



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM

**TRAJETÓRIA DA ASSESSORIA DA FIEP:  
UMA HISTÓRIA CONTADA PELOS ASSESSORES DE IMPRENSA DA  
INSTITUIÇÃO**

**LUCENIR DA SILVA MACIEL**

CAMPINA GRANDE – PB

Dezembro/2011

**LUCENIR DA SILVA MACIEL**

**TRAJETÓRIA DA ASSESSORIA DA FIEP:  
UMA HISTÓRIA CONTADA PELOS ASSESSORES DE IMPRENSA DA  
INSTITUIÇÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento às exigências legais para obtenção do Grau de Jornalista.

**Orientador:** Prof. Ms. Orlando Ângelo da Silva

CAMPINA GRANDE – PB.

Dezembro/2011

M113t Maciel, Lucenir da Silva .  
Trajetória da assessoria da Fiep: uma história contada pelos assessores de imprensa da Instituição . [manuscrito] /Lucenir da Silva Maciel . – 2011.  
45f.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social, Jornalismo.) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2011.  
“Orientação: Prof. Msc. Orlando Ângelo da Silva , Departamento de Comunicação Social”.

1.Assessoria .            2. Imprensa            3. Comunicação Organizacional. I. Título.

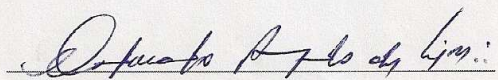
21. ed. CDD 070

LUCENIR DA SILVA MACIEL

TRAJETÓRIA DA ASSESSORIA DA FIEP:  
UMA HISTÓRIA CONTADA PELOS ASSESSORES DE IMPRENSA DA  
INSTITUIÇÃO

Aprovada em: 02 de DEZEMBRO de 2011.

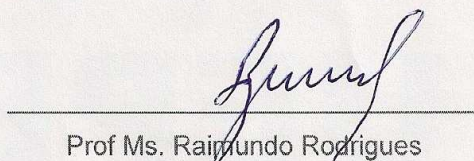
*Nota: 10,0 (dez)* BANCA EXAMINADORA



Prof Ms. Orlando Ângelo da Silva  
(Orientador)



Profª Drª Ingrid Farias Fechine Oliveira  
(Examinador)



Prof Ms. Raimundo Rodrigues  
(Examinador)

Campina Grande - PB  
Dezembro/2011

***À minha mãe por sempre acreditar em mim durante toda a minha vida, ao meu irmão pelo apoio incondicional e ao meu noivo, pelo incentivo e carinho.***

## **AGRADECIMENTOS**

Inicialmente, gostaria de agradecer a Deus, por sempre me proteger e amar todos os dias de minha vida, desde que nasci. Por me permitir realizar esta maravilhosa caminhada na Faculdade, que me proporcionou tantos conhecimentos, teóricos e práticos.

Gostaria de agradecer ao meu noivo, Lucinaldo, por acreditar na minha pesquisa, por me incentivar, dar apoio e compreensão. Agradeço à minha querida mãe Sebastiana, pelos conselhos, apoio e amor integral, sem questionamentos ou restrições. Ao meu irmão Izaias por sempre estar ao meu lado e me ajudar quando necessário e à minha “vozinha” Maria.

A meu orientador, amigo, professor, colega, Orlando Ângelo pelo auxílio na pesquisa, pela orientação, por me fazer acreditar que o Jornalismo é mais que livros, que aulas, que técnicas. E que primeiramente devemos amar o que fazemos, sendo assim, tudo dará certo, sempre.

Agradeço ao primeiro entrevistado Gilson Souto, pela dedicação, profissionalismo e empenho em ceder todas as informações e materiais necessários à pesquisa, o que nos incentivou a fazer sempre mais e melhor.

À Silvia Cabral, o meu muito obrigado por vencer as barreiras do tempo, da distância e me relatar o período em que trabalhou em A.I na FIEP. Obrigado a Valter Barbosa, Raimundo Rodrigues e Sueli de Sá pela grande colaboração, empenho, profissionalismo e disponibilidade em colaborar com a nossa pesquisa.

Agradeço também à minha Gerente Patrícia Leal de Almeida, do Clube do Trabalhador pela oportunidade de estagiar em Assessoria de Imprensa, e por disponibilizar material para enriquecer a nossa pesquisa, sempre disposta a auxiliar quando necessário.

A todos os professores do Curso de Comunicação Social da UEPB, sempre tão dedicados e dispostos a formar profissionais de qualidade, em especial à Professora Ingrid Fachine que me auxiliou quando mais precisei. E, finalmente, a todos que, de alguma forma, contribuíram para a construção deste trabalho acadêmico.

***“Plante seu jardim e decore sua alma, ao invés de esperar que alguém  
lhe traga flores. E você aprende que realmente pode suportar...que  
realmente é forte, e pode ir muito mais longe depois de pensar que não  
se pode mais”.***

William Shakespeare

## RESUMO

O presente trabalho aborda o tema: “*Trajetória da assessoria da FIEP: Uma História Contada pelos Assessores de Imprensa da Instituição*”. Esta pesquisa tem como objetivo investigar o surgimento, o funcionamento e a importância da Assessoria de Imprensa no Sistema Indústria do Estado da Paraíba, em Campina Grande. A metodologia consta de pesquisa bibliográfica: consultas em livro Memorial da FIEP, livros e pesquisas na internet; e, pesquisa de campo junto à FIEP, aplicando o método da história Oral, através de entrevistas semiestruturadas. As atividades de assessoria na FIEP iniciam, de forma oficial, em outubro de 1975. Verifica-se que os assessores utilizavam uma estratégia de comunicação diferenciada para a FIEP, em que particularidades eram enfatizadas como pontos positivos, permitindo a manutenção da relação entre os meios de comunicação paraibanos e a FIEP. A Assessoria de Imprensa é uma atividade jornalística que vem ganhando destaque nos últimos anos, pois, divulga as ações e atividades do assessorado de forma concisa e coerente. Tal estratégia de comunicação englobava a utilização de recursos como mensagens institucionais em datas específicas: Dia da Indústria, Aniversário da Cidade, Dia do Trabalho, entre outros. Recursos estes que determinavam de forma significativa a imagem da Empresa frente à opinião pública.

**Palavras- chave:** Assessoria. Imprensa. Comunicação Organizacional. FIEP.



## **ABSTRACT**

This paper focuses on the theme: "The path of the advisory FIEP: A Story Told by the press department of the institution." This research aims to investigate the emergence, operation and importance of the Press Industry System in the state of Paraíba in Campina Grande. The methodology of literature review, consultations Memorial FIEP book, books and internet research, and field research in the FIEP, applying the method of oral history, through semi-structured interviews. The advisory activities in FIEP start, officially, in October 1975. It appears that the assessors used a different communication strategy for FIEP, which were highlighted as particular strengths, allowing the maintenance of the relationship between the media and FIEP Paraíba. The Press Office is a journalist who has come to prominence in recent years, therefore, discloses the actions and activities assisted in a concise and coherent. This communication strategy included the use of institutional resources such as messages on specific dates: Industry Day, Anniversary of the City, Labor Day, among others. These resources that determined significantly the image of the Company with the public.

**Keywords:** Advice. Press. Organizational Communication. FIEP.

## LISTA DE SIGLAS

- ✚ **A.I** – Assessoria de Imprensa
- ✚ **AERP** - Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República
- ✚ **CAT** – Centro de Atividades
- ✚ **EUA** – Estados Unidos da América
- ✚ **FIEP** - Federação das Indústrias do Estado da Paraíba
- ✚ **SENAI** – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
- ✚ **SESI** – Serviço Social da Indústria

## SUMÁRIO

Introdução .....	10
Capítulo 1 – REVISÃO DA LITERATURA.....	13
1.1- Surgimento da Assessoria de Imprensa no Mundo.....	14
1.2- Surgimento da Assessoria de Imprensa no Brasil .....	16
1.3- As principais atividades de assessoria .....	18
1.4- Comunicação Empresarial .....	18
Capítulo 2 – CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA .....	20
2.1 - Dados Constitutivos Institucionais.....	21
2.2 – O Sistema FIEP .....	21
2.2.1 – SESI – Serviço Social da Indústria .....	21
2.2.2 – SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial .....	22
2.2.3 – IEL: Instituto Euvaldo Lodi.....	22
2.3 – Histórico .....	23
2.3.1 - Fundação da FIEP .....	23
2.3.2 - A primeira Diretoria Formada (1950/1951).....	23
2.4- As Sedes da FIEP e Sua História .....	24
2.4.1 - Presidentes ao Longo da História da FIEP .....	26
2.4.2 - Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – FIEP (composição em 2009).....	27
Capítulo 3 – METODOLOGIA .....	28
Capítulo 4 – TRAJETÓRIA DA FIEP EM CAMPINA GRANDE .....	32
Considerações Finais.....	39
Referências .....	42
Apêndices.....	43

# Introdução

## Introdução

A Assessoria de Imprensa é uma atividade jornalística relevante, pois divulga, de forma coordenada e lógica, notícias acerca das atividades de instituições públicas ou privadas, personalidades, autoridades e empresas. Este segmento do jornalismo já se consolidou definitivamente devido à necessidade das empresas em utilizar a mídia a seu favor. Toda assessoria de imprensa tem como objetivo despertar no público e na mídia o interesse pelo nome ou marca do assessorado, enriquecendo o cenário noticioso ao conseguir disseminar matérias, notas e artigos sem custo financeiro para o assessorado. Dessa forma, se propõe levar conhecimento à sociedade, através de serviços produzidos e oferecidos pela instituição, exercendo, sobretudo, a função de prezar e estabelecer uma boa relação com as diversas mídias.

