



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

ALESSANDRO BONASSOLI

**A GUERRA DOS PORTOS E A INFLUÊNCIA DAS ASSESSORIAS DE
COMUNICAÇÃO DA BANCADA CATARINENSE NO SENADO NA
IMPrensa DE SANTA CATARINA**

Brasília
2014

ALESSANDRO BONASSOLI

**A GUERRA DOS PORTOS E A INFLUÊNCIA DAS ASSESSORIAS DE
COMUNICAÇÃO DA BANCADA CATARINENSE NO SENADO NA
IMPrensa DE SANTA CATARINA**

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.

Orientador: Prof. MSc. Luiz Claudio Ferreira

Brasília
2014

ALESSANDRO BONASSOLI

**A GUERRA DOS PORTOS E A INFLUÊNCIA DAS ASSESSORIAS DE
COMUNICAÇÃO DA BANCADA CATARINENSE NO SENADO NA
IMPrensa DE SANTA CATARINA**

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

Orientador: Prof. MSc. Luiz Claudio
Ferreira

Brasília, 26 de abril de 2014.

Banca Examinadora

Prof. MSc. Luiz Claudio Ferreira

Prof^a. Dr^a. Tânia Cristina Cruz

Prof. MSc. Jefferson Luís Colombo Dalmoro

**Para Jaime da Silva e Olinda Renilda Bonassoli da
Silva. Meus primeiros e maiores mestres que, 42 anos
depois, continuam ensinando-me diariamente.**

AGRADECIMENTOS

Para Jaqueline Bassetto, companheira de todas as horas, dona de paciência e dedicação sem limites, que, com incentivo e amor, me deu as forças mais do que necessárias para superar os – muitos – momentos de desânimo e a tentação de desistir;

Aos professores do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina que, durante minha graduação, ensinaram-me a importância do JORNALISMO estruturado na ÉTICA e no PROFISSIONALISMO;

Aos professores da Pós-Graduação do UniCeub, que ampliaram meus horizontes profissionais, e ao professor Luiz Claudio Ferreira, que aceitou o desafio de orientar essa monografia.

Crônica política, guardando relações com o publicismo,
é a forma limite do jornalismo político
(**Nilson Lage**)

RESUMO

O fim do episódio que ficou conhecido como a “Guerra dos Portos”, ocorrido no Brasil durante o ano de 2012, foi marcado pela unificação das alíquotas de Impostos Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre produtos importados com uma taxa de 4%. A intenção do governo brasileiro era acabar com a guerra fiscal entre a maioria das unidades da Federação e Santa Catarina, Goiás e Espírito Santo. Tal manobra gerou uma previsão de amplas e negativas consequências para a administração do governo catarinense, que projetou prejuízos anuais em torno de R\$ 1 bilhão. O tema passou a ser prioridade na atuação dos senadores do estado durante os meses de março a maio daquele ano e ganhou ampla repercussão nos principais jornais do estado. Essa monografia tem como objetivo avaliar as ações das assessorias de comunicação da bancada e se elas conseguiram ter influência sobre a mídia de Santa Catarina. Para isso, essa monografia fez uso de um estudo de caso, no qual se fez uma comparação entre o material encaminhado pelos equipes de divulgação dos senadores para a imprensa e o que acabou sendo publicado. Com essa estratégia foi possível constatar que, de fato, as assessorias cumpriram suas metas, assegurando uma divulgação positiva das ações produzidas pelos parlamentares.

Palavras-chave: Jornalismo. Assessoria de Comunicação. Política. Santa Catarina. Senado.

ABSTRACT

The end of the fiscal war in Brazil was marked by the unification of the tax on Circulation of Goods and services (ICMS) on imported products at a fixed rate of 4%. The episode known as the “War of the Ports” (or “Guerra dos Portos” in portuguese), happened during the year of 2012. The Brazilian government's intention was to end the fiscal war between the majority of states in Brazil and the states of Santa Catarina, Goiás and Espírito Santo. This maneuver led to a prediction of broad and negative consequences for the administration of Santa Catarina, which projected annual losses of around US \$ 1 billion. This issue became a priority action of the state's senators from march to may of that year and gained wide coverage in major newspapers in Santa Catarina. This monograph aims to evaluate the actions of the press assessorship of Santa Catarina's bench and if they have managed to influence the Santa Catarina media. For this purpose was used a case study, which compares the material submitted by the senator's press assessorship to the press and what the press have published. Therefore, it was possible to determine in fact that the advisors met their goals, ensuring a positive disclosure of the parliamentarians' actions.

Key words: Journalism. Press Assessorship. Politics. Santa Catarina. Senate.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1 OPINIÃO E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO BRASILEIRO	11
2 O CULUNISMO NO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO	16
3 O DESAFIO DOS ASSESSORES DE COMUNICAÇÃO NO SÉCULO XXI – OPINIÃO E INFORMAÇÃO A PARTIR DAS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO (DINÂMICAS / FERRAMENTAS)	23
3.1 Com a palavra, as assessorias de comunicação	30
4 O PROJETO DE RESOLUÇÃO 72 E A GUERRA DOS PORTOS NOS JORNAIS CATARINENSES	33
5 JORNALISMO EM SANTA CATARINA	40
6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
6.1 Detalhamento do projeto	49
Quadro 1	50
Quadro 2	56
Quadro 3	62
7 ANÁLISE DE RESULTADOS	66
CONCLUSÃO	76
REFERÊNCIAS	78

INTRODUÇÃO

A escolha pelo tema da presente monografia surgiu da confluência de cinco fatores. Um deles era a necessidade de se colocar em prática conhecimentos adquiridos durante o curso de Pós Graduação de Gestão em Comunicação nas Organizações. Outro era o interesse em fazer uma avaliação do meu desempenho profissional enquanto assessor de comunicação, algo que exigiria a escolha de um tema vivenciado na prática.

Desde o início, eu já havia definido que esse trabalho serviria para uma análise do comportamento da imprensa catarinense. A justificativa para isso são os vínculos afetivos com o Estado de Santa Catarina, onde nasci, e profissionais com o mercado de trabalho local na área de comunicação, no qual iniciei minha vida profissional. Finalmente, estabeleci que o tema precisaria ter potencial para vir a ser ampliado em uma eventual decisão por uma nova incursão no mundo acadêmico.

A partir destes pontos, o presente estudo ganhou como objetivo – levando em conta o fim do episódio definido pela imprensa brasileira como “Guerra dos Portos” – comprovar se, de fato, existe um poder de influência da assessoria de comunicação sobre repórteres, editores e colunistas. Para isso, seria avaliada a atuação das assessorias de comunicação da bancada de senadores do Estado de Santa Catarina entre o período que vai de março a maio de 2012. Deste modo, atender-se-iam os cinco fatores estabelecidos.

Tomando como ponto de partida a literatura básica sobre comunicação institucional, pode-se afirmar que as assessorias de comunicação têm, entre suas muitas funções e metas, a diretriz maior de servir como ligação entre o assessorado e os veículos de imprensa. Pelo lado dos clientes, desse fluxo de trabalho geralmente é esperada a garantia da divulgação de seus interesses e a ampliação do seu poder de influência na mídia e, por extensão, na sociedade. Quem contrata uma assessoria especializada conta com o emprego de ações que assegurem retorno institucional e/ou financeiro, incluindo exposição positiva de uma marca, de um produto, de uma instituição ou de uma ou mais pessoas.

Para conseguir dados que mostrem a veracidade do proposto na monografia, fez-se um estudo de caso mostrando as estratégias empregadas pelas

assessorias em questão e o material sobre o fim da “Guerra dos Portos” publicado nos três principais jornais catarinenses.

Este trabalho foi então estruturado em sete capítulos. No primeiro, apresentam-se detalhes sobre a origem e a consolidação da divulgação da opinião na imprensa brasileira. No segundo capítulo é feita uma análise sobre o colunismo no jornalismo impresso nacional; enquanto no terceiro apresentam-se as dificuldades que os assessores de comunicação enfrentam no século XXI.

No capítulo seguinte é explicado o Projeto de Resolução 72, de 2012, cuja meta era acabar com a chamada “Guerra dos Portos”, e é apresentada a repercussão do tema nos três principais jornais catarinenses. O quinto capítulo mostra um panorama histórico do jornalismo no Estado de Santa Catarina; enquanto na sexta parte dessa monografia são apresentadas as estratégias de trabalho empregadas pelas três assessorias em questão. Os resultados obtidos são explanados no sétimo capítulo seguido pelas conclusões no oitavo.

1 OPINIÃO E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO BRASILEIRO

Desde os primeiros dias da imprensa, o jornal foi marcado pela forte presença em suas páginas da opinião de quem mandava. Nos países europeus, enquanto predominou a censura prévia, os governos tinham o controle da situação. Era, conforme Sousa (2000, p. 32), o modelo autoritário de jornalismo, onde o exercício da atividade jornalística “é sujeito ao controle direto do estado, através do governo ou de outras instâncias”. A partir do momento em que os braços governamentais diminuíram a pressão, finalmente começou a prática do jornalismo nos moldes que levariam ao formato atual da cobertura do cotidiano da sociedade. Mas por algumas décadas, em Portugal, na França, Inglaterra, Alemanha ou na América do Norte, a verdade publicada era aquela que representava a opinião do proprietário do jornal.

Isso aconteceu também no Brasil onde, conforme estudo de Medina (1988, p. 47), o surgimento da empresa jornalística pode ser localizado por volta de 1890. Uma empresa montada com fins lucrativos e que produziu “folhas sensivelmente diferentes das ligadas a grupos políticos” da época.

Objetivando a maior circulação possível (em função da qual gira, grosso modo, o valor do espaço vendido), o jornal empresa passa a considerar preferencialmente o gosto do leitor. A ênfase recai sobre o que o público quer e não sobre a opinião do grupo que manipula o jornal. Surge, então, pouco a pouco, o jornal noticioso, que logo se transforma em sensacionalista; surge também a crônica esportiva, policial e social (MEDINA, 1988, p. 46).

O contraste do passado com a história recente é um aspecto que também foi registrado por Martins (2005, p. 14-16), ao analisar a diferença das coberturas dos principais jornais brasileiros durante as eleições presidenciais nos anos de 1950 e de 2002.

Até algumas décadas atrás, os jornais, em sua maioria, tinham um caráter quase partidário. E dirigiam-se também a um leitor razoavelmente partidário. Para um e para outro, a opinião era tão ou mais importante que a notícia. (...) Hoje em dia, ao contrário, a grande imprensa, de modo geral, tem a preocupação de separar nitidamente a informação da opinião na cobertura política (MARTINS, 2005, p. 17).

Erbolato (1979, p. 33-34) avalia que a evolução e o uso de técnicas modernas no jornalismo conduziram ao que ele considera uma conquista autêntica, “a separação entre, de um lado, o relato e a descrição de um fato, dentro dos limites de objetividade permitidos pela natureza humana, e, de outro, a análise e o comentário da mesma ocorrência”.

O jornalismo, conforme Marques de Melo (1994, p. 17), surgiu timidamente no século XV e se ampliou no século XVI, já a separação entre opinião e informação está ligada à realidade histórica europeia dos séculos XVII e XVIII.

O jornalismo francês e o jornalismo inglês suscitam diferentes padrões de expressão simbólica. Enquanto o jornalismo francês apresenta-se com todo o vigor opinativo, promovendo debates, levantando problemas, participando ativamente do cenário político, o jornalismo inglês assume uma tendência informativa, retraindo-se do combate, preferindo distanciar-se do confronto direto com o centro do poder (MARQUES DE MELO, 1994, p. 22-23).

Apesar de estarem diretamente ligados na estrutura de um jornal impresso (o mesmo valendo para os telejornais, as revistas, os portais de notícias na Internet ou para as rádios), o jornalismo informativo e o jornalismo opinativo possuem características próprias que os distinguem. Podem, no entanto, ocupar espaços diferentes, que delimitam suas características, tornando-se assim dois tipos de produtos jornalísticos oferecidos ao leitor. Ainda de acordo com Marques de Melo (1994, p. 23), a “distinção entre *news* e *comments* que se esboça no jornalismo britânico acabaria por se impor como uma bipolarização do espaço ocupado pela informação de atualidade”.

Enquanto a informação tem nas páginas de notícias diárias seu local reconhecido e consolidado entre toda e qualquer editoria, a opinião pode não só surgir como um elemento de uma notícia – na voz de um entrevistado – como estrelar uma área nobre, a coluna especializada publicada diária ou sazonalmente, ou o espaço reservado aos editoriais dos veículos de comunicação.

A informação aparece no material apurado pelos repórteres, editores e colunistas, quer seja pelo trabalho deles, quer seja pela sugestão de fontes. É o elemento mais puro e básico de uma pauta. A opinião, diferentemente e apesar do utópico conceito de imparcialidade da imprensa, está ligada ao que pensa quem escreve, desde o repórter mais novato, passando por experimentados subeditores,

editores, editorialistas e colunistas. Ao discutir a opinião no jornalismo brasileiro, Marques de Melo (1994, p. 67) cita os meios de comunicação coletiva, “através dos quais as mensagens jornalísticas penetram na sociedade”, como “aparatos ideológicos” (1994, p. 67), ainda que não ligados ao Estado, mas, ao menos, funcionando como uma “indústria da consciência”, influenciando o cidadão e a sociedade. É em função disso que o autor também rejeita a ideia de objetividade/imparcialidade na imprensa. Para ele, no jornalismo impresso, informação e opinião se dividem em duas estruturas; a de jornalismo informativo – nota, notícia, reportagem, entrevista – e a de jornalismo opinativo – editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. (1994, p. 64).

Não se pode afirmar que é no jornalismo político, pano de fundo para esta monografia, que opinião e informação andam juntas com mais força do que nas demais editorias. Mas, certamente, não é possível negar que a correlação entre elas seja muito evidenciada diariamente. CRUVINEL (2006, p. 213), em seu artigo “Colunismo: análise, opinião e ética”, destaca que “o jornalismo político brasileiro passou por importantes transformações nos últimos anos, notadamente a partir do fim da censura e da redemocratização”. Após essa fase da história brasileira, surgiu a valorização da opinião na imprensa.

A nova sociedade civil, mais ciosa de seus direitos políticos, inclusive do direito à informação, criou demandas novas em relação à cobertura política. Passou a exigir não apenas mais e melhor informação mas também a informação complementar qualificada para a formação de sua própria opinião, sob a forma de análise, interpretação ou opinião política autorizada. Esses três últimos produtos tomaram, com mais frequência, a forma de colunas políticas, de conteúdos e formatos variados (CRUVINEL, 2006, p.213).

De acordo com a autora, o produto “opinião especializada” ganhou tanta relevância que passou a ter lugar e páginas fixas nos jornais, “facilitando a localização pelo leitor” (p. 215), sendo assinadas sempre “por nomes conhecidos e experientes” (p. 215). Para Cruvinel (p. 215), a maior parte delas notadamente tem no caráter da exclusividade da informação o diferencial, “quase sempre sob a forma de notas”.

Barreto (2006) também vê no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa o fator central para a valorização da informação no jornalismo político. Afinal, com essa massificação da comunicação, foi suprimida e

minimizada “a co-presença de público no testemunho de acontecimentos, especialmente no plano político”. Segundo ele, o jornalismo ganhou o poder de compensar a ausência do público durante a ocorrência dos fatos, ocupando assim papel de relevo na política, “chegando conjunturalmente a integrá-la, numa convergência de processos”.

Sob essa análise, então, é possível comprovar a importância da informação no jornalismo impresso. Barreto vai além e defende que “o jornal empalma o fato relatado, de alguma maneira passa a integrá-lo e passa a ser, para o leitor, a virtual praça social onde este se deu. É a notícia como equivalente da realidade”. Ter acesso à informação é algo primordial para todos os envolvidos na relação imprensa-leitor. Dentro de imprensa essa premissa é válida para repórteres, editores e colunistas. E no conceito de leitor estão políticos e seus seguidores e a população em geral. Dimenstain (1990) vê na informação “uma arma na guerra da sobrevivência política. Quem sabe mais pode mais. Ou perde menos. Quem ilude mais também ganha mais – pelo menos temporariamente”. Gaia (2011, p. 37) referenda isso ao afirmar que a informação no cotidiano das pessoas é relevante, “mas ainda maior é o seu destaque na vida pública contemporânea, pois gera um modo novo de fazer política, na qual o político, para ter visibilidade, precisa saber como se posicionar diante das distintas mídias”. Ela também destaca a importância da informação para os integrantes da imprensa.

Outra importante variável do produto discursivo jornalístico está na base da coleta feito pelo repórter, pois nem sempre o jornalista terá contato direto com o acontecimento que relatará; dependerá quase sempre de fontes de primeira mão, quem viveu ou presenciou o fato até de segunda mão - quem chegou ao local depois, que de algum modo, teve contato com alguém envolvido no acontecimento (GAIA, 2011, p. 56).

A opinião, segundo Martins (2005, p. 18), acabou perdendo espaço considerável muito em função da modernização, profissionalização e concentração por que os jornais passaram ao longo das décadas. Essas três características provocaram o enxugamento das redações, o encarecimento da produção de um jornal impresso e o fechamento das empresas que não conseguiram suportar os gastos. “Em vez de cativar o leitor partidário, como no passado, a estratégia passou a ser atrair um público plural, composto por leitores com as mais variadas simpatias políticas”. Medina (1988, p. 56), também assume a transformação das

velhas folhas em empresas jornalísticas como um dos motivadores centrais para a ruptura entre opinião e informação. Para ela, o outro fato determinante seria “a exigência do público”.

