



**Centro Universitário de Brasília  
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD**

**MARILEI ANDRÉIA BIRCK FERREIRA**

**INTERESSE PÚBLICO E POLITIZAÇÃO NAS NOTÍCIAS  
PRODUZIDAS PELO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO**

Brasília  
2016

**MARILEI ANDRÉIA BIRCK FERREIRA**

**INTERESSE PÚBLICO E POLITIZAÇÃO NAS NOTÍCIAS  
PRODUZIDAS PELO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Gestão da Comunicação nas Organizações Público e Privada.

Orientador: Prof. Luiz Cláudio Ferreira

Brasília  
2016

**MARILEI ANDRÉIA BIRCK FERREIRA**

**INTERESSE PÚBLICO E POLITIZAÇÃO NAS NOTÍCIAS  
PRODUZIDAS PELO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para a obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* Gestão da Comunicação nas Organizações Público e Privada.

Orientador: Prof. Luiz Cláudio Ferreira

Brasília, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

**Banca Examinadora**

---

**Professor - Orientador**

---

Prof. Dr. Nome completo

---

Prof. Dr. Nome completo

**DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho aos que acreditam numa comunicação pública voltada aos interesses dos cidadãos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, a Deus pela saúde e disposição que tem me dado, pois sem eles este estudo não poderia se tornar uma realidade. Sou imensamente grata ao meu orientador, professor Msc Luiz Cláudio Ferreira que, com esmero, deu as diretrizes, corrigiu, observou, opinou e me deu os ensinamentos necessários. Obrigada também a meu marido Victor Rodrigues Ferreira pelo incentivo para voltar a estudar e cuidar de nossos filhos Marina e Samuel para que eu pudesse me dedicar ao trabalho aqui realizado. Agradeço aos meus familiares e amigos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização desta monografia.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar e analisar quais são as prioridades elencadas nas notícias divulgadas pela assessoria de comunicação, no site do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Na pesquisa são analisadas matérias publicadas no mês de maio de 2015 para identificar como são abordados os textos divulgados no site. Também buscou-se identificar qual a importância da assessoria de comunicação, do assessor de comunicação e também compreender o papel da comunicação pública. Durante o processo de análise dos textos, notou-se que a maneira utilizada pela assessoria de comunicação para divulgar as ações do MTE não seguem as recomendações dos autores aqui citados. Entre as conclusões, observa-se que se faz necessária uma revisão desta forma de divulgação.

**Palavras-chave:** Assessoria de Comunicação. Ministério do Trabalho e Emprego. Comunicação Pública. Notícias. Site

## **ABSTRACT**

The present study intends to investigate and analyze and what are priorities listed in the reports in the press office, in the website of the Ministry of Labor and Employment (MTE). In the research are analyzed articles published in May 2015 to identify how the texts disclosed on the website are addressed. It also sought to identify the importance of the press office, communication adviser and also understand the role of public communication. During the process of analysis of the texts, it was noticed that the press office used a non-recommended method during the text analysis by the authors of this study. Among the findings , it is observed that a review of this disclosure form is required.

**Key words:** Press Office. Ministério do Trabalho e Emprego. Public Communication. News. Website

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	08
<b>1 IMPORTÂNCIA DE ASSESSORIA DE IMPRENSA</b>	10
1.1 Papel do assessor de imprensa	12
1.2 Ferramentas da Assessoria de Imprensa	13
1.2.1 <i>Relise</i>	13
1.2.2 Entrevistas coletivas	14
1.2.3 Mailing-list	14
1.2.4 Press-kit	14
1.2.5 House-organs	15
<b>2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA ERA DA INTERNET</b>	16
<b>3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA</b>	19
3.1 O caso em questão	20
<b>4 MÉTODO</b>	21
<b>5 ANÁLISE</b>	23
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	26
<b>REFERÊNCIAS</b>	27
<b>ANEXO A - LINKS</b>	28
<b>ANEXO B - MATÉRIAS</b>	29



## INTRODUÇÃO

As notícias e produtos feitos pela comunicação organizacional, divulgadas em sites, redes sociais, releases enviados diretamente para os veículos de comunicação, expõem o que as instituições querem dizer à sociedade. Nelas estão remetidas informações sobre o que aqueles órgãos têm feito, o que fazem e como fazem. Cidadãos e veículos de imprensa buscam estes meios de comunicação para se informar sobre as instituições. A presente pesquisa é feita sob essa ótica de compreender a comunicação pública quando realiza prestação de contas à sociedade com roupagem de jornalismo.

A forma com a qual os agentes públicos, neste caso, os ministros, por meio de suas assessorias de imprensa, se reportam à sociedade podem apresentar, muitas vezes, uma linguagem de chapa branca e autopromoção. Os releases e matérias nos sites dos órgãos, se não forem tomados os devidos cuidados, passam a impressão de que os representantes do povo estão falando para si mesmos, ou melhor, de si mesmos, e não para a comunidade. Este trabalho parte da premissa que sites de órgãos públicos dos três poderes do país priorizam ações do gestor principal em detrimento de informações de interesse público.

No caso estudado aqui, o objetivo é o de analisar e identificar quais são as prioridades elencadas nas notícias divulgadas no site, pela assessoria de comunicação do MTE<sup>1</sup>. Como amostragem de pesquisa, são selecionados materiais publicados no mês de maio (em que se comemora o dia do trabalho) em 2015<sup>2</sup>, e que se supõe ter uma agenda de divulgação relacionada a assuntos da pasta, tais como pesquisa sobre emprego e renda, salário-mínimo etc.

Como objetivos específicos, é importante compreender o papel da comunicação pública para a gestão em poderes públicos e identificar como a revolução dos meios tem colaborado com a função de informar, e discutir as estratégias de assessoria de imprensa e do assessor de imprensa em um órgão público.

---

<sup>1</sup> O MTE teve o nome alterado para Ministério do Trabalho e Emprego, e de Previdência Social em outubro de 2015. Durante o período de pesquisa, existiam duas equipes de comunicação. Essa alteração não influencia a pesquisa, visto que o período analisado compreende apenas o mês de maio deste ano.

<sup>2</sup> Ano de produção da pesquisa

Tendo em vista que, segundo a Constituição de 1988, cabe aos representantes dos órgãos públicos defenderem os interesses do povo e mesmo sendo ligados a partidos políticos, não podem utilizar-se desta prerrogativa para se autopromoverem.

Em relação a isso, a principal pergunta de pesquisa é a seguinte:

As notícias publicadas pelo MTE do colaboraram com a informação pública ou simplesmente relataram o que o titular da pasta tem realizado?

Para isso, optou-se, como estratégia metodológica, por um estudo de caso da comunicação utilizado pela assessoria de imprensa do MTE.

Para alcançar esses objetivos, os seguintes procedimentos foram adotados: elaboração de um estudo minucioso dos textos divulgados no site do MTE. Para isso, o site foi monitorado para a análise dos textos nele publicados, fotos e posição das mesmas nas matérias e observado como acontece a divulgação das informações.

Espera-se demonstrar, com esta análise, o papel de um assessor de imprensa, da assessoria de imprensa de uma instituição e importância da divulgação de informações.

