgar eventos que eles consideram grandes, como foi o caso da festa junina. A comunicação é um trabalho secundário que é realizado por pessoas que acumulam essa função "não-oficial", por isso é feito de acordo com a disponibilidade dos funcionários.

Comportamento do Observador

Eu me senti bem recebida. Essa não é a primeira vez que visito a entidade depois que comecei o TCC, nas primeiras vezes havia um pouco de desconfiança, mas logo entenderam o meu trabalho, o que facilitou a nossa relação. Hoje, Logo que cheguei a secretária lembrou do meu nome e foi chamar o Waldemar (meu contato no Lar). Sentamos em uma sala e juntamente com a assistente social dos projetos sócio-educativos preenchi os dados da matriz e tirei minhas dúvidas. Em seguida a assistente (Heloíse) me apresentou sala por sala do Lar e se disponibilizou para o que eu precisasse. Foi então que fiquei na quadra observando o trabalho de um professor com

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

seus alunos, achei melhor não ficar nas salas de aula para não atrapalhar o andamento das atividades, as crianças são muito curiosas e dispersariam com a minha presença. No final da aula, o professor de natação foi me perguntar por curiosidade se eu trabalharia com eles, aí expliquei sobre o TCC. Os funcionários no geral foram bem simpáticos comigo e me deixaram à vontade na instituição, sem desconfiança ou mais perguntas. Senti liberdade para realizar a observação.

Dilemas éticos

Não observei nenhum, ou nada que me despertasse desconfiança, eles são bem transparentes em suas ações.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Natiely de Almeida Rallo	
Entidade observada: Legião da Boa Vontade (LBV)	
Data de observação: 11/07/12	
Horário de início: 8h	Horário de término: 11h

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A LBV foi fundada no Brasil no ano de 1950. Em Presidente Prudente se estabeleceu em 1989. É uma entidade de Assistência Social presente no Brasil inteiro e em alguns países do exterior como Estados Unidos e Bolívia. Só no estado de São Paulo existem 15 entidades da LBV. Em Prudente são desenvolvidos três projetos principais, o primeiro é "Futuro no Presente", ele funciona de segunda à sexta de manhã e a tarde e atende 150 crianças (75 em cada período) de seis à 12 anos em horário de contraturno escolar. São realizadas diversas atividades lúdicas com oficinas que estimulam o desenvolvimento das crianças, o relacionamento interpessoal e ainda oferecem aulas de inglês na entidade em parceria com a Secretaria de Educação (Seduc). A instituição oferece café da manhã e da tarde e almoço para as turmas da manhã e da tarde. Há a participação de crianças do projeto crianças cidadãs, elas foram encaminhadas pela Secretaria de Assistência para várias entidades do Terceiro Setor, a LBV conta com algumas também.

O segundo projeto é o "Espaço de Convivência", voltado para adolescentes, ele acontece uma vez por semana no período da manhã com atividades sócio-educativas e aulas de informática.

O terceiro projeto é o "Programa de capacitação e inclusão produtiva", destinado a adolescentes a partir de 14 anos até idosos, ele não tem limite de idade. Acontece duas vezes por semana, de segunda e quarta há aulas de informática básica e terça e quinta de informática avançada.

Somando os três projetos o total de atendidos pela entidade chega a 180 pessoas.

Somado ao três programas acima, a LBV trabalha a Espiritualidade Ecumênica, agregando outros valores no dia a dia dos assistidos.

Fazem parte do quadro de funcionários da LBV, 14 funcionários registrados.

Os mantenedores da entidade em Presidente Prudente são principalmente doações da sociedade e parceria com a prefeitura (Gepac e alimentos da horta

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

municipal). As doações são o ponto forte dos recursos da entidade em decorrência dos serviços de telemarketing que a central da LBV realiza no Brasil inteiro

Está localizada em uma região central de Prudente, na Rua Dr. José Foz, n 38 no Bosque.

Telefone para contato: 3916-5671

Área de abrangência.

Sua área de atuação engloba o Brasil inteiro e ainda países do exterior.