Apesar desse ponto de vista, a opinião continua tendo importância. A informação pode até predominar, mas, sozinha, não atende ao que leitores, telespectadores e ouvintes buscam na imprensa da atualidade. Os jornais investem no espaço reservado aos colunistas que são, em grande parte das vezes, jornalistas que, teoricamente, têm um conhecimento maior em determinado assunto, quer seja na política ou na economia, no esporte ou na cultura. São pessoas que conseguem acessar os personagens que ilustram as publicações por ser o foco da notícia. O fenômeno acontece também na televisão que, ano após ano, só aumenta o espaço para os comentaristas, quer sejam eles fixos ou não. Conforme Marques de Melo (1994, p. 105), “trata-se de um observador privilegiado, que tem condições para descobrir certas tramas que envolvem os acontecimentos e oferecê-las à compreensão do público”. Dos apresentadores que viraram âncoras dos telejornais, aos especialistas em economia, segurança, clima ou, até mesmo, em arbitragem de futebol ou corridas de rua, a opinião está presente e passou a ser, talvez, uma forma diferencial em relação à concorrência.

2 O COLUNISMO NO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO

Desde o início da imprensa escrita, quando os jornais eram veículos de comunicação criados para apresentar e defender as ideias e teses de seus proprietários, a opinião sempre esteve presente nas páginas, quer seja em espaços reservados ao editorial, quer seja no noticiário. Bond afirma que a mudança desse cenário provocou o advento da coluna, que teria surgido para suprir esse espaço. Segundo o autor (1954, p. 238), o jornal norte-americano “*The Republican*” foi o primeiro a ter colunas de opinião, em 1872. O “*Daily News*”, da cidade de Chicago, “criou algo semelhante entre 1800-1900, intitulado ‘*Sharps and Flats*’”. Bond (*apud* MARQUES DE MELO, 1994, p. 137) aponta a imprensa norte-americana, no início do século XX, como o berço do colunismo atual.

O público começou a desejar matérias que escapassem do anonimato redatorial e tivessem personalidade. Isso deu lugar ao aparecimento de seções sob a responsabilidade de jornalistas conhecidos, superando a frieza e a impessoalidade do corpo do jornal, e originando espaços dotados de valor informativo e de vigor pessoal (MARQUES DE MELO, 1994, p. 137).

Schuster sustenta que no Brasil o processo foi semelhante, com o colunismo aparecendo “quando os jornais começaram a mudar de estilo”. Puzio (2012, p. 25 *apud* Bahia, 1990, p. 107) diz que o colunismo político nacional “desdobrou-se do colunismo social, que foi inaugurado na metade do século XIX, baseado nas *gossip columns*, colunas de ‘fococas’, que faziam a cobertura da vida das celebridades na grande imprensa dos Estados Unidos”. Puzio busca em Souza (2008, p. 7) outro motivo para o fortalecimento das colunas: a crise do papel dos anos 1950; além de comentar que “a influência do mercado sobre as redações fez-se sentir de muitas maneiras” (2012, p.15), forçando os jornalistas a “produzir textos mais curtos”. A comprovação da multiplicação de colunas com notas curtas, com um grande número de leitores é feita por Abreu (2002).

Passou-se a utilizar com maior intensidade recursos gráficos como tabelas, quadros e mapas. Na transmissão da notícia adotou-se um tom impessoal, seco, descritivo, rígoroso, no sentido de não expressar juízo de valor. Os comentários pessoais foram reservados aos artigos e às colunas assinadas (ABREU, 2002. p. 77).

Para Cruvinel (2006, p. 227), a consolidação da democracia no Brasil gerou um “leitor/consumidor de informação cada vez mais exigente, cada vez mais zeloso pelo seu direito de conhecer, formar sua opinião e decidir”. Isso, conforme raciocínio da pesquisadora – que, até a produção desse estudo, era colunista política no jornal “Correio Braziliense” –, produziu um crescimento “de forma admirável as exigências em relação ao noticiário político, por mais reduzido que seja ainda o número dos que têm acesso a jornais e revistas, à internet e à TV a cabo” (2006, p. 227).

Os leitores interessados em política passaram a não se contentar, por exemplo, apenas com a matéria sobre o resultado de uma votação no Parlamento. Passaram a se interessar também pelas causas, pelo comportamento dos principais agentes políticos e pelas consequências da conduta de seus representantes. Passaram a exigir, em resumo, mais análise e interpretação da notícia. (...) Passaram a ser oferecidas sobretudo por colunas políticas voltadas especificamente para a interpretação e a análise. Estas são quase sempre diárias e procuram a fina sintonia com o noticiário do dia. Aos fatos, acrescentam informações exclusivas sobre o que aconteceu nos bastidores, buscam identificar as razões e os interesses que mobilizaram os agentes políticos, apontam eventuais conflitos e possíveis falhas de articulação, sugerem os cenários mais prováveis para o desenvolvimento de uma determinada situação política, levando sempre em conta que do outro lado há um leitor já informado, mas interessado em compreender melhor o fato em questão para formar sua própria opinião (CRUVINEL, 2006, p. 227-228).

Quanto à estrutura física, nos jornais brasileiros, explica Marques de Melo (1994, p. 136), a coluna originou-se dentro da antiga diagramação vertical, com as matérias ajustadas de cima para baixo, “passando, se necessário, à coluna vizinha”. O autor (1994, p. 136) observa que, atualmente, isso não é mais assim, e “é comum o uso da palavra ‘seção’ para denominar a coluna”. Rabaça; Barbosa (1978, p. 136, *apud* MARQUES DE MELO, 1994) registram essa natureza ambígua da coluna enquanto gênero jornalístico, “afigurando-se como o espaço de entrecruzamento de várias formas de expressão noticiosa”.

A coluna é a seção especializada de jornal ou revista, publicada com regularidade, geralmente assinada, e redigida em estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum. Compõe-se de notas, sueltos, crônicas, artigos ou textos-legendas, podendo adotar, lado a lado, várias dessas formas. As colunas mantêm um título ou um cabeçalho constante, e são diagramadas geralmente numa posição fixa e sempre na mesma página, o que facilita a sua localização imediata pelos leitores (RABAÇA; BARBOSA, 1978, p. 136).

O corpo do texto é formado por pequenas “doses” de informação e opinião do colunista. Sempre em texto ágil e de fácil leitura. Conforme Rabaça e Barbosa (1978, p. 136), “na verdade, a coluna cumpre hoje uma função que foi peculiar ao jornalismo impresso antes do aparecimento do rádio e da televisão: o furo”. A meta é apresentar “fatos, ideias, e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação” (RABAÇA; BARBOSA, 1978, p. 139). Ao comparar o colunismo com a reportagem, Schuster vê na parte gráfica e na linguagem uma diferença significativa, com “diagramação exclusiva, texto personalizado e ‘liberdade’ de opinião”. Ainda sobre a estrutura de uma coluna na mídia impressa, Marques de Melo (1994, p. 138) sustenta que são “comentários rápidos sobre situações emergentes. Pontos de vista apreendidos de personalidades do mundo noticioso. Trata-se de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, *flashes*, dicas”.

Seguindo o raciocínio do autor, outra vez colocamos em questão a utopia da imparcialidade jornalística. Ele reconhece o aparente valor informativo de uma coluna “registrando apenas o que está ocorrendo na sociedade”.

Mas, na prática, é uma seção que emite juízos de valor, com sutileza ou de modo ostensivo. O próprio ato de selecionar os fatos e os personagens a merecerem registro já revela o seu caráter opinativo. A coluna tem fisionomia levemente persuasiva. Não se limita a emitir uma simples opinião. Vai mais longe: conduz os que formam a opinião pública, veiculando versões dos fatos que lhes darão contorno definitivo (MARQUES DE MELO, 1994, p. 138).

É nesse ponto que surge o personagem que dá o alvo de estudo no presente trabalho: a assessoria de comunicação. Um colunista até pode tentar trabalhar de modo independente, procurando os fatos e notícias que servirão de fonte para o preenchimento da sua coluna. Mas as dificuldades para conseguir, diariamente, fechar o material sem a intervenção de, no mínimo, uma assessoria de comunicação são consideráveis. Por menor que seja a cidade ou a região de cobertura da mídia impressa, não há como estar ao mesmo tempo em todos os lugares onde as notícias acontecem. Mesmo que um colunista de uma cidade do interior se dedicasse a comentar somente o cenário político local, é impensável e

improvável que ele consiga acompanhar *in loco*, simultaneamente, o que acontece na câmara de vereadores, na prefeitura, na sede do poder Judiciário local e nas reuniões internas dos partidos políticos. Se ampliarmos o foco de um jornal de cobertura estadual, como são os três veículos que serão fontes para esta monografia, a missão é, de fato, impossível.

Sobre esse ponto, Marques de Melo (1994, p. 138) é categórico ao garantir que, por tudo isso, há uma conexão íntima, “para não dizer dependência, da coluna com os serviços de relações públicas”. E, concordando com ele, é bastante óbvio que as colunas são alvo, sonho de consumo, quase uma obsessão dos assessores de comunicação, cuja função básica é manter o respectivo cliente em cena, em evidência, pois “quanto mais vezes um nome é registrado nas colunas, repetido, mais legitimação social ele adquire” (1994, p. 139).

Enquanto o assessor quer cumprir suas metas de divulgar seu cliente, o assessorado – principalmente o político – também ambiciona estrelar as colunas. Martins (2005, p.55) explica que “os motivos variam, mas, de uma forma ou de outra, a fonte sempre age movida por interesse, pessoal ou público, individual ou coletivo, legítimo ou escuso”. O autor também sugere outros interesses.

O mais comum é o sujeito dar a informação porque acredita que a divulgação irá beneficiá-lo. Com muita frequência acontece também o contrário: ele quer prejudicar um desafeto. Há casos em que as fontes têm razões mais nobres: deparam com uma safadeza, uma negociata, um abuso e querem lançar luz sobre o fato (MARTINS, 2005, p. 55).

A necessidade de alguém querer aparecer em uma coluna, conforme Lazarsfeld e Merton (1971, *apud* MARQUES DE MELO, 1994, p. 139), explica-se por que “os meios de comunicação, particularmente a imprensa, conferem *status*. Aparecer em letra de forma significa ganhar projeção pública e obter simpatia”. Para Marques de Melo (1994, p.140) isso se deve “a uma necessidade de satisfação substitutiva existente no público leitor. Já que a maioria das pessoas está excluída do reduzido círculo dos colunáveis (poder/estrelato), dá-se-lhe a sensação de participar desse mundo, através dos colunistas”. Com o fechamento do círculo de interesses de assessores, clientes, colunistas e leitores é possível concordar com Marques de Melo (1994, p. 140): inevitavelmente, a coluna “insinua fatos, lança ideias, sugere citações, com a finalidade de avaliar as repercussões”.

Da reação do público, estimulada por essas informações sutis, depende muitas vezes a tomada de decisões empresariais, políticas. Passado o impacto, refeito o susto, o público as aceita com tranquilidade. Ou se as rejeita, fortemente, é o caso de adiá-las, transferi-las para ocasião mais oportuna. Alimentando a vaidade das pessoas importantes (do mundo da arte, do espetáculo e da política), o colonismo oferece ao mesmo tempo 'modelos' de comportamento. Estimula o modismo, incrementa o consumo, alimenta a esperança dos que pretendem ingressar no 'paraíso burgês' (MARQUES DE MELO, 1994, p. 140).

Marques de Melo (1994, p. 143) atesta que o colunista “deixa de ser um mero observador da realidade para registrá-la e valorá-la, assumindo o papel de promotor social”. Lage (2001, p. 117) concorda com a tese ao afirmar que a “crônica política, guardando relações com o publicismo, é a forma limite do jornalismo político”. E, ao antecipar fatos e revelar tendências, passa a “adotar postura um tanto diferente da que se tem no noticiário comum e mesmo na reportagem”.

Por outro lado, tanto assessores de comunicação quanto colunistas sabem dos limites considerados adequados para a manutenção da sua relação profissional. Os primeiros querem e precisam ter espaço aberto com os segundos, que necessitam, conforme citado, de munção diária para alimentar seu espaço nos jornais. E, conforme Traquina (1993, p.172), “o relacionamento entre o jornalista e a fonte de informação é sagrado e protegido por lei”. Mas o autor assegura que o “jornalista sabe que as fontes de informação não são desinteressadas. Para poder acreditar na fonte é preciso que esta prove a sua credibilidade”. Sobre isso, Martins (2005, p.54) comenta que “na relação com as fontes, o ideal é buscar um equilíbrio [...] nem tão distante que se perca a informação, nem tão perto que se perca a independência”. Baseado em sua longa experiência na cobertura dos fatos políticos em Brasília, sede do poder no Brasil, Martins (2005, p.56-57) tem muito a ensinar.

Na cobertura política, o *off* é essencial. Sem ele, dificilmente os repórteres conseguiriam recuperar informações de bastidores, de reuniões reservadas ou de negociações políticas fechadas. Mas pelo menos cinco regras devem ser observadas em relação ao *off*: (...) não banalizá-lo, tem de ser expressamente pedido, é para ser verificado, só se aplica à informação e não existe anonimato para quem quer lançar acusações contra a honra de terceiros (MARTINS, 2005, p. 55-56).

Adghirni (2002, p. 455 *apud* Lima) revela que existe outro motivo para a sedimentação da dobradinha assessor-colunista no cotidiano das redações. De

acordo com ela, “a concentração de jornalistas nas capitais, sede da burocracia governamental, reforça a tendência geral, tanto profissional como administrativa do jornalismo, de se privilegiar as fontes institucionais e estáveis, isto é, as fontes oficiais”. Mas a pesquisadora, ao relatar estudo sobre o trabalho nas redações de três dos principais jornais brasileiros em Brasília, assegura que a parceria nem sempre é calma.

Colunistas de jornais observados [“Folha de S.Paulo”, “O Globo” e “Correio Braziliense”] costumam queixar-se do assédio de certas fontes ávidas de promoção que chegam a telefonar pessoalmente para os jornais oferecendo notícias que nem sempre são relevantes. (ADGHIRNI, 2002).

A informação *off the record* é outra peça sagrada no mundo jornalístico. Conforme prega a Constituição, em seu artigo 5º, inciso XIV, “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Se é essencial em qualquer editoria, o *off* é pedra fundamental nas colunas. Afinal, conforme Marques de Melo (1994, p. 137), elas têm como espaço privilegiado “os bastidores da notícia, descobrindo fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública”. E como exercer tais características se, em grande parte das ocasiões, o colunista simplesmente não pode revelar as fontes? Sem a salva-guarda do *off*, nada disso seria possível.

O colunista tem outro diferencial em relação aos seus colegas repórteres, que trabalham na cobertura dos fatos para o espaço reservado às reportagens. Pode utilizar e incluir nas notas que escreve sua própria opinião. Martins (2005, p. 76) deixa bem claro que o jornalista precisa ter opinião sobre o que cobre.

Ela não deve entrar no texto – a menos que ele seja um colunista, é claro –, mas é indispensável para filtrar, organizar e hierarquizar as informações recolhidas. Repórter que não tem opinião não consegue sequer apurar direito a matéria. Ter opinião não significa ser parcial ou escrever sem objetividade. Significa formar o próprio juízo sobre os fatos, entender sua importância (ou falta de importância) para a sociedade, avaliar seu impacto sobre a vida das pessoas, perceber os interesses que estão em jogo e esforçar-se para informar sobre a essência dos conflitos, e não sobre sua aparência (MARTINS, 2005, p. 76).

Finalizando a análise sobre a diferença inerente ao colunista em relação aos demais jornalistas, é possível afirmar que o primeiro acabou, com o passar dos anos, ganhando um destaque positivo. Marques de Melo (1994, p. 142) lembra que, “se originalmente o colunista trabalhava sozinho, hoje ele conta com equipes de repórteres que o ajudam a cobrir os últimos acontecimentos e saber o que divulgar”. Cruvinel (2006) indica que tal fenômeno não é restrito às páginas dos jornais e revistas.

A televisão e o rádio acabaram também seguindo os passos da imprensa escrita e contratando comentaristas e analistas para seus jornais eletrônicos, com o mesmo objetivo de oferecer um plus informativo a seus telespectadores e ouvintes. Tais comentaristas têm sido quase sempre originários da imprensa escrita, onde construíram reputação e credibilidade (CRUVINEL, 2006, p, 215).

Não são raros os colunistas que conseguem ganhos financeiros diferenciados diante dos repórteres e, em alguns casos, até de editores. Nos corredores dos jornais, sabe-se de salários mais altos ou até mesmo da participação nos lucros provenientes dos anunciantes das colunas. Isso comprova a importância que o colunismo ganhou. A aura de “formadores de opinião” que estes profissionais detêm lhes assegura uma posição privilegiada não só para aqueles que ilustram seu espaço ou para os assessores destes, mas, também, para os proprietários dos veículos de comunicação. Afinal, não há empresário que invista em profissional que não lhe traga lucro. Financeiro ou político. Ambos, por sinal, de muito interesse para proprietários de empresas jornalísticas.

3 O DESAFIO DOS ASSESSORES DE COMUNICAÇÃO NO SÉCULO XXI – OPINIÃO E INFORMAÇÃO A PARTIR DAS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO (DINÂMICAS/FERRAMENTAS)

Não existem dúvidas sobre a realidade da profissão de jornalista no Brasil. Há décadas o mercado de trabalho do setor é dividido entre os profissionais que atuam nas redações (de jornais, rádios, revistas, televisões e *websites*) e aqueles que estão nas assessorias de comunicação (ou de imprensa). Uma tradição que, segundo CHAUMELY; HISMAN (1964, p. 9-10, *apud* CHAPARRO, 2002), pode ter seu marco inicial com Ivy Lee que, em 1906, “abandonou o jornalismo para estabelecer o primeiro escritório de relações públicas do mundo, em New York” (2002, p. 34). Para uniformizar esse texto, a partir daqui adota-se a expressão “assessoria de comunicação”, resguardando as eventuais fontes que utilizam a expressão “assessoria de imprensa”.

Ainda de acordo com Chaparro (2002, p. 41), “as relações públicas tiveram no Brasil vertiginoso desenvolvimento a partir de 1964”. Mas, conforme Duarte (2002, p. 81), a ampla migração de jornalistas para áreas diversificadas ocorreu “pela ação competente em assessorias no campo de trabalho” definitivamente na década de 80.