Na perspectiva desta pesquisadora, o interesse pelo tema nasceu da percepção da necessidade de mostrar como são divulgadas as ações do MTE. Esta preocupação baseia-se no fato de os textos estarem sendo escritos com enfoque e valorização do trabalho do ministro, deixando para segundo, terceiro momento ou praticamente nem mencionando o papel do órgão. A pesquisadora trabalhou, por mais de seis anos na Assessoria de Imprensa de Comunicação do MTE, e pôde observar estas práticas pessoalmente. No entanto, como a análise é documental, não há desvio de resultados.

O presente estudo foi então estruturado da seguinte forma: o primeiro capítulo apresenta o papel do assessor de imprensa e da assessoria de imprensa; o segundo proporciona uma análise sobre a comunicação online; o terceiro aborda a definição da comunicação pública e o caso estudado; o quarto mostra o método utilizado e no quinto e último é apresentada a análise dos resultados da pesquisa realizada.

## 1 IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

A assessoria de imprensa tem grande importância no que diz respeito à imagem e, não só isso como também na identidade da notícia que será transmitida para a imprensa posteriormente. Vale salientar que, ela se encontra presente na maioria das grandes instituições, sejam elas públicas ou privadas. Passou a ser peça fundamental entre os anos 60 e 70, mesmo com todas suas modificações, nunca deixou de ter espaço nas formações de opinião.

O principal papel é dar visibilidade às empresas, por meio de divulgações das ações desenvolvidas. Veículos de comunicação procuram, constantemente, o auxílio das assessorias seja para se informarem sobre ações dos órgãos ou para publicar as mesmas. Segundo Duarte (2002), as assessorias trabalham para que as instituições sejam lembradas pelos veículos de comunicação e a produção de notícias torna as ocorrências institucionais em acontecimentos públicos.

Conscientes da importância do acesso à mídia e do poder que têm junto a ela, as instituições trabalham para serem “lembradas pela imprensa”, para ampliarem sua presença nos veículos e, mais do que isso, para serem reconhecidas como referências. Para atingir esses objetivos, produzem textos informativos para divulgação jornalística, compreendendo pautas, releases, position papers, informes oficiais, comunicados, artigos, notas técnicas. Enfim, produzem notícias. (DUARTE et al., 2002, p. 146).

Indo ao encontro de Duarte, Chinem (2003) aborda sobre a divulgação das notícias produzidas pelas assessorias. Produção de texto, conhecido como release; material publicitário; ações e estratégias das instituições, acompanhamento e divulgação de agenda da autoridade superior do órgão e são algumas das ações de uma assessoria de imprensa. De nada adianta ter uma super produção de matérias se elas não forem publicadas e divulgadas pela imprensa externa. E não basta atingir somente o cidadão. Os demais públicos da comunidade, como *stakeholder*, fornecedores e acionistas também precisam ser levados em conta e ter sua importância analisada pelo assessor de imprensa no momento de escolher uma estratégia de divulgação.

O consumidor final do produto ou do serviço não será atraído de maneira tão eficiente se as ações de comunicação estiverem voltadas somente para ele. Não que o consumidor tenha perdido sua importância, o que seria uma tolice, mas os públicos estratégicos localizados na comunidade e na opinião pública, entre os fornecedores e acionistas, na imprensa e nos governos assumiram importância decisiva nas políticas

de comunicação. Como uma espécie de primeiro passo para o trabalho, é bom deixar de lado toda espécie de desconfiança em transmitir qualquer informação ao assessor de imprensa. Nada de segredos. Devem ser deixadas de lado as atitudes low profile. (CHINEM, 2003, p. 112).

Outro aspecto altamente relevante é a conduta do assessor de imprensa, responsável pela decisão sobre as estratégias de comunicação de uma instituição. Ele deve saber se portar eticamente em qualquer situação. Deve-se admitir que a pressão para divulgar ou omitir informações sempre existiu, mas a forma com a qual ele reage fará toda a diferença. Kopplin e Ferraretto (2001) descrevem sobre a conduta do assessor de imprensa.

Pressionar para que notícias a respeito do assessorado sejam publicadas, sonegar informações de interesse, divulgar inverdades e defender os interesses de quem o contratou acima dos da população são problemas ainda frequentes no mercado brasileiro de Assessoria de Imprensa. Em síntese, contrariam o Código de Ética da profissão e, não raro, prejudicam a imagem de quem é assessorado. (KOPPLIN; FERRARETTO, 2001 p. 30).

O ex-jornalista americano Ivy Ledbetter Lee teve um importante papel no surgimento da assessoria de imprensa. Ele atuava na área de economia em jornais dos Estados Unidos, conforme Duarte (2002).

Numa época em que a propaganda era utilizada para forjar mitos e fatos e surgia a preocupação com a conquista da opinião pública, Lee buscou adaptar os interesses dos assessores aos dos diferentes públicos e utilizar informação verdadeira e objetiva como ferramenta para obter boa aceitação e relacionamento com a imprensa. Foi o estabelecimento de um conjunto de preceitos que se mantém atual: informação gratuita, de uso facultativo, com características jornalísticas, implicando exatidão, objetividade, veracidade, reciprocidade, transparência e interesse público. (DUARTE, 2002, p. 287).

Desta forma, entende-se que, sempre existiu uma busca constante por informações verdadeiras, ignorando por vezes falatórios e, até mesmo informações sem embasamento, sem fontes seguras. Conclui-se então, que, atualmente a veracidade está acima de todas as coisas, não dando mais espaço para falsas notícias.

## 1.1 Papel do Assessor de Imprensa

Peça chave em uma assessoria de imprensa, o assessor de imprensa tem a responsabilidade de conduzir o trabalho do setor, pensando em estratégias, ações que tornem a instituição conhecida. Ou seja, dar visibilidade à ela. Ele precisa estar preparado, munido de ferramentas para que seus objetivos sejam alcançados. Decisões tomadas por ele podem levar a empresa ao sucesso ou ao fracasso. E não somente saber tudo o que acontece dentro da empresa, mas fora dela também. Os cenários externos podem influenciar em suas tomadas de decisão. Acompanhar noticiários sobre aspectos econômicos e políticos também faz parte de suas responsabilidades. Duarte (2002) diz que é o assessor quem conduz o rumo do órgão.

Um assessor, portanto, possui também o poder de conduzir os rumos de uma instituição ou de um cliente em particular. O perfil do assessor influencia muito na adoção de políticas voltadas para o público. Dessa forma, se ele acredita no potencial de visibilidade de uma instituição, ele pode transformá-la em uma referência no campo que ele atua. (DUARTE, 2002, p. 319).

Segundo Duarte (2002), o assessor também faz a pré-seleção dos acontecimentos do órgão, prepara os materiais necessários para fazer a divulgação.