Organogramas.

Há apenas a diretoria da matriz da LBV, nos municípios ficam apenas os gerentes administrativos para coordenar.

Diretor e presidente- José de Paiva Netto

Gerente Administrativa do Município de Presidente Prudente: Elizandra Kardec Rodrigues

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

sala da gerente
sala da assistente social
sala do jovem aprendiz
3 salas de atividades
3 banheiros (femininos e masculinos)
1 dispensa
recepção
sala de informática
refeitório
cozinha
pátio

b) Quadro de funcionários

1 gerente administrativa
1 assistente social
3 educadores sociais
1 auxiliar de educador
repcionista
auxiliar operacional
1 jovem aprendiz
1 instrutor de informação
2 cozinheiras
2 serviços gerais
2 cobradores
2 voluntários

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

c) **Voluntários.**

uma mulher- cozinha
uma mulher- tira fotos em eventos para a LBV

Os voluntários chegam na entidade por procura espontânea. Nunca veio ninguém da CVA. A assistente social não sabe nem se eles são cadastrados na Central.

Para se registrarem como voluntários, eles preenchem um documento dado pela própria entidade que fica arquivado lá.

A assistente social disse que há voluntários eventuais e que quando a entidade precisa ela mesmo vai procurar voluntários.

d) **Parcerias.**

Prefeitura Municipal fornece subvenção municipal e alimentos e Secretaria da Educação oferece as aulas de inglês

e) **Público assistido**

crianças, adolescentes de até 17 anos, adultos e idosos, que sejam carentes e que se encontrem em situação de vulnerabilidade social

f) **Titulação ou qualificação**

A assistente social e a gerente administrativa disseram que eles são de Utilidade Pública. Quando perguntei se era OSCIP ou OS a gerente me disse que são filantrópicos, o que mostra um claro desconhecimento dos termos.

g) **Área de atividade**

Concentram-se na área de assistência social.
São cadastrados no Conselhos Municipais de Assistência e no Conselho Municipal da criança e adolescente

h) **Contatos**

Maria Zilene Martinês Sobradie - Assistente Social
Elizandra Kadec Rodrigues - Gerente Municipal da LBV

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

O relacionamento interno da entidade é de bastante cooperação mútua, não observei problemas de convivência ou de tratamento, todos que chegaram na entidade foram atendidos.

As educadoras principalmente trabalham muito em grupo, uma dando suporte a outra para trabalhar com as crianças. O trabalho delas não é fácil, é

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

muito estressante, as crianças são muito arteiras e barulhentas, percebi muita indisciplina. Elas não ouvem as educadoras e nem obedecem de primeira, só ficam um pouco menos agitadas com muitos gritos e broncas, do tempo que estive lá, as funcionárias chamavam a atenção das crianças a todo momento em busca de atenção, até usaram microfone e nada adiantava. Conversando com uma educadora perguntei se eles eram sempre assim, ela disse que geralmente são piores, é que esta semana a maioria já está de férias. Segundo ela, até os maiores (uns 12 anos) que vem no período da tarde são mais agitados e dão mais trabalho que as crianças da manhã.

Organização das atividades diárias

Há um cronograma de atividades semestrais, desenvolvido pela equipe técnica da LBV.

Atuação do presidente

De acordo com a assistente social, o presidente da LBV é a nível nacional, que é o José de Paiva Netto, residente do Rio de Janeiro. Pela distância ela disse que não dá para ele ir pessoalmente a entidade, porém, há várias subdivisões de cargo depois do presidente que são responsáveis por acompanhar as filiais da LBV de perto, como a gerente municipal, a gerente regional, os superintendentes etc., que frequentam as instituições, auxiliam, promovem capacitação e fiscalizam o trabalho que está sendo desenvolvido.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Nunca tiveram problemas com os órgãos fiscalizadores, recebem verbas desde 2007 e jamais deixaram de receber por inadimplência. A assistente social diz que a LBV tem bastante suporte nessa questão de fazer documentos.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Aqui no município a entidade não tem nenhuma pessoa responsável pela comunicação, quem faz essa parte comunicacional para a LBV de Prudente é uma mulher de Araçatuba contratada da LBV que faz parte do Departamento de Relações Fraternais (DRF). Ela escreve e divulga as matérias daqui para a mídia local.