O ressurgimento da democracia, o movimento sindical, a liberdade de imprensa, novos padrões de competitividade e o prenúncio de maior exigência quanto aos direitos sociais e dos consumidores fazem as empresas e instituições necessitarem comunicar-se com a sociedade e seus diversos segmentos. E a imprensa foi identificada como o grande instrumento, o caminho mais curto para agir sobre a agenda pública, informar e obter uma imagem positiva (DUARTE, 2002, p. 87).

O autor (2002, p. 88) destaca também que os jornalistas enfrentavam uma onda de redução de pessoal nas redações. Eles aproveitaram a chance “oferecendo seu capital pessoal: trânsito junto aos ‘coleguinhas’, conhecimento sobre produtos informativos, habilidade ao lidar com o poder e, ainda, noção de informação como direito público”.

Em 2002, Duarte (2002, p. 81) afirmava, levando em conta diversos cálculos que circulavam em sindicatos e entidades, que era “possível estabelecer certo consenso de que pelo menos 50% dos jornalistas brasileiros trabalhavam em

áreas relacionadas à comunicação organizacional, particularmente, assessoria de imprensa”. E o mercado, à época, ainda estava em plena expansão. Um crescimento que não sofre interrupção se levarmos em conta a pesquisa realizada exatamente uma década depois por Bergamo, Mick e Lima, no Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Em uma enquete feita em rede com 2.731 jornalistas de todas as unidades da federação e que trabalham no exterior, os pesquisadores concluíram que, no final de 2012, 68,3% dos profissionais fora das redações eram contratados principalmente como assessores de comunicação. O estudo, cuja margem de erro era inferior a 2%, em intervalo de confiança de 95% (população: 145 mil), detectou ainda que, ao fim daquele ano, “os jornalistas brasileiros eram majoritariamente mulheres brancas, solteiras, com até 30 anos, representando 64% do total dos entrevistados”. O público-alvo da pesquisa estava empregado predominantemente no setor privado, sendo metade deles em micros e pequenas empresas, um quarto em grandes empresas e o outro quarto em empresas de porte médio.

Se colocar em lados distintos jornalista e assessor de comunicação é, na teoria, algo fácil, definir o conceito do segundo é mais complicado. Duarte (2002, p. 96) revela a dificuldade em definir com precisão o significado do termo “já que seu uso disseminado encobre ampla possibilidade de ações, interpretações e cruzamentos com outras atividades”. O autor avalia ser possível pensar em assessoria de imprensa como um controle, um gerenciamento, da troca de informações entre a fonte e o jornalista.

Nas condições que se estabeleceram no mercado brasileiro, entretanto, um profissional ligado a determinada assessoria de imprensa pode editar publicações, Internet, atuar com planejamento, gestão de equipes, gestão de equipes, política, comunicação interna, relações públicas, marketing, divulgação e em uma série de outras tarefas. Ele pode trabalhar em uma estrutura interna, por meio de consultoria, ou em uma agência de comunicação, com múltiplos clientes e produtos. Muitas vezes, por ser jornalista e na falta de uma opção melhor, assume-se como assessor de imprensa (DUARTE, 2002, p. 96).

O certo é que a importância do assessor de comunicação não se questiona. Faria (2002, p.161) defende que esse profissional tem um ponto de vista privilegiado enquanto “analista do cenário político-econômico-social”. Ele tem a capacidade de avaliar situações de potencial positivo e negativo e projetar ações

possíveis e eficientes para o assessorado preparar-se e posicionar-se no cenário onde atua. Karam (2013), ao analisar a recente crise de demissões nas redações de jornais como “O Estado de São Paulo” e “Folha de S.Paulo” e o encerramento de atividades em revistas tradicionais como a versão nacional da “Playboy”, avança a hipótese de que, talvez, o jornalismo esteja migrando das redações e indo também às assessorias especializadas em jornalismo. Equipes que, diz o autor, agem diante de públicos grandes ou específicos utilizando técnicas clássicas do jornalismo.

O jornalismo de assessoria pode também estar se qualificando e substituindo a própria produção e conteúdo tradicionalmente reservados às redações. E indo falar diretamente com seus públicos. Da mesma forma, se antes o release era uma arma simples, relativamente inócua, submetido à desconfiança, hoje ele não é exclusivo na assessoria. Esta cresce em complexidade e tem critérios profissionais muito próximos da confecção de um produto jornalístico, incluindo a reportagem, central no jornalismo, herdeira do método sociológico e histórico de investigação e testemunho, que ao lado da controvérsia e da narração – herdeiras da filosofia e da literatura – povoaram as ideias e argumentos de que o jornalismo tem um caráter emancipador e esclarecedor. A complexidade de determinados setores encontra, nas assessorias qualificadas, ambiente de cobertura e de debates antes exclusivos das redações, seja em uma tevê pública onde se debatem assuntos relevantes, polêmicos e com aprofundamento, seja em um site que inclui reportagens ambientais, econômicas e políticas que envolvem controvérsia e interpretação (Karam, 2013).

No meio político, a partir de determinado momento entre as duas décadas finais do século XXI, aqueles que são eleitos para representar o povo (ou que assim pretendiam ser) passaram a perceber os jornalistas com um olhar diferente. Afinal, de acordo com Duarte (2002, p. 90), “a boa atuação de uma assessoria aumenta a visibilidade pública da organização e pode trazer efeitos mercadológicos e políticos predeterminados”. Deste modo, ao deixar de serem interpretados como vilões, os jornalistas – agora assessores de comunicação – ganharam importância na estratégia estabelecida pelos seus novos empregadores.

Se os políticos querem influenciar a opinião pública, é certo afirmar que o caminho inverso possa ocorrer. Daí a necessidade de ter na assessoria de comunicação nova arma de persuasão, uma catapulta para difundir ideais, ideologias, promessas e projetos. Para Gomes (2004), os políticos “passam a se assessorar para descobrir o que pensa e sente o público e para produzir discursos e fatos conforme a opinião que se quer que o público tenha. A campanha agora é

permanente, a eleição é interminável”. E assim se completa o elo que une políticos e jornalistas na permanente luta para atrair sua majestade, a opinião pública.

A opinião pública é um julgamento momentâneo, compartilhado por inúmeras pessoas que não necessariamente se conhecem, mas que fazem parte de um mesmo grupo. Sua capacidade de mobilização e coesão pode erguer e derrubar governos, influenciar decisões, mudar os rumos da história. Num governo democrático, o papel da opinião pública é ainda mais relevante: é ela que legitima e sustenta o governo – que, por isso mesmo, precisa estar atento a ela (MESQUITA, 2012, p. 11).

Não há dúvidas de que a população sempre teve na imprensa a principal fonte de informação e, por consequência, para a formação de opinião sobre todos os assuntos de interesse geral, desde temas banais, passando por grandes dramas sociais, crimes, esportes, até atos do governo e atuação parlamentar. É assim desde 1808, com o “Correio Braziliense” [não confundir com o atual periódico homônimo editado em Brasília], ainda que restrito aos poucos brasileiros letrados; passando pelos jornais editados durante o Império e após a proclamação da República; o século XX, com o rádio, as revistas semanais, a televisão; e, mais recentemente, já no século XXI, chegando à Internet. Silva (2005, p. 01) afirma que na sociedade atual, “a imagem pública dos políticos é constituída nos meios de comunicação de massa e neles ganha visibilidade”. Com o poder de persuasão, pressão e imposição de valores e crenças que a mídia possui, ainda de acordo com a autora, estes meios produzem “parâmetros para que as pessoas criem suas opiniões e são eles que transmitem as informações necessárias para fazer a imagem de um político” (Silva, 2005).

Retrocedendo à diferença básica entre jornalista e assessor de comunicação, identificamos para ambos um desafio semelhante, apesar de oposto. Desde sempre, esses dois profissionais têm no dia-a-dia um desafio. O primeiro busca o fato, a notícia, a exclusividade, para informar seus leitores, ouvintes e telespectadores. O segundo tenta atrair a atenção do primeiro para fazer do seu cliente o fato, a notícia. O assessor de comunicação precisa conseguir colocar o cliente na mídia, divulgando seu modo de agir e pensar, sua mensagem, abrindo as portas para que ele possa, enfim, influenciar a opinião pública. Outra semelhança entre jornalista e assessor são os desafios surgidos com o admirável mundo novo

criado pela Internet ainda no século XX e, quase que cotidianamente, expandido no século XXI.

Caio Túlio Costa, ao prefaciар o livro “Webjornalismo”, de Magaly Prado (2011, p. 8), retrata a revolução provocada pela rede mundial de computadores e as já não tão novas mídias digitais no antes arrogante mundo da comunicação, do jornalismo, dos repórteres e assessores.

O negócio da comunicação pressupõe, agora, uma plataforma que integre a informação à possibilidade da interação e às múltiplas possibilidades de serviço que somente um sofisticado sistema tecnológico em desenvolvimento constante poderá garantir. Mesmo porque a transição é permanente. Essa indústria entrou em mudança contínua por conta da velocidade da pesquisa e das ilimitadas inovações tecnológicas. Só esse entendimento poderá garantir sustentabilidade econômica ao negócio da comunicação (COSTA, 2011, p. 8).

Consolidada na década de 80 nos Estados Unidos, a Internet gerou – no Brasil mais efetivamente a partir dos anos 90 – para esses dois grupos de profissionais um novo desafio. Antes bastava ao assessor de comunicação redigir o *press release* e enviar à redação de jornal, manter contato (normalmente telefônico) com o repórter que, por sua vez, fazia a matéria. Com o texto publicado, cumpria-se a missão do assessor e do repórter; da assessoria e do jornal; e ficavam felizes o assessorado, cuja marca, produto ou atividade estava divulgada; e o leitor, que recebia a informação. Freidson (1953 *apud* PENTEADO FILHO, 2002, p.347) indica que a relação mudou.

As massas podem ultrapassar sua característica de ‘estar espacialmente separadas’, achar interesses convergentes na rede e formar, instantaneamente, públicos motivados e bem maiores, nas infinitas salas virtuais de discussão disponíveis à *la carte*, fóruns e listas cada vez mais específicos, isto é, focados em um assunto particular (PENTEADO FILHO, 2002, p. 347).

Holtz (1999, *apud* PENTEADO FILHO, 2002, p. 348) referenda essa linha de raciocínio no cotidiano dos jornalistas, com “mudanças irrevogáveis”, as quais inverteram “a comunicação de ‘poucos para muitos’ para ‘muitos para muitos’”. Ou seja, o leitor que antes era um passivo e discreto recebedor de informações e que tinha como opções de se manifestar meramente por meio de cartas e artigos ou de

uma ligação telefônica para a redação, agora participa do processo direta e ativamente, trocando informações com outros leitores e com quem produz a informação. É uma interação que ocorre diretamente nos *websites* do fornecedor de informação, o jornalista, ou pelas redes sociais utilizadas pelo leitor, quer seja via Twitter ou Facebook, quer seja por qualquer outra modalidade de mídia social.

Esses públicos instantâneos e mais dinâmicos, por sua vez, exercem importante papel na fiscalização e controle do que é comunicado. Consumidores e clientes podem organizar-se em torno de um tema comum, fazerem campanhas on-line. Podem ainda elogiar ou criticar, em *websites* específicos, uma organização ou seus produtos. Informações truncadas ou erradas podem espalhar-se, ou ser espalhadas rapidamente (PENTEADO FILHO, 2002, p. 348).

Borges (2009, p. 11) indica que a tecnologia transformou o público leitor na mesma proporção que revolucionou a rotina dos jornalistas, pois “o advento da Internet modificou radicalmente as rotinas profissionais nas redações, não só pela introdução de um novo tipo de fazer jornalístico, mas também por mudanças ocorridas nas redações convencionais”. Estas são alterações que ampliam consideravelmente o fazer diário do jornalista, diz Ferrari (2003, p. 39): “os elementos que compõem o conteúdo *on-line* vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa”. A autora relata várias atividades para justificar sua afirmação, mostrando como a função exige uma série de novas habilidades conjuntas para um jornalista.

Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo – um *e-mail* com comentários sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se, assim, parte da cobertura jornalística. E acessar um conteúdo não é necessariamente a leitura de uma notícia, já que engloba textos que trafegam pelas salas de bate-papo, mensagens enviadas nos fóruns, resenhas de livros e discos e colunas. Enfim, o conteúdo não está apenas na área de notícias dos portais, mas sim espalhado por quase todos os produtos oferecidos pelo endereço eletrônico (FERRARI, 2003, p. 39).

Penteado Filho (2002, p. 349) ainda apresenta um tópico que vai nos levar a uma das maiores dificuldades do assessor de comunicação nesse admirável cenário moderno da cobertura jornalística. É a sempre árdua tarefa de como

conseguir a atenção do repórter, pauteiro ou editor de um jornal, revista ou portal de notícias. Um desafio que sempre existiu, mas que passou a exigir empenho ainda maior de quem é assessor de comunicação. De acordo com o autor, “atenção deve ser dada, no entanto, à proliferação de releases via e-mail”. A ferramenta proporciona mais agilidade e acessibilidade, tanto para quem deseja enviar a mensagem do cliente quanto para quem irá recebê-la. Penteadado Filho (2002, p. 349) ensina também que, “enquanto, na era do papel, a quantidade de releases recebida diariamente por um editor podia alcançar uma centena, hoje, na era da informação digital, esse número pode ser multiplicado por 10, 20 ou 30 vezes”. Isso mostra a nítida amplitude do desafio citado.

3.1 COM A PALAVRA, AS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO

Analisando toda essa argumentação passa a ser notório que o assessor de comunicação precisa aumentar consideravelmente o esforço na disputa por espaço para seus clientes. Os assessores da bancada do Estado de Santa Catarina no Senado Federal, fontes centrais para essa monografia, oferecem exemplos dos novos desafios surgidos nas últimas décadas. O jornalista Fábio Mafra, que assessorava o senador Casildo Maldaner (PMDB) durante a “Guerra dos Portos”, concorda que o problema básico é a ampliação no volume de informações que chegam não só diariamente aos repórteres, editores e colunistas, mas a todo o momento.

Hoje em dia não é só o espaço da matéria na versão impressa de um jornal ou de um telejornal. Cada vez mais, os jornalistas têm, além disso, um *blog*. Para nós assessores surge a necessidade de avaliar se vale investir nesse novo espaço, qual tipo de informação diferenciada precisamos ter para um mesmo repórter, afinal eles não querem meramente repetir o dado publicado na versão impressa no *blog*. É necessário ter algo inédito, exclusivo, justamente pelo imediatismo oferecido pela Internet (MAFRA, Entrevista Oral, 2013).

Em 2013, José Augusto Gayoso completava 35 anos ininterruptos de trabalho, sendo 25 deles passados nas funções de repórter, editor, chefe de sucursal e professor universitário. Nos últimos dez, atuava como assessor de comunicação do senador Luiz Henrique da Silveira (PMDB), durante dois mandatos do político como governador de Santa Catarina e, desde 2001 até a produção dessa monografia, no Senado. Em meio a tantas mudanças que acompanhou dentro do jornalismo ao longo da carreira, destaca que a principal adaptação que precisou fazer foi a de, “em vez de se preocupar em ter respostas disponíveis para os colegas em três mídias [jornal impresso, rádio e televisão]”, passou a trabalhar “com tantas outras”.

No começo você se sente impotente, pois descobre que, por mais preparado e experiente que seja, uma pessoa só não consegue dar conta de tudo. Se no final dos anos 90 e início dos 2000 a gente se sentia uma máquina de multimídia, hoje, pelo menos, reconhecidamente, os

assessorados sabem que é inumano pensar que um só 'ser jornalístico' dá conta de tudo. As equipes estão voltando a ser maiores, mas com mais gente especializada nas chamadas 'novas mídias' (GAYOSO, Entrevista Oral, 2013).

O jornalista cita como exemplo a campanha política nas eleições municipais de 2012, na qual ficou claro para ele que “a clássica e romântica dupla repórter/fotógrafo continua sendo a base do trabalho”.

Mas, desde que o repórter também use o Twitter, envie mensagens eletrônicas via SMS, fotografe e opere o Facebook, enquanto o repórter fotográfico domine a técnica de enviar fotografias com o carro em movimento e editar as imagens com Photoshop imediatamente (GAYOSO, Entrevista Oral, 2013).

Como se não bastasse, em épocas de campanha política especificamente, o trabalho de assessoria de comunicação ainda exige uma equipe fora do local onde os eventos estão ocorrendo, uma base com um grupo de profissionais interagindo com a equipe que está diretamente com o assessorado para oferecer suporte e fazer algo que pode ser descrito como “guerrilha virtual”, utilizando as mídias sociais como armas de combate aos adversários, para apresentar falhas dos concorrentes e defender o cliente.

Para o autor desta monografia, que assessorava o terceiro senador catarinense durante a 54^a legislatura (2011-2015), Paulo Bauer (PSDB), a busca por mais conhecimento técnico via cursos de aperfeiçoamento passou a ser obrigatória para todo e qualquer profissional que atue em assessorias de comunicação. Novas mídias não são mais novidade. O centro da questão é a elevada quantidade de ferramentas e técnicas que surgem em intervalos de tempo cada vez mais curtos. Estratégias de comunicação e *softwares* surgem e se atualizam em velocidade incontrolável. E há outro ponto básico que, possivelmente, seja o mais árduo para se ultrapassar, ainda mais na área da política: convencer o assessorado de que é preciso ter informações diversas, ainda que sobre o mesmo assunto, para várias mídias. Mesmo que representantes do povo demonstrem começar a se interessar pela tecnologia, em pleno século XXI, continua a ser extremamente difícil convencê-los de que as novas mídias garantam o retorno que eles esperam. E quando chega a hora de assegurar recursos para os custos que representam o investimento em

mais profissionais e em equipamentos atualizados, a dificuldade ganha contornos de drama.

