



Laboratório de Assessoria de Imprensa: impressões e perspectivas sobre o Plano de Comunicação Institucional desenvolvido para o Instituto Paz no Trânsito¹

Hendryo André²
Nahayana Alves Fiore³

Resumo

O trabalho apresenta apontamentos e reflexões sobre os primeiros quatro meses da consultoria em comunicação prestada por estudantes do 7º Período⁴ do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo das Faculdades Integradas do Brasil (UniBrasil) junto ao Instituto Paz no Trânsito (IPTRAN), organização do terceiro setor criada em 2010, um ano após a morte de dois jovens num acidente de trânsito envolvendo um ex-deputado, em Curitiba, e cuja repercussão midiática atingiu todo o país. O relato divide-se num diagnóstico inicial para a elaboração do Plano de Comunicação Institucional (PCI) para o IPTRAN – com alguns apontamentos sobre as estratégias para aplicar o conceito de comunicação integrada – e perpassa por alguns desafios pedagógicos para a aplicação do projeto.

Palavras-chave

Assessoria de comunicação; assessoria de imprensa; plano de comunicação; comunicação integrada; terceiro setor.

Introdução

Em tempos de soberania do pensamento único, da tendência de redução do número de empregos nos tradicionais veículos de comunicação, do ufanismo desenfreado às novas tecnologias, da fusão entre informação e entretenimento e da precariedade da formação humanística na área de Comunicação Social, um dos maiores desafios dos professores de jornalismo é discutir a função social do estudante que se encontra na iminência de ingressar no mercado de trabalho. Essa tarefa se torna mais árdua em disciplinas voltadas à assessoria

¹ Trabalho apresentado na modalidade Relato de Experiência na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Jornalista, professor do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas do Brasil (UniBrasil). Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: hendryo_aa@yahoo.com.br.

³ Estudante do 7º Período do curso de Jornalismo da UniBrasil. Coordenadora do Plano de Comunicação Institucional apresentado junto ao IPTRAN. E-mail: nahayana.fiore@gmail.com

⁴ Os estudantes que participaram do projeto, em ordem alfabética, foram: Altair Bento da Silva Junior, Ana Clara Baptistella Siqueira, Angelo Antonio Stroparo, Clarisa de Paula Silva, Elizabeth Cristina Alves Novaes, Guilherme Silva Giorgio, Julian Victor Yared, Juliana Alves Ribeiro, Liege Scremin Mizga, Lucyllen Reis, Luiz Gustavo Sayao Comegno, Marcia Valeria Aparecida Stoppa, Matheus Gasparin Regis, Monique Cellarius, Nahayana Alves Fiore, Narley Resende Domingues Neto, Paula dos Santos, Paulo Cezar de Siqueira e Vivian Mendes Fachin dos Santos.



de imprensa⁵, já que historicamente essa área enfrenta contestações dentro do campo jornalístico. Kucinski (2005), por exemplo, alega que o “vazio ético” pelo qual o jornalismo brasileiro passa se deve, entre alguns outros fatores, aos novos significados que a profissão de jornalista passou a ter, desde a década de 1980, após a regulamentação da assessoria de imprensa como atividade exercida por jornalistas – vale lembrar que a experiência brasileira, que desvincula a assessoria de imprensa do campo de Relações Públicas, é única no mundo (DUARTE, 2011). Já Noblat é mais contundente ao opor de forma maniqueísta o profissional de redação (atrelado ao interesse público) e o assessor de imprensa (preso a interesses particulares): “No dia em que um assessor de imprensa for capaz de distribuir notícias contra seus clientes, estará fazendo jornalismo – e deixará de ser assessor de imprensa. O que ele faz tem mais a ver com relações públicas e propaganda do que com jornalismo” (NOBLAT *apud* DUARTE, 2011).