A assistente social disse que o contato com a imprensa ocorre muito de vez enquanto, uma vez que a imprensa não vai atrás da entidade e sim o inverso. Ela conta que já houve matérias que eles enviaram para a imprensa e que não saiu com o mesmo sentido que pretendiam, mas afirma não ser nada grave.

A publicidade da LBV também é desenvolvida pela central, há propaganda na TV Bandeirantes e na rádio Band FM aqui de Prudente.

Comportamento do Observador

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Me senti bem recebida pelos funcionários, as crianças não se aproximaram de mim como na entidade SOS, olhavam para mim, uma ou outra deu um sorriso mas a maioria estava empenhada em fazer arte.

Desde a conversa no telefone com a gerente municipal, tive livre acesso a entidade, sem complicações ou burocracia. Ao chegar lá pela manhã, me encaminharam para a assistente social. Fomos até a sala dela e ela me pediu para que contasse exatamente o que estaria fazendo na LBV. Conteí minhas intenções e em seguida comecei a preencher o questionário da matriz com ela. A assistente foi paciente e me respondeu tudo que perguntei, sem desconfiança ou questionamentos.

Não fui convidada a participar de nenhuma atividade, pois no momento só estavam realizando brincadeiras recreativas do tipo gincana.

Uma coisa que me incomodou foi o ambiente barulhento e estressante, com gritos e correria.

Dilemas éticos

Não sei se isso se encaixa em problemas éticos, mas fiquei surpresa com a quantidade e a altura de gritos e broncas que as educadoras deram nas crianças. Mas nenhuma atitude das educadoras foi injustificada, as crianças estavam terríveis, eram 45, parecia que tinha um batalhão, qualquer um ficaria fora de si com aquela situação. Talvez esperava ver um ambiente calmo e tranquilo, com crianças educadas e obedientes e educadores mais tranquilos e parceiros como no SOS.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Laís Martins Perpétuo	
Entidade observada: Casa da Criança e Centro Social São José	
Data de observação: 18/07/2012 Quarta-feira	
Horário de início: 14h20	Horário de término: 17h00

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A Casa da Criança e Centro Social São José é uma entidade filantrópica que tem como mantenedor o Colégio Cristo Rei das Irmãs Beneditinas Missionárias de Tutzing. Foi fundada em dois de Julho de 1996, com início das atividades em 15 de março de 1998.

Tem como objetivo principal o atendimento as crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, visando à formação do ser humano para o exercício consciente de cidadania. As atividades desenvolvidas na instituição são: Espiritualidade, complemento educacional, educação artística (Dança, música), artesanato, informática, educação física, projeto de leitura e acompanhamento psicológico e social.

As condições para participar desse projeto são: Ter idade conforme a divisão de turmas, de 3 a 14 anos; estar frequentando regularmente a escola pública; ter renda familiar enquadrada na categoria de carente, conforme leis pertinentes à filantrópica.

A instituição funciona de Segunda à Sexta, sendo a turma da pré-escola das 7h30 às 11h30 no período da manhã e das 12h30 às 16h45 no período da tarde. Para os adolescentes o horário é 7h30 às 11h manhã e 12h45 às 16h tarde. No sábado também tem atividades, é o projeto alternativo que funciona das 7h30 às 15h30, e é aberto para comunidade. São atendidas 154 crianças entre o projeto e a pré-escola. Atualmente trabalham 12 funcionários na entidade.

Está localizada desde sua fundação na Rua Antônio Hildebrand, nº 145 Parque Watal Ishibashi em Presidente Prudente.