Os três assessores citados podem ser considerados céticos, se levarmos em conta o conceito aplicado por Barbosa; Seixas (2013, p. 55) ao explicar a Teoria da Difusão de Inovações, formalizada em 1962 por Everett Rogers. De acordo com essa tese “a novidade de uma inovação envolve novo conhecimento, mas pode ser também expressada em termos de persuasão ou uma decisão para adotar determinada inovação”. Para as autoras, os quatro eixos centrais da teoria envolvem “a própria inovação, os canais de comunicação pelos quais se procede a sua divulgação, o tempo, e o sistema social”.

Neste processo há sempre aqueles considerados como *early adopters*, ou seja, os que aderem prontamente a uma certa tecnologia, e exercem influência sobre outros membros do grupo, ou esses membros compartilham interesses similares com aqueles e, assim, terminam por também adotar uma inovação. Há, ainda, os céticos quanto à aceitação de uma tecnologia, no entanto, em fases posteriores, eles passam a considerá-la e, ao final, se juntam àqueles que vão aderir um pouco mais tarde a uma determinada tecnologia, os chamados *late adopters* (BARBOSA e SEIXAS, 2013. p. 55).

Os assessores de comunicação da bancada catarinense no Senado iniciaram suas respectivas vidas profissionais antes da popularização das mídias sociais. Tais ferramentas só passaram a ser utilizadas pelos três quando já haviam cruzado o percurso básico do jornalista brasileiro clássico, que começou a trabalhar como repórter em redações e, com o tempo, migrou para a assessoria de comunicação. As dificuldades apontadas por todos em colocar em uso as modernas ferramentas aliada à consciência do caminho sem volta aberto pela necessidade de utilizá-las os qualifica como *late adopters*. Durante a “Guerra dos Portos”, de acordo com os assessores, a utilização das mídias sociais – tema não analisado nesta monografia – foi empregada para ampliar a divulgação das ações dos três senadores diretamente com seus seguidores no Facebook e Twitter. O contato com a imprensa do Estado, por outro lado, foi feito com o uso de duas das mais tradicionais ferramentas de uma assessoria de comunicação: o envio de *press releases* e o contato telefônico com colunistas, editores e repórteres.

4 O PRS 72 E A GUERRA DOS PORTOS NOS JORNAIS CATARINENSES

As informações para este capítulo foram coletadas nos jornais “A Notícia”, “Diário Catarinense” e “Notícias do Dia”. A partir de março de 2012, editorias de Economia e Política – em princípio com mais intensidade na imprensa de Santa Catarina e, aos poucos, espalhando-se em jornais, revistas, *websites*, rádios e emissoras de TV em todo o País – começaram a pautar o episódio que ficou conhecido como a “Guerra dos Portos”. Uma situação que teria surgido como reflexo do crescimento da desindustrialização do Brasil.

Excetuando a insatisfação da sociedade, os governos estaduais precisam desenvolver suas regiões, através da instalação das indústrias, das centrais de distribuição e do comércio em geral. Por essa razão, alguns estados menos favorecidos, tais como Espírito Santo, Goiás e Santa Catarina, prejudicados pela concentração de renda em regiões mais beneficiadas pelo desenvolvimento, decidiram à revelia do CONFAZ [Conselho Nacional de Política Fazendária], atrair investimentos através de incentivos fiscais que, na prática, contraria os entes vizinhos e estimula a chamada guerra fiscal (ANGARITA, 2012).

A estratégia destes estados foi criada, basicamente, pela alta carga tributária que compõe os preços de tudo o que é produzido e comercializado no País. Somando-se com a invasão dos produtos importados da Ásia, isso gerou uma diminuição na produção.

Valendo-se das “artimanhas da guerra fiscal”, os estados prejudicados pela má distribuição de renda passaram a instituir benefícios que reduzem a carga tributária do ICMS para os importadores que desembaraçarem nos portos situados em seus territórios. Na prática, a cada mercadoria importada, o adquirente deve recolher aos cofres do estado o imposto aplicando a alíquota praticada dentro do estado. No caso, de Goiás, Santa Catarina e Espírito Santo, 17%, dependendo do produto. Com os incentivos, esses estados aumentaram a receita tributária por conta da prática de alíquotas menores, contrariando a legislação tributária (ANGARITA, 2012).

Os incentivos goianos, catarinenses e capixabas provocaram reações dos governos dos demais estados brasileiros, que passaram a falar em concorrência desleal. Pressionado pelas secretarias de Fazenda e pelos representantes do setor industrial, notadamente a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp),

o governo federal optou por colocar um ponto final na situação. Por meio do Projeto de Resolução do Senado nº 72, de 2010, de autoria do senador Romero Jucá (PMDB-RR), à época líder do governo no Senado, foi estabelecida a unificação das alíquotas de ICMS de produtos importados em 4% para todos os Estados. Com a proximidade da votação da matéria na Comissão de Assuntos Econômicos (CAE) e na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) do Senado, os prejudicados pelo texto provocaram o debate na imprensa e por intermédio de seus representantes no Congresso.

O jornalista Paulo Alceu, do jornal “Notícias do Dia”, que publicava durante a produção desta pesquisa edições diárias com a cobertura das regiões de Florianópolis e Joinville, os dois maiores municípios do Estado, registrou em sua coluna no dia 8 de março de 2012 uma nota intitulada “Perdas”. A notícia, apurada junto ao governo estadual, foi um dos primeiros registros sobre como a “Guerra dos Portos” poderia prejudicar Santa Catarina.

Resolução do Senado que uniformiza as alíquotas do ICMS nas operações interestaduais com bens e mercadorias importados atingirá os estados do Espírito Santo, Goiás e Santa Catarina. Ou seja, devem perder arrecadação com a uniformização. Sendo assim, o ministro da Fazenda, Guido Mantega, marcou um encontro com os governadores e parlamentares desses estados para construir compensações e saídas econômicas numa eventual perda de receita (ALCEU, 2012, p. 02).

Paralelamente, alguns dos parlamentares de Santa Catarina iniciaram mobilização para tentar demover o governo federal do intuito de uniformizar as alíquotas do ICMS. Os três senadores catarinenses tomaram a frente do impasse e passaram a divulgar, por meio das respectivas assessorias de comunicação, suas ações referentes à pauta em questão. Titular da coluna “Panorama”, que trata sobre Economia também no jornal “Notícias do Dia”, Adriana Baldissareli escreveu para o dia 14 de março de 2012, uma quarta-feira, a nota “Alíquota Seletiva”, baseada em *press release* encaminhado pela assessoria de comunicação do senador Luiz Henrique da Silveira (PMDB).

Senador Luiz Henrique antecipou a Panorama que vai defender uma equalização seletiva de alíquotas interestaduais de ICMS para proteger os setores como o têxtil, afetados pela importação predatória. Ele discorda da

proposta federal da alíquota única quando se trata de importações de bens de capital e insumos que mantêm a atividade industrial (BALDISSARELI, 2012, p. 10).

A colunista, na edição do dia 15 de março, comentou protesto da Associação Brasileira de Empresas de Comércio Exterior, que denunciava um “movimento protecionista que ameaça a economia do País” e queria evitar a votação do PRS 72. De acordo com a nota “Pagando o Pato”, a entidade “alega que o fechamento da economia às importações, com a derrubada de benefícios fiscais nos estados, aumentaria preços, prejudicando o emprego e o consumo”.

Quer, com isso, evitar a votação da Resolução 72 (que altera a cobrança de ICMS) sem que haja discussão paralela de uma reforma tributária e de políticas para o desenvolvimento regional. Abece sustenta que 83% das importações brasileiras destinam-se ao processamento industrial (máquinas, equipamentos, insumos, petróleo). Tanto é que São Paulo é responsável por 36% das importações brasileiras. Santa Catarina, que tem pagado o pato na guerra fiscal em torno das importações, importa apenas 7% (BALDISSARELI, 2012, p. 10).

No dia 16 de março de 2012, Roberto Azevedo, então colunista de política do “Diário Catarinense” fez o registro da troca de comando do Fórum Parlamentar Catarinense, formado por deputados federais e senadores que compõem a bancada do Estado no Congresso. O espaço noticiou que o deputado Décio Lima (PT) recebia o controle das atividades conjuntas de deputados e senadores, das mãos do colega Edinho Bez (PMDB). Em meio ao fato central, a nota também citava o alerta do senador Paulo Bauer (PSDB), que “solicitou o empenho para a derrubada do PRS 72, que zera a alíquota de ICMS, no caso da importação de produtos” (AZEVEDO, 2012).

Editado pelo Grupo RBS, em Florianópolis, com uma pretensa cobertura estadual, o jornal “Diário Catarinense”, em sua edição de 17 de março de 2012, chegou às bancas com uma reportagem especial publicada nas páginas 4 e 5, espaço de destaque na publicação. Tratava-se de matéria prévia às duas audiências públicas conjuntas entre a Comissão de Assuntos Econômicos (CAE) e a CCJ, agendadas para os dias 20 e 21 daquele mês. O resumo do texto deixava claro que a “Guerra dos Portos” teria um custo muito alto para o estado: “Medida que busca unificar a alíquota de ICMS de produtos importados poderá diminuir em R\$ 1 bilhão

a arrecadação de SC em função da migração de empresas para outros estados”. A reportagem repercutiu com o senador Luiz Henrique da Silveira (PMDB), que era o governador quando os incentivos fiscais foram implantados na economia catarinense, o secretário de Estado da Fazenda, Nelson Serpa, o presidente da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (Fiesc), Glaucio José Côrte, e o presidente da Associação Brasileira de Empresas de Comércio Exterior (ABECE), Ivan Ramalho, todos contrários ao Projeto de Resolução do Senado. Confederação Nacional da Indústria (CNI), Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq) e Fiesp falaram em favor da unificação. O jornal optou por mostrar as duas versões, sem entrar nas questões político-partidárias do que estava em jogo, mas deixou claros os prováveis resultados econômicos.

O governo federal, capitaneado pelo ministro da Fazenda, Guido Mantega, quer alterar as regras atuais da cobrança do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias (ICMS) de produtos importados, unificando a alíquota em 4%. Para o Planalto, significa o fim da guerra fiscal que vem sendo travada nos últimos anos. Para Santa Catarina, pode representar R\$ 1 bilhão a menos em imposto arrecadado, efeito da migração de empresas e empregos para outros estados. Como o leitor deve imaginar, o valor não é nada desprezível. Supera os investimentos feitos por SC em 2011, de R\$ 910 milhões (OGEDA, 2012).

E, ao final da primeira audiência pública conjunta, não existiam mais dúvidas de que Santa Catarina, Goiás e Espírito Santo seriam derrotados no duelo de força com os demais estados. No segundo encontro, em 21 de março, o cenário foi o mesmo. Os nove senadores dos três estados acusados de prejudicar a força da indústria nacional, por melhores que fossem seus argumentos, não conseguiram mudar a opinião dos colegas e do governo federal. Estela Benetti, então colunista de Economia do “Diário Catarinense”, apresentou sugestões sobre quais seriam os interesses do governo federal em eliminar urgentemente a cobrança de alíquota diferenciada de ICMS para importações. Para ela, o interesse estaria “ligado ao desempenho pífio da indústria nacional, baixo crescimento do país e pressões fortes de estados e setores econômicos”.

Entre os que vão ganhar mais com a alíquota única de 4% para importação, caso a aprovação não seja postergada, estão o estado de São Paulo e grupos oligopolizados dos setores siderúrgico, cimenteiro e outros. Se a mudança entrar em vigor imediatamente, como quer o governo, as

importações não vão cair, mas haverá um aumento de preços em função do imposto maior, prevê uma fonte da indústria (BENETTI, 2012).

Na mesma avaliação, a jornalista citou que as maiores perdas para Santa Catarina seriam nos setores têxtil, de medicamentos e os de importação de cobre. Segundo ela, a mudança da alíquota, “apesar de melhorar um pouco para o setor de máquinas, não vai resolver o problema de desindustrialização apontado pelos fabricantes do setor. O problema é o elevado custo Brasil”. Baldissareli (2012) optou por citar que eventuais medidas que pudessem ser divulgadas para amenizar as perdas catarinenses eram tidas por técnicos da Secretaria de Estado da Fazenda “mais como armadilha do que como efetiva compensação”.

Mesmo que reparem parte da arrecadação, por algum tempo, não evitarão grandes perdas no movimento econômico proporcionado pela atividade portuária. Eventual fuga para São Paulo, das empresas e dos negócios hoje atraídos pela logística portuária combinada com os benefícios fiscais, marginalizaria cadeias produtivas no Vale do Itajaí e no Norte do Estado (BALDISSARELI, 2012, p. 10).

A coluna “Pelo Estado”, que em 2012 era produzida pela jornalista Andrea Leonora, da Associação dos Diários do Interior (ADI), era publicada diariamente em 30 periódicos em municípios de pequeno e médio porte de Santa Catarina. Ao cobrir as duas reuniões, ela destacou que o governo estadual foi apoiado pela presença de praticamente toda a bancada federal catarinense. “Entretanto, o sentimento geral dos que participaram da reunião da CAE é de que já há uma decisão tomada e a realização da audiência, cuja segunda etapa acontece hoje, foi só para cumprir tabela”, ponderou.

“É absurdo pensar que esta resolução vai resolver a desindustrialização do país. Ela só vai concentrar ainda mais as importações nos estados que mais têm poder de ação”, reclamou [o governador Raimundo] Colombo. Para ele, “o custo Brasil tem impacto negativo muito maior sobre a indústria nacional do que as diferenças de ICMS entre os estados”. Se a Resolução for mesmo à votação na próxima semana, poderá entrar em vigor em 90 dias, decretando prejuízos anuais superiores a R\$ 1 milhão para Santa Catarina (LEONORA, 2012).

Encerradas as duas audiências públicas, nem mesmo a presença de quatro governadores e um vice-governador durante os encontros conseguiram convencer os senadores que representavam a maior parte do país de que a unificação do ICMS seria um revés considerável para três unidades da Federação. A tendência era cada vez mais definitiva em torno da aprovação do Projeto de Resolução que, em tese, encerraria a “Guerra dos Portos”. Em Santa Catarina, inicialmente, o governo local demonstrava uma certa esperança de que o problema tivesse um resultado favorável às pretensões de não alterar o *status quo* e manter a política de incentivos fiscais. O jornal “Valor Econômico” publicou, na sua edição do dia 28 de março de 2012, entrevista realizada por sua correspondente no Estado que demonstrava esse clima.

O governador de Santa Catarina, Raimundo Colombo (PSD), disse que acredita em um entendimento com o governo federal em torno da Resolução 72 - que unifica o ICMS interestadual nas operações de importação em 4%. “Acredito em uma construção de uma parceria porque não é do interesse do governo federal impor aos governos dos Estados (que concedem os benefícios) um prejuízo insuportável. Estamos tendo uma boa abertura do governo para construir uma transição”. (JURGENFELD, 2012).

Mas, de acordo com o noticiário, esse otimismo se comprovou infundado na noite de 24 de abril, quando o substitutivo ao PRS 72 foi aprovado em um tenso debate no Plenário do Senado. Foram 58 votos favoráveis e 16 contrários na primeira votação, placar mantido depois que as emendas passaram por votação. No dia seguinte, a imprensa de todo o Brasil confirmava a vitória do governo federal, pois o texto era terminativo no Senado, sendo desnecessário o envio da matéria à Câmara dos Deputados.

Prisco Paraíso, que era colunista de política do jornal “A Notícia”, comentou o resultado da votação na nota “Trator”, que teve como base material fornecido pela assessoria do senador Luiz Henrique da Silveira. O texto publicado passou o sentimento dos políticos catarinenses sobre o episódio. “Como era esperado, o governo passou o rolo compressor e aprovou no plenário do Senado o Projeto de Resolução 72, que iguala as alíquotas de ICMS cobradas pelos Estados”, argumentou o colunista, indicando as previsões sombrias para a economia dos derrotados.

Prejudica enormemente Estados que mantinham políticas de benefícios fiscais para atrair empresas importadoras e exportadoras, como Santa Catarina. A previsão é de que o Estado deixe de arrecadar cerca de R\$ 1 bilhão por ano. A emenda do senador Luiz Henrique da Silveira, propondo um prazo para se reduzir gradualmente o valor das alíquotas até se chegar a 4%, foi defendida pelos senadores e pelo governador de SC, assim como senadores e os governadores do Espírito Santo e Goiás (PARAÍSO, 2012).

Ao longo do bimestre no qual a unificação do ICMS foi a principal pauta nas editoriais de política e economia, os jornais catarinenses não economizaram espaço para revelar e explicar o assunto ao público, além de tentar prever os desdobramentos que o tema poderia representar. Nesse episódio, a imprensa de Santa Catarina procurou colocar em prática a norma básica do jornalismo: ouvir os dois lados interessados de cada história. Mas não se pode deixar de notar que as assessorias de comunicação, principalmente dos senadores do estado, tiveram grande poder de influência sobre o direcionamento do discurso empregado.

5 JORNALISMO EM SANTA CATARINA

Antes de se avaliar a cobertura da chamada “Guerra dos Portos” pelos jornais impressos de Santa Catarina, é necessário retratar a evolução da imprensa no Estado ao longo da história. Assim como ocorreu no Brasil, o jornalismo catarinense também demorou para traçar seu caminho e chegar ao nível atual.

A partir de “O Catharinense”, primeiro jornal da província, lançado por Jerônimo Coelho em 28 de julho de 1831, em Desterro, a capital, transcorreram 61 anos para que a imprensa alcançasse as seis grandes regiões nas quais atualmente se divide o mapa político de Santa Catarina. Ou seja, demorou quase três vezes mais para a imprensa chegar a todos os quadrantes da província, que o tempo decorrido entre o lançamento dos dois primeiros jornais brasileiros e o primeiro catarinense (FERNANDES, 2007, p. 119).