É muito bem-vinda uma mediação que faça a pré-seleção dos acontecimentos, disponibilizando-os de forma pré-produzida e com acesso compatível com o processo de produção da notícia. As agências de notícias já o fazem, fornecendo material jornalístico de maneira autônoma e independente, mas paga pelas próprias redações. Já do ponto de vista das instituições, o responsável por esse papel de articulação, de mediação do relacionamento, de fornecimento de fontes e informações é o assessor de imprensa, profissional que, conheça a organização ou pessoa com que atua e as rotinas e os critérios da imprensa, facilita a convergência de objetivos, atendendo aos interesses dos veículos de comunicação". (DUARTE, 2002, p. 286),

O papel do assessor de imprensa é fundamental neste processo de pré-seleção dos fatos. Agindo de maneira assertiva e ágil, fornecendo as devidas informações ao solicitante, o assessor pode tornar uma pequena notícia em algo conhecido e relevante para muitos.

## 1.2 Ferramentas de assessoria de imprensa

Diversas são as formas utilizadas pela assessoria de imprensa para divulgar as ações e atividades desenvolvidas por um órgão ou entidade. Elas servem para facilitar a comunicação da empresa com a imprensa externa ou sociedade. São algumas delas: relise, entrevistas coletivas, *mailing-list*, *press-kit* e *house-organs*.

Conforme Kopplin e Ferrareto (2001) as ferramentas de assessoria de imprensa são específicas, tais quais também possuem as emissoras de televisão e rádio, as revistas e os jornais.

Como a produção de textos em jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão, a redação em assessoria de imprensa - cujo expoente máximo é o relise – também possui parâmetros próprios, delimitados conforme necessidades específicas. Cada situação envolvendo o assessorado, por sua vez, poderá gerar um tratamento determinado em termos de elaboração de mensagem. (KOPPLIN; FERRARETO, 2001, p. 59).

O assessor é quem deve decidir quais ferramentas utilizar e adaptar para cada momento.

### 1.2.1 Relise

O relise (termo que vem do inglês *release*) é a ferramenta mais conhecida e utilizada pela assessoria de imprensa para divulgar as informações aos veículos de comunicação. Ele deve chamar a atenção pela sua qualidade, o que valoriza a informação, o texto e sua apresentação visual.

Para Koppling e Ferrareto 2001, o relese deve conter uma linguagem jornalística.

Material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação. É escrito em linguagem e segundo critérios essencialmente jornalísticos, embora não tenha a pretensão de ser aproveitado na íntegra como texto pronto. De modo geral, o relise tem por função básica levar às redações notícias que possam servir de apoio, atração ou pauta, propiciando solicitações de entrevistas ou de informações complementares. (KOPPLIN; FERRARETO, 2001, p. 59).

São tipos de relise: padrão, de opinião, dirigido, especial, artigo, rádio e televisão, convocação, cobertura, nota oficial e comunicado.

### **1.2.2 Entrevistas Coletivas**

Entrevista coletiva é aquela em que a personalidade atende à imprensa em conjunto, responde às perguntas de repórteres de diversos veículos de comunicação. Segundo Kopplin e Ferraretto (2001), as coletivas podem ser classificadas em espontâneas e provocadas.

As espontâneas são aquelas que acontecem sem a intervenção do assessor de imprensa. Pode ocorrer em um aeroporto, por exemplo, momento do desembarque de uma personalidade. Já as provocadas são aquelas organizadas e agendadas pelo assessor de imprensa. Nestas, o assessor deve saber identificar a necessidade e oportunidade para a convocação de coletivas.

### **1.2.3 Mailling-List**

Outra ferramenta de grande importância dentro de uma assessoria de imprensa é o mailing-list. Ele traz uma relação, preferencialmente, bem completa, dos veículos de comunicação com o objetivo de orientar a quem devem ser remetidos os relises e outros produtos.

Conforme Kopplin e Ferraretto (2001), a listagem deve trazer informações básicas sobre cada empresa jornalística: nome, endereço, números de telefone, e-mails, chefe de reportagens, pauteiros e setoristas. Também observa-se, no caso de programas de rádio e televisão, os nomes dos programas, horários de exibição, nomes de produtores, apresentadores e comentaristas. A organização do mailing deve ser prática, possibilitando que as informações sejam rapidamente identificadas e consultadas. Também deve ser constantemente atualizada, levando em conta a rotatividade dos profissionais dentro dos veículos de comunicação.

### **1.2.4 Pres-kit**

Tão importante quanto o mailing-list, o press-kit é um conjunto informativo que contém textos, gráficos e outros materiais destinados à divulgação de fato jornalístico. O press-kit é utilizado em entrevistas coletivas e em eventos. Kopplin e Ferraretto (2001) explicam que sua distribuição ocorre quando jornalistas têm a

necessidade de receberem um maior volume de informações para terem mais embasamento sobre o tema.

As informações contidas neste material auxiliam tanto jornalistas quanto pauteiros a darem uma maior cobertura ao fato que está sendo divulgado.

### **1.2.5 House-Organs**

Estes são periódicos produzidos pela assessoria de comunicação e dirigidos a públicos de interesse direto ou indireto do assessorado. Trazem informações sobre a instituição com o objetivo de torná-las públicas.

Embora o house-organ esteja ainda hoje associado à ideia de jornalismo empresarial, é perfeitamente plausível o enquadramento de várias publicações de entidades – sindicatos de trabalhadores, partidos políticos, universidades e clubes sociais, por exemplo – nesta classificação. Basta apenas que tenham características notadamente jornalísticas e sejam destinadas a públicos direta ou indiretamente relacionados à instituição. A produção de house-organs deve privilegiar critérios jornalísticos, não desconsiderando, no entanto, a valorização do assessorado. É desaconselhável que o aspecto institucional ultrapasse o informativo, o que equivaleria ao assessor de imprensa deixar de ser jornalista para exercer a função de relações públicas. (KOPPLIN; FERRARETTO, 2001, p. 124).

House-organs são muito utilizados pelas empresas e entidades e distribuídos aos seus interessados.



## 2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA ERA DA INTERNET

As modificações e evoluções tecnológicas permitiram, ao longo dos anos, diversas formas e maneiras de comunicação. A cada nova ferramenta que surge, o processo é alterado. A Internet talvez seja uma das maiores revoluções nesta área e permite a comunicação de vários indivíduos, de forma global. Com isso, a sociedade, como um todo, está constantemente envolvida neste processo.

Atualmente, praticamente tudo, está ligado e interligado com o mundo virtual. As informações são produzidas e difundidas rapidamente, diferentemente de alguns anos atrás. Para Castells (2001), o indivíduo promove e transforma a Internet à medida que faz uso dela.

A comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana. Como nossa prática é baseada na comunicação, e a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. (CASTELLS, 2003, p. 10).

A Internet evoluiu e se transformou rapidamente. Novas tecnologias e ferramentas surgem a todo momento. Apesar de sua existência ser recente, a Internet já representa revolução também no campo da gestão da comunicação e não apenas no âmbito das redações (tema mais estudado em relação aos impactos para o jornalismo).

Uma rede de computadores chamada Arpanet, montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA), em setembro de 1969, foi que originou a Internet. O Departamento de Defesa dos Estados Unidos fundou a ARPA em 1958 com o objetivo de mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do mundo universitário, para alcançar superioridade tecnológica militar sobre a União Soviética, na esteira do lançamento do primeiro Sputnik. A Arpanet era um pequeno programa de um dos departamentos da ARPA. O objetivo do departamento era estimular a pesquisa em computação interativa. Quem faz esta contextualização é Castells (2001). No início da década de 1990 muitos provedores de serviços da Internet montaram suas próprias redes e estabeleceram suas próprias portas de comunicação em bases comerciais, segundo menciona Castells (2001).