Telefone: (18) 3905-1911

Site: WWW.recriaprudente.org.br

e-mail: criancasaojose@recriaprudente.org.br

Área de abrangência

Bairro Watal Ishibashi e bairros adjacentes.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Organogramas

Coordenadora – Helena Costa David

Auxiliar Administrativa – Patrícia de Jesus Cruz

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Localização: Rua Antônio Hildebrand, nº 145 Parque Watal Ishibashi em Presidente Prudente.

1 Sala de Administração/ Recepção

1 Sala da Coordenadora

1 Sala de informática

1 Pátio

1 Salão de atividades/ Refeitório

1 Cozinha

2 salas de aula/ pré-escola

1 Almoxarifado

1 Biblioteca

1 Sala de vídeo/ Assistente Social

8 Banheiros

1 Lavanderia (que não esta em funcionamento, pois estão reformando para adaptar o prédio com rampas para deficientes, então perderam o espaço da lavanderia, estão sem no momento)

b) Quadro de funcionários

1 Coordenadora

1 Auxiliar Administrativa

2 Cozinheiras

2 Auxiliares de Limpeza

1 Monitor de informática

2 Professores de Ed. Física

2 Educadoras

1 Assistente Social

c) Voluntários

Existem quatro estagiários, voluntário não existe nenhum. Para ser estagiário, é necessário levar o currículo até a instituição, para que a coordenadora analise, é ela também quem estipula os horários. Também contratam através do PROE. Todos os estagiários são remunerados.

d) Parcerias

Colégio Cristo Rei, que é quem mantém financeiramente; Parceria com o Município recebem subvenção da Prefeitura; GPAC; PA agricultura familiar; Cultura Inglesa doa bolsas de estudo para os alunos. A coordenadora Helena não se queixou quanto as parcerias, disse receber

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

muita ajuda; mesmo não tendo muitas parcerias fixas, ela disse que sempre recebem ajuda; como naquela dia ela conseguiu uma bolsa em uma escola de dança para uma aluna que estava se destacando no Balé.

e) Público assistido- Crianças e adolescentes de 3 a 14 anos.

f) Titulação ou qualificação

Nessa questão a coordenadora buscou o termo genérico ONG, complementando com Projeto Sócio-Educativo, demonstrando que não tinha conhecimento sobre este item.

g) Área de atividade

Educação e Assistência Social.

h) Contatos

Coordenadora – Helena
Auxiliar Administrativa - Patrícia

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

Logo quando cheguei à instituição, a Patrícia veio até o portão me atender, o portão estava trancado, e sempre fica trancado, toda vez que alguém vai entrar ou sair ele tem que ser destrancado por alguma funcionária, quase sempre a Patrícia. Me apresentei rapidamente e ela abriu para que eu entrasse; muita simpática me acomodou em sua sala tentando me deixar o mais confortável possível, foi atenciosa, respondeu a todas as questões, ligando sempre para Helena coordenadora, pois ela não estava naquele momento na instituição, estava fazendo visita a um casal do bairro que estavam com problemas, achei muito bacana, pois ela estava fazendo um papel que na verdade nem é o dela, o da Assistente Social. Enquanto Helena não chegava, fomos conhecer o local, havia poucas crianças, por causa das férias; estavam todos brincando de Vôlei; a cozinheira e o professor de informática que parecia um aluno misturado com os outros, jogavam com as crianças. Em outra sala, as meninas menores estavam no computador com as professoras, todas muito entusiasmadas.

Quando Helena chegou, tive o mesmo tratamento, muito alegre e simpática, novamente me respondeu todas as perguntas, conversamos por muito tempo, e ela demonstrou ter muito orgulho do trabalho realizado lá. Bem perto da hora de fechar a instituição, chegou uma mãe querendo matricular sua filha; Patrícia logo a recebeu, muito educada e carismática, fizeram a matrícula da criança, com muita calma; enquanto Helena conversava com a menininha, lhe mostrando o lugar "olha, é aqui que você vai estudar hein", a menina olhava toda empolgada.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Neste dia também teve bingo, onde as crianças ganharam bonecas e bolas e outros brinquedos; as mães iam buscar os filhos, que saíam todos alegres com os brinquedos nas mãos. Uma menina pediu a coordenadora "Tia, posso vir amanhã de tarde de novo?" "claro que pode meu amor" respondeu Helena.