Para o autor, o primeiro ciclo da imprensa do Estado se fecha com o surgimento em 1862 do “*Kolonie-Zeitung*”, na Colônia Dona Francisca, atual cidade de Joinville, na região Norte do Estado, e com o “Pyrilampo”, de 1864, em Laguna, na região Sul. As duas áreas, junto com a capital Desterro, “eram os pólos de relativo desenvolvimento em meados do século 19”. De acordo com Fernandes (2007, p. 120), a segunda etapa só aconteceria com “o prenúncio da década republicana”. Com o “*Blumenauer Zeitung*”, de 1881, em Blumenau, no Vale do Itajaí; “O Lageano”, de 1883, em Lages, no Planalto; e o “Xapecó”, editado na colônia militar de Xanxerê, em 1892, na região Oeste, ainda pertencente à província vizinha do Paraná; consolidava-se o enraizamento da imprensa no interior, chegando às principais regiões de Santa Catarina. Ainda muito distante do profissionalismo, que só estaria definitivamente instaurado a partir dos anos 70 do século 20, o jornalismo no Estado viveu surtos de novas iniciativas conforme as mudanças do cenário político local, principalmente nos anos de 1852 e 1858. Na maioria dos casos, os periódicos surgiam, circulavam por um determinado período de tempo e desapareciam.

A partir da década de 1850, ocorrem sucessivas fases de proliferação de jornais, intensificadas principalmente em períodos eleitorais, reformas políticas que implicavam na mudança de gabinetes do Governo Imperial, surgimento de novos grupos políticos, e outras questões de ordem política.

(...) Entre 1831 e 1889, circularam 101 jornais na capital da província, mas a imensa maioria deles não durou mais que algumas edições. Estes periódicos eram das mais variadas tendências: dos monarquistas aos republicanos, dos literários aos políticos, dos conservadores aos liberais, dos abolicionistas aos religiosos, dos trabalhistas aos recreativos; e eram mantidos por instituições como igrejas, partidos políticos, colégios, grêmios literários e recreativos e, obviamente, empresas jornalísticas (FERNANDES, 2007, p. 128-129).

A partir de 1850, segundo a mesma fonte, a imprensa passou a fazer parte da rotina do interior catarinense, principalmente por causa dos imigrantes europeus. E como nas terras onde hoje estão os municípios de Joinville e Blumenau na prática o primeiro idioma ainda era o alemão, muitos destes periódicos eram publicados na língua original daqueles que vieram para povoar a região. Assim era o caso do “*Kolonie-Zeitung und Anzeiger fuer Dona Francisca und Blumenau*”, “*Reform*”, “*Blumenauer Zeitung*” e o “*Neue Kolonie-Zeitung*”.

Ao Norte, na colônia Dona Francisca (atual Joinville), e no Vale do Itajaí, mais precisamente em Blumenau, os primeiros jornais são redigidos em alemão e com uma pauta voltada aos interesses dos imigrantes que formavam a maioria da população daquelas colônias recém fundadas. Informações sobre técnicas agrícolas, direitos dos imigrantes e notícias do Velho Continente, entre outros temas, estampavam aquelas páginas. Apesar desse perfil, no final do século 20, estes jornais também não deixaram de interferir na política local (FERNANDES, 2007, p. 130).

Fernandes (2007, p. 120) comenta que o segundo ciclo da imprensa catarinense iniciou pelo Vale do Itajaí, no ano de 1881, “50 anos após o surgimento de ‘O Catharinense’ e 31 anos após o início da colonização de Blumenau”. Para Budde (2013, p. 36), a história da imprensa catarinense “é feita de muitos jornais locais e regionais e poucos de abrangência estadual” ao longo de 180 anos.

Um dos motivos é a divisão do estado em polos econômicos regionais que não interagiam entre si até meados dos anos 1900. Ao mesmo tempo, detalhes de sua ocupação, como a região Oeste, povoada a partir do Rio Grande do Sul nos anos 1920, e que só foi integradas às demais regiões catarinense no final dos anos 1960, aliada à falta de acesso pavimentado de Leste a Oeste, dificultaram o alcance dos jornais a todo o Estado (BUDDE, 2013, p. 36).

Outra certeza que se pode assumir é que o surgimento dos jornais no estado de Santa Catarina sempre esteve ligado ao cenário político. Fernandes (2007, p. 146) constata isso lembrando que “em sua maioria, os jornais eram criados com o objetivo de projetar o homem privado e seu ideário, ou de grupos de poder, na esfera pública”. O autor cita o historiador Oswaldo Rodrigues Cabral que, em depoimento a Pereira (1980, p. 51), destacou o fato de que a história “da política e da imprensa no estado estarem indissociadas”. Cabral é taxativo ao defender que a história de um setor “não pode ser desvinculada” da trajetória de outro.

Porque a imprensa foi fundada com objetivos político-partidários. Jerônimo Coelho veio para cá justamente durante a crise da abdicação do imperador, com aquela política agitada. A 28 de julho de 1831 o imperador já tinha ido embora, mas o primeiro jornal da Província queria combater a política restauradora, aqueles que queriam restaurar o trono de D. Pedro I, com propósito político, nacionalista, jacobinista mesmo. E nunca a imprensa de Santa Catarina, no século passado, se desvinculou da política. Todo o jornal que aqui apareceu, fosse com intuítos literários, ou órgão de caixeiros-viajantes, ou de tipógrafos, nunca passou do quarto número. A política sempre foi o nosso esporte, de maneira que os jornais sempre viveram em função da política e dos partidos (PEREIRA, 1980, p. 51).

O perfil regionalizado da imprensa catarinense só viria a ser alterado nos anos 1970, quando “O Estado”, fundado em Florianópolis no ano de 1915, tornou-se “o primeiro a alcançar todas as regiões, nos anos 1970” (Budde, 2013, p. 38). Segundo a autora, esse interesse em, finalmente, interligar todo o território foi uma “resposta à implantação, em Blumenau, do ‘Jornal de Santa Catarina’, em 1971, com a contratação de jornalistas do Rio Grande do Sul, e que instala em Florianópolis uma grande sucursal” (2013, p. 38). Em 22 de setembro daquele ano, “Santa Catarina entra na era do jornalismo moderno com o seu primeiro jornal em *offset*, sistema de composição que era privilégio apenas dos grandes diários das principais capitais brasileiras” (FERNANDES, 2005, p.59). Com a tecnologia inovadora e chegando a todos os municípios catarinenses, o “Santa”, como passou a ser chamado informalmente, obrigou a concorrência a também procurar por inovações.

Valente (2005), em artigo compilado por Baldessar e Christofolletti, destaca que “O Estado” foi, aparentemente surpreendido pela iniciativa do “Santa”.

José Matusalém Comelli conta que a modernização de “O Estado” estava sendo pensada e planejada, mas ainda não tinha sido feito qualquer

processo de compra ou importação de equipamentos, procedimentos excessivamente burocratizados e que, em geral, demorava mais de um ano (VALENTE, 2005, p. 73).

Assim se deflagra a terceira etapa da história da imprensa catarinense: a profissionalização e modernização tecnológica, pois até então o jornal era feito por pessoas sem experiência no trabalho em periódicos e com formação em outras áreas. Mas, mesmo com a modernidade, a velha característica das ligações políticas permanecia. Ainda que buscasse uma legitimação como um periódico de caráter estadualizado, a ligação partidária de “O Estado” sempre foi notória.

Era um instrumento para a disputa de poder, já que havia sido comprado pelo político Aderbal Ramos da Silva para difundir as bandeiras do antigo PSD (Partido Social Democrata) e restringia sua circulação a Florianópolis e cidades litorâneas (Budde, 2013, p. 39).

A autora (2013, p. 39) destaca que “O Estado” teve uma fase áurea nas décadas de 1970 e 1980, acompanhando a redemocratização do Brasil e “quando procurou se adequar aos padrões do jornalismo praticado nas principais capitais do país e se tornar referência em Santa Catarina”. A cobertura dos mais relevantes acontecimentos do estado à época era vigorosa.

Além da instalação de maquinário para impressão, o jornal passou a ter sede própria e equipe de jornalistas experientes em redações de outros estados. Ao mesmo tempo, Florianópolis começava a viver a efervescência do crescimento impulsionado pela chegada da Eletrosul e a consolidação da UFSC, considerados marcos da transformação pela qual a cidade começou a experimentar depois dos anos 1970 (2013, p. 39).

Valente (2005, p. 75) comprova isso ao citar que, em 1972, tanto “O Estado” quanto a sucursal do “Santa”, em Florianópolis, contavam com vários jornalistas gaúchos que “poderiam, como de fato alguns fizeram, trabalhar em qualquer lugar do mundo. O autor cita como exemplos os nomes de Ayrton Kanitz, JB Scalco, Elaine Borges, Mário Medaglia, Jorge Escosteguy, Nei Duclós, Virson Olderbaun. O caminho sem volta para a profissionalização do jornalismo em território catarinense se consolidou a partir de 1978, quando o Ministério da Educação (MEC)

autorizou a criação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

E no vestibular de 1979 foram colocadas as primeiras 40 vagas. O curso de Jornalismo da UFSC acabaria se destacando entre os demais cursos brasileiros. Suas inovações e contribuições ajudaram a colocar Florianópolis no mapa do ensino do jornalismo no País (VALENTE, 2005, p. 78-79).

A maior parte dos jornalistas formados pela UFSC teve uma ou mais passagens pela redação de “O Estado”, convivendo com estes grandes nomes da profissão no auge da empresa.

Em SC, os anos 1970 e 1980 foram os tempos áureos do jornal O Estado, de Florianópolis. A redação, desde a velha sede da [rua] Felipe Schmidt, até o prédio moderno – projetado exclusivamente para o jornal – no [bairro] Saco Grande – reunia nesta época um grupo dos melhores jornalistas do Sul do país. Esse grupo viveu a repressão da ditadura militar e também disse sim à reconstrução democrática, às Diretas Já, à nova Constituição (SARDÁ, 2007, p. 73).

Mas essa história começou a ser transformada ainda em 1977, quando a TV Catarinense foi outorgada à Rede Brasil Sul (RBS), grupo gaúcho de comunicação. Dois anos depois, a emissora entrou no ar como retransmissora da TV Globo.

O jornal “O Estado” continua sem um canal de TV, mas o principal concorrente, o “Jornal de Santa Catarina”, também estava sem a sua TV, que fora vendida em 1975 para o grupo paranaense de Mário Petrelli. Essa disputa mexe profundamente com as empresas de comunicação de Florianópolis. As que perderam saíram desgastadas e a ganhadora chega ao estado com o poderosíssimo trunfo que é a Rede Globo e seu quase monopólio de faturamento comercial. Assim como a chegada do *offset* e das novas práticas profissionais foi importante para os jornalistas e para o jornalismo, a disputa pelo segundo canal de TV em Florianópolis foi decisiva para as empresas (VALENTE, 2005, p. 79-80).

As tentativas da RBS em adquirir “O Estado”, no começo dos anos 80, foram infrutíferas. Isso levou à óbvia decisão do grupo gaúcho em montar seu próprio jornal, o “Diário Catarinense”, lançado em 1986. Se anos antes fora surpreendido pelo “Santa” mas conseguiu reverter o quadro adiantando a

modernização, desta vez “O Estado” optou por não se movimentar. Enquanto o concorrente surpreendia ao ser o primeiro no Brasil a ter uma redação informatizada, o “Mais Antigo”, como era carinhosamente chamado por funcionários e colaboradores demorou muito para apresentar uma resposta. Com o suporte financeiro do grupo RBS, o “Diário Catarinense” tinha fôlego para investir ainda mais. Não demorou para os anunciantes perceberem as vantagens de anunciar no novo jornal, que ganhava cada vez mais público principalmente pelo apoio da emissora de TV do grupo gaúcho, que era líder de audiência em Santa Catarina.

Com a redução de anunciantes, a receita caiu. Isso conduziu a um quadro caótico de maus resultados. Não havia investidores e a saída foi, aos poucos, diminuir a presença no interior para conter gastos. Em 1995, por exemplo, só existiam representantes nas cidades de Criciúma, Tubarão (no Sul) e Itajaí (no Litoral), muito pouco para quem já estivera presente em todas as regiões catarinenses. Em depoimento a Budde (2013, p. 68), Jurandir Pires de Camargo conta que a abrangência era estadual, com sucursais nas grandes cidades, e “os repórteres se deslocavam pelo estado inteiro”.

A chegada dos anos 90 viu o “Mais Antigo” em situação cada vez pior. De um lado, a consolidação do grupo RBS, que comprou o “Jornal de Santa Catarina” em 1992 e viria a adquirir o jornal “A Notícia”, em 2006. Antes disso, em “O Estado”, várias tentativas foram feitas para buscar a redenção, sempre sem sucesso. De acordo com Budde (2013, p. 76), “a desestabilização do jornal é clara tanto nas tentativas de mudar graficamente o material impresso, como pelas constantes alterações no quadro organizacional, especialmente o editor-chefe e os diretores da área comercial”. O golpe final viria no começo dos anos 2000.

E nos anos seguintes o jornal vai diminuindo em conteúdo jornalístico, importância dos anúncios publicitários e relevância junto ao público. O proprietário do jornal, que já vinha enfrentando processos judiciais, é preso em dezembro de 2000 por apropriação indébita, ficando detido por alguns dias no quartel da Polícia Militar do Estado de Santa Catarina, no centro da cidade. De uma dívida de R\$ 10 milhões com a previdência, R\$ 1,6 milhão se referiam a valores descontados na folha salarial dos funcionários não repassados ao órgão. Dois anos depois, o Tribunal Regional Federal confirmava a sentença de seis anos de detenção e multa de 300 salários mínimos (BUDDE, 2013, p. 76-77).

Uma última tentativa de assegurar a sobrevivência aconteceu em 2003, observa a autora, quando a empresa deixou de lado “seu discurso de valorização da tradição”, ao mudar o formato de *standard* para tabloide. No aniversário de 92 anos, a circulação deixou de ser diária e, no início de 2009, foi encerrada definitivamente.

Com a extinção de “O Estado”, o grupo RBS passou a ser dominante no mercado da comunicação em Santa Catarina. Após comprar o “Jornal de Santa Catarina” e “A Notícia”, transformou-os em periódicos restritos às regiões de Blumenau e Joinville. Em 2006, lançou o “Hora de Santa Catarina”, jornal de apelo popular que circula na região da Capital. Com a RBS TV e a TV COM, a empresa se estabeleceu na área televisiva, enquanto a Rede Atlântida e a Rede Itapema são os destaques na rádio FM e a CBN Diário na faixa AM. Presente também na Internet com o portal Clic RBS, o grupo passou a ser acusado de criar um oligopólio da comunicação tanto em Santa Catarina quanto no Rio Grande do Sul, algo que gerou uma ação civil pública por parte do Ministério Público Federal, em Santa Catarina, ainda em 2006.

O grupo paranaense RIC transformou-se no principal concorrente com a retransmissão da TV Record por seis emissoras e a implantação do jornal “Notícias do Dia”, com edições diárias em Florianópolis e Joinville. E há ainda algumas empresas de menor porte nos dois setores, mas, atualmente, nenhuma com potencial para superar o grupo RBS. Em todos, de um modo ou de outro, basta acompanhar o noticiário para se perceber que a influência do poder político continua presente.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa tem por objetivo fazer um estudo de caso sobre a atuação das assessorias de comunicação da bancada catarinense no Senado entre os meses de março e maio de 2012, durante o episódio que ficou conhecido na mídia como a “Guerra dos Portos”. Este procedimento terá como base analisar e identificar como se deu a repercussão das atividades destas assessorias em “A Notícia”, “Diário Catarinense” e “Notícias do Dia”, considerados para este trabalho como os três dos principais jornais publicados diariamente no Estado. Tal afirmação é obtida em função das suas tiragens diárias e circulação nas áreas mais importantes de Santa Catarina em termos de influência política e econômica – litoral e regiões Norte e Nordeste –, além da presença virtual pela Internet em todo o território catarinense.

Com o material produzido pelas assessorias durante o evento e que foi disponibilizado para a realização desse estudo serão observadas:

- a) Pró-atividade das assessorias de comunicação durante a “Guerra dos Portos”;
- b) Poder de influência das assessorias de comunicação nos periódicos estudados (com a comparação da notícia ao material fornecido pela assessoria); e
- c) A constante menção aos nomes dos assessorados nas reportagens

A decisão de se fazer um estudo de caso para se buscar o objetivo dessa pesquisa foi tomada em função dos ensinamentos de Yin (2001), que indica as questões “como” e “por que” como uma das condicionantes preferenciais para o uso dessa estratégia, além do fato de, neste trabalho, o pesquisador ter quase nenhum controle sobre os eventos e por que o foco está nos fenômenos contemporâneos presentes na vida real.

Como forma de pesquisa, 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 (YIN, 1983. p. 21).

Yin (1983) argumenta que o uso do estudo de caso é feito com a aplicação de técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, “mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas” (YIN, 2001, p. 27). Por coincidência, estas são características básicas do jornalismo: olhar/apurar os fatos diretamente com a realização de entrevistas. Esse é outro motivo para a escolha dessa ferramenta para a produção desta monografia, na qual foram seguidas as orientações do autor sobre a coleta de evidências. Buscou-se mais de uma fonte de evidências (as assessorias de comunicação da bancada catarinense no Senado e os jornais selecionados para o estudo); criou-se um banco de dados para reunir o material coletado (entre reportagens – utilizadas como referência – e notas – empregadas diretamente para avaliar a performance das três assessorias de comunicação estudadas); e, claro, o encadeamento dessas evidências (com a relação direta entre a questão central da monografia e os dados e as conclusões alcançadas), conforme relato abaixo.

6.1 DETALHAMENTO DO OBJETO

Ainda no primeiro semestre de 2012, quando a “Guerra dos Portos” entrou na pauta da imprensa de Santa Catarina, as assessorias de comunicação dos senadores que representam o estado se viram obrigadas a alterar suas rotinas com atenção máxima ao episódio. Este pesquisador, por exemplo, passou a dedicar o período de uma hora, cotidianamente, para a leitura dos principais jornais brasileiros buscando mais informações sobre o andamento da questão. Em periódicos especializados em Economia, foram prospectados detalhes técnicos sobre o tema.