Já para Chaparro (2011), o debate deve sobrepor esse dualismo que opõe os “bons” jornalistas (os de redação) aos “maus” jornalistas (os assessores de imprensa):

Trata-se de um falso conflito. Porque não se deve cair na simplificação de ver no interesse público o valor que se opõe ao interesse particular. Essa seria a lógica moralista, como se de um lado estivesse o bem, do outro, o mal. O que se opõe a um interesse particular é outro interesse particular. E o jornalismo não tem como, nem por que, temer ou desprezar os interesses particulares; além de legítimos, está neles a engrenagem dos conflitos da atualidade, dos quais o jornalismo ocupa-se, com as ferramentas do relato voraz e do comentário independente (CHAPARRO, 2011, p. 20).

Assim, mais importante que a superada descaracterização da assessoria de imprensa como atividade jornalística é a necessidade de uma sólida formação humanística dentro da academia, visto que o fenômeno de absorção no mercado de trabalho por parte das assessorias de imprensa é hegemônico. O ponto central da discussão, portanto, passa a ser a necessidade de o campo jornalístico (constituído por profissionais dos veículos tradicionais e os assessores) fomentar alguns parâmetros éticos para reger as ramificações da profissão.

⁵ No curso de Jornalismo da UniBrasil, a grade curricular reserva dois semestres letivos para essa atividade: *Assessoria de Comunicação* (40h), 6º Período, com elementos e conceitos básicos que norteiam a atividade; e *Laboratório de Assessoria de Imprensa* (80h), 7º Período, cuja finalidade é aprofundar e aplicar conceitos teóricos e práticos a respeito da atividade de assessoria de imprensa desenvolver um projeto real na área (MARTINS *et al*, 2011).



Essa preocupação norteou o desenvolvimento do Plano de Ensino da disciplina *Laboratório de Assessoria de Imprensa*, ministrada aos estudantes do 7º Período do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas do Brasil (UniBrasil). Ao buscar cumprir o elemento da ementa que determina a aplicação de viabilidade numa instituição real (MARTINS *et al.*, 2011), optou-se por estender o convite ao Instituto Paz no Trânsito (IPTRAN).

Criado em 18 de junho de 2010, pouco mais de um ano após a colisão que vitimou dois jovens em Curitiba⁶ e que se tornou um caso de grande repercussão midiática, a micro-empresária do setor de panificação Christiane Yared fundou o IPTRAN, uma instituição sem fins lucrativos, não-governamental e sem vínculos partidários. Hoje, o Instituto auxilia na reestruturação psicológica de familiares e vítimas não fatais de acidentes/crimes de trânsito (INSTITUTO PAZ NO TRÂNSITO, 2013).

Diagnóstico inicial: comunicação institucional na era da sustentabilidade

Com a hegemonia da “cultura do automóvel”, prescrita pela aquisição e uso desenfreado do automóvel como símbolo mínimo de sucesso e ascensão social (LUDD, 2004), a violência no trânsito cresceu. Em janeiro de 2013, de acordo com o Departamento de Trânsito do Paraná (Detran/PR), a frota de veículos em Curitiba ultrapassou a marca de 1,3 milhão de unidades. Os mais de 915 mil automóveis fazem com que a cidade tenha uma proporção maior de veículos por habitante que São Paulo. Os reflexos disso são variados e vão desde o crescimento de colisões graves e fatais (desde 2010, Curitiba ultrapassa a média de 300 mortes no trânsito por ano) até o aumento da poluição e congestionamentos, aspectos que somados influenciam diretamente na qualidade de vida.

Com base nesse cenário, a área de atuação do IPTRAN não poderia ficar restrita à cobrança de fiscalização, mas sim levar em conta ações sustentáveis⁷, capazes de interligar o

⁶ O episódio, ocorrido em 07 de maio de 2009, envolveu o então deputado estadual Fernando Ribas Carli Filho (acusado de estar alcoolizado), e deu início ao movimento “190 km/h é crime”, que ganhou repercussão nacional, com a distribuição voluntária de 500 mil adesivos e o registro de 19 milhões de pesquisas em sites de busca (INSTITUTO PAZ NO TRÂNSITO, 2013). Christiane Yared, mãe de um dos jovens mortos na ocasião, passou a ser procurada por outras mães que viveram experiências semelhantes, na busca de consolo e orientação, fator que a incentivou a criar o IPTRAN.