Na hora de ir embora, Helena me ofereceu carona até o centro, aceitei pois a instituição fica bem longe. Fomos embora em uma Kombi, que é a da Casa São José, eu, Helena, e mais duas funcionárias, elas disseram que sempre pegam carona até o centro. Helena me pareceu ser essas pessoas "coração de mãe" onde sempre cabe mais um. Através de pequenos fragmentos como estes, a impressão que tive é de que o relacionamento interno é de bastante amizade entre funcionários, alunos e com a comunidade. Helena mesmo disse que conhece todo mundo, as mães, as famílias, eles até brincam com ela "é a prefeita do Watal".

Organização das atividades diárias

Não existe um cronograma de atividades. As programações vão acontecendo conforme as datas se aproximam. Quem organiza as atividades são as próprias professoras; quando são eventos maiores, elas contam com a ajuda do colégio cristo rei para organizar.

Atuação do presidente

Não existe um presidente. O cargo maior é o da coordenadora Helena. Ela frequenta a instituição de segunda a sexta, em período integral de funcionamento. Sua relação com os assistidos e voluntários é de bastante amizade.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Quem cuida da parte fiscal é a secretária do colégio cristo rei. A assistente social do colégio é quem as ajuda na organização para enviar dados e documentos para a secretária.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Não existe nenhum tipo de comunicação com a imprensa. Helena relatou que o único meio que utilizam é o site do recria prudente, mas que não existe uma pessoa responsável por isso, quem faz é sempre ela ou a auxiliar administrativa.

Comportamento do Observador

O tratamento lá é bem de igual para igual. Mi senti muito confortável, parecia que os conhecia há anos, principalmente a Patrícia, conversei bastante com ela, demos risadas, ela ficou um tempo comigo observando as crianças e

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

me contando muitos detalhes do dia-a-dia deles. Conversei também com as funcionárias, que me deixaram super a vontade, não ficaram me indagando, nem olhando com ar de curiosidade ou desconfiança, parecia realmente que eu já era uma velha conhecida deles, como se aquela fosse minha rotina. Helena é uma mãezona, me deu carona, andamos de Kombi e foi bem divertido. Mi ofereceu ajuda caso eu precisasse de mais alguma coisa e me convidou para ir lá mais vezes.

Dilemas éticos

Não observei nada que desqualificasse a entidade quanto aos valores propostos. É um lugar simples, não tem muita estrutura, as coisas são um pouco improvisadas pelo fato de não terem espaço, e ferramentas para desenvolver algumas atividades. O pátio é bem pequeno, não tem brinquedos, eles utilizam a academia de idosos que fica bem em frente à instituição para brincar às vezes com as crianças. A única coisa que existe no pátio, é uma amarelinha desenhada no chão, a qual as funcionárias disseram que as meninas adoram brincar.

Enquanto observava as crianças jogando vôlei no pátio, era inevitável que a bola me atingisse pelo tamanho do espaço, me fazendo quase entrar no jogo. A sala de informática possuía computadores novos, porém poucos, as crianças estavam de 2 a 3 em cada computador, considerando que naquele dia havia poucos alunos. Os computadores ficam em carteiras, e as crianças em cadeiras nada confortáveis ou apropriadas. A biblioteca é escura, e a sala de vídeo é pequena, dois sofás e uma TV apenas. Nesta sala é onde fica a Assistente Social, que não vai todos os dias, é "emprestada" do Colégio Cristo Rei.