MAFRA (Entrevista Oral, 2013) recorda que não havia como não promover uma adaptação no trabalho por se tratar de um assunto diferente, fora do habitual. Segundo ele, “foi uma correria, pois, em pouco tempo, surgiu uma demanda muito grande de conhecimento sobre um tema com o qual as assessorias não estavam acostumadas a lidar”. Nem mesmo o mais experiente do trio tinha familiaridade com o imbróglio. GAYOSO (Entrevista Oral, 2013), afirmou que mesmo tendo assessorado diretamente um governador durante dois mandatos, “não havia convivido com uma pauta tão técnica”.

O embasamento teórico sobre o assunto acabou sendo obtido, principalmente, junto à Consultoria Legislativa do Senado. Formado por técnicos concursados, este setor auxilia – além da Mesa Diretora, da Presidência, das quatro secretarias, das lideranças partidárias e das comissões – os gabinetes dos 81 senadores. São servidores que atuam na avaliação, sugestão e elaboração de projetos de Lei, artigos, emendas às medidas provisórias, além da produção de estudos que possam servir de parâmetros para as atividades legislativas dos senadores. Os assessores de comunicação acabaram aproveitando este serviço para aprofundar seu conhecimento sobre a tramitação do PRS 72, bem como suas implicações na política das unidades da Federação diretamente atingidas pela chamada “Guerra dos Portos”.

Dentro da parte básica da prática de assessoria de comunicação, os assessores dos senadores Paulo Bauer e Casildo Maldaner disseram que adotaram, principalmente, a estratégia de produzir e enviar sugestões de notas para os colunistas de Política e Economia dos principais jornais de Santa Catarina. Além de assegurar espaço nas colunas, seções muito valorizadas pelos leitores, estas

sugestões de notas acabaram se tornando fonte de pauta para as editorias de economia nos próprios jornais.

Já o assessor do senador Luiz Henrique da Silveira relatou que optou por centrar seu foco de atuação principalmente nos jornais de caráter nacional. Em contato direto com os repórteres que cobrem o dia-a-dia do Senado para periódicos como “Folha de S.Paulo”, “Valor Econômico” e “O Estado de São Paulo”, Gayoso preferiu procurar espaço apresentando-se como elo entre a reportagem e a fonte, no caso, o senador.

O emprego deste tipo de ferramentas foi a principal forma de divulgar as ações dos assessorados, que passaram a ser fortemente cobrados, tanto pela classe política e empresarial de Santa Catarina quanto pela população.

Ainda que os cidadãos não compreendiam em detalhes do que se tratava a “Guerra dos Portos”, sabiam por acompanhar na imprensa estadual que era algo com potencial para prejudicar Santa Catarina. Então, a todo o momento, em qualquer atividade na capital ou no interior, sempre questionavam quais seriam as ações que tomaríamos para tentar impedir o prejuízo para a economia local (BAUER, Entrevista Oral, 2013).

Segundo o senador Bauer, a pressão foi constante também por meio da mídia eletrônica. Tanto em suas mídias sociais – perfis no Twitter e Facebook – quanto pelo seu *e-mail* institucional do Senado, a população se manifestou, exigindo ações para impedir a crise que se anunciava. Nos mesmos meios surgiam os apelos de empresários e de entidades que representam o setor produtivo. Era mais uma hora de fazer jus a confiança e ao apoio recebido nas urnas, em 2010. Para os assessores, é o típico momento no qual o cliente cobra resultados de exposição na mídia.

Nos três quadros abaixo, estão reproduzidas 21 das intervenções encaminhadas à imprensa catarinense cedidas pelas assessorias de comunicação para a realização desta monografia:

Quadro 1: *Press releases* da Assessoria de Comunicação do Senador Paulo Bauer (PSDB-SC)

Data: 13 de março de 2013

Enviado para: Prisco Paraíso

Jornal: A Notícia

Simples

Na Audiência Pública com o ministro da Fazenda, Guido Mantega, o senador Paulo Bauer (PSDB-SC) alertou para o risco representado por uma eventual aprovação da resolução 72, cujo cronograma prevê que em 2015 a alíquota do Simples chegue a 4%. Hoje, comentou o tucano, o valor é de 2%. A conversa aconteceu na Comissão de Assuntos Econômicos do Senado, na manhã desta terça-feira.

Bauer disse ao ministro que, neste caso, o risco das micros e pequenas empresas deixarem de usufruir dos benefícios da Lei do Simples é muito grande. Mantega anotou o recado mas não respondeu. Limitou-se a afirmar a Bauer – relator do Simples quando deputado federal – que a legislação foi a última e melhor reforma tributária na história do Brasil.

Data: 15 de março de 2012

Enviado para: Roberto Azevedo

Jornal: Diário Catarinense

Convocação

Paulo Bauer aproveitou a reunião do Fórum Parlamentar Catarinense na manhã desta quinta-feira para convocar os colegas. O senador do PSDB defende que, de forma suprapartidária, todos os integrantes da bancada de Santa Catarina participem das audiências públicas marcadas para as próximas terça e quarta-feira na Comissão de Assuntos Econômicos do Senado.

Lá será discutido o projeto de resolução 72/2010, criado pelo senador Romero Jucá (PMDB/RR) para unificar os impostos estaduais. Isso vai prejudicar diretamente Santa Catarina, pois todos os produtos importados que desembarcam nos portos do Estado passariam a ter seus tributos direcionados ao estado de destino das mercadorias, provocando um rombo nos cofres catarinenses. Bauer também conta com a presença do governador Raimundo Colombo, na reunião de terça-feira, além das bancadas do Espírito Santo e Goiás, que enfrentam o mesmo problema.

Data: 21 de março de 2013

Enviado para: Estela Benetti

Jornal: Diário Catarinense

Sem compensação

O senador Paulo Bauer (PSDB) subiu o tom e afirmou que Santa Catarina não quer a proposta de compensação, por parte do governo federal, como alternativa ao projeto de resolução 72, que zera o ICMS dos produtos importados. Na segunda audiência pública que discute o assunto, na tarde desta quarta-feira, o parlamentar repetiu o que disse horas antes no Plenário. “Compensar não merece confiança”, alfinetou citando o exemplo da Lei Kandir, que só gerou prejuízos ao Estado. Bauer questionou se zerar o ICMS seria a única solução para a crise econômica enfrentada por todos os estados. Cobrou mudanças na política cambial, redução de juros e da carga tributária, além da desoneração da folha.

Data: 04 de abril de 2012

Enviado para: Claudio Loetz

Jornal: A Notícia

Sem acordo

O líder do governo no Senado, Eduardo Braga (PMDB-AM) disse ao senador Paulo Bauer (PSDB), no final da manhã desta quarta-feira, que o resultado da reunião com Raimundo Colombo, na tarde anterior, foi positiva. Braga afirmou que o governador saiu animado com as compensações sinalizadas em Brasília no caso da aprovação do projeto de resolução 72, que zera o ICMS sobre produtos importados. Bauer, entretanto, questionou o líder governista se as ações propostas vão assegurar a manutenção do desenvolvimento econômico, por exemplo, nas regiões portuárias de Santa Catarina. Ganhou um sorriso como resposta.

O tucano afirmou que é quase impossível para ele, Luiz Henrique da Silveira e Casildo Maldaner votarem favoravelmente à resolução 72. Na avaliação dele, as compensações não dão qualquer segurança sobre a continuação do desenvolvimento do setor portuário que, no médio prazo, sofrerá muito com as mudanças no ICMS.

Data: 10 de abril de 2012

Enviado para: Estela Benetti

Jornal: Diário Catarinense

ICMS

O senador Paulo Bauer (PSDB) foi, na manhã desta terça-feira, cumprimentar o colega Luiz Henrique da Silveira (PMDB), que retornou ao trabalho após licença médica. Aproveitou para fazer um relato do posicionamento que tomou em nome da bancada catarinense no Senado sobre o projeto de resolução 72, com o qual o governo federal pretende zerar o ICMS sobre os produtos importados. Algo que deve gerar prejuízo anual na casa de R\$ 1 bilhão para Santa Catarina. O tucano expressou fortemente, tanto para o ministro Guido Mantega, quanto para o presidente da Fiesp, Paulo Skaf, que a proposta de compensação não interessa para os catarinenses, que temem prejuízos semelhantes aos da Lei Kandir.

Bauer citou que, apesar do governo estadual estar agindo para tentar reverter o problema, a possibilidade do pleito catarinense ser atendido é pequena. O governo tem a maioria no Congresso e estados como São Paulo, principalmente, têm o maior interesse em acabar com as vantagens que SC, Goiás e Espírito Santo oferecem. Luiz Henrique endossou a posição de Bauer e afirmou que a ideia é não votar favoravelmente ao projeto de resolução 72. Os prejuízos vão se alastrar por vários setores da economia catarinense, desde as zonas portuárias quanto a indústria têxtil, por exemplo. O setor de cobre, no Norte do Estado, é outro cujo futuro passaria a ser incerto.

Data: 11 de abril de 2012

Enviado para: Moacir Pereira

Jornal: Diário Catarinense

Reforma tributária em lugar do Projeto de Resolução 72

Brasília/DF, 11/04/2012 – O Projeto de Resolução 72 foi criticado pelo senador Paulo Bauer (PSDB/SC), nesta quarta-feira. Abrindo os discursos no Plenário, o parlamentar lamentou que o governo federal prefira zerar o ICMS sobre os produtos importados ao invés de fazer a economia avançar com a reforma

tributária.

“Este tema de difícil solução só está sendo implantado por que o governo federal não deu continuidade ao trabalho do governo Fernando Henrique, que organizou a economia, fez a reforma previdenciária, estabilizou o setor bancário. O ex-presidente Lula e a presidente Dilma deveriam fazer a reforma tributária, pedida pela sociedade e pelo setor produtivo. O Brasil precisa se desenvolver”, argumentou.

“Isso não acontece pois não temos redução do Custo Brasil, com uma taxa menor de juros, custos portuários, eficiência do serviço público. O que o governo faz não são propostas, são remendos, paliativos para o problema”, afirmou o senador. Sobre o aceno do governo com empréstimos para Santa Catarina, via BNDES, como uma forma de amenizar os prejuízos, Bauer foi categórico ao mostrar sua contrariedade. “Não queremos esmolas, queremos que Santa Catarina continue a se desenvolver. As compensações não serão atendidas, à exemplo da Lei Kandir”, comentou.

“Não podemos mais aceitar que o governo federal faça dos governos estaduais dependentes. Queremos uma república federativa. Este é um governo quase imperial, que precisa dar oportunidade para os estados se desenvolverem”, disse Bauer. O parlamentar ainda lembrou uma recente entrevista do ex-ministro da Economia, Máílson da Nóbrega, que disse não ser a importação a causa dos prejuízos para o país mas, sim, os juros altos. “Ontem, na implantação da Comissão Mista que discutirá MP 563 só estávamos nós da oposição. Deputados e senadores do governo não foram, por que o governo não tem interesse em discutir nada. O governo deseja que esta Casa seja meramente homologatória”, concluiu.

Data: 11 de abril de 2012

Enviado para: Paulo Alceu

Jornal: Notícias do Dia

Reforma tributária em lugar do Projeto de Resolução 72

Brasília/DF, 11/04/2012 – O Projeto de Resolução 72 foi criticado pelo senador Paulo Bauer (PSDB/SC), nesta quarta-feira. Abrindo os discursos no Plenário, o parlamentar lamentou que o governo federal prefira zerar o ICMS sobre

os produtos importados ao invés de fazer a economia avançar com a reforma tributária.

“Este tema de difícil solução só está sendo implantado por que o governo federal não deu continuidade ao trabalho do governo Fernando Henrique, que organizou a economia, fez a reforma previdenciária, estabilizou o setor bancário. O ex-presidente Lula e a presidente Dilma deveriam fazer a reforma tributária, pedida pela sociedade e pelo setor produtivo. O Brasil precisa se desenvolver”, argumentou.

“Isso não acontece pois não temos redução do Custo Brasil, com uma taxa menor de juros, custos portuários, eficiência do serviço público. O que o governo faz não são propostas, são remendos, paliativos para o problema”, afirmou o senador. Sobre o aceno do governo com empréstimos para Santa Catarina, via BNDES, como uma forma de amenizar os prejuízos, Bauer foi categórico ao mostrar sua contrariedade. “Não queremos esmolas, queremos que Santa Catarina continue a se desenvolver. As compensações não serão atendidas, à exemplo da Lei Kandir”, comentou.

“Não podemos mais aceitar que o governo federal faça dos governos estaduais dependentes. Queremos uma república federativa. Este é um governo quase imperial, que precisa dar oportunidade para os estados se desenvolverem”, disse Bauer. O parlamentar ainda lembrou uma recente entrevista do ex-ministro da Economia, Máílson da Nóbrega, que disse não ser a importação a causa dos prejuízos para o país mas, sim, os juros altos. “Ontem, na implantação da Comissão Mista que discutirá MP 563 só estávamos nós da oposição. Deputados e senadores do governo não foram, por que o governo não tem interesse em discutir nada. O governo deseja que esta Casa seja meramente homologatória”, concluiu.

Data: 17 de abril de 2012

Enviado para: Estela Benetti

Jornal: Diário Catarinense

Sem emenda

O senador Paulo Bauer (PSDB) tentou salvaguardar ao menos o setor de remédios dos prejuízos do Projeto de Resolução 72. Na manhã desta terça-feira,

quando o tema foi discutido na Comissão de Assuntos Econômicos (CAE), o parlamentar catarinense apresentou a emenda 16 para que os efeitos da Resolução 72 não afetassem a importação de soro, vacinas, medicamentos acabados, seus princípios ativos e intermediários, equipamentos médicos, hospitalares e odontológicos, que por força de patente ou por não possuírem similares nacionais, tenham de ser importados. Mas a intransigência do governo federal não permitiu que a emenda fosse sequer debatida. O relator do Projeto de Resolução, Eduardo Braga (PMDB-AM), simplesmente rejeitou todas as emendas apresentadas.

Data: 25 de abril de 2012

Enviado para: Estela Benetti

Jornal: Diário Catarinense

União

O senador Paulo Bauer (PSDB) se pronunciou na manhã seguinte à aprovação do Projeto de Resolução 72. Como não há mais chances de reverter a unificação das alíquotas de ICMS sobre produtos importados, o tucano defende que as bancadas de Santa Catarina, Goiás e Espírito Santo se unam em busca de compensações de real eficácia para as três unidades, diretamente prejudicadas pela medida.

Para Bauer, os empréstimos via BNDES oferecidos pelo ministro da Fazenda, Guido Mantega, não são compensatórios. Ele cita a necessidade de pressionar o governo federal rever o indexador das dívidas públicas dos três estados. Isso sim, segundo ele, seria o início de uma conversa para compensar o quase R\$ 1 bilhão que Santa Catarina vai deixar de arrecadar anualmente, a partir de 2013.

Quadro 2: Press releases da Assessoria de Comunicação do Senador Casildo Maldaner (PMDB-SC)

Data: 11 de abril de 2012

Enviado para: Editorias de economia

Jornal: Diário Catarinense, Notícias do Dia e A Notícia

Senador Casildo Maldaner manifesta preocupação com unificação do ICMS

O senador Casildo Maldaner (PMDB-SC) manifestou preocupação com o projeto de resolução do Senado (PRS) 72/2010, que uniformiza as alíquotas do Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços (ICMS) nas operações interestaduais com produtos importados. A matéria foi aprovada na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), seguindo para análise na Comissão de Assuntos Econômicos (CAE), onde houve pedido de vistas, adiando a votação para a próxima semana.

Casildo reconheceu que o tema é de grande importância para o pacto federativo. No entanto, para ele, da forma como está proposto, o projeto pode aprofundar um processo de concentração de riquezas ainda maior, além de gerar desequilíbrio entre os estados federados.

Segundo o senador, não é possível separar o processo de unificação de alíquotas de ICMS de outros temas importantes como as dívidas dos estados com a União, o regulamento do comércio eletrônico e as novas regras de divisão de recursos dos fundos de participação dos Estados (FPE) e dos municípios (FPM).

- A unificação do ICMS amplia distorções regionais e fortalece a concentração de grandes centros de consumo. Será que não estamos trilhando um caminho de retrocesso, que enfraquece os entes federados? – questionou.

Casildo disse que o PRS 72/2010 vai trazer grandes prejuízos para vários estados. De acordo com o senador, estudos apontam que Santa Catarina pode perder R\$ 1 bilhão anuais em recursos, além de ver a diminuição na oferta de empregos e o esvaziamento dos portos do estado.

O parlamentar acrescentou que a União deve estimular o desenvolvimento das regiões menos favorecidas e pediu a discussão de alternativas e compensações para os estados que podem ser prejudicados com a unificação do ICMS. Para Casildo Maldaner, é preciso buscar consenso e convergência, em prol da unidade nacional.

- Não estou pregando moratória ou descumprimento de contratos. É preciso buscar alternativas para encontrar o caminho melhor para o desenvolvimento

igualitário do Brasil – concluiu.

Data: 11 de abril de 2012

Enviado para: Prisco Paraíso

Jornal: A Notícia

Oportunidade

A decisão acerca do projeto de lei de uniformização das alíquotas de ICMS de importação, que levou o governador Raimundo Colombo novamente à Brasília, ficou para a próxima semana. Aprovado na CCJ, o projeto teve pedido de vistas coletivo na CAE, integrada pelos três senadores catarinenses, que buscarão garantias mínimas de compensações para as perdas do Estado. Para Maldaner, no entanto, esta seria a grande oportunidade de uma reforma mais ampla, visando um novo pacto federativo que reduza a concentração de recursos nas mãos da União. “É preciso discutir, igualmente, a dívida dos Estados e os repasses do FPE, entre outros temas. Não é preciso aprovar esta uniformização de afogadilho, sob pena de aprofundarmos as desigualdades entre as unidades da Federação”, disse o senador.