⁷ A experiência profissional do autor em assessoria de comunicação na Universidade Federal do Paraná, ocasião na qual desenvolvia planos de comunicação em projetos de gestão ambiental em obras de infraestrutura e



desenvolvimento econômico com o social e o ambiental. Por conta disso, alguns pressupostos precisavam ser abordados durante o desenvolvimento do Plano de Comunicação Institucional (PCI): a promoção e o incentivo a ações para a melhoria de ciclovias e calçadas, a educação para novos e antigos motoristas, políticas de mobilidade urbana e os impactos ambientais dos meios de transporte.

Como a temática do trânsito é muito ampla e atinge integralmente a sociedade, a execução do PCI deve gerar parcerias com empresas públicas e privadas preocupadas com um trânsito sustentável, meios de comunicação, demais entidades do terceiro setor e cidadãos envolvidos com o tema. Além do auxílio nas divulgações de campanhas e projetos, o PCI será útil para vislumbrar fontes de recursos para a elaboração e execução de projetos futuros.

Contextualização e fundamentos básicos

Desde a fundação, em 2010, a área de comunicação do IPTRAN nunca havia contado com um plano de comunicação integrada. Quando não realizados por profissionais de outras áreas do conhecimento, os trabalhos de comunicação ficaram restritos à prestação de assessoria de imprensa, encarregada majoritariamente por produzir releases e encaminhá-los junto aos meios de comunicação locais.

A elaboração da primeira etapa do PCI foi realizada pelos estudantes – como atividade ligada à disciplina – que puderam conhecer e aplicar os conceitos voltados à criação e (re)estruturação de uma assessoria de comunicação. A finalidade do trabalho é a de estruturar as ações de comunicação do IPTRAN e vinculá-las ao planejamento estratégico da Instituição. Ao consolidar um modelo de gestão que integra a Assessoria de Comunicação Social ao gerenciamento dos projetos desenvolvidos pelo IPTRAN, o PCI visa criar/fomentar uma cultura profissional no Instituto, capaz de torná-lo referência na gestão de comunicação integrada no terceiro setor.

transportes, fortaleceu a perspectiva de instigar valores para tornar o IPTRAN num espaço democrático para discussões sobre temas como mobilidade urbana, trânsito sustentável e integração multimodal, desvinculando, em certo ponto, a imagem de que o IPTRAN foi criado por uma mãe em busca de justiça. Se essa imagem institucional se consolidasse, o Instituto perderia a essência de existência após o julgamento, principalmente em caso de condenação do ex-deputado. Para que essa perspectiva pudesse começar a ser posta em prática a sensibilidade de Christiane Yared e sua equipe de trabalho foi fundamental.



Com o intuito de nortear o cumprimento dos valores e da missão institucional, o Plano visa auxiliar nas estratégias de Comunicação Social do IPTRAN, desde a alimentação do site institucional (agenda da equipe assessorada, eventos e notícias) e o trabalho em redes sociais (sobretudo, Facebook e Twitter), até a criação de uma estrutura de comunicação dentro do IPTRAN, integrando a comunicação a outros setores do Instituto. Dessa forma, a aplicação do PCI concretiza o pressuposto de que a informação deve ser uma ferramenta estratégica também para instituições do terceiro setor.