O salão é um espaço um pouco maior, porém o refeitório funciona no mesmo local, ali também é realizada as aulas de balé, e outras eventuais tarefas como atividades da pré-escola e os reforços escolares, ou seja, também é quase uma sala de aula, por falta de uma, acaba-se realizando tudo ali. A cozinha não é muito grande, porém é muito limpa e organizada, em relação a Higiene, apesar de tudo ser simples, é tudo organizado e limpo, não vi sujeira. No momento eles estão sem lavanderia, pois onde ela funcionava, eles construíram uma rampa, para dar acesso ao andar de cima, adaptando para deficientes. Porém agora estão sem lavanderia, tendo que enviar tudo para lavar no colégio Cristo Rei.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Nome do pesquisador: Laís Martins Perpétuo	
Entidade observada: Associação Assistencial "Adolpho Bezerra de Menezes" – "Creche MeiMei"	
Data de observação: 18/07/2012 Quarta-feira	
Horário de início: 09h40	Horário de término: 12h00

ASPECTOS DESCRITIVOS:

Quem é a entidade

A creche MeiMei foi instalada em 01 de setembro de 1980 no Jardim Colina, e só começou a funcionar após a instalação dos equipamentos necessários para o bom atendimento às crianças do bairro e adjacência, beneficiando mais de 100 famílias, possibilitando que as mães possam colaborar no orçamento familiar exercendo algum trabalho.

A Prefeitura doou o terreno. O Estado, através da secretaria da promoção social construiu o prédio em convênio com a Associação Assistencial "Adolpho Bezerra de Menezes". A inauguração ocorreu no dia 27 de novembro de 1980. A creche esta localizada na Rua Altino Arantes, nº 50 no Jardim Colina em Presidente Prudente desde sua fundação. Atende 135 crianças de 0 a 3 anos, a condição é de que a mãe trabalhe.

O horário de funcionamento é das 7h às 17h, neste período as crianças tem quatro refeições, café da manhã, almoço, café da tarde e janta. Também tomam banho, um no dia. As crianças de 0 a 1 ano permanecem no berçário aos cuidados das educadoras, já as de 2 a 3 possuem Educação infantil com professoras e atividades programadas.

Ao todo são 32 funcionários trabalhando na creche entre professoras, educadoras, cozinheiras, serviços gerais, ajudantes e diretoria. A Associação Assistencial Bezerra de Menezes é quem mantém financeiramente a Creche que também recebe subvenção do Município, além também de doações e da arrecadação de dinheiro através das promoções realizadas pela creche.

Telefone: (18) 3908-5178

Diretora Elizabeth Mara Faria Bazan

(18) 3221-5340 ou (18) 9753-3533

Site: WWW.recriaprudente.org.br

e-mail: crechemeimeirecriaprudente.org.br

Área de abrangência

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Abrange a cidade de Presidente Prudente. A única condição é de que a mãe da criança trabalhe.

Organogramas

Na creche possuem apenas:

Diretora

Coordenadora.

Aspectos gerais:

a) Estrutura física

Localização: Área urbana central. Rua Altino Arantes, nº 50 Jardim Colina – Presidente Prudente.

1 Diretoria

1 Sala de orientação Pedagógica – HTPC

1 Sala de TV e vídeo

8 Berçários/Maternal

1 Almoxarifado

1 Sala de brinquedos

1 Depósito de material de limpeza

1 Despensa

1 Refeitório

1 Refeitório para o Berçário

1 Refeitório para os funcionários

1 Recreio coberto

1 Parque

1 Cozinha

1 Lactário

1 Área de serviço/ Lavanderia

4 Banheiros para funcionários

5 Banheiros para os alunos

2 Vestiários dos alunos

b) Quadro de funcionários

6 Professoras

19 Educadoras

1 Diretora

1 Funcionária Lactário/Portaria

2 Serviços gerais

1 Cozinheira

2 ajudantes

c) Voluntários

Não existe nenhum voluntário, apenas cinco estagiárias. São alunas de pedagogia da UNIESP que precisam cumprir 24 horas por mês de estágio.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

A Diretora da creche Elizabeth disse que para realizar estágio na creche basta ir até lá e conversar diretamente com ela, ela estipula os horários e dias de acordo com a possibilidade de cada uma, mas exige que às 24 horas sejam cumpridas para que ela assine o estágio.

d) **Parcerias.**

Não possui nenhuma parceria fixa além da Associação Bezerra de Menezes que é a Mantenedora da creche e com a Prefeitura.