Data: 12 de abril de 2012

Enviado para:

Jornal:

Pacto

Mesmo sabendo que os avanços conjuntos exigem ainda muito debate e negociação, o Senado Federal deu um passo importante neste rumo. Foi criada ontem uma comissão composta por juristas, tributaristas e cientistas políticos, que terá 60 dias para fazer um diagnóstico das relações tributárias e políticas entre União, estados e municípios e sugerir soluções para aprimorá-las. Entre os integrantes, nomes como Ives Gandra Martins, Adib Jatene, Luís Roberto Barroso, Paulo de Barros Carvalho e Bolívar Lamounier, presididos pelo ex-ministro Nelson Jobim. Para o senador Casildo Maldaner, que defendeu a discussão vinculada de temas como dívida dos estados e repasses do FPE, a criação da comissão pode, inclusive, retardar a decisão sobre a alíquota do ICMS de importação.

Data: 13 de abril de 2012

Enviado para: Prisco Paraíso

Jornal: A Notícia

Retrocesso

Senador Casildo Maldaner afirmou, esta semana, que o Brasil seguirá um caminho de retrocesso democrático, se continuar concentrando arrecadação e poder nas mãos da União, ampliando diferenças regionais. Maldaner defende a discussão da redução de alíquota de ICMS diretamente aliada à outras questões relevantes na relação entre União, Estados e Municípios, como repasses constitucionais (FPE e FPM), distribuição de royalties de petróleo e dívida dos Estados. “Não basta discutir o indexador de correção, mas principalmente a destinação desse passivo, que poderia ser usado pelos Estados para sanarem suas carências de infraestrutura logística, como estradas, portos, aeroportos e ferrovias, por exemplo”, sugeriu o senador.

Data: 16 de abril de 2012

Enviado para: Prisco Paraíso

Jornal: A Notícia

Pacto

O senador Casildo Maldaner vai defender hoje, na Comissão de Assuntos Econômicos, mais prazo para discussão da Resolução 72, que uniformiza as alíquotas do ICMS de importação. Para Maldaner, o debate deve ser vinculado com a dívida dos estados e repasses do FPE, que serão discutidos por uma comissão de especialistas, criada pelo Senado, no âmbito de um novo pacto federativo.

Data: 16 de abril de 2012

Enviado para: Paulo Alceu

Jornal: Notícias do Dia

Retrocesso

Senador Casildo Maldaner acredita que o Brasil seguirá um caminho de retrocesso democrático, se continuar concentrando arrecadação e poder nas mãos

da União, ampliando diferenças regionais. Maldaner defende a discussão da redução de alíquota de ICMS diretamente aliada à outras questões relevantes na relação entre União, Estados e Municípios, como repasses constitucionais (FPE e FPM), distribuição de royalties de petróleo e dívida dos Estados. “Não basta discutir o indexador de correção, mas principalmente a destinação desse passivo, que poderia ser usado pelos Estados para sanarem suas carências de infraestrutura logística, como estradas, portos, aeroportos e ferrovias, por exemplo”, sugeriu o senador. Defendera esta tese na tentativa de adiar a decisão sobre a resolução 72, pautada para hoje, na Comissão de Assuntos Econômicos do Senado.

Data: 17 de abril de 2012

Enviado para: Moacir Pereira

Jornal: Diário Catarinense

Caro Moacir,

Há poucos minutos, a Comissão de Assuntos Econômicos aprovou o projeto de resolução 72/2010, que prevê a unificação do ICMS de importação. A votação final foi de 20 votos favoráveis e 5 contrários – entre estes, dos três catarinenses.

O senador Casildo Maldaner, juntamente com Luiz Henrique da Silveira e Paulo Bauer, propuseram ainda o adiamento da discussão até o dia 8 de maio, buscando um entendimento que permitisse, ao menos, a implementação gradual da uniformização e as medidas compensatórias. A proposta quase foi aprovada, recebendo 12 votos favoráveis e 13 contrários. “Queríamos mais tempo para o diálogo, mas não foi possível. A base do governo, apesar de dividida em seu íntimo, passou o ‘tratoração’. Deixamos de lado o princípio federativo, não construímos consenso e nem esgotamos o diálogo. Nunca tinha visto isso nesta Casa”, disse o senador Casildo Maldaner. Os apelos, não apenas dos catarinenses, mas de goianos e capixabas, foram veementes e emocionados, mas não foram suficientes para alterar o resultado.

O projeto segue, em regime de urgência, para apreciação em plenário, devendo ser votado já nesta quarta-feira (17). No entanto, a expectativa é de que, em plenário, a força da base aliada seja ainda maior.

Maldaner já analisa a possibilidade de apresentar um projeto de lei que

estabeleça medidas compensatórias proporcionais às perdas dos Estados afetados. “Não nos entregaremos, vamos buscar todas as alternativas. Essa luta não termina por aqui”, disse Maldaner.

Data: 20 de abril de 2012

Enviado para: Cacau Menezes

Jornal: Diário Catarinense

Alternativa

A ideia do senador Casildo Maldaner, de trazer uma refinaria da Petrobras – que não é a plataforma para pegar siri –, que antes parecia absurda e distante, voltou forte à pauta de discussões. É que o investimento pode gerar um ICMS de aproximadamente R\$ 1 bilhão por ano, além de movimento nos portos e muitos empregos. Seria a compensação mais adequada para as perdas catarinenses com a malfadada uniformização da alíquota do ICMS de importação, que tanta dor de cabeça está dando ao governador Raimundo Colombo. Condições técnicas de receber o investimento nós temos, inclusive com uma curso universitário, oferecido pela UDESC, em engenharia do petróleo. Só falta mesmo vontade política. Quem sabe nossos representantes não resolvem se unir pela causa?

Data: 24 de abril de 2012

Enviado para: Paulo Alceu

Jornal: Notícias do Dia

Resistência

Senador Casildo Maldaner também usou a tribuna para destacar sua insatisfação com a Resolução 72. Para Maldaner, além de não dar contribuição efetiva no combate à desindustrialização e centralizar a arrecadação nos grandes centros, como São Paulo, a medida é contrário ao pacto federativo. “Vamos dar um tiro fatal nos Estados prejudicados, que já sofrem com a concentração de impostos na mão da união. O mínimo que os senadores, pensando na nação, poderiam fazer, era ter aprovado a aplicação gradual da uniformização da alíquota. Partimos para o tiroteio, ao invés do diálogo. Depois vai ser difícil juntar os cacos”, destacou Maldaner. O senador ainda vai buscar novas formas de compensação para Santa

Catarina: está agendando reunião com a presidente da Petrobras, Graça Foster, onde será acompanhado pelo governador Raimundo Colombo.

Quadro 3: Press Releases da Assessoria de Comunicação do Senador Luiz Henrique da Silveira (PMDB-SC):

Data: 24 de abril de 2012

Enviado para: Editoria de Economia

Jornal: Notícias do Dia e Diário Catarinense

Senado acaba com a Guerra dos Portos

O Senado aprovou na noite de ontem, o texto básico do Projeto de Resolução 72, que unifica em 4% as alíquotas de ICMS interestaduais para produtos importados ou que usem mais de 40% de matéria-prima importada durante o processo de industrialização. Apesar de analistas preverem uma enxurrada de ações de inconstitucionalidade por parte dos estados que perdem arrecadação a medida, como Santa Catarina, o episódio encerra formalmente a chamada “guerra dos portos”.

A votação de ontem foi semelhante aos trâmites anteriores, quando o projeto era aprovado nas comissões de Assuntos Econômicos e de Constituição e Justiça: 52 votos a favor, 12 contrários e 3 abstenções. Em seguida, os senadores aprovaram por 56 a 12 as emendas acolhidas pelo relator e autos do substitutivo, senador Eduardo Braga, líder do governo.

Na votação em plenário, os senadores aprovaram emenda que exclui da cobrança única produtos da Zona Franca de Manaus (AM) e outros ligados ao mercado de informática, inclusive semicondutores. Pela legislação, também estarão fora das novas regras as operações de gás natural importados a outros Estados. O Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz) será responsável pelas normas para a definição dos critérios e procedimentos do processo de Certificação de Conteúdo de Importação (CCI).

Na votação em plenário, os senadores rejeitaram a emenda do senador Luiz Henrique (PMDB-SC), que previa a aplicação da nova lei com transição de quatro

anos, e as propostas de Aécio Neves (PSDB-MG), que sugeria cinco anos, período em que as perdas seriam compensadas pelas dívidas estaduais com a União.

Como se trata de matéria de prerrogativa do Senado, o projeto segue diretamente para promulgação no Diário Oficial da União.

Data: 24 de abril de 2012

Enviado para: Prisco Paraíso

Jornal: A Notícia

Trator

Como era esperado, o governo passou o rolo compressor e aprovou no plenário do Senado o projeto de resolução 72, que iguala alíquotas de ICMS cobradas pelos Estados, o que prejudica enormemente Estados que mantinham políticas de benefícios fiscais para atrair empresas importadoras e exportadoras, como Santa Catarina. A previsão é de que o Estado deixe de arrecadar cerca de R\$ 1 bilhão por ano. A emenda do senador Luiz Henrique da Silveira, propondo um prazo para se reduzir gradualmente o valor das alíquotas até se chegar a 4%, foi defendida pelos senadores e pelo governador de SC, assim como senadores e os governadores de Goiás e Espírito Santo. Mesmo dizendo que continua fazendo parte da base governista e votando com o governo, lembrou, em inúmeras declarações, que ao forçar a votação numa questão como esta, impõe derrotas e aliados, e “pode rachar a base governista”.

Data: 24 de abril de 2012

Enviado para: Moacir Pereira

Jornal: Diário Catarinense

Senado aprova alíquota única para ICMS

Apesar da luta incansável do senador Luiz Henrique (PMDB-SC), o plenário do Senado aprovou a alíquota única de 4% do ICMS sobre os produtos importados, a vigorar já a partir de 1º de janeiro de 2013. O governo conseguiu aprovar o que queria, sem qualquer compensação para os estados prejudicados, como Santa Catarina. A emenda apresentada por Luiz Henrique visava minimizar o impacto da

alíquota única de 4% do ICMS ao prever regras de transição breves com alíquotas diferenciadas e graduais até 2016 nas operações interestaduais com bens e mercadorias importadas do exterior.

Aos contribuintes do ICMS localizados nas regiões Sul e Sudeste a proposta do senador catarinense previa que as alíquotas a vigorar a partir de 1º de janeiro teriam os seguintes percentuais: 10% em 2013; 8% em 2014; 6% em 2015 até atingir os 4% propostos pelo Projeto de Resolução só em 2016.

Aos Estados do Norte, Nordeste e Espírito Santo as alíquotas do ICMS seriam de: 6% em 2013; 5% em 2014; e 4% só em 1º de janeiro de 2016.

Ao defender sua proposta, o senador catarinense voltou a advertir que a implantação “abrupta de medida tão radical” provocará queda brutal na arrecadação de Estados em cujas economias o comércio exterior desempenha papel significativo. Ele estima em cerca de R\$ 1 bilhão os prejuízos à receita de Santa Catarina. “Sem uma transição gradual serão incalculáveis as perdas de Estados, como Santa Catarina, que investiram pesadamente na infra-estrutura e modernização de seus portos”, lamentou Luiz Henrique, ao reafirmar que o porto paulista de Santos será o único beneficiado – pois concentrará ainda mais todo o comércio portuário do País.

O senador voltou a apelar com veemência aos seus companheiros para que acatassem sua proposta, caso contrário as conseqüências seriam desastrosas com aumento incalculável das desigualdades sociais e desníveis regionais. “ O Brasil precisa dessa transição. Ela é boa para todos os Estados. É boa para a Nação porque encerrará de vez a guerra fiscal, a guerra dos portos”, clamou Luiz Henrique ao ressaltar que “uma Nação se constrói com desenvolvimento harmônico e equilibrado, não com medidas intempestivas como quer o governo federal.

Da tribuna do Senado Luiz Henrique foi enfático na defesa de sua emenda. Advertiu que a transição proposta e de curto prazo “evitará impactos orçamentários e financeiros desastrosos e irrecuperáveis que abrangerão indiscriminadamente todos os programas estaduais, inclusive os sociais, quebra de contratos, desemprego e insegurança jurídica e financeira.”

E lembrou que a transição foi aprovada em dezembro do ano passado pelos secretários de Fazenda dos Estados do Sul e Sudeste, liderados pelo secretário de

São Paulo, Andréa Calabi. “Por unanimidade eles propuseram levar ao Confaz justamente o que defendo agora: uma transição gradual e decrescente da alíquota interestadual do ICMS para evitar os impactos negativos que a aprovação do PRS/72 causará à economia brasileira”, afirmou.

Luiz Henrique lembrou aos senadores que sua emenda não é paroquial, não visa apenas os interesses de Santa Catarina. “Estou defendendo os interesses econômicos do País, da Nação”.

Ao lamentar a aprovação da alíquota única de 4%, Luiz Henrique ressaltou que sua intenção era estabelecer um prazo justo para que Estados como Santa Catarina, Espírito Santo e Goiás pudessem adequar suas políticas de desenvolvimento diante dos prejuízos desastrosos que o Projeto de Resolução 72 provocará em todos os Estados.

E ao insistir na imensa concentração do mercado no Porto de Santos, leu para os senadores o resultado de uma consultoria da empresa alemã DB Internacional, segundo a qual o porto paulista precisa reestruturar-se rapidamente, caso contrário o Estado de São Paulo necessitará de um “novo Porto de Santos” a curto prazo.”

7 ANÁLISES E RESULTADOS

A análise da cobertura dos três principais jornais impressos de Santa Catarina mostra que a pauta da imprensa no estado teve a “Guerra dos Portos” como um tema constante nos meses de março e maio de 2012. Reportagens e colunas de política e economia citaram o assunto com frequência cada vez maior durante o período. Percebe-se também que, com o transcorrer dos dias, o tema foi obtendo um ar de maior especificidade, com detalhes mais técnicos e aprofundados em relação aos primeiros registros.

O interesse da imprensa sobre o assunto chamou a atenção até mesmo de colunistas de outras áreas, que abriram espaço para o PRS 72 e as consequências previstas para o estado. Um exemplo é a nota de Cacaú Menezes na edição dominical de 25 de março daquele ano no “Diário Catarinense”. A coluna teve como influência o trabalho de Beto Stodieck que, durante a década de 1970, nas páginas do extinto jornal “O Estado” e, depois, no “Jornal de Santa Catarina”, forjou uma mistura de estilos criados pelos consagrados colunistas Ibrahim Sued, em “O Globo”, e Zózimo, no “Jornal do Brasil”.

Ibrahim Sued, Zózimo e Beto são exemplos, entre outros, da maneira como o colunismo de assuntos diversificados – muito próximas nos conteúdos das crônicas opinativas –, onde assuntos do dia-a-dia – cultura, política, esporte – com o atrativo das notícias do *grand monde*, criou e tornou famosos e influentes colunistas atentos à cultura urbana, aos boatos, curiosidades da cidade e aos assuntos populares (FONSECA, 2008. p. 27).

E a coluna de Cacaú Menezes segue exatamente essa premissa: um grande mosaico de temas, englobando desde cultura até os bastidores na fina flor da sociedade florianopolitana, passando pela política e suas opiniões sobre os mais variados tópicos relativos ao cotidiano da cidade. Menezes registrou, sem citar fontes, um suposto bastidor do impasse gerado pela “Guerra dos Portos”. Impondo o seu estilo no texto – tom descompromissado e coloquial, tentando soar “descolado”, mas com um certo ar jornalístico – escolheu um trocadilho não muito criativo, mas que, para muitos, poderia até ser considerado engraçado. Independente da questão de estilo, Menezes conseguiu traduzir para seu público, que vai das pessoas mais

simples até os mais sofisticados nomes da *high society*, de adolescentes a universitários, de lideranças políticas a trabalhadores de chão de fábrica.

A Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesc) suspendeu oficialmente uma manifestação que faria dia 4 de abril em frente ao Porto de Itajaí, em Santa Catarina. A invasão paulista seria um protesto ao ICMS, considerado elevado por eles, concedido pelo governo catarinense aos produtos importados. Se acontecesse o protesto, seria, literalmente, uma Guerra dos Portos. O ato dos paulistas continua marcado para 4 de abril, mas em frente à Assembleia Legislativa, em São Paulo (MENEZES, 2012. p. 55).

Sérgio da Costa Ramos, respeitado cronista do mesmo periódico, também falou sobre o assunto naquele domingo. Repórter com larga experiência na cobertura da política catarinense, ele optou por contar o impasse com um teor bem mais detalhado. Dono de um texto mais aprimorado ele conseguiu ser muito mais didático e minucioso, além de fazer uma crítica ao momento. Sua coluna tem um público mais restrito do que o colega citado acima, algo que, talvez, explique a diferença de estilos.

A alíquota do ICMS unificada em 4% pode significar um desastre para Santa Catarina, a não ser que o governo federal ofereça um período de transição e compensações capazes de calafetar o rombo de R\$ 1 bilhão na arrecadação do imposto. Na “guerra dos portos”, o produto importado faz concorrência predatória aos nacionais e promove uma “desindustrialização” severa, incompreensível no mundo competitivo de hoje. É como se os estados importadores operassem como “paraísos fiscais”. Não há inocentes nesta história. A União, com o custo Brasil e a voracidade tributária, maltrata a indústria. Os estados mais poderosos impõem seus incentivos já consolidados. E os mais fracos adotam uma política antinacional, com incentivos à importação de manufaturados. É “imbróglio” de difícil solução. Duas das três partes vão sair perdendo (RAMOS, 2012. p. 53).

A cobertura da “Guerra dos Portos”, iniciada no último período do trimestre inicial de 2012 e concluída nos dois primeiros meses do segundo trimestre, demonstra outro modo de ação entre os colunistas. Prisco Paraíso, por exemplo, uniu material recebido de duas das três assessorias estudadas nesta monografia para publicar duas notas na edição de 22 de março de 2012 no jornal “A Notícia”. Na primeira, “Aceno federal ao Estado”, utilizou dados enviados pela assessoria do governo do Estado e pela assessoria do senador Paulo Bauer.