A Assessoria de Imprensa cresceu de forma significativa quando as empresas passaram a investir neste setor de comunicação. Em todo o Brasil é uma das áreas que mais emprega jornalistas. Nesse sentido, as empresas perceberam a necessidade de utilizar a mídia ao seu favor, e para isto, passaram a contratar profissionais aptos para exercer a função. Na Paraíba, não poderia ser diferente, pois, o grande destaque que a área de assessoria vem ganhando nos últimos tempos deve-se também à acirrada disputa entre os veículos de comunicação, que exigem sempre mais informações. Comercialmente é viável que o público receba uma grande quantidade de notícias. Por sua vez, as empresas se tornam fontes de informação, o que contribui para que estas contratem um assessor que matricule várias notícias, conseguindo assim, a chamada mídia espontânea, ao invés de pagar por espaços caros nos veículos de comunicação.

Esse trabalho busca analisar o surgimento da Assessoria de Imprensa no Sistema Indústria da Paraíba, localizado na Avenida Manoel Guimarães, 195, no Bairro do José Pinheiro em Campina Grande, bem como a atuação dos assessores na referida Instituição. A proposta central do presente estudo é retratar as memórias e recordações jornalísticas de profissionais da Comunicação que trabalharam na FIEP, desde o início, seguindo a linha cronológica.

Nesse sentido, especificamente objetivamos viabilizar informações e conhecimento, de forma clara, acerca da assessoria de imprensa para os

interessados no conteúdo abordado, servindo de modelo para que os graduandos possam produzir outras publicações, cada vez mais aprimoradas e atuais.

Com base nesta convicção, realizamos a pesquisa através do método científico da História Oral com entrevista semiestruturada. Tais entrevistas são compreendidas como uma fonte de informação e de compreensão do passado e caracterizam-se por permitir compreender como indivíduos experimentaram acontecimentos, situações e modos de vida em geral. “A história oral é uma metodologia de pesquisa que consiste em realizar entrevistas gravadas com pessoas que podem testemunhar sobre acontecimentos, conjunturas, instituições, modos de vida ou outros aspectos da história contemporânea”. (CPDOC, 2011).

O tema escolhido deveu-se a necessidade de se rememorar e relembrar a história dos trabalhos de assessoria do Sistema Indústria, identificando os testemunhos de história profissional vivida pelos jornalistas na FIEP. Além de ser um tema inédito em pesquisas de TCC no Curso de Comunicação Social, bem como extremamente prazeroso para nós.

O presente trabalho é composto por cinco capítulos:

No primeiro, abordamos definições e conceitos acerca do surgimento da assessoria de imprensa no mundo e no Brasil, destacando as principais atividades na assessoria e apresentando as ferramentas utilizadas pelo profissional no seu dia a dia, bem como as mais recentes inovações na área.

O segundo capítulo consta da caracterização da Empresa, seus dados constitutivos institucionais, seu histórico desde sua fundação, os Sindicatos que fazem parte da FIEP, a definição das suas instituições divididas em CAT's, suas localizações e atividades.

No terceiro capítulo, discutimos os aspectos metodológicos que norteiam nossa pesquisa, trazendo conceitos e definições do método utilizado.

No quarto, consta a exposição da pesquisa, onde divulgamos os dados coletados a partir dos relatos orais de pessoas que trabalharam e/ou trabalham na Assessoria de Imprensa da FIEP, seguindo a linha cronológica dos jornalistas que passaram pelo setor de Comunicação do referido objeto de estudo.

E, no último são apresentadas as considerações finais acerca do trabalho desenvolvido pelos profissionais da Assessoria de Imprensa da FIEP no decorrer dos anos.

# Capítulo 1

## 1 REVISÃO DA LITERATURA

### 1.1 Surgimento da Assessoria de Imprensa no Mundo

Alguns autores, como Elisa Kopplin e Luiz Artur Ferraretto entendem que os trabalhos embrionários relacionados à assessoria surgiram por volta de 202 a.C. na China e eram constituídos de um conjunto de cartas circulares com decisões e realizações da dinastia Han e, em 69 a.C., através da Acta Diurna, que consistia em um veículo informativo do Fórum Romano. De acordo com os estudiosos, a assessoria de imprensa surgiu da necessidade de divulgação de opiniões e realizações de indivíduos ou grupos de indivíduos. Foi tomando forma a partir da existência do conjunto de instituições conhecido como meios de comunicação de massa, que começa a surgir no século 15, com o advento da prensa de tipos móveis, idealizada por Johann Gutemberg.

O processo de implementação das assessorias encontrou terreno fértil com a chegada da Revolução Industrial, em 1811. Como consequência direta disso, houve a modernização dos jornais e revistas, no Século 19, favorecendo o progresso nesta área da comunicação. A Revolução Industrial, também foi uma forma de atenuar o descontentamento interno nas grandes corporações industriais. Nesse contexto, em resposta à influência das ideologias anarquista e comunista, surgiu o jornalismo empresarial<sup>1</sup>.

Em 1772, um grupo de revolucionários norte - americanos liderados por George Washington<sup>2</sup> preocupados com a divulgação de informações, nomearam Samuel Adams, um escritor e editor do Kentucky, nos Estados Unidos da América, para realizar um trabalho que misturava jornalismo, relações públicas e publicidade. Mais tarde em 1829, Amos Kendall, servindo ao presidente norte-americano, Andrew Jackson, organizou o setor de imprensa e de relações públicas da Casa Branca, editando ainda o primeiro house-organ do governo dos Estados Unidos, com o título de *The Globe*.

---

<sup>1</sup> O Jornalismo Empresarial é um campo importante para jornalistas no que diz respeito ao mercado de trabalho, por permitir que a notícia seja vista com credibilidade.

<sup>2</sup> Primeiro presidente dos Estados Unidos da América de 1789 a 1797.



Segundo Kopplin e Ferraretto (2001), foi no século 20, com Ivy Lee<sup>3</sup>, que o grande empresariado percebeu a importância da divulgação dos serviços e ações. Até então, predominava a ideia sintetizada na frase: “o público que se dane”, atribuída a William Henry Vanderbilt, em 1882, um dos principais proprietários de ferrovias americanas. Ivy Lee, contratado para prestar serviços a John Rockefeller - na época o mais impopular homem de negócios dos EUA – foi escolhido para transformar o velho barão do capitalismo selvagem, de odiado a venerado pela opinião pública. Ivy conquistou o título de fundador da assessoria de imprensa, berço das relações públicas.

É importante salientar e entender o contexto em que surgiu a assessoria de imprensa: numa época em que predominava o capitalismo selvagem. Após a Guerra de Secessão<sup>4</sup> (de 1875 a 1900), onde o poder passou das mãos da aristocracia dos plantadores do sul para as mãos de homens ambiciosos, parte deles, fazendeiros do oeste e parte capitalistas industriais do leste, predominava um cenário de vandalismo social. Os novos poderosos eram conhecidos como “barões ladrões”, a ganância destes propiciou reações cívicas históricas, resultando em pressões dos trabalhadores e o surgimento de jornalistas como Thomas Lawson<sup>5</sup>, entre outros, que denunciavam as injustiças dos implacáveis industriais exploradores.

Por sua vez, os industriais norte-americanos, acusados e acuados, encontraram em Ivy Lee o caminho para evitar estas denúncias e criar uma nova imagem perante a opinião pública. Com o objetivo de corrigir a imagem pública dos chamados “barões ladrões”, Ivy Lee idealizou uma assessoria que divulgava informações favoráveis às empresas e de interesse público, sem a necessidade de se pagar pelas matérias publicadas. A declaração de princípios, em forma de carta divulgada em 1906, marca o surgimento da assessoria de imprensa:

---

<sup>3</sup> Jornalista Americano.

<sup>4</sup> A Guerra de Secessão ocorreu de 1861 a 1865 e constitui na luta entre 11 Estados Confederados do Sul latifundiário, contra os Estados do Norte industrializados, onde a escravidão tinha um peso econômico bem menor do que no Sul. O resultado foi a derrota dos Estados Confederados da América e expansão dos Estados Unidos.