A partir da estruturação da comunicação e da constituição de um modelo de assessoria de comunicação, o IPTRAN passa por uma mudança de conceito, percebida como fundamental para uma instituição que defende os princípios democráticos. Com a estruturação da assessoria de comunicação, mais do que nunca, a organização ganha potencial para difundir ideais nos quais acredita, disseminar perante a sociedade o trabalho desenvolvido e, de forma sistemática, fomentar/enriquecer o debate público para cumprir sua função social, cuja ênfase está sintetizada na missão institucional extraída do PCI: *“Reduzir o número de vítimas de acidentes de trânsito por meio da promoção e do incentivo a práticas sustentáveis de mobilidade urbana”*.

Ao se integrar ao planejamento e à gestão estratégica do IPTRAN, o PCI tem potencial para alinhar missão e valores do Instituto, tanto com as ações de comunicação e educação quanto com a política de gerenciamento e utilização da comunicação para fortalecer a imagem institucional.

Primeiro passo: site institucional

O trabalho de consultoria em comunicação junto ao IPTRAN surgiu em função da recorrente precariedade dos serviços de comunicação prestados ao terceiro setor, área comumente dependente de financiamentos para sobreviver (MARTINEZ, 2011), aliada a potencial repercussão do tema trânsito na atualidade. Como o terceiro setor é notoriamente marcado por orçamentos enxutos (*ibid.*) as atividades ligadas à área tornam-se secundárias ou até mesmo inexistentes: no entanto, se as ações da área de comunicação “não são diretamente mensuráveis num balanço contábil [de uma instituição], podem significar [se aplicáveis], no



mínimo, a simpatia da sociedade, a fidelidade dos consumidores, um bom relacionamento com trabalhadores, governos e sindicatos (NASSAR; FIGUEIREDO, 2006).

Assim, no PCI voltaram-se inicialmente as atenções para o site institucional⁸ e para as redes sociais (a transformação do perfil no Facebook em fanpage⁹ e a criação de um endereço no Twitter¹⁰, ainda subutilizado). A título de ilustração, a versão atual do site, concluída no final de 2012, nunca havia tido qualquer tipo de atualização, nem das páginas fixas (Quem Somos, Projetos, Parceiros, IPTRAN Responde, entre outras), muito menos das áreas com vínculos mais factuais (Notícias e Eventos). Tal aspecto aponta para o fato de que a equipe do Instituto percebia a necessidade de possuir um site institucional, mas, em função da falta de recursos humanos e/ou financeiros e da ausência de cultura profissional voltada a práticas de comunicação, relegava o site para o segundo plano. Assim, um dos primeiros focos de trabalho do PCI foi a reestruturação do site (prevista para ser concluída em agosto).

No novo projeto foram priorizadas as seções mais factuais, princípio divergente da atual proposta. Além disso, acrescentaram-se espaços para agregar mais atores sociais ao Instituto, como as colunas *Opinião*, que reunirá textos de especialistas envolvidos com a temática trânsito/mobilidade urbana e *TV IPTRAN*, que trabalhará, a princípio, com *spots* educativos que serão replicados nas redes sociais. Outra mudança central destacada na página inicial é a valorização das fotos e do teor noticioso dos textos, além de espaço destacado para eventos promovidos pelo IPTRAN e/ou por seus parceiros institucionais.

No que compete à criação da página *Sala de Imprensa*, a pesquisa desenvolvida por Duarte e Carvalho (2011) inspirou toda a proposta. As organizações, segundo os autores, devem se adaptar e estabelecer novos níveis de interação, nos quais atualização, relevância, confiabilidade, facilidade de acesso e agilidade passam a ser conceitos-chave. Assim, a nova Sala de Imprensa (que será lançada com o novo site) terá como características básicas os seguintes itens: agenda dos principais assessorados, mobilidade para a criação de áreas temáticas (para facilitar o acesso a informações de eventos ou outras ações particulares), articulação com os princípios e estratégias da organização, atualização e avaliação junto aos