e) **Público assistido.** Crianças de 0 a 3 anos.

f) **Titulação ou qualificação**

Quando questionei sobre essa questão a Diretora Elizabeth foi bem clara e sincera ao dizer que nem sabia o que era isso. Limitou-se a dizer que eram uma Associação Filantrópica na tentativa de responder a questão, mas sem querer me convencer de que ela estava certa disso.

g) **Área de atividade**

Educação. Cadastrados no Conselho Municipal da criança e do adolescente.

h) **Contatos**

Diretora: Elizabeth Mara Faria Bazan

Professora/coordenadora: Gislaine Aparecida Martins de Araújo

Descrição de sujeitos:

Trabalho em equipe e engajamento dos funcionários

A creche MeiMei é bem aconchegante, por ser uma creche e trabalhar com crianças pequenas não tive aquela sensação de caos, de crianças chorando, fazendo birra, e de funcionárias tentando controlar a situação; estava um clima bem tranquilo, tudo sob controle. Aproximadamente das 11h30 é que os choros se intensificaram, eu estava na sala da diretora que é bem ao lado dos berçários onde ficam as crianças menores de até 1 ano. A diretora Elizabeth então justificou que eles estavam chorando daquele jeito por ser a hora de dormir, que é logo após o almoço, e é o momento em que eles fazem birra pra dormir.

As Educadoras me pareceram bem calmas, sempre sorridentes e bem humoradas com as crianças, a relação das funcionárias com a diretora me pareceu de muito respeito, sempre quando iam entrar na sala pediam "licença Dona Beth", percebi que há uma relação de respeito e profissionalismo entre elas. Já com o público, no caso havia uma mãe lá, também observei muito atenção no tratamento delas, a mãe cumprimentou a diretora com um sorriso de gratidão e respeito, e a Beth perguntou se estava tudo bem e se a mãe

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

queria conversar com ela, a mesma disse que não e agradeceu indo embora com a filha.

As funcionárias estavam todas uniformizadas apesar do frio, de calça e blusa rosa. Todas estavam empenhadas em suas tarefas, não vi nenhuma parada ou conversando, apesar de ter menos crianças do que o normal, devido às férias, não vi nenhuma fazendo corpo mole, pelo contrário, se juntaram para dar ainda mais atenção para as crianças que estavam lá.

Outro fator que me chamou atenção foi a segurança do local, o portão tem trava elétrica que só é aberto pela funcionária, todas as salas possuem câmeras que é monitorado pela diretora que tem um monitor em sua sala da onde acompanha tudo o que acontece. Dentro da creche tem bastantes cercas, grades, para que as crianças não saiam das salas sem que as funcionárias vejam.

A creche também é bem higiênica e organizada. Não havia bagunça, os banheiros estavam todos limpinhos, cada bebê tem seu sabonete, sua toalha, seu pacote de fraldas. O Lactário onde se fazem as mamadeiras é bem higiênico, com todas as mamadeiras bem embaladas, separadas com o nome de cada bebê.

As salas de aula das crianças de 2 a 3 anos é super adequada, cada sala tem uma TV nova e um aparelho de DVD para passar filme para os alunos. No pátio da creche havia vários balanços, e até uma cama elástica bem grande, além do parquinho que também tem balanço, gangorra e outros brinquedos.

A impressão que tive é de que é a Creche MeiMei é uma instituição de bastante qualidade em seus serviços e possui estrutura para isso, o ambiente interno é de bastante profissionalismo.

Organização das atividades diárias

Existe um calendário anual que marca as datas comemorativas, mas não existe um cronograma de atividades que serão realizadas durante o ano, quem organiza são as próprias professoras conforme as datas se aproximam. Uma vez por semana elas tem o HTPC que é uma reunião onde as professoras discutem ideias, planos de ensino e através desta reunião que elas organizam as atividades.