As sociedades mudam através de conflitos e são administradas por políticos. Uma vez que a Internet está se tornando um meio essencial de

comunicação e organização em todas as esferas de atividade, é obvio que também os movimentos sociais e o processo político a usam, e o farão cada vez mais, como instrumento privilegiado para atuar, informar, recrutar, organizar, dominar e contradominar. O ciberespaço torna-se um terreno disputado. (CASTELLS, 2001, p. 114).

A Internet se diferencia dos demais meios de comunicação tradicionais. Ela age e influencia de que forma mais direta e rápida. Pinho (2003) defende o uso da Internet baseado na não linearidade, na fisiologia, na instantaneidade, na dirigibilidade e outras.

A Internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da Internet como instrumento de informação. (PINHO, 2003, p. 49).

Os pontos defendidos por Pinho (2003) tornam-se desafiadores para os profissionais de comunicação que trabalham de forma online. A não-linearidade, por exemplo, permite que o usuário se movimente mediante estruturas de informação do site sem uma sequência predeterminada, mas sim, saltando entre os vários tipos de dados de que necessita. Já a fisiologia fala sobre a forma de ler os textos da Internet. A tela do computador afeta a visão humana de maneira diferente do suporte do papel. Os olhos piscam menos ao ler diretamente pelo monitor do que as 16 vezes por minuto com a vista relaxada. Isso provoca um maior cansaço visual e dores de cabeça. Pesquisas recomendam que em razão deste cansaço visual, os textos de internet sejam 50% mais curtos em relação aos impressos.

Já a instantaneidade citada pelo autor refere-se a agilidade com a qual as informações são transmitidas pela internet. A dirigibilidade também é uma grande vantagem da Internet, pois ela pode ser disponibilizada para o usuário sem nenhum filtro. Na qualificação, a Internet apresenta um público jovem e qualificado, com alto nível de escolaridade. Nos custos de produção e de veiculação, a Internet é pouco dispendiosa, quando comparada à televisão e mídia impressa. A interatividade permite que haja diversos grupos de discussão. A pessoalidade da comunicação na Internet guarda uma relação direta com a interatividade proporcionada pela rede mundial. A acessibilidade é outra vantagem altamente considerável, pois está disponível ao acesso dos usuários 24 horas por dia. E o receptor ativo é aquele que

procura informações de seu interesse, sem que estas sejam predefinidas como acontece com os tradicionais meios de comunicação.

### 3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação pública exerce um importante papel no processo democrático e deve visar a legitimidade do interesse público. Oliveira Costa 2004, referindo-se a Zemor (1995) aponta cinco categorias principais:

Todas tendo a informação como objetivo: responder à obrigação que as instituições públicas têm de informar o público; estabelecer uma relação de diálogo de forma a permitir a prestação de serviço público; apresentar e promover os serviços da administração; tornar conhecidas as instituições (comunicação externa e interna); e divulgar ações de comunicação cívica e de interesse geral. (OLIVEIRA COSTA, 2004, p. 118).

Já Oliveira Costa (2004), referindo-se a Robert Grandi, propõe a delimitação do campo da comunicação por meio de uma pergunta conhecida como “postulado de Lasswell”: quem diz o quê, em que canal, a quem, com que efeito?:

Quem – a comunicação da instituição pública é aquela realizada pela administração pública (ou ente público ou serviço público) seja central ou periférica e reconhecida como tal; esta atribuição deve poder ser operada por qualquer um, mediante a presença, explícita e clara, da assinatura e fonte;

Diz o quê – divulga a produção normativa, as atividades, a identidade e o ponto de vista da administração;

Através de que canais – utiliza, possivelmente de maneira integrada, todas as mídias disponíveis [...];

A quem – aos cidadãos ou às organizações, quando se apresenta como comunicação externa direta; aos meios de comunicação de massa, quando quer atingir os cidadãos e as organizações que constituem a audiência destes meios; a quem atua, como público interno, nas instituições públicas, quando se apresenta como comunicação interna;

Com que efeitos – garantir aos cidadãos o direito da informação, construir e promover a identidade do ente público para reforçar as relações entre os subordinados e a administração, de um lado, e entre os cidadãos e seus semelhantes, de outro; oferecer aos cidadãos a possibilidade de exprimir de maneira ativa e substancial os direitos de cidadania, a fim de se tornarem corresponsáveis pela solução dos problemas de interesse geral; produzir uma mudança radical de mentalidade interna da administração pública, que deverá ter a comunicação como recurso estratégico para a definição das relações com os cidadãos (KROHLING KUNSCH, 2009. P. 41 e 42 – ou GRANDI, 2002, p. 55).

Entende-se também como Comunicação Pública a prática de divulgação de fatos de interesse público. Dessa forma, cumpre a real função do jornalismo de informar o cidadão com isenção e transparência e de traduzir discursos políticos, de modo a torná-los mais compreensíveis e atrativos ao público.

A Comunicação Pública não deve ser confundida com a comunicação de governo, pois isso distancia o cidadão da tomada de decisões.

Bucci (2015) fala que a comunicação pública está a serviço da vaidade particular, uma crítica ao que ele trata como sendo, ou deveria ser, comunicação pública, mas que na prática, pode ser nomeada como comunicação governamental. Comunicação partidária ou marketing eleitoral, mas não pública.

Outro ponto abordado pelo autor é com relação ao espaço que a publicidade governamental. Ele reforça que a legislação e a Constituição brasileira asseguram aos cidadãos à informação, e que governos e partidos não deveriam se apropriar de meios de comunicação para se promoverem, principalmente quando próximo a eleições. No entanto a realidade é outra. O autor enfatiza que o governismo que tomou conta do país conseguiu brechas nessa legislação e, com isso, passou a se utilizar das emissoras para autopromoção.

Outro ponto que facilita esta autopromoção é que hoje os órgãos públicos possuem seus próprios canais de comunicação, tais como sites, TVs, rádios, mídias sociais, etc. E o que se observa é uma distorção e exagero na utilização inadequada destes canais.

### **3.1. O caso em questão**

Um dos maiores canais de comunicação utilizado pela Assessoria de Comunicação do Ministério do Trabalho e Emprego para divulgar as ações desenvolvidas pelo órgão é o site institucional. Ao acessá-lo, imediatamente observa-se a linha editorial seguida: as matérias, inclusive os títulos, tem seu maior foco nas ações do ministro Manoel Dias; os textos não trazem informações de como vão beneficiar o trabalhador; as fotos são voltadas para promoção pessoal do Ministro.

## 4 MÉTODO

Com o objetivo de analisar e identificar quais são as prioridades elencadas nas notícias divulgadas no site, pela assessoria de comunicação do Ministério do Trabalho e Emprego, foram traçados procedimentos metodológicos para o objeto em questão, que são 07 notícias, publicadas entre 30 de abril e 08 de 2015 com efeito de compreender os serviços prestados pela comunicação no mês do trabalhador (maio).

A pesquisa foi estruturada como estudo de caso que, segundo Yin (2001, p. 21) ajuda a esclarecer e compreender fenômenos.

O estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. Não surpreendentemente, o estudo de caso vem sendo uma estratégia comum de pesquisa na psicologia, na sociologia, na ciência política, na administração, no trabalho social e no planejamento. Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real.

Desta forma, o estudo de caso pretende responder questionamentos sobre fatos não conhecidos. Para o autor Yin, é também uma investigação empírica que aborda um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto e os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

Com vistas a isso, foram elencados questionamentos preliminares a fim de identificar e reconhecer a amostra. O procedimento metodológico adotado inclui análise documental e comparativa, e estudo de caso.

A partir da coleta de sete matérias, publicadas no site do MTE, entre os dias 30/04 e 08/05/2015, são observados os seguintes itens para chegar ao objetivo proposto para esta pesquisa:

### **1) O ministro é fonte para a notícia?**

Aqui vai se verificar se o titular da pasta é citado como protagonista ou agente da informação

### **2) O ministro é citado na notícia? Em qual parágrafo?**

Para esta observação, a pesquisadora avalia em que circunstância há lembrança do ministro como personagem da narrativa

**3) Quais são as informações principais desta notícia?**

O que foi elencado de mais importante

**4) Há interesse e relevância pública nesta notícia?**

A partir dos conceitos de comunicação pública estudados, observa-se sobre a função do texto

**5) Existem personagens na história que ajudam a ilustrar o fato?**

Personagens são conhecidos por ilustrarem ou humanizarem as narrativas, são utilizados como exemplos dentro da história

**6) Existe espaço de comentário ou outra forma de interatividade na notícia?**

## 5 ANÁLISE

De posse da estrutura metodológica definida no capítulo anterior, a organização deste capítulo ocorre da seguinte forma: observação de cada uma das notícias isoladamente e, depois, em conjunto, a fim de tentarmos responder o problema de pesquisa e cumprirmos os objetivos definidos.

Quadro 1 - Perguntas e matérias analisadas:

PERGUNTAS	MATÉRIAS						
	1	2	3	4	5	6	7
<b>1.O ministro é fonte para a notícia?</b>	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
<b>2. O ministro é citado na notícia? Em qual parágrafo?</b>	Sim. No 1º e 2º	Sim. Em todos os 5	Sim. Nos 3 primeiros (de um total de 4)	Sim. Em 3 de 4 parág.	Sim. Em 2 de 3 parág.	Sim. Em 6 de 8 parág.	Sim. Em 2 de 5 parág.
<b>3. Quais são as informações principais desta notícia?</b>	Inauguração da central alô trabalho pelo ministro	Comemoração do dia do trabalho.	Participação do ministro na homenagem ao ex-pres. João Goulart	Participação do ministro na reunião do CRT	Medalha recebida pelo ministro	Participação do ministro na inauguração de auditório	Condecoração recebida pelo ministro
<b>4. Há interesse e relevância pública nesta notícia?</b>	Sim.	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
<b>5. Existem personagens na história que ajudam a ilustrar o fato?</b>	Não	Não	Sim	Não	Não	Não	Não
<b>6. Existe espaço de comentário ou outra forma de interatividade na notícia?</b>	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte - elaborado pela autora do trabalho, de acordo com os dados realizados pela pesquisa.

Ao analisar as sete matérias publicadas no site do MTE, nota-se que em todas elas o ministro é a principal fonte da notícia. Observando de forma individual, o gestor é citado nos títulos e nos primeiros parágrafos (lead) em todas novamente. Pode-se verificar que o foco da notícia está totalmente voltado para o ministro.

Outro ponto que chama atenção é que a notícia narra, em todas as matérias, os detalhes da participação do ministro Manoel Dias nos eventos. Estranha-se este exagero, pois o que se espera das notícias são informações



voltadas aos interesses dos cidadãos e não do ministro. Bucci (2015) cita que a comunicação pública está a serviço da vaidade particular, fazendo uma crítica a esta maneira de divulgação utilizada pelos órgãos públicos.

Esta forma com a qual o agente público, se reporta à sociedade apresenta, muitas vezes, uma linguagem de chapa branca e autopromoção, conforme analisado nos dois parágrafos acima. As matérias analisadas demonstram isto, pois em sua grande maioria, os textos e fotos são direcionados para a figura do Ministro. Os textos sempre são em linguagens positivas e o órgão praticamente não aparece.

Ao observar as respostas das perguntas 3 e 4, verifica-se que somente as duas primeiras matérias trazem informações de relevância voltada ao público, apesar de não as detalharem, pois discorrem de forma excessiva, sobre a participação do Ministro nos dois eventos.

E nas duas últimas repostas, voltadas aos pontos 5 e 6 também registra-se a falta de interação da notícia com o público e cidadão. Os sete textos analisados, 6 não trazem personagens e em todos não há nenhuma forma de comunicação com o público.

O verdadeiro papel da assessoria de imprensa do MTE também pode ser questionado, pois segundo diz Duarte (2002), seu papel é dar visibilidade às empresas, neste caso, instituição, por meio de divulgações das ações desenvolvidas. E o que tem acontecido no caso do MTE, as ações do Ministro têm se tornado mais visíveis, e não as do órgão, como se observa nas matérias acima.

Para Chinen (2003), os *stakeholder*, fornecedores e acionistas também precisam ser levados em conta e ter sua importância analisada pelo assessor de imprensa no momento de escolher uma estratégia de divulgação. Será que eles têm se interessado pelas notícias divulgadas pela MTE?

O papel do assessor de imprensa também pode ser questionado neste caso. Ainda como defende Duarte (2002), o assessor é quem escolhe e conduz os rumos de uma instituição.

Outro aspecto relevante a ser observado é a conduta do assessor de imprensa do MTE. Conforme defende Kopplin e Ferraretto (2001), a defesa aos interesses do assessorado acima dos da população são práticas ainda muito frequentes nas assessorias de imprensa, mas que contrariam o Código de Ética da profissão e prejudicam a imagem de quem é assessorado.

A correta utilização da internet, no caso, do site do órgão, para divulgar às ações da pasta, também deve ser questionada. Como defende Pinho (2003), a Internet se diferencia dos demais meios de comunicação tradicionais pela sua rapidez e instantaneidade. Como pode-se ver nos textos analisados, o exagero das informações voltadas ao Ministro e não ao órgão, se beneficia da desta agilidade para promover o assessorado.

Conforme abordado no Capítulo 3, entende-se também como Comunicação Pública a prática de divulgação de fatos de interesse público. A Comunicação Pública não deve ser confundida com a comunicação de governo. Mais um fato que torna preocupante a forma utilizada pela assessoria de comunicação do MTE para divulgar as ações do órgão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo permitiu compreender que existe politização das notícias produzidas pela Assessoria de Comunicação do Ministério do Trabalho e Emprego. Nota-se que a Assessoria de Comunicação do MTE tem personificado as notícias na figura do Ministro. Sente-se falta, ao ler os textos, de informações relevantes e voltadas ao público. Em razão disso, faz-se necessária uma mudança de cultura na divulgação das ações da instituição. Isso significa que a atual forma está com interesses contrários aos que deveria ter.