<sup>5</sup> Thomas Lawson era um jornalista que criticava os industriais exploradores, utilizando um jornalismo mais realista, que faziam denúncia. Podemos citar também outros jornalistas como: Ida Tarbell e Upton Sinclair, que também criticava a pobreza e a injustiça social da época.

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. (CHAPARRO apud DUARTE, 2008, p. 37)

Além de criador, Ivy Lee também estabeleceu um conjunto de normas ético-morais, para realização do trabalho de assessoria.

## **1.2 Surgimento da Assessoria de Imprensa no Brasil**

No Brasil, a Assessoria de Imprensa, surgiu no período pré-industrial, com a estruturação do Serviço de Informação e Divulgação do Ministério da Agricultura, que misturava divulgação e comunicação institucional e do Departamento de Relações Públicas da The São Paulo Tramway Light and Power, a popular Light, que objetivava dar informações ao público.

Os trabalhadores brasileiros, por não terem espaço na imprensa da época, então marcada por um forte teor opinativo, resolveram publicar seus jornais, como: O Trabalhador (1904), O Cosmopolita (1916), Tribuna do Povo (1912), entre outros.

Mas, só em 1937, o governo brasileiro, se preocupou, efetivamente, com o atendimento à imprensa, quando no governo de Getúlio Vargas, durante o regime novo, de inspiração fascista (segundo alguns autores), criou o Departamento de Imprensa e Propaganda, mesclando divulgação, comunicação institucional e censura.

Nessa época, a assessoria especial de Relações Públicas da Presidência da República (Aerp), detinha largo poder sobre verbas e vagas, ganhando poder e espaço de superministério, divulgando apenas o que a autocensura permitia e administrando em benefício da ditadura militar. Sendo assim, a Aerp se tornou modelo para empresas, especialmente estatais e para governos estaduais e municipais.

Esse modelo foi consolidado, teórica e estrategicamente, no I Seminário de Relações Públicas do Governo Federal, em 30 de setembro a 5 de outubro de 1968, no Rio de Janeiro. Participaram do seminário, além do pessoal da Aerp, equipes de comunicação de 16 ministérios, da Agência Nacional, do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, entre outras.

O seminário debateu cinco grandes temas: organização e funcionamento dos Serviços de Relações Públicas nos órgãos da Administração Federal; normas de trabalho entre diferentes serviços de Relações Públicas dos órgãos da Administração Federal e os veículos de Comunicação Social; diretrizes de Relações Públicas no Governo; promoção institucional do Governo; imagem do Governo – Opinião Pública.

Como resultados do Seminário surgiram várias diretrizes e recomendações que passaram a ditar o modelo de comunicação no Governo do General Garrastazu Médici. Uma, em especial, é citada por ter significação histórica, trata-se da última de 10 recomendações sobre a imagem do governo na opinião pública:

Aproveitamento integral da figura do Presidente, no seu aspecto humano, moderado e compreensivo, para caracterizar toda a campanha orientada no sentido de valorização do homem, a única susceptível de criar uma imagem efetiva e imediata do governo. (CHAPARRO apud DUARTE, 2008, p. 43).

Desta forma, se explica a popularidade alcançada durante a ditadura militar pelo presidente Médici e, assim, foi criado o press release propagandístico, sustentado na desinformação.

Entretanto, também havia demonstrações de assessoria de imprensa praticada com critérios jornalísticos. Um exemplo disto foi o trabalho desenvolvido pela assessoria da Câmara Federal, que produzia um boletim diário “Câmara é notícia e informação”. O produto oferecido pelos jornalistas da Câmara provava ser possível uma prática de assessoria preocupada com o valor público da informação.

Em 1971, em São Paulo, os jornalistas Reginaldo Finotti e Alaor José Gomes<sup>6</sup> fundaram a Unipress, com uma proposta nova de assessoria de imprensa. Juntos montaram o Setor de Imprensa da Volkswagen no Brasil, adotando um conceito transparência com a imprensa e a comunidade.

Dois anos depois, surgia, no mercado brasileiro, a Mecânica de Comunicação Ltda, em São Paulo, fundada por Ênio Campói<sup>7</sup>, que também acreditava na concepção jornalística de assessoria de imprensa. Depois dele, outros profissionais

---

<sup>6</sup> O jornalista Alaor desistiu de uma carreira na Record e Folha de São Paulo. Já o jornalista Reginaldo abandonou o jornalismo da Última Hora. Ambos trabalharam juntos desde 1961.

<sup>7</sup> Jornalista saído da indústria automobilística que acreditava em critérios jornalísticos na Assessoria de Imprensa.

implantaram outras empresas de assessoria, e contribuíram para a consolidação e autonomia dessa atividade no país.

### **1.3 As principais atividades de assessoria**

As principais atividades de uma assessoria de imprensa, dentre outras, são: estabelecer um bom, respeitoso e profissional relacionamento com órgãos de imprensa; gerar press-releases ou releases; organizar clippings; realizar coletivas de imprensa; gerenciar crises; formar conteúdo e produção de publicações editoriais da instituição; elaborar relatórios de “clipping”; fazer cobertura jornalística e fotográfica de acontecimentos; mailing list; colaborar e/ou realizar eventos.

- Press-releases: São, praticamente, matérias completas, que podem ser aproveitadas, na íntegra ou não, pelos veículos de comunicação. Tem o nome de “sugestão de pauta”, porque no trabalho jornalístico são comuns as reuniões de definição de pauta. São importantes para a mídia devido à necessidade - até mesmo comercial - de se possuir conteúdo diversificado e interessante.

- Clipping: É o recorte de notícias que surgiram sobre o cliente. Além de comprovar os resultados do trabalho da assessoria junto aos órgãos de comunicação, ajuda a monitorar o que a imprensa – formadora de opinião – está produzindo a respeito do cliente. Há clipagem nas principais mídias: jornal, rádio, televisão e on-line.

- Mailing List: lista de endereços, que pode conter dados completos ou parciais, incluindo nome do veículo, nome do jornalista, cargo, etc. Facilita o trabalho da assessoria na execução do trabalho de distribuição de press-releases e outros produtos.

### **1.4 Comunicação Empresarial**

O tipo de estrutura funcional de uma empresa depende do fluxo de informações vigente. Quanto maior a atuação da empresa perante a sociedade, maior deverá ser o número de informações veiculadas. Neste sentido, a instituição que investir adequadamente em assessoria de imprensa, bem como no relacionamento com a mídia estará preparada para acompanhar o avanço da

democracia, que cada vez mais, exige das pessoas e entidades, transparência em suas ações e veracidade dos fatos.

O trabalho de selecionar, catalogar e definir o público alvo, como também o meio de comunicação mais adequado é de extrema importância para um assessor de comunicação empresarial. Visto que nos veículos de comunicação existem várias informações de interesse público como política, economia, saúde, entre outros, o trabalho de atrair a atenção do público e dos veículos de comunicação para o cliente é uma tarefa bastante difícil. Para tanto, é necessário definir estratégias dependendo das necessidades da instituição e das dificuldades de aplicação do projeto de divulgação.

Embora deva existir na empresa um planejamento global de sustentação, cabe ao assessor de imprensa basear-se num plano específico de divulgação que, em última instância, dita as regras e a cronologia das providências a serem tomadas quando se pretende divulgar um fato com êxito. (PALMA, 1994, p. 79).

A objetividade e a clareza são importantes para definir quando as informações serão divulgadas. Faz-se necessário reconhecer quando um trabalho realizado pelo assessorado é de interesse público e pode se tornar notícia. Aliado a isto, as empresas devem contratar um assessor que matricule várias notícias, conseguindo a chamada mídia espontânea, ao invés de pagar várias vezes por espaços caros nos veículos de comunicação. Como retorno, estas instituições tem a credibilidade e a audiência por gerar notícias sem a necessidade de pagamento por elas.

# Capítulo 2

## **2 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA**

### **2.1 Dados Constitutivos Institucionais**

O objeto de estudo tem por denominação social Federação das Indústrias do Estado da Paraíba; cujo nome fantasia é FIEP. Localizado na Avenida Manoel Guimarães, 195, no Bairro do José Pinheiro - Edifício Agostinho Velloso da Silveira, em Campina Grande – PB.

Segundo OLIVEIRA (2009, p. 40):

O sistema FIEP criado, mantido e administrado, com austeridade, dignidade e eficiência pelos industriais do estado da Paraíba tem como missão: exercer a representação da indústria paraibana, contribuindo para o seu fortalecimento e consolidação, promovendo e apoiando o desenvolvimento pleno sustentável do Estado e do País em cooperação com instituições governamentais e não governamentais.

Possui um site institucional para divulgação de notícias do SESI; IEL; SENAI e FIEP, onde dispõem de informações acerca de cursos, cadastro industrial, eventos, oportunidades, artigos, notícias, galerias de fotos, fale conosco e da indústria em geral, cujo endereço eletrônico é: [www.fiepb.com.br/fiep/](http://www.fiepb.com.br/fiep/).

A Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (2011) tem por metas: “Exercer uma liderança no setor Industrial como agente de transformação econômica e social, reconhecido pela sociedade e com atuação direcionada para a harmonia das relações de trabalho, fortalecimento do mercado, apoio à competitividade Nacional e Internacional da Indústria”.

### **2.2 O Sistema FIEP**

O Sistema FIEP compreende as seguintes instituições:

#### **2.2.1 SESI (Serviço Social da Indústria)**

Tem a missão de promover a qualidade de vida do trabalhador e de seus dependentes, com foco em Educação, Saúde e Lazer e estimular a gestão socialmente responsável da empresa industrial.

Centros de Atividades do SESI e Suas Localizações: CAT José de Paiva Gadelha: Rua João Fecundo de Lira, S/N, Gato Preto em Sousa – PB; CAT João Rique Ferreira: Av. Assis Chateaubriand, S/N, Distrito Industrial em Campina Grande – PB; CAT João Úrsulo Ribeiro Coutinho: BR 101 km 04, S/N, Distrito Industrial em João Pessoa – PB; CAT Pedro Franciscano do Amaral: Rua Rodrigues Chaves, 90, Centro em João Pessoa – PB. CAT Ana Elizabeth Lundegren: Praça da Vitória, S/N, Centro em Rio Tinto – PB.

E também o CAT Dionísio Marques de Almeida: Manoel Torres, 220, Jardim Brasil em Patos – PB; CAT Aprígio Velloso da Silveira: Rua Pedro II, 767, Prata em Campina Grande – PB; CAT Corálio Soares de Oliveira: Rua Marechal Costa e Silva, 133, Centro em Bayeux – PB; Escola Cassiano Pascoal Pereira: Getúlio Cavalcante, 593, Liberdade em Campina Grande – PB.

E a Escola Manoel Francisco Motta: Antônio Vieira da Rocha, 335, Bodocongó em Campina Grande – PB e Escola Ribeiro Simonsen: Carlos Chagas, 261, São José em Campina Grande – PB.

### **2.2.2 SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)**

Tem a missão de promover a educação profissional e tecnológica, a inovação e a transferência de tecnologias indústrias, contribuindo para elevar a competitividade da Indústria Brasileira.

Centros de Educação do SENAI e sua localização: Centro Modelo de Formação Profissional “Prof. Stênio Lopes”: Rua Pedro II, 788, Prata em Campina Grande – PB; Centro de Inovação e Tecnologia Industrial - CITI: Av. Assis Chateaubriand, 4585, Distrito Industrial em Campina Grande – PB; Centro de Tecnologia do Couro e do Calçado “Albano Franco” – CTCC: Rua Luiz Motta, 200, Bodocongó em Campina Grande – PB;

E também Centro de Educação Profissional “Odilon Ribeiro Coutinho”: Av. das Indústrias, S/N, Distrito Industrial em João Pessoa – PB; Escola SENAI de Construção Civil: Rua Marechal Costa e Silva, 133, Centro em Bayeux- PB.

### **2.2.3 IEL (Instituto Euvaldo Lodi)**



Tem a missão de promover a interação universidade/indústria e a articulação com o poder público e instituições privadas para o desenvolvimento industrial paraibano.

Unidades do IEL e suas localizações: Unidade de Campina Grande: Rua Manoel Guimarães, 195, Ed. Agostinho Velloso da Silveira – 4º andar, José Pinheiro em Campina Grande – PB; Unidade de João Pessoa: Rua Camilo de Holanda, 579, Centro em João Pessoa – PB.

## **2.3 Histórico**

### **2.3.1 Fundação da FIEP**

No dia 17 de julho de 1949 em solenidade realizada na Associação Comercial de Campina Grande, foi concretizado o projeto de criar a Federação das Indústrias no Estado da Paraíba por Domício Velloso da Silveira, Milton Bezerra Cabral, Agostinho Velloso, Daniel Sydentriker e José Marques de Almeida. A criação da FIEP – Federação das Indústrias do Estado da Paraíba foi sacramentada contando com a presença de representantes de 12 sindicatos patronais organizados e registrados e do Delegado Regional do Trabalho no estado da Paraíba, onde sua primeira diretoria eleita foi para o mandato bienal 1950/1951.

Pela primeira vez uma federação de Indústrias era fundada numa cidade do interior (Campina Grande), pois até aquele momento, todas as outras Federações, tinham sede nas capitais dos Estados. Fato este inédito, que deveu-se devido ao poder comercial alcançado por Campina na década de 40, conseguida através da exportação do algodão, principal atividade econômica, fazendo assim, que Campina Grande superasse até a Capital do Estado, João Pessoa, para a construção da FIEP.

### **2.3.2 A primeira Diretoria Formada (1950/1951)**

Presidente: Domício Velloso da Silveira; Vice-Presidente: José Marques de Almeida Júnior; 1º Secretário: Milton Bezerra Cabral; 2º Secretário: Jorge Gomes de Freitas; Tesoureiro: Giuseppe Gióia.

Diretoria Suplente: Luiz Pessoa Filho; João Pimentel Lima; Valdemar Aranha; Eduardo de Aguiar Ellery; José Barbosa de Lucena.

Conselho Fiscal / Efetivos: Francisco Alves Pereira; João Araújo Rique Ferreira; Luiz Motta. Suplentes: Francisco Ramos de Queiroz; Adelino Honório da Silveira; Agenor Vasconcelos.

Conselho de Representantes da Confederação Nacional da Indústria – CNI: Domício Velloso da Silveira; Camilo Pereira Carneiro Júnior; Raul de Góis; Daniel G. Sydentrick.

Sindicatos Patronais: Sindicato da Indústria de Fiação e Tecelagem em Geral no Estado da Paraíba; Sindicato da Indústria de Extração de Óleos Vegetais e Animais no Estado da Paraíba; Sindicato da Indústria do Milho no Estado da Paraíba; Sindicato da Indústria do Curtimento de Couro e Peles no Estado da Paraíba; Sindicato da Indústria Mecânica no Estado da Paraíba; Sindicato da Indústria do Açúcar no Estado da Paraíba.

E também: Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de João Pessoa; Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de Campina Grande; Sindicato da Construção Civil de Campina Grande; Sindicato da Indústria do Sabão e Velas de Campina Grande; Sindicato da Indústria da Extração de Fibras Vegetais e do Descaroçamento de Algodão de Campina Grande; Sindicato da Indústria da Cerveja e de Bebidas em Geral de Campina Grande.

## **2.4 As Sedes da FIEP e sua História**

A Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – FIEP – teve várias sedes ao longo de aproximadamente 60 anos de história, sedes estas que serviram de espaço para debates políticos e econômicos sobre a indústria paraibana. A Casa da Indústria, no ano de 1983, passou a ter sua sede definitiva.

Com o intuito de valorizar a indústria paraibana, a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba foi criada em 17 de julho de 1949, a primeira diretoria formada para os anos de 1949-1952<sup>8</sup>, tinha como presidente eleito da Federação, Domício Velloso da Silveira. Um fato que dificultava as reuniões dos membros da Federação

---

<sup>8</sup> A eleição para a 1ª diretoria ocorreu em 1949, onde os eleitos exerceram suas atividades para os anos de 1950 – 1951 e até que ocorresse a próxima eleição que foi em 1952.

era não existir uma única sede fixa, sendo que entre os anos de 1950 e 1952, foram realizadas no Edifício do SENAI, localizado na Rua Dom Pedro II, no bairro da Prata.

Segundo Oliveira (2001) a primeira sede localizava-se na Rua Presidente João Pessoa, nº. 21, no 1º andar da antiga sede da Associação Comercial, local onde funcionavam muitos dos principais estabelecimentos comerciais da cidade: armazéns e bancos.

A segunda sede da FIEP serviu de palco para consolidação do SESI e SENAI, as reuniões aconteciam na Rua Maciel Pinheiro, nº. 299, Centro, 1º andar da Livraria Pedrosa, no Edifício do Livro, dirigidas pelo segundo presidente, Milton Bezerra Cabral, em 1952.

No 2º andar da atual sede da Associação Comercial de Campina Grande, localizada na Avenida Marechal Floriano Peixoto, nº. 715, Centro, foi estabelecimento para a terceira sede na história da FIEP.

A idéia de construção de um monumental prédio para servir de Centro Administrativo da FIEP, partiu do industrial Fleury Soares na metade da década de 70. Este após visualizar um terreno baldio nas imediações do Bairro do José Pinheiro, um local próximo ao Curtume São José, que pertencia à Família Motta, expressou minuciosamente a idéia de construção do edifício a Fernando Marques de Almeida bem como a outros diretores.