⁸ <http://www.iptran.org.br/>

⁹ <http://www.facebook.com/InstitutoPazNoTransito>

¹⁰ <https://twitter.com/InstPazTransito>



stakeholders, eficiente sistema de busca, coerência interna, comunicação direta com jornalistas e usuários interessados, inovação em conteúdo, dados para contato, galeria de fotos, galeria multimídia (com ênfase para a TV IPTRAN), releases, sistema de alerta e, por fim, visibilidade em destaque na página inicial (DUARTE; CARVALHO, 2011)

Considerações finais

Ao trabalhar neste projeto, pude observar os desafios que uma assessoria impõe. Os desafios de liderar uma equipe e cumprir todos os prazos, quando se trata de um meio real, que é muito diferente de quando apenas analisamos ou supomos uma empresa/organização. Ver a primeira parte do trabalho finalizada é uma grande conquista. Trabalhar num grupo de mais de 15 pessoas, cada um realizando suas atividades de forma profissional, colocando em prática as teorias aprendidas em sala, é uma forma de mostrar o quanto as experiências em estágios, grupos de pesquisas e estudos, aprimoram os conhecimentos dos alunos. A visão que tenho da finalização do curso é que existem inúmeras áreas e segmentos do jornalismo que podemos seguir. Há diversos segmentos que necessitam de jornalistas com boa formação e atitude para exercer e cumprir as necessidades dos clientes.

O depoimento acima, emitido pela estudante e coautora deste relato, Nahayana Fiore, aponta que, embora com apenas quatro meses de duração, a parceria entre UniBrasil e IPTRAN já demonstra alguns resultados satisfatórios, principalmente no que concerne à formação humanística dos estudantes de jornalismo. Ainda que a participação de alguns alunos – em geral, envolvidos com as atividades do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que ocorrem em paralelo – não tenha sido tão proveitosa, o interesse pela estruturação e, principalmente, aplicação do projeto ficou dentro das expectativas.

Alguns resultados, felizmente, poderão ampliar o relato durante a apresentação do trabalho no evento, visto que até lá já será possível perceber resultados mais concretos – o que possibilitará a exemplificação do relato. Ainda é válida a menção à *Agência Experimental Interage*¹¹, ligada ao curso de Publicidade e Propaganda da UniBrasil que, com base nos princípios da comunicação integrada, também contribuiu com o desenvolvimento de uma campanha para a arrecadação de equipamentos de segurança específicos (bebê-conforto,

¹¹ Coordenada pelos professores Marcelo Ribaric e Kátia Fontoura, conta com a participação de três alunas: Miriane Jacques (direção de arte), Ana Paula Luz (redação / mídias sociais) e Livia Loos (atendimento)



cadeirinha e Booster) para crianças até sete anos, idade na qual é permitido o uso do cinto de segurança convencional. O projeto – chamado “Motorista Cegonha” visa sensibilizar e conscientizar casais gestantes de baixa renda, desde a saída da maternidade, a utilizarem os equipamentos de segurança.

O desafio maior agora é desenvolver uma metodologia de ensino que, em primeiro lugar, ofereça aos próximos estudantes da disciplina subsídios para compreender o processo de estruturação do PCI e, ao mesmo tempo, permita que o planejamento tenha continuidade, a partir da própria reestruturação do Plano de Comunicação.

Referências

- CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- DUARTE, Jorge; CARVALHO, Nino. Sala de imprensa online. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa no Brasil. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- INSTITUTO PAZ NO TRÂNSITO (Curitiba). **Instituto Paz no Trânsito**. Disponível em: <<http://www.iptran.org.br/>>. Acesso em: 01 jun. 2013.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**: ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Perseu Abramo, 2005.
- LUDD, Ned. Carros e remédios. *In*: LUDD, Ned (org.). **Apocalipse motorizado**: a tirania do automóvel em um planeta poluído. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.
- MARTINEZ, Maria Regina Estevez. Implantando uma assessoria de imprensa. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- MARTINS, Maura *et al.* **Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo**. Curitiba: Escola de Comunicação, 2011.
- NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 2006.