Portanto, sugere-se que o trabalhador vire fonte principal da notícia e que o Ministro seja citado no texto com autoridade, mas não como protagonista principal. Isso representa que a produção de notícias tenha informações do interesse do trabalhador. “Que o trabalhador seja levado para dentro do MTE” (matérias focando como o trabalhador pode acessar as políticas públicas do MTE, sendo o lide da matéria, por exemplo). As notícias devem ser voltadas aos de interesse do público da instituição para produzir fatos que gerem notícia.

Nota-se, tanto nos textos quanto nas fotos, que a vaidade está além do permitido para uma instituição pública. Essa postura da autoridade pública deve ser revista, uma vez que o cargo ocupado exige responsabilidade social. A vaidade não de ser destaque, mas sim as ações.

Observa-se também sobre a necessidade de reformulação de um manual de conduta para as assessorias de comunicação ligadas ao Governo Federal. Sugere-se a reformulação, pois o mesmo já existe, mas praticamente não é adotado.

Os órgãos públicos devem estar a serviço do cidadão, do interesse público e não de seus dirigentes, que se utilizam da máquina pública para se autopromoverem. Levando em consideração os fatos abordados acima, sugere-se que comunicação seja realmente pública, ou seja, voltado ao público, e não personificada ou voltada aos interesses de particulares.

## REFERÊNCIAS

- BUCCI, EUGÊNIO – **O Estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. 2015.
- CARVALHO, CLÁUDIA; AARÃO REIS, LÉA MARIA. **Manual Prático de Assessoria de Imprensa**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.
- CASTELLS, MANUEL. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CHIACHIRI FILHO, Antonio Roberto. **A semiótica na comunicação**. Revista: Comunicare. CIP. 1º semestre de 2005. Vol. 5º nº 1, p. 17 a 26
- CHINEM, R. **Assessoria de Imprensa – Como Fazer?** São Paulo: Summus, 2003.
- COSTA OLIVEIRA, MARIA JOSÉ DA – **Comunicação pública**. São Paulo: Alínea, 2004.
- DUARTE, J. **Pequeno Guia de Relacionamento com a Imprensa para Fontes da Área Pública** – (Disponível em: [http://www.treinamentodemidia.com.br/arquivos/pdfs/30\\_guia\\_jorge\\_duarte.pdf](http://www.treinamentodemidia.com.br/arquivos/pdfs/30_guia_jorge_duarte.pdf). acesso em: 02 jul. 2015.
- DUARTE, J., et al. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2002.
- KIRCHOF, EDGAR ROBERTO. **Estética e semiótica de Baumgarten e Kant a Umberto Eco**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.
- KOPPLIN, E.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa – teoria e prática**. 4ª ed. – Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- KUNSCH, MARGARIDA MARIA KROHLING – **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Paulo: Difusão, 2009.
- NETTO, J. TEIXEIRA COELHO. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet**. São Paulo: Summus, 2003.
- YIN, ROBERT – **Estudo de caso, Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

**ANEXO A - LINKS:**

**Matéria 1 – Manuel Dias inaugura Alô Trabalho**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/manoel-dias-inaugura-alo-trabalho.htm>

**Matéria 2 – Manoel Dias celebra o Dia do Trabalho**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/manoel-dias-celebra-o-dia-do-trabalho-em-sao-paulo.htm>

**Matéria 3 – Ministro participou de homenagem a João Goulart promovida pelo Congresso Nacional**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/no-senado-manoel-dias-participa-de-homenagem-ao-ex-presidente-joao-goulart.htm>

**Matéria 4 – Manoel Dias preside reunião do CRT**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/manoel-dias-preside-reuniao-do-conselho-de-relacoes-do-trabalho/palavrachave/crt.htm>

**Matéria 5 – Aviso de pauta: Dias recebe condecoração no Rio**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/aviso-de-pauta-dias-recebe-condecoracao-no-rio.htm>

**Matéria 6 – Manuel Dias inaugura o novo auditório da SRTE/RJ**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/manoel-dias-inaugura-o-novo-auditorio-da-srte-rj.htm>

**Matéria 7 – No Rio, Manoel Dias recebe condecoração militar**

<http://acesso.mte.gov.br/imprensa/manoel-dias-inaugura-o-novo-auditorio-da-srte-rj.htm>

## ANEXO B – MATÉRIAS

### Matéria 1

Renato Alves



Serviço, via 158, vai estreitar relação do MTE com o trabalhador e empregador

#### **Manoel Dias inaugura Alô Trabalho**

*Para o ministro, a ferramenta é mais uma ação de modernização do órgão e funcionará como um canal de comunicação direto entre o cidadão e a instituição*

**Brasília, 30/04/2015** - O ministro do Trabalho e Emprego, Manoel Dias, inaugurou na manhã dessa quinta-feira (30), em Brasília, a Central de Atendimento do MTE, Alô Trabalho, que tem como objetivo expandir a capacidade de atendimento do órgão funcionando como um moderno canal de comunicação eletrônico e humano, direto, entre o MTE e o cidadão, em âmbito nacional. "A Central é uma das ações mais efetivas do Órgão no sentido de modernizar seus serviços e facilitar a vida dos trabalhadores e empregadores, uma vez que vai garantir mais comodidade e economia na busca de informações sobre os serviços prestados", ressaltou.

Para o ministro, a partir da inauguração da Central, trabalhadores e empregadores

poderão, de qualquer lugar do país, obter informações sobre Seguro-Desemprego, Abono Salarial, Carteira de Trabalho, legislação trabalhistas e etc., sem os custos de locomoção até uma unidade da rede de atendimento.

“É nossa obrigação prestar um serviço público de qualidade, e essa é uma ação de fundamental importância para alcançarmos esse objetivo”, avaliou o ministro complementando que a inauguração da ferramenta é “uma questão de respeito para com os usuários dos serviços da instituição”.

**O serviço** - A Central Alô Trabalho será acessada pelo número 158 e a chamada poderá ser feita, de forma gratuita, de qualquer telefone fixo público ou privado. Há também a possibilidade de acesso via telefonia móvel. Nesse caso, no entanto, os custos são por conta do usuário.

O atendimento eletrônico será feito por meio de informações pré-gravadas onde o usuário, utilizando-se de menus (árvore de voz), escolherá a opção desejada. Esse atendimento funcionará 24 horas por dia, sete dias por semana. Caso o usuário não encontre sua informação no atendimento eletrônico, terá a opção de falar com um atendente. O atendimento humano funcionará de segunda a sexta-feira no horário entre 7h e 19h.

A Central prestará informações sobre os serviços e programas do MTE, como por exemplo: legislação trabalhista, declaração Caged, RAIS, Seguro-desemprego, Abono Salarial, Carteira de Trabalho e etc. A expectativa é que sejam atendidos, em média, 26.700 usuários/dia no atendimento telefônico/humano, totalizando uma média de 587.400 usuários/mês.

Composta por estrutura que combinará telefonia e informática a Central foi planejada para ter 157 Posições de Atendimento (PAs) operando de forma simultânea, sendo que cada PA funcionará ininterruptamente por 12 horas diárias. Além do atendimento telefônico o Alô Trabalho contará ainda com equipe de multimeios para responder as mensagens enviadas pelo Fale

Conosco <http://portal.mte.gov.br/faleconosco/> e com pessoal de suporte responsável pelo gerenciamento e monitoramento do serviço, de forma que o atendimento atinja o nível de excelência de qualidade pretendido.