Os diretores desejavam desde muito tempo um estabelecimento que unificasse todo o sistema, SENAI, SESI e IEL, onde todas as atividades seriam centralizadas e onde a indústria paraibana seria representada e defendida, promovendo assim, o desenvolvimento estadual. A proposta de Centro Administrativo próprio foi ponto de Pauta e aprovada por unanimidade nas reuniões da diretoria, nesta época presidida por Agostinho Velloso da Silveira.

Depois de aprovada a proposta, ocorreu o lançamento do Edital de Licitação de Elaboração do Projeto Arquitetônico e posteriormente, a construção do edifício da FIEP. Várias empresas de arquitetura participaram da seleção, a diretoria reuniu-se e aprovou o projeto do arquiteto carioca Cydno da Silveira<sup>9</sup>. Seu projeto

---

<sup>9</sup> Cydno da Silveira nasceu em 1940 na Cidade do Rio de Janeiro. Formado pela Universidade de Brasília, em 1968, trabalhou com seu primeiro mestre, Oscar Niemeyer, na Argélia entre 1971 e 1974. Dentre seus projetos arquitetônicos, o maior destaque é o edifício Casa da Indústria. Cydno planejou edifícios em Brasília, Rio de Janeiro, Argel e Recife, entre outros lugares.

arquitetônico se destacou por aliar a simplicidade e a sofisticação do estilo no plano arquitetônico.

As obras da sede da FIEP foram iniciadas em 1978 e concluídas aproximadamente cinco anos depois, recebendo constantemente a supervisão dos responsáveis pelo projeto, e até do então presidente da CNI – Confederação Nacional das Indústrias – Albano Franco. A construção de uma Sede própria para a FIEP permitiu concentrar em um único espaço, os Centros administrativos dos já consolidados SENAI e SESI (que já possuíam suas próprias estruturas físicas) e até da própria Federação das Indústrias do Estado da Paraíba, bem como do IEL, criado em 1969.

A inauguração do Edifício Sede da Casa da Indústria aconteceu em 24 de setembro de 1983. Estiveram presentes, o Presidente Agostinho Velloso da Silveira, juntamente com toda a diretoria, o arquiteto Cidno da Silveira; bem como o Ministro do Trabalho, Murilo Macedo; o Ministro da Indústria e Comércio, Camilo Pena; o Ministro do Interior, Mário Andreazza; o Governador do Estado da Paraíba, Wilson Braga; Presidente da Confederação Nacional das Indústrias – CNI, Albano Franco; o Presidente do Conselho Nacional do SESI, Cláudio Eugênio Deleazzi; o Diretor Geral do Departamento Nacional do SENAI, Arivaldo Fontes; o Presidente do Banco do Nordeste do Brasil, Camilo Calazans de Magalhães, o Prefeito de Campina Grande, Ronaldo da Cunha Lima, e presidentes de diversas Federações de vários estados brasileiros, além de outras autoridades nacionais e internacionais.

Posteriormente, através da Resolução número 01 de 28 de março de 1994, o Prédio da FIEP recebeu o nome de Casa da Indústria Agostinho Velloso da Silveira, uma homenagem concedida em vida e aprovada pelo Conselho de Representação da FIEP.

O Edifício Casa da Indústria tem uma área construída de 6.654 m<sup>2</sup>, possuindo sete pavimentos, incluindo o Restaurante Panorâmico e dois Auditórios: o maior, com capacidade para trezentos e vinte e seis pessoas, recebeu o nome de Domicílio Velloso da Silveira, e o menor, com capacidade para sessenta e cinco pessoas, com o nome de Francisco Alves Pereira. Ambos foram presidentes da FIEP na década de 1950. (OLIVEIRA, 2009, p. 50-51).

#### **2.4.1 Presidentes ao Longo da História da FIEP**

Domício Velloso da Silveira: 1949 – 1952; Milton Bezerra Cabral: 1952 – 1954/ 1954 – 1956; Francisco Alves Pereira: 1956 – 1958; Agostinho Velloso da Silveira: 1958 – 1995 (37 anos, divididos em 14 mandatos) e Francisco de Assis Benevides Gadelha: 1995 – 2011.

#### **2.4.2 - Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – FIEP (composição em 2009):**

Presidente: Francisco de Assis Benevides Gadelha; 1º Vice – Presidente: Maurício Clóvis de Almeida; Vice – Presidentes: Romualdo Farias de Araújo, Renato Castro do Lago, Eduardo Ribeiro Coutinho, Sebastião Severo Acioly, José William Montenegro Leal e Magno César Rossi; 1º Secretário: Jeová Heiner de Carvalho; 2º Secretário: Geraldo Ribeiro Dias Filho; 3º Secretário: Manoel dos Santos Gonçalves Neto; 1º Tesoureiro: Marcone Tarradt Rocha; 2º Tesoureiro: José Edivaldo Rocha; 3º Tesoureiro: José Tavares da Costa.

Diretores: Edson de Souza do Ó (in memorian- coloca essa palavra?), Pedro Abrantes Neto, Celso Maia Duarte, Ernesto Reibel, Clodoaldo Soares de Oliveira Neto, Washington Guilherme Queiroga Estrela, Eduardo Almeida Souto, Maysa Ayres da Motta Benevides Gadelha, Humberto César de Almeida, Birk Reibel, João Evandro Palhano Souto, Fernando Nazareno do Nascimento, José Clóvis Moroni Vidal e Luiz Magno Leite de Almeida.

Conselho Fiscal/ Efetivos: Fernando Marques de Almeida, Fernando Luiz da Costa Araújo e Cícero da Costa Freire; Suplentes: José Francisco Porto Neto, João Batista Sales Porto e Alberto Pires Ferreira.

Delegados Representantes junto ao Conselho da Confederação Nacional da Indústria/ Efetivos: Francisco de Assis Benevides Gadelha e Roberto Cavalcanti Ribeiro; Suplentes: Eduardo Ribeiro Coutinho e Ernesto Reibel.

Sistema Indústria da Paraíba: Superintendente da FIEP: Nelma de Freitas Pires Cavalcanti; Superintendente do SESI: Lúcia de Jesus Macedo Medeiros; Diretora de Operações do SESI: Gerarda Xavier Nunes; Diretora Regional do SENAI: Maria Gricélia Pinheiro de Melo; Diretora de Operações do SENAI: Maria Berenice Figueiredo Lopes; Diretora de Planejamento e Marketing: Patrícia Gonçalves de Oliveira; Diretor Administrativo Financeiro: José Aragão da Silva; Superintendente do IEL: Kênia Samara Farias Quirino; Diretora Executiva da UCIP: Denise Pinto Gadelha.

# Capítulo 3

## METODOLOGIA

Para a produção do presente trabalho de pesquisa foi realizado inicialmente a pesquisa bibliográfica através da leitura analítica que é considerada por Gil (2006), a análise do conteúdo pesquisado em textos selecionados, buscando “ordenar e sumariar as informações contidas nas fontes”, além de fichamento bibliográfico dos conceitos abordados na pesquisa. De acordo com Kopplin e Ferrareto (2000, p. 13), a assessoria de imprensa: “compreende tanto o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa quanto a edição de boletins, jornais ou revistas”.

Para conceituar nossa pesquisa também buscamos informações em revistas, trabalhos acadêmicos, como monografias e teses, e também, internet que tratem das atividades de assessoria de imprensa, comunicação empresarial. Palma (1994, p. 75) lembra que um assessor tem que se organizar para revigorar as notícias do cliente/empresa perante a mídia, bem como modificar e formar opinião favoráveis no público acerca das realizações da instituição.

Utilizamos a História Oral que é um método muito usado em pesquisas históricas e sociológicas, e surgiu como forma de valorização das memórias e recordações de indivíduos. Esse é um método de recolhimento de informações através de entrevistas com pessoas que vivenciaram o fato ocorrido.

As entrevistas de história oral são tomadas como fontes para a compreensão do passado [...] Isso torna o estudo da história mais concreto e próximo, facilitando a apreensão do passado pelas gerações futuras e a compreensão das experiências vividas por outros. (CPDOC, 2011).

Para compreender a caracterização do objeto de estudo e suas especificações, utilizamos um livro institucional, que é utilizado como memorial.

A pesquisa de campo foi realizada juntamente aos jornalistas que passaram pela Assessoria de Imprensa da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba,

onde foram realizadas entrevistas semiestruturadas com tais entrevistados<sup>10</sup> para atender aos objetivos propostos por este trabalho acadêmico. Os entrevistados foram escolhidos à partir da necessidade de se construir como se deu o surgimento da assessoria de imprensa na FIEP, bem como a atuação dos assessores na referida instituição. Sendo assim, buscamos seguir uma ordem cronológica de anos, com os jornalistas<sup>11</sup> que trabalharam na Assessoria de Imprensa da FIEP.

O primeiro entrevistado foi o jornalista, radialista e professor Gilson Souto Maior, que respondeu aos nossos questionamentos no Departamento de Comunicação Social na Universidade Estadual da Paraíba<sup>12</sup>.