Atuação do presidente

Não existe um presidente, o cargo maior é o da diretora Elizabeth. Ela trabalha na creche há 15 anos, vai todos os dias de segunda a sexta no horário normal das 7h as 17h. Sua relação com assistidos aparentou ser de bastante cumplicidade, fomos visitar o refeitório das crianças no momento em que eles estavam almoçando, e uma menininha de 3 anos ao avistar a diretora gritou " Oi dona Beth, olha eu to comendo tudo" e ficou toda feliz pela diretora ter parabenizado e a incentivado. Enquanto isso ela conversava com as professoras e estagiárias que davam comida para as crianças resolvendo os assuntos corriqueiros. Beth mostrou conhecer bem os alunos, chamando vários deles pelo nome, um menino de 3 anos veio correndo abraçá-la, ela ficou muito

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

contente ao vê-lo "eu não acredito que você esta aqui" o abraçando também, depois ela me disse que havia alguns dias que ele não ia para creche. Voltando para sua sala, vimos no berçário um bebê de 1 aninho andando, Beth ficou surpresa " Este é o Vitor? É o Vitinho?" perguntando para as funcionárias "Ele esta andando gente, que coisa mais linda", eu também fiquei super contente ao ver aquela cena, não pude deixar de pensar que muitas mães acabam perdendo estes momentos tão especiais de seus filhos, e de uma forma são as professoras que acompanham a evolução das crianças, pude realmente ver a felicidade espontânea da Beth.

Relação da entidade com o órgão fiscalizador

Quem cuida da parte fiscal é a secretária da Associação Bezerra de Menezes, as informações são passadas, e tudo é feito por lá. Beth afirmou que a creche sempre esteve em dia com todas as documentações, e que nunca ocorreu nenhum problema em relação a isto.

ASPECTOS REFLEXIVOS

Comunicação

Não existe o contato com a imprensa, e ninguém que o faça. Segundo a diretora existe um funcionário do jornal *O imparcial* que frequenta o centro Bezerra de Menezes, e as vezes cede o espaço para divulgar alguma ação de forma gratuita, mas ela disse nunca ter entrado em contato com algum veículo para divulgar notícias da creche. Disse também que as emissoras de TV já procuraram a creche várias vezes para realizarem matérias relacionadas a educação, mas que nunca foi divulgado o nome da creche, e as notícias não tinham características institucionais.

Comportamento do Observador

Eu me senti muito bem na creche MeiMei, fui muito bem recebida pela Diretora Elizabeth que foi super atenciosa em todas vezes em que entrei em contato pelo telefone para agendar a observação, mesmo quando não a encontrava na instituição, ela me retornava sempre as ligações. Também me disse pra ir logo, pois esta é a última semana, depois eles iriam fechar por uma semana. Não colocou nenhuma barreira, disse que eu poderia ir qualquer horário que fosse melhor pra mim.

Já na creche o atendimento foi o mesmo, muito atenciosa me respondeu todas as questões, me forneceu documentos, me ofereceu sua sala para que eu pudesse fazer as anotações com mais calma, me mostrou a creche detalhadamente, explicando tudo que é desenvolvido lá. Por parte das funcionárias também fui bem recebida, ninguém ficou olhando, questionando, fui sempre cumprimentada com sorrisos, conversei com várias funcionárias normalmente, e elas se mostraram muito profissionais. Na hora de ir embora, dei tchau a todas, que foram muito simpáticas, e a Elizabeth mais uma vez muito educada disse estar a disposição caso eu precisasse de mais alguma informação.

FEAPP

Matriz de Observação Participante para o Trabalho de Conclusão de Curso "Estudo em Assessoria de Imprensa para o Terceiro Setor de Presidente Prudente"

Dilemas éticos

Não observei nada que desqualifique a creche. Achei um lugar bem preparado, com uma boa estrutura para fazer o que faz. A diretora Elizabeth reclamou um pouco da dificuldade para comprar coisas que a creche às vezes precise, com reparos, adaptações etc, pois tudo é solicitado à Associação Bezerra de Menezes. Disse que já comprou muitas coisas com o dinheiro do bolso para a creche, mas que não acha justo fazer isto toda vez. Fora isso, não observei mais nada.