Com a inauguração da ferramenta o usuário terá mais conforto quando da solicitação e agilidade na obtenção da informação e ainda economizará tempo de dinheiro uma vez que não terá que enfrentar deslocamentos desnecessários nem filas ao buscar dados a respeito dos programas e serviços oferecidos pelo órgão.

Há ainda a previsão de implementação da Consulta Automatizada a Benefícios, onde o usuário poderá consultar a liberação do seguro-desemprego e abono salarial, sem a necessidade de falar com um atendente. A partir da interação direta com a Unidade de Resposta Audível (URA) o usuário ouvirá instruções, fornecerá os dados e receberá de forma vocalizada e a informação disponível em um banco de dados.

### **Assessoria de Imprensa/MTE**

(61) 20312430 – [acs@mte.gov.br](mailto:acs@mte.gov.br)

## Matéria 2



Dias nas comemorações do Dia do Trabalho

### **Manoel Dias celebra o Dia do Trabalho em SP**

*Ato sindical reuniu milhares de trabalhadores na Zona Norte da capital*

**São Paulo, 01/05/2015** - O ministro do Trabalho e Emprego, Manoel Dias, participou durante a tarde desta sexta-feira, na capital paulista, da 18ª edição do 1º de Maio da Força Sindical. Ao discursar sobre a terceirização, Dias foi enfático: "Nós temos lado, e sempre será o do trabalhador. Estando no ministério, não haverá precarização ou subtração de direitos". "Sou contrário à liberação na atividade-fim nos moldes como está atualmente", acrescentou.

Com o lema "Crescimento Econômico com Garantia de Direitos e Empregos", o evento reuniu milhares de trabalhadores e sindicalistas, além de autoridades, na Praça Campo de Bagatelle, Zona Norte de São Paulo.

No evento, o ministro pontuou as diversas conquistas para o trabalhador ao longo dos últimos 12 anos, com destaque para o aumento real do salário mínimo, que cresceu 14,8% acima da inflação no governo da presidente Dilma Rousseff, e a consolidação do pleno emprego.

"Alcançamos um novo patamar. O atual desafio do Brasil é ampliar o acesso à qualificação. O período de escassez de empregos se encerrou na década de 90", complementou o ministro, ao valorizar a criação de mais de 41 milhões de postos de trabalho desde 2003.

"Em função desse cenário, o ministério vai lançar nos próximos meses a Universidade do Trabalhador. Com ela, o desenvolvimento profissional será possível e facilitado através do ensino à distância gratuito", acrescentou o gestor da pasta do Trabalho, ao relatar a modernização da instituição.



Dias ainda advertiu que "a crise existente no país é política, e não econômica". "O Brasil é uma potência. Aos poucos, esse gigante segue retomando o seu ritmo normal de crescimento", concluiu.

#### **Assessoria de Imprensa/MTE**

(61) 2031-6537/2430 - acs@mte.gov.br

### **Matéria 3**

#### **Dias participa de homenagem a João Goulart**

*Benefícios trabalhistas viabilizados por "Jango" foram destacados por parlamentares e militantes*



#### **Ministro participou de homenagem a João Goulart promovida pelo Congresso Nacional**

**Brasília, 04/05/2015** - O ministro do Trabalho e Emprego, Manoel Dias, participou nesta segunda-feira (04), em Brasília, da homenagem promovida pelo Congresso Nacional, por iniciativa do senador Acir Gurgacz (PDT/RO), ao ex-presidente João Goulart no plenário do Senado Federal.

"Jango" - apelido conquistado ainda jovem - marcou sua trajetória ao priorizar as camadas mais populares, com incansável dedicação pelo desenvolvimento dos direitos trabalhistas e das garantias sociais.

Ao discursar na sessão solene, Dias valorizou a história de Goulart, “que preferiu aceitar o exílio a estimular um guerra civil após o Golpe de 64, fato gerador da sua saída do poder e facilitador para a instalação da ditadura militar”, avaliou o ministro acentuando que muitos não entenderam a razão de Goulart aceitar o acordo que previa o parlamentarismo. “Ele sabia do cenário mundial conturbado e as consequências que surgiram através da ameaça externa. Por isso, preferiu renunciar ao seu direito conquistado legitimamente na eleição para preservar o seu país e, com isso, evitar uma guerra entre brasileiros”, explicou.

Dias ressaltou que Goulart “sempre foi um homem que se dedicou à luta por um país mais justo, com oportunidades e benefícios para todos. Um Brasil igual, democrático e socialista. Esse foi o sonho deste líder. Mesmo com o Golpe, mostrou sua força e, hoje, é ainda mais reconhecido por isso”, completou Dias.

**Perfil** - Com uma defesa intransigente da democracia, João Goulart marcou a história nacional juntamente com o “Movimento da Legalidade”, mobilizado no Rio Grande do Sul para garantir a “legalidade” do processo eleitoral da época e, assim, viabilizar a posse do então vice de Jânio Quadros. Através de uma ampla mobilização de setores sociais, a manifestação no “Rio Grande” contou ainda com a transmissão contínua da Rádio Legalidade e a sessão permanente da Assembleia Legislativa gaúcha.

Seu primeiro cargo público foi conquistado em 1947, onde se tornou deputado estadual no Rio Grande do Sul. Em 1950, alcança mais uma vitória: deputado federal eleito com quase 40 mil votos. Logo depois, ele foi Ministro do Trabalho, Indústria e Comércio no segundo governo de Vargas, cargo que assumiu em junho de 1953. Como gestor do Trabalho, Goulart foi responsável por viabilizar benefícios históricos, como o 13º salário e o aumento, na época, do salário mínimo em 100%. O ex-presidente acreditava também nas chamadas reformas de base, com ações que reduzissem as desigualdades. Estas medidas incluíam ações em setores como da agricultura, da administração e da educação. Principal nome trabalhista no Brasil após o suicídio de Getúlio Vargas, se exilou no Uruguai após ser deposto. Em 1976, faleceu durante sua estadia na Argentina.

**Assessoria de Imprensa/MTE**  
(61) 20312430 – ACS@mte.gov.br

## Matéria 4

### Manoel Dias preside reunião do CRT

*Ministro ressaltou a importância do Conselho como um espaço capacitado para discutir temas relevantes ao mundo do trabalho*

Renato Alves/MTE



CRT tem participação tripartite

**Brasília, 05/05/2015** – O ministro Manoel Dias participou, na tarde dessa terça-feira (05) em Brasília, de reunião do Conselho de Relações do Trabalho (CRT). O encontro teve como intuito discutir a reestruturação do Fórum que trata da democratização das Relações do Trabalho conforme proposto na reunião ocorrida em 18 de março último.

Dias defendeu o fortalecimento e redefinição do CRT “em um espaço fortalecido e capacitado para discutir políticas relacionadas com o mundo do trabalho”, ressaltou.

Para o ministro, uma vez reestruturado e fortalecido o CRT poderá se constituir em um “propulsor de discussões” e formulador de propostas relacionadas com o mundo trabalho, podendo inclusive, “contribuir para superação da crise pela qual o país passa atualmente”, avaliou.