Em seguida foi entrevistado o professor e jornalista Raimundo Rodrigues, onde inicialmente houve uma conversa acerca do tema, e logo após este enviou suas respostas acerca via email. A próxima entrevistada foi a jornalista Severina Silvia Costa Cabral. É importante ressaltar que devido à impossibilidade de encontro com a jornalista Severina Costa, as perguntas foram enviadas para o email pessoal desta, respondidas por escrito e a entrevista foi enviada impressa aos cuidados do professor Gilson Souto. Convém lembrar, que foi mantido contato telefônico com a entrevistada sempre que surgiram dúvidas acerca das respostas obtidas.

Logo após, foi a vez do Jornalista Valter Barbosa que ingressou no Sistema Indústria desde 1991 e continua assessorando nesta instituição até os dias atuais. Visitamos a sede da FIEP, situada à Avenida Manoel Guimarães, 195, no Bairro do José Pinheiro em Campina Grande, onde foi entrevistado. Devido à necessidade de Valter recorrer à aportes de memória este também enviou suas respostas por escrito via email.

Por fim, entrevistamos a Jornalista Sueli de Sá, que é Gerente de Comunicação do Sistema Indústria da Paraíba (FIEP, SESI, SENAI, IEL) e devido à sua rotina de trabalho atribulada, optou por responder às perguntas via email. As mesmas foram impressas e quando surgiram dúvidas, ligamos para a entrevistada para esclarecê-las.

---

<sup>10</sup> A veiculação dos nomes dos entrevistados foram autorizados por eles, bem como seus depoimentos, os quais foram transcritos literalmente, respeitando a fala do entrevistado.

<sup>11</sup> Os jornalistas Raimundo Rodrigues, Gilson Souto Maior e Severina Costa Cabral foram escolhidos para a pesquisa por serem os três primeiros assessores da FIEP. Valter Barbosa foi entrevistado por representar a década de 90 até os dias atuais na Instituição. Já Sueli de Sá, por representar os anos 2000.

<sup>12</sup> O Curso de Comunicação Social é situado à Rua Pedro I, S/N, Bairro São José em Campina Grande.



As entrevistas foram realizadas com gravação através de MP4, inicialmente realizamos transcrições literais das respostas, e em seguida organizamos as informações no capítulo IV, da Trajetória da FIEP em Campina Grande. Aqueles que enviaram suas perguntas por email efetuamos a impressão do documento e também organizamos no capítulo da exposição da pesquisa.

A pesquisa abrange os anos de 1975 a 2011, com os jornalistas que atuaram nestes anos e tem como objeto de estudo a Assessoria de Imprensa da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba.

Para compreender mais profundamente o surgimento e a atuação da AI na FIEP, foi disponibilizada pelos entrevistados fotografias, carteiras profissionais e produções impressas como o 1º jornal da Instituição, o que nos ajudou a comprovar os fatos da pesquisa.

A escolha pelo recurso da entrevista deveu-se o fato do baixo custo e a possibilidade de obtenção de respostas diretas dos entrevistados e obtenção de dados a partir do ponto de vista dos mesmos. Gil (2006, p. 114) lembra que para a escolha do instrumento de coleta de dados são utilizadas técnicas de interrogação, dentre estas, a entrevista: “pode ser entendida como a técnica que envolve duas pessoas numa situação “face a face” e em que uma delas formula questões e a outra responde”.

A entrevista semiestruturada foi utilizada como base para compreender as seguintes questões: período de trabalho, rotina dos assessores, material produzido, formação da equipe de trabalho, dificuldades encontradas na assessoria, comparação da assessoria da época com a da atualidade, remuneração, relação assessor e assessorado, existência de trabalhos com a mesma denominação da atualidade e existência de publicidade.

# Capítulo 4

#### 4 TRAJETÓRIA DA FIEP EM CAMPINA GRANDE

Mesmo com todo esforço utilizado na busca de documentos junto aos órgãos administrativos que integram a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba, não conseguimos nenhum registro oficial da criação da Assessoria de Imprensa da FIEP. Por esta razão, vamos nos valer dos recursos utilizados pelos estudiosos que aplicam a história oral em seus trabalhos de investigação.

Na impossibilidade de contarmos com as informações documentais da instituição, vamos desenvolver este capítulo, tendo como sustentáculo a história oral, que nos permitirá a produção de dados a partir de relatos orais de pessoas que trabalharam e/ou trabalham na Assessoria de Imprensa da Fiep, bem como, de documentos pessoais que comprovam suas afirmações relativas a criação e desenvolvimento da assessoria.

Mesmo não percebendo casos de esquecimento nos relatos dos nossos entrevistados, utilizamos os chamados "apoios de memória", como portarias, carteiras profissionais, produções impressas e fotografias que nos ajudaram a confirmar os fatos em pesquisa.

De acordo com o que foi pesquisado e com base nas entrevistas produzidas, o início das atividades da Assessoria de Imprensa da Fiep em Campina Grande, de forma oficial, data de 1º de outubro de 1975, com a contratação do jornalista e professor Raimundo Cavalcante Rodrigues. A ele, coube o trabalho de produzir matérias institucionais positivas, obviamente, sobre a instituição, a serem encaminhadas às redações dos jornais, emissoras de rádio e televisão, além da clipagem.

Paradoxalmente, segundo Raimundo, a preocupação da presidência da FIEP não era a divulgação do seu material, mas tentar evitar ou responder a publicação de notícias negativas sobre a Federação: "O objetivo da assessoria era evitar muita exposição da entidade que congrega os industriais paraibanos". Em sua opinião, a tática era passar despercebido para não chamar a atenção para os cargos de direção.

Inicialmente, a equipe era reduzida ao assessor. O expediente se dava das 17 às 20 horas, diariamente. O entrevistado considera que a remuneração era compensatória, embora o trabalho fosse frustrante, por não seguir os padrões de

uma assessoria convencional. Não havia publicidade nem verba para essa finalidade.

No entanto, havia as tradicionais mensagens institucionais em datas específicas: Dia da Indústria, Aniversário da cidade, Natal, Dia do Trabalho entre outras. A relação assessor-assessorado era muito boa, de respeito mútuo, bem como, a relação com a mídia estadual, que acolhia e divulgava os releases encaminhados às redações.

Quatro anos depois, com a saída de Raimundo Rodrigues, no dia 30 de novembro de 1979, quem assumiu a Assessoria de Imprensa da Federação, durante dois anos, foi o jornalista, radialista e professor Gilson Souto Maior. Ele foi contratado como comunicador social do sistema FIEP, SESI e SENAI, ficando responsável pela divulgação institucional destes três órgãos.

Com Gilson, a mentalidade dos dirigentes sobre a necessidade de uma divulgação mais efetiva da entidade mudou e a rotina de trabalho da assessoria também. A instituição passou a se preocupar com a sua visibilidade junto à sociedade. Divulgar as atividades da entidade passou para a ordem do dia. Passou-se a produzir sugestões de pauta para a imprensa, releases e matérias especiais de acordo com a solicitação dos jornais. A presença do presidente da FIEP, Agostinho Velloso da Silveira e demais dirigentes do sistema, em determinadas solenidades e atos passou a receber cobertura e divulgação.

Neste período, estava ocorrendo o início da implantação da profissão de Assessor de Imprensa em Campina Grande, que até hoje continua sem regulamentação oficial, onde diversos órgãos passaram a contar com a presença desse profissional. A equipe de trabalho da AI aumentou e, além do assessor e do fotógrafo Nicolau de Castro, passou a contar com o estagiário de Comunicação Social, Rômulo Barbosa, e do pessoal de apoio que auxiliava quando ocorriam grandes eventos, no auditório da própria Federação<sup>13</sup>.

A grande dificuldade encontrada na realização do trabalho de assessoria, segundo Gilson Souto Maior:

---

<sup>13</sup> Também desenvolveram atividades relativas à reportagem fotográfica, os fotógrafos Genário Freitas e Aluísio Alves.

Está ligada a falta de compreensão da classe dirigente de instituições públicas e privadas no que diz respeito a importância da presença de um assessor de imprensa para realizar um trabalho voltado tanto para o público externo como também para o público interno. As assessorias não devem se ligar só na contratação de um jornalista. Devem contratar pessoal da comunicação (jornalistas, relações públicas e profissionais de publicidade e propaganda/ marketing).

Gilson relata que parte do trabalho visando à profissionalização da Assessoria de Imprensa era realizada, a partir de reuniões para definir as metas e atingir aquilo que era preciso ser feito em termos de comunicação. Essas reuniões aconteciam com a participação dos superintendentes do SESI, SENAI e FIEP, Gerardo Lopes, Stênio Lopes e Agostinho Velloso da Silveira, respectivamente, da superintendente da FIEP, Estela Castro, e do assessor de imprensa.