A discussão terá continuidade na próxima reunião ordinária do CRT, prevista para ocorrer no dia 17 de julho próximo, quando serão avaliados pontos como a composição, estrutura, funcionamento, estrutura e atribuições, a partir de propostas que serão previamente apresentadas pelas bancadas dos trabalhadores e empregadores.

**CRT** – Criado pela Portaria 2092/95 com caráter tripartite, o CRT tem natureza orientadora e visa promover entendimento entre o trabalhador, o empregador e o

governo a respeito de temas relativos às Relações do Trabalho e a organização sindical além de fomentar a negociação coletiva e o diálogo social.

**Assessoria de Imprensa/MTE**

(61) 2031-6537/2430 acs@mte.gov.br

## **Matéria 5**

### **Aviso de pauta: Dias recebe condecoração no Rio**

**Brasília, 07/05/2015** – Durante a solenidade alusiva ao Dia da Vitória, que será realizada pelo Ministério da Defesa nesta sexta-feira (08), às 10 horas, no Monumento Nacional aos Mortos da Segunda Guerra Mundial (MNMSGM), no Aterro do Flamengo, Centro do Rio de Janeiro, o ministro do Trabalho e Emprego, Manoel Dias, receberá a Medalha da Vitória.

A condecoração é uma homenagem do Ministério da Defesa em reconhecimento aos relevantes serviços prestados ao país e ao serviço público no exercício das suas funções à frente da pasta do Trabalho.

**Evento** - A cerimônia recorda a vitória dos países aliados na Segunda Guerra Mundial, em 8 de maio de 1945. O objetivo é rememorar os feitos das Forças Armadas brasileiras durante a Guerra.

No evento estarão ainda o Comandante da Marinha, Almirante-de-Esquadra Leal Ferreira, do Exército, o General-de-Exército Villas Boas, e da Aeronáutica, Tenente-Brigadeiro do Ar Rossato, que será o ministro Interino da solenidade.

**Serviço:**

**Assunto:** Ministro Manoel Dias recebe, no Rio, condecoração durante cerimônia das Forças Armadas

**Data:** 08/05/2015

**Horário:** 11h

**Local:** Monumento Nacional aos Mortos da Segunda Guerra Mundial (MNMSGM), Avenida Infante Dom Henrique, 75 - Glória, Rio de Janeiro – RJ (Aterro do Flamengo)

**Assessoria de Imprensa/MTE**

(61) 2031.6537/2430 acs@mte.gov.br

## Matéria 6

### Manoel Dias inaugura o novo auditório da SRTE/RJ

*Na cerimônia, ministro recebe homenagem de auditores fiscais do Trabalho*



**Ministro recebe medalha Mártires de Unaí de auditores da SRTE/RJ**

**Rio de Janeiro, 08/05/2015** - Durante a visita à Superintendência Regional do Trabalho e Emprego no Rio de Janeiro (SRTE/RJ), o ministro do Trabalho e Emprego, Manoel Dias, reinaugurou o auditório da sede, que recebeu o nome de Edialeda Salgado do Nascimento. No evento, os auditores fiscais do Trabalho ainda promoveram uma homenagem que contou com a entrega da medalha Mártires de Unaí/MG.

Ao valorizar a história de Edialeda, Manoel Dias ressaltou o perfil combativo, que "serve de exemplo para as próximas gerações".

"É uma satisfação poder prestar uma homenagem a uma mulher tão representativa para a história do país. Ela foi a primeira secretária de Estado negra no Brasil. Sempre combateu o preconceito contra negros e mulheres", destacou o ministro, ao descerrar a placa ao lado do filho de Edialeda, André Luiz Salgado (centro) e autoridades.

Médica por formação, Edialeida marcou sua trajetória através da incansável luta pelos direitos sociais e dos trabalhadores. Em 1984, organizou e foi conferencista do I Congresso de Mulheres Negras das Américas, no Equador. Ela também participou de dezenas de congressos realizados na América Latina, Estados Unidos e Europa sobre a questão do negro e da mulher.

"O auditório servirá como elo de integração no ministério, através da realização de eventos e treinamentos. Com a moderna estrutura, vamos potencializar a qualificação dos nossos servidores", afirmou o superintendente regional, Antonio Albuquerque.

**Mártires de Unai** - Dias recebeu também, da Delegacia Sindical do Sindicato Nacional dos Auditores Fiscais do Trabalho no Rio de Janeiro, a medalha Mártires de Unai/MG. Segundo os servidores do MTE, a iniciativa reconhece os relevantes serviços prestados pelo ministro em prol da plena liberdade e do trabalho digno.

O nome da medalha remete à chacina ocorrida em 2004, na cidade de Unai/MG. Neste fato, quatro auditores fiscais do MTE foram assassinados na região de Unai (MG), durante uma fiscalização de rotina em fazendas.

"Fico feliz por ter contribuído para que o processo seja concluído e os culpados condenados. Defender uma causa como essa é uma obrigação," concluiu Dias.

**Assessoria de Imprensa/MTE**  
acs@mte.gov.br 2031.6537

## Matéria 7

### No Rio, Manoel Dias recebe condecoração militar

*Evento das Forças Armadas marca a vitória dos países aliados na Segunda Guerra Mundial*



**Medalha é uma homenagem dos militares em reconhecimento aos relevantes serviços prestados ao país**

**Rio de Janeiro, 08/05/2015** - O ministro do Trabalho e Emprego, Manoel Dias, foi condecorado pelo Ministério da Defesa, durante a celebração do Dia da Vitória, com a Medalha da Vitória. Promovido pelas Forças Armadas, o evento, que ocorre anualmente no Monumento Nacional aos Mortos da Segunda Guerra Mundial (MNMSGM), no Aterro do Flamengo, Centro do Rio, marca, em 2015, os 70 anos do sucesso dos Aliados - grupo de países do qual o Brasil foi integrante, na Segunda Guerra Mundial.

Entregue pelo Comandante da Marinha, Almirante-de-Esquadra Eduardo Leal Ferreira, a medalha é uma homenagem dos militares em reconhecimento aos relevantes serviços prestados ao país e ao serviço público no exercício das suas funções à frente da pasta do Trabalho.

"Além de ser uma honraria, a medalha gera um motivador a mais para seguir empenhado no desenvolvimento das ações do ministério em prol dos trabalhadores

de todo o país", destacou o ministro, ao saudar os praças remanescentes da Força Expedicionária Brasileira (FEB), que foram enviados para a histórica batalha que ocorreu de 1939 a 1945.

**Exaltação** - A cerimônia recorda a vitória dos países aliados na Segunda Guerra Mundial, em 8 de maio de 1945. O objetivo é rememorar os feitos das Forças Armadas brasileiras durante a Guerra.

Também estiveram presentes no evento o Tenente-Brigadeiro do Ar Nivaldo Luiz Rossato, da Aeronáutica, que foi o ministro Interino da solenidade; o General-de-Exército Villas Boas, do Exército; além de várias autoridades dos poderes Executivo e Legislativo.

**Assessoria de Imprensa/MTE**

acs@mte.gov.br 2031.6537