Nestas reuniões, os dirigentes participavam das decisões tomadas acerca da estratégia comunicacional do Sistema, bem como, apresentavam ideias para a melhoria da relação com a mídia. O próprio presidente da instituição sempre alertava para a necessidade de um bom relacionamento com os veículos de comunicação e seus jornalistas. Com o objetivo de estreitar essa relação com a imprensa, a FIEP promovia almoços e jantares com a presença desses profissionais. Ainda hoje é realizada a tradicional festa de confraternização para os integrantes da mídia campinense.

Com relação ao seu trabalho à frente da Assessoria de Imprensa da FIEP, no ano de 1979, Gilson Souto Maior, afirma:

Todos eram lembrados, todos participavam da festa. Havia um carinho muito grande de Agostinho Velloso da Silveira, de sua equipe e diretores do SESI/ SENAI, com a imprensa. Isso me deixava muito feliz, por que sentia o reconhecimento do trabalho, não meu, mas da imprensa como um todo.

Em 1º de novembro de 1988, passa a ocupar o cargo de Assessora de Divulgação e Comunicação, a jornalista Severina Silvia Costa Cabral, que já fazia parte do Sistema Indústria como Assistente de Comunicação Social, desde 01 de agosto de 1986. Ela trabalhava com uma equipe formada pelo cinegrafista Afonso Carlos, o jornalista Hugo Ramos<sup>14</sup>, que respondia pela FIEP, num trabalho integrado

---

<sup>14</sup>O Jornalista Hugo Ramos de Azevedo coordenou a Assessoria de Imprensa da FIEP no período de 01 de novembro de 1991 a 17 de abril de 2006.

em benefício do Sistema e, logo após, com o estagiário de comunicação Valter Barbosa.

A falta de uma política de comunicação na empresa era uma das maiores dificuldades, o que segundo Silvia Cabral, foi se consolidando com o tempo. Com total apoio da direção, a relação com o assessorado era das mais promissoras, bem como com a mídia campinense, que em sua maioria, era integrada por seus antigos professores.

Além de recursos como clipagem, release, mailing - amplamente utilizados – os informativos, boletins, a produção de revistas também faziam parte da produção da assessoria de imprensa, comandada por Silvia Cabral.

As publicidades, por sua vez, também eram elaboradas pela assessoria, apesar de não existir verbas para veiculação. Quando necessário, eram apresentados projetos que podiam ser aceitos ou não. Apenas as mídias institucionais eram produzidas por profissionais da área, acompanhados pela assessoria.

Em junho de 1991, o jornalista Valter Barbosa de Araújo ingressou na assessoria de imprensa da FIEP, produzindo um material de divulgação relacionado a releases, textos para documentários, matérias para site institucional, matérias para revistas, programas de rádio, fotografias, entre outras ações.

A remuneração do assessor era compensatória se comparada com os valores pagos pela imprensa regional, trabalhos como clipagem e release já existiam com esta denominação. Contudo o mailing, não. Existia uma listagem com os principais contatos na imprensa.

Segundo Valter Barbosa, fazer assessoria de imprensa há 20 anos era muito mais difícil que na atualidade. Principalmente, pelo fato de não existir internet, nem fotografia digital, nem existia na imprensa o respeito devido ao papel desempenhado pelo assessor.

Naquela época, as publicidades eram produzidas pela assessoria, contudo, existiam casos em que os serviços eram terceirizados. Também não existiam verbas destinadas para as publicidades, segundo Valter Barbosa: “Esse era um item complicado de se vivenciar na época porque os resultados da publicidade não eram

percebidos tão facilmente e isso fechava as portas, de certa forma, para a liberação de verbas para tal fim. Salvo em alguns casos isolado”<sup>15</sup>.

O jornalista Valter Barbosa continua integrando a assessoria de imprensa da FIEP atualmente, em uma equipe formada por seis jornalistas, dois estagiários e dois colaboradores na área de eventos. Além de assessores, também desenvolvem tarefas como repórteres, fotógrafos, mestre de cerimônia, entre outras.

Atualmente, apesar da evolução vivenciada pela assessoria no decorrer dos anos, emplacar matérias junto à imprensa é uma das maiores dificuldades apontadas por Valter. Segundo ele, a relação do assessor com o assessorado, no caso o presidente é: “bastante aberta, sincera e profissional”. A relação com a mídia campinense é tranquila e respeitosa, visto que ambos se completam.

A jornalista Sueli de Sá, Gerente de Comunicação do Sistema Indústria da Paraíba (FIEP, SESI, SENAI, IEL), ingressou na instituição em 01 de março de 1991. Nessa época, os assessores da FIEP atuavam em ambientes físicos distintos e isoladamente. Por conta disso, a diretoria do Sistema resolveu criar o Departamento de Comunicação e Eventos, por entender que o setor deveria ser corporativo. Os assessores passaram a trabalhar juntos e integrados. Esta integração das “casas” passou a ser uma realidade de outros setores. Por conseguinte, para fortalecer a ideia de unidade do Sistema, a nomenclatura dos setores mudou e, neste processo, o Departamento de Comunicação da FIEP, conhecido até então como DECOM, passou a ser denominado Unidade de Comunicação e Eventos – UNICOM<sup>16</sup>.

Desde a criação do setor de comunicação, a ideia de criar oportunidade de estágio na área de assessoria partiu da própria equipe de comunicação da FIEP, entendendo que ao mesmo tempo em que o setor daria oportunidade de aprendizado prático aos estagiários, esses jovens também iriam contribuir para o desenvolvimento das atividades de assessoria no Sistema Indústria.

Baseado em planejamento quinzenal, diariamente, cada membro da equipe desenvolve atividades pertinentes a sua área de atuação, seja ela: da comunicação,

---

<sup>15</sup> Resposta à entrevista semiestruturada. Pesquisa de campo realizada na Federação das Indústrias do Estado da Paraíba em novembro de 2010.

<sup>16</sup> A equipe da Unidade de Comunicação e Eventos – UNICOM realiza reuniões de pauta, planejamento e avaliação das ações a cada 15 dias.

de planejamento ou de eventos. Cabe a gerência do Setor fazer a distribuição das tarefas e o monitoramento das ações de acordo com o surgimento de novas demandas.

O nosso dia-a-dia especificamente da assessoria de comunicação é pautado na coleta de informações junto às áreas/setores e unidades operacionais do Sistema Indústria (FIEP/SESI/SENAI/IEL) e, conseqüentemente, na produção de matérias para o Portal Corporativo, produção de releases, agendamento de entrevistas (quando necessário), divulgação segmentada nos veículos de comunicação de acordo com o assunto. (INFORMAÇÃO VERBAL) <sup>17</sup>.

Atualmente, a equipe da UNICOM é formada por 11 profissionais<sup>18</sup>, entre eles, cinco jornalistas e dois estagiários de comunicação. Os jornalistas produzem o material escrito e, também, fazem fotos quando necessário para arquivo da UNICOM, divulgação no Portal e demais veículos. Segundo Sueli, a relação entre assessoria e assessorado é bastante positiva, tendo em vista o entendimento sobre a importância do setor de comunicação numa empresa. A relação entre a Unidade e a mídia é produtiva, visto que a inserção de informações relacionadas ao Sistema Indústria na imprensa é muito relevante. Para ela, essa inserção de notícias acontece devido “ao fato do Sistema ser uma entidade séria e ter muita credibilidade junto à sociedade e, ainda, por tratar-se de uma entidade representativa de um dos principais setores da economia que é a indústria”.

---

<sup>17</sup> Resposta à entrevista semiestruturada. Pesquisa de campo realizada via email em novembro de 2011.

<sup>18</sup> Gerente de Comunicação: Sueli de Sá. Os jornalistas: Diego Araújo, Gabriel Alves, Tássita Araújo e Valter Barbosa e Marcelo Gonçalves. Design: Lisane Priscilla. Auxiliar administrativo de comunicação: Julia Costa. Eventos: José Luís Neto. Secretária: Maria do Socorro Leite. Estagiários: Natália Lucena e Thiago Marques.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho monográfico abordou sobre o processo de surgimento da Assessoria de Imprensa no mundo e no Brasil, enfatizando as principais atividades e ferramentas utilizadas nesta área. Descrevemos os aspectos constitutivos da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba, objeto de estudo da nossa pesquisa, bem como a história da sua fundação e seus aspectos organizacionais. Discutimos os aspectos metodológicos que nortearam nosso trabalho e divulgamos os dados coletados a partir das entrevistas semiestruturadas com as pessoas que trabalharam e/ou trabalham na Assessoria de Imprensa da FIEP.

Conseguimos retratar as memórias e recordações jornalísticas de profissionais que trabalharam na FIEP, seguindo uma linha cronológica. Também alcançamos nossos objetivos de disponibilizar informações e conhecimento de forma concisa acerca da Assessoria de Imprensa para os interessados no tema abordado, como também poderemos servir de modelo para que outros graduandos possam produzir outras publicações – mais aprimoradas e atuais.

Realizamos uma extensa pesquisa bibliográfica através da leitura analítica de livros, revistas, monografias e teses, internet, livro institucional e outros. Encontramos várias dificuldades com as informações documentais da instituição e mesmo com todo o esforço empregado na busca desses documentos junto aos órgãos administrativos que integram a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba, não obtemos nenhum registro oficial da criação da Assessoria na FIEP. Por isso, nos valem de recursos utilizados por estudiosos que aplicam a história oral em seus trabalhos de investigação.

Dentre os resultados, verificamos que a criação da Assessoria de Imprensa na FIEP data de 1º de outubro de 1975, com a contratação do Jornalista e Professor Raimundo Rodrigues para exercer a função de assessor. Os trabalhos de assessoria nesta época consistiam em produzir matérias positivas sobre a instituição e encaminhá-las para as redações dos jornais. O que nos chamou a atenção, é que inicialmente, a preocupação da presidência da FIEP era responder apenas às publicações de notícias negativas sobre a Federação.

A estratégia de comunicação da Assessoria de Imprensa mudou durante a gestão do Jornalista e Radialista Gilson Souto Maior, em 1979. Neste período, deu-

se início à preocupação com a visibilidade da instituição perante a sociedade. A divulgação de notícias tornou-se essencial para os dirigentes, bem como a manutenção do bom relacionamento entre a FIEP e a mídia campinense. Prova disso, eram os almoços e jantares de final de ano e encontros promovidos com o objetivo de estreitar essa relação.

Durante o período da assessora Silvia Cabral, no ano de 1986, a relação entre assessor-assessorado era uma das mais promissoras. Já eram produzidos boletins, revistas, informativos e recursos como clipagem, release e mailing eram amplamente utilizados. A relação com a mídia campinense, em grande maioria, antigos professores da entrevistada, se consolidava cada vez mais.

Quando o jornalista Valter Barbosa ingressou na Assessoria de Imprensa em 1991 (até então ele era estagiário do Sistema), começaram a ser produzidos matérias para o site institucional e para revistas. Também se desenvolveu matérias a serem veiculadas em programas de rádio e televisão. A partir de então, iniciou-se a divulgação de releases via internet. Recursos como fotografias digitais, também, começaram a ser utilizados, o que em anos anteriores não existia. A relação com a mídia foi consolidada, nas palavras de Valter Barbosa: “tranquila e respeitosa”.

Na gerência da jornalista Sueli de Sá, houve a integração entre o Sistema FIEP, SESI, SENAI e IEL, através da criação da Unidade de Comunicação e Eventos – UNICOM, que centralizou todo o trabalho de divulgação relativo à instituição. Surgiu da própria equipe, a ideia de utilizar o trabalho de estagiários para promover o aprendizado destes jovens que, em contrapartida, contribuíam no desenvolvimento das atividades de assessoria. A estratégia comunicacional é realizar reuniões de pauta quinzenais, com a distribuição de tarefas de acordo com a demanda.

Percebemos que a Assessoria de Imprensa na Federação das Indústrias do Estado da Paraíba cresceu de forma gradativa durante o decorrer dos anos, passando por estratégias significativas quanto à dinâmica e ampliação do conteúdo publicado em torno das ações e atividades direcionadas ao público. Desenvolveu métodos como clipagem e mailing para facilitar o trabalho cotidiano, e utiliza todos os recursos midiáticos e tecnológicos disponíveis para divulgar as ações da FIEP com qualidade e profissionalismo.

Por fim, entendemos que é preciso continuar com esta estratégia de comunicação diferenciada que consolida a imagem da FIEP, mantendo um relacionamento respeitoso entre os meios de comunicação, o assessorado e o público.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Aidil de Jesus Paes de. **Projeto de Pesquisa: Propostas Metodológicas** /Aidil de Jesus Paes de Barros, Neide Aparecida de Souza Lehfeld. 18. ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FERREIRA, Marieta de Moraes (organização). **História Oral e Multidisciplinaridade**. Editora: Diadorim, 1994 – Rio de Janeiro.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4<sup>o</sup> Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GUIMARÃES, Flávio Romero. **Como fazer? Diretrizes para a elaboração de trabalhos monográficos/** Flávio Romero Guimarães - 4<sup>o</sup> edição - Leme/ SP: CL EDIJUR, Edição 2010.

KOPPLIN, Elisa. **Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática/** Elisa Kopplin e Luiz Artur Ferrareto - Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

**HISTÓRIA ORAL: Revista da Associação Brasileira de História Oral**, nº 3, Jun. 2000 – São Paulo: Associação Brasileira de História Oral. Vol. 3.

**HISTÓRIA ORAL: Revista da Associação Brasileira de História Oral**, nº 5, Jun. 2002. São Paulo. Associação Brasileira de História Oral. Vol. 5.

LANG, Alice Beatriz da Silva Gordo (Editor responsável). **História Oral: Revista da Associação Brasileira de História Oral**, nº 6, Jun. 2003 - São Paulo: Associação Brasileira de História Oral. Vol. 6.

OLIVEIRA, Maria José Silva/ José Edmilson Rodrigues (Organizadores). **MEMORIAL FIEP: Seis Décadas de Ações Transformadoras** - Campina Grande. Gráfica Marccone, 2009.

PALMA, Juarês. **Jornalismo Empresarial**. 2ed. Porto Alegre - Sagra: DC Luzzato, 1994.

FIEP. **Portal das Indústrias do Estado da Paraíba**. Pesquisa disponível em: <http://fiepb.com.br/fiep/>, acesso em 24 de março de 2011, 13 h.

CPDOC. Centro de Pesquisa de Documentação de História Contemporânea do Brasil. **História Oral**. São Paulo. Pesquisa disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/acervo/historiaoral> acesso em 16 de novembro de 2011, 12 h.

## APÊNDICES

**APÊNDICE A - Entrevista aplicada aos jornalistas:** Raimundo Rodrigues, Gilson Souto Maior e Silvia Cabral.

- ✚ Qual o período em que o Senhor (a) trabalhou como assessor de Imprensa da FIEP?
- ✚ Qual a rotina de trabalho? O material produzido?
- ✚ Como era formada a equipe de trabalho (quais os profissionais), além do assessor existiam repórteres, fotógrafos?
- ✚ Quais as dificuldades encontradas na realização do trabalho de assessoria?
- ✚ Como o senhor analisa a assessoria de imprensa daquela época com relação à atualidade?
- ✚ A remuneração do assessor (a) daquela época era compensatória?
- ✚ Como era a relação do assessor (a) com o assessorado, no caso o presidente?
- ✚ Como era a relação do assessor (a) com a mídia campinense?
- ✚ Existiam trabalhos de clipagem, mailing, release, etc com esta denominação que conhecemos hoje?
- ✚ As publicidades eram produzidas pela assessoria, ou por outros profissionais, como era o contato com eles?
- ✚ Havia verbas para a publicidade?

**APÊNDICE B - Entrevista aplicada ao jornalista: Valter Barbosa**

- ✚ Nome, Função?
- ✚ Qual o período em que o Senhor trabalhou como assessor de Imprensa da FIEP?
- ✚ Qual a rotina de trabalho? O material produzido?
- ✚ Como é formada a equipe de trabalho (quais os profissionais), além do assessor existem repórteres, fotógrafos?
- ✚ Quais as dificuldades encontradas na realização do trabalho de assessoria?
- ✚ Como o senhor analisa a assessoria de imprensa daquela época (período em que entrou na assessoria de imprensa da FIEP) com relação à atualidade?
- ✚ A remuneração do assessor é compensatória?
- ✚ Como é a relação do assessor com o assessorado, no caso o presidente?
- ✚ Como é a relação do assessor com a mídia campinense?
- ✚ Quando começou a trabalhar na FIEP, já existiam trabalhos de clipagem, mailing, release, etc com esta denominação que conhecemos hoje?
- ✚ As publicidades eram produzidas pela assessoria, ou por outros profissionais, como era o contato com eles?
- ✚ Havia verbas para a publicidade?

**APÊNDICE C - Entrevista aplicada à jornalista: Sueli de Sá**

- ✚ Nome, Função?
- ✚ Qual o período em que a Senhora iniciou o trabalho como assessora de Imprensa da FIEP?
- ✚ Qual a rotina de trabalho? O material produzido?
- ✚ Como é formada a equipe de trabalho (quais os profissionais), além do assessor existem repórteres, fotógrafos?
- ✚ Quais as dificuldades encontradas na realização do trabalho de assessoria?
- ✚ Como é a relação da assessoria com o assessorado?
- ✚ Como é a relação da assessoria com a mídia campinense?
- ✚ A Assessoria de imprensa da FIEP atende à quais setores?
- ✚ Com relação aos estagiários, de quem partiu a idéia de criar oportunidades para esses jovens? E quando o trabalho de estagiários começou a ser utilizado?