O governo federal voltou atrás e começou a discutir a possibilidade de transição entre o modelo atual de ICMS em produtos importados por meio de Santa Catarina, mas que são manufaturados em outras regiões do país. Durante o período de transição, até atingir a alíquota de 4% em todos os Estados, a União sinalizou que pode realizar compensações em infraestrutura para equilibrar as perdas de receita.

O problema, que não deixou de ser simples para as contas de SC, pode ser uma oportunidade para acelerar importantes obras como a duplicação das BRs 280 (Norte) e 470 (Vale do Itajaí), além da quarta ligação Ilha-Continente, em Florianópolis.

O senador Paulo Bauer (PSDB) entrou firme na segunda audiência pública que discute o projeto de resolução 72, que zera a alíquota de ICMS sobre produtos importados. Na tarde de ontem, aos defensores da medida, que prejudicaria a economia catarinense, além dos estados do Espírito Santo, Ceará e Goiás, o tucano disse que Santa Catarina não pode perder R\$ 1 bilhão por ano como consequência da mudança.

Segundo Bauer, os estados que agora estão sendo tratados como vilões por terem criado vantagens fiscais só o fizeram diante da inoperância do governo federal para garantir a competitividade (PARAÍSO, 2012).

A mesma página estampou a nota “Inquieto”, uma intervenção da assessoria do senador Luiz Henrique da Silveira. Talvez pelo inusitado momento vivido pelo parlamentar, que convalescia de um procedimento cirúrgico na capital paulista, a nota abaixo apareceu de modo isolado, mas correlacionada ao texto acima reproduzido.

Depois de uma semana de internação, Luiz Henrique da Silveira deve receber alta hoje do Hospital Sírio Libanês, onde foi submetido a pequenas intervenções cirúrgicas no aparelho urinário. LHS deve passar o fim de semana em Joinville.

Mesmo no estaleiro, o senador acompanhou as negociações lideradas pelo governador em Brasília.

LHS não deu descanso a Alexandre Fernandes (Articulação Internacional), que ofereceu suporte a Raimundo Colombo (PARAÍSO, 2012).

Uma estratégia conjunta aplicada pelas assessorias foi o envio de material único, como um registro fotográfico, por exemplo, para garantir a divulgação dos interesses de mais de um dos senadores. Isso era possível por que a bancada catarinense tinha um fotógrafo que atendia aos três gabinetes, gerando registros da atuação conjunta dos três.

Em 30 de março de 2012, Prisco Paraíso utilizou fotografia que mostrava Paulo Bauer e Casildo Maldaner em uma reunião na Confederação Nacional da Indústria (CNI). Em conversa telefônica com o colunista, cada assessor passou dados que resultaram na nota “Posicionamento”, enquanto um deles enviou a imagem que acabou publicada.

Apesar de lutarem pelo fortalecimento da indústria nacional, os senadores Paulo Bauer e Casildo Maldaner manifestaram durante encontro da CNI contrariedade com o projeto de resolução 72/2010, que poderá trazer prejuízos superiores à R\$ 1 bilhão para Santa Catarina. Querem a construção de propostas alternativas, implantação gradual e medidas compensatórias efetivas. A votação no Senado em torno da uniformização das alíquotas de ICMS de importação ficou para a próxima semana. Caso avance na constitucionalidade, o projeto vai para discussão de mérito na Comissão de Assuntos Econômicos, integrada pelos três senadores catarinenses. (PARAÍSO, 2012).

Esse método voltou a ser registrado por Paraíso em 18 de abril. Para ilustrar a nota “União atropela Santa Catarina”, o colunista escolheu uma imagem para uma foto-legenda na qual apareciam dois dos três senadores.

O senador Delcídio do Amaral (centro) recebeu ontem, antes da votação na Comissão de Assuntos Econômicos, a delegação de Santa Catarina. A partir da esquerda, o prefeito Beto Martins (Imbituba), os senadores Casildo Maldaner e Luiz Henrique e o governador Raimundo Colombo (PARAÍSO, 2012).

O contato telefônico direto entre assessores e imprensa, sem o emprego de *press releases*, também marca a atuação das assessorias. Em 13 de abril de 2012, Gayoso telefonou para Paraíso e relatou que Silveira iria retomar a defesa de uma compensação federal para os estados que seriam prejudicados com o fim da “Guerra dos Portos”. Na edição de “A Notícia” publicada no dia seguinte, o resultado da conversa ilustrava a nota “O fantasma que ameaça Santa Catarina”.

Por acreditar que o diálogo é o melhor caminho para qualquer negociação, o senador Luiz Henrique da Silveira voltará a defender na próxima terça-feira, na Comissão de Assuntos Econômicos, que o governo federal busque uma solução para compensar Estados como Santa Catarina, Espírito Santo e Goiás, os maiores prejudicados com a unificação das alíquotas do ICMS nas operações interestaduais de mercadorias importadas. Só SC perderá mais de R\$ 1 bilhão em sua receita anual de R\$ 13 bilhões, com o provável esvaziamento de seus portos (Itapoá, São Francisco do Sul, Navegantes, Itajaí e Imbituba). O comprometimento de milhares de empregos não bateria apenas na porta do setor portuário catarinense, mas das empresas de logística. (PARAÍSO, 2012).

Em 19 de abril daquele ano, a assessoria de Bauer ligou para o colunista oferecendo uma imagem de uma reunião que contou com a presença do senador e

do governador catarinense, Raimundo Colombo. A fotografia serviu para marcar a atuação do assessorado no evento.

Raimundo Colombo (PSD) e Paulo Bauer (PSDB), à esquerda, participaram na Câmara dos Deputados, da reunião do grupo de trabalho que debate a renegociação da dívida pública dos estados com a União. A partir da direita, Jacques Wagner, deputado Renato Molling (PT-RS) e Tarso Genro. (PARAÍSO, 2012).

Seis dias depois, a ferramenta voltou a ser aplicada. Uma fotografia de um discurso de Bauer no Plenário teve como função divulgar não só o posicionamento do senador na “Guerra dos Portos” como, também, para registrar uma qualidade do parlamentar apontada por uma senadora de um partido rival.

Vice-presidente do Senado, Marta Suplicy (PT-SP) costuma sempre privilegiar o colega catarinense Paulo Bauer (PSDB) com um ou mais minutos em seus discursos no Plenário. Nesta terça-feira, durante o debate sobre o Projeto de Resolução 72, ela não teve como aumentar o tempo do tucano, já que o tema era polêmico e a maioria dos parlamentares estava inscrito. Mas fez questão de agradecer o rigor germânico de Bauer no cumprimento do tempo estabelecido para ele, que abriu a discussão se posicionando contra o projeto, que vai prejudicar diretamente a economia de Santa Catarina. (PARAÍSO, 2012).

Ao ler as colunas de Prisco Paraíso nota-se que ele também usou outro formato para utilizar informações enviadas pelas assessorias. A nota “Frente em defesa de Santa Catarina”, publicada em 17 de abril, mostra um formato, com a avaliação do cenário por parte do colunista somada a uma frase de um dos senadores oferecida pela respectiva assessoria.

Promete ser tensa a reunião de hoje na Comissão de Assuntos Econômicos do Senado (CAE) em que deve ser votado o Projeto de Resolução (PRS) 72/2010, unificando o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) nas operações interestaduais com mercadorias importadas. O governo federal continua fechado ao diálogo com os parlamentares e governadores dos Estados mais prejudicados com a medida: Santa Catarina, Espírito Santo e Goiás.

O senador Luiz Henrique (PMDB) e o governador Raimundo Colombo pretendem “jogar duro” com o governo federal na busca de compensações para Santa Catarina – que perderá mais de R\$ 1 bilhão anual em sua receita. Eles desembarcaram ontem em Brasília para tentar audiência com o ministro da Fazenda, Guido Mantega, e com a própria presidente Dilma Rousseff, conforme informou Canal Aberto.

Indignado com a intransigência do governo, o senador catarinense voltou a advertir para um “inevitável e intransponível” impasse com as autoridades federais – que poderá ruir sua base de sustentação no Congresso Nacional.

E adiantou que fará tudo para adiar a votação do substitutivo do senador Eduardo Braga (PMDB-AM) – que fixa alíquota de 4% sobre as transações com os importados, enquanto o texto original do senador Romero Jucá (PMDB-RR), estabelecia tributo zero.

- O que faremos com os portos catarinenses com a ameaça abrupta das suas movimentações? indaga Luiz Henrique às autoridades econômicas. E adverte os catarinenses “sobre a ameaça que ronda nossa economia” caso o governo insista em zerar a alíquota do ICMS dos importados (PARAÍSO, 2012).

“A arrogância federal”, nota publicada no dia 20 de abril daquele ano, é outro exemplo. O colunista construiu sua análise do problema somando o ponto de vista próprio com dados fornecidos pelas assessorias de comunicação do governo do Estado de Santa Catarina e do senador Luiz Henrique da Silveira.

Na audiência pública sobre a dívida dos Estados com a União, ontem em Brasília, Raimundo Colombo defendeu a proposta de redução na taxa de juros, mas afirmou que o avanço na situação atual tem que incluir também uma diminuição no pagamento mensal da dívida, que hoje compromete 13% da receita líquida do Estado.

Em seu pronunciamento diante de outros governadores, Colombo sugeriu um acordo, no contrato de renegociação, em que o valor economizado com a redução dos desembolsos mensais e o que deixará de ser gasto com o enxugamento dos juros, sejam todos vinculados à aplicação em investimentos.

“Hoje, os investimentos que são feitos são realizados quase exclusivamente com empréstimos. É absolutamente impossível continuar dessa forma, chega a ser injusto. A discussão é apropriada e no momento certo. Evoluímos muito em diversas áreas, mas não temos recursos para melhorar a infraestrutura”, ponderou Raimundo Colombo aos colegas Geraldo Alckmin (SP), José de Anchieta (RR), Tarso Genro (RS), Antonio Anastasia (MG), Jaques Wagner (BA) e Teotônio Vilela (AL).

Santa Catarina paga em juros de sua dívida com a União 11,4%, enquanto a taxa Selic (Sistema Especial de Liquidação e de Custódia) caiu para 9% nesta quarta-feira, e o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) empresta para o setor privado a taxas entre 6% e 8% ao ano. Os altos juros aliados ao comprometimento da receita com o desembolso fiscal reduzem a capacidade de investimento do Estado.

Desde que foi renegociada na década de 1990, quando a dívida era de cerca de R\$ 2 bilhões, a situação econômica do país mudou, mas as condições permanecem as mesmas, e hoje SC deve mais de R\$ 10 bilhões. Desde 1998, o Estado já pagou em juros mais de uma vez o valor inicial da dívida. Todos os meses, repassa cerca de R\$ 115 milhões.

E a União continuando dando de ombros para Estados e Municípios!

Insistência

Luiz Henrique da Silveira (PMDB) apresentará emenda na sessão de terça-feira do Senado, propondo flexibilizar de forma gradual e decrescente a alíquota de 4%. A intenção de LHS é permitir que os Estados mais prejudicados – Santa Catarina, Espírito Santo e Goiás - consigam equilibrar suas economias com a entrada em vigor da nova medida já aprovada na Comissão de Assuntos Econômicos.

O senador promete “apelar, apelar e apelar” incansavelmente para convencer os senadores a votar pelos interesses nacionais, “única saída para evitar o esvaziamento e o inevitável colapso dos portos brasileiros, como os seis de Santa Catarina” (PARAÍSO, 2012).

A consagrada tática de fazer contato direto com o titular de uma coluna de jornal e oferecer uma informação exclusiva também fez parte das linhas de ação das assessorias da bancada catarinense no Senado. Na quarta-feira, 14 de março de 2012, o jornal “Notícias do Dia” publicou dois exemplos disso na coluna “Panorama”, com as notas “Alíquota Seletiva” e “Valeu a Espera”.

Senador Luiz Henrique antecipou a Panorama que vai defender uma equalização seletiva de alíquotas interestaduais de ICMS para proteger os setores, como o têxtil, afetados pela importação predatória. Ele discorda da proposta federal da alíquota única quando se trata de importação de bens de capital e insumos que mantêm a atividade industrial (BALDISSARELI, 2012).

No caso acima, a jornalista fez questão de, nas entrelinhas, afirmar que as informações só estavam disponíveis para quem lesse sua coluna. Na mesma página, apesar de não explicitar o contato privilegiado com a fonte, ela aparenta demonstrar isso ao incluir o detalhe sobre a duração, na manhã anterior, de uma audiência em uma comissão temática onde se debatia os reflexos da unificação da alíquota para algumas unidades da Federação no qual outro senador de Santa Catarina atuou.

Ao final de mais de quatro horas de conversa com Guido Mantega na Comissão de Assuntos Econômicos, o senador Paulo Bauer conseguiu a garantia do ministro da Fazenda de que ainda esta semana haverá notícia sobre a desoneração da folha de pagamento das indústrias como a têxtil, em que há grande contingente de mão de obra terceirizada (BALDISSARELI, 2012).

O ponto de vista político foi mais um modo escolhido por pelo menos uma das três assessorias para divulgar a opinião do respectivo assessorado. Roberto Azevedo, colunista do “Diário Catarinense”, aceitou a sugestão vinda do gabinete de Bauer e, na terça-feira, 8 de maio de 2012 publicou a nota “Resolução 13”.

O senador Paulo Bauer (PSDB) politizou o assunto da Resolução 72, que equiparou em 4% a alíquota do ICMS sobre produtos importados, durante o encontro entre o Governo do Estado e empresários no Teatro Pedro Ivo, em Florianópolis. Disse que a situação tinha o DNA do 13, número do PT. Para o tucano, a presidente Dilma Roussef e o ministro Guido Mantega (da Fazenda), a quem chama de insensível, ignoraram os pedidos das pessoas que geram emprego e renda no Estado. E lembrou que nunca veio a

compensação prevista pela Lei Kandir aos estados exportadores e ao empresariado, que acumulou créditos (AZEVEDO, 2012).

Moacir Pereira, no “Diário Catarinense”, foi o único dos colunistas que optou por não focar nas ações dos senadores. Talvez por força do projeto editorial e gráfico que o periódico adotava à época, que tinha Roberto Azevedo com o espaço – a coluna “Informe Político” – para notas curtas, cobrindo o maior número possível de temas, enquanto Pereira contava com um espaço menor, mas voltado a análises macro sobre um, no máximo dois, temas a cada dia. Deste modo, o colunista, sempre que elegia a “Guerra dos Portos” como pauta, preferia avaliar as ações do governo do Estado. Intitulada “Incentivos de SC cairão”, a coluna publicada em 30 de março de 2012 é um exemplo:

O governador Raimundo Colombo saiu da audiência com o ministro da Fazenda, Guido Mantega, com ar de satisfação pelo encaminhamento das negociações em torno do polêmico Projeto de Resolução 72, do Senado, que unifica em 4% as alíquotas do ICMS sobre os produtos importados. Abriu um canal de negociação efetiva com o governo federal sobre a transição da nova regra. Mantega tinha posição radical. A alíquota uniforme seria aplicada, de uma só vez, 90 dias após a aprovação da resolução. Agora, já admite uma fórmula de transição. O Ministério da Fazenda, contudo, não acolheu dois pleitos de Raimundo Colombo. O primeiro, de redução da alíquota para 6% e não para os 4% do projeto. O segundo, de transição mais longa, a partir do entendimento de que deve prevalecer o princípio da anualidade tributária.

O secretário da Fazenda, Nelson Serpa, declarou-se mais aliviado com o resultado da reunião justamente porque o ministro não fechou questão em relação à vigência mediata da nova alíquota. Há, contudo, uma posição firme de Brasília sobre a lista dos produtos que terão alíquota imediata de 4%. Incluem os têxteis, o aço e os polímeros.

A ministra das Relações Institucionais, Ideli Salvatti, que vem monitorando a votação do projeto e conduzindo as negociações com os estados, informou que o martelo está batido e que a resolução vai ser aprovada no Senado. Previsão de que seja depois da Páscoa, pois a próxima semana será vazia, em função dos feriados da Semana Santa.

COMPENSAÇÃO

De acordo com a ministra, o governo está oferecendo algumas compensações a Santa Catarina, pelas perdas milionárias na arrecadação do ICMS, estimadas em R\$ 950 milhões. A principal viria em forma de ampliação do limite dos financiamentos externos.

Como o Brasil pagou todas as dívidas com o Banco Mundial, a presidente Dilma Rousseff decidiu conferir aos estados o direito de contraírem empréstimos maiores naquele organismo. De um total de US\$ 40 bilhões que os estados estão pleiteando no Banco Mundial, Santa Catarina tem uma parcela de apenas US\$ 241 milhões, segundo Ideli Salvatti. É o penúltimo em valores. Como recompensa pelas perdas do ICMS, poderia elevar os créditos para entre US\$ 1,5 bilhão e US\$ 2 bilhões, para obras em saneamento básico, saúde e infraestrutura urbana.

O secretário Nelson Serpa informou que estes créditos seriam obtidos no BNDES. Motivo: no banco nacional o processo é muito mais ágil e possibilitaria investimentos imediatos em infraestrutura. Os processos no Banco Mundial dependem, em primeiro lugar, de prévia aprovação do Senado, o que exige muito mais tempo.

A ex-senadora Ideli Salvatti defende a aprovação da resolução, inclusive, pela ótica da proteção da indústria catarinense. Tem dados mostrando que o setor têxtil sofreu uma concorrência brutal dos importados, por conta dos incentivos do Pró-Emprego, criado no governo Luiz Henrique. E que no setor cerâmico a situação é igualmente dramática. Indústrias compram os produtos na China, colocam sua marca e vendem no mercado interno, sem gerar novos empregos. O setor da construção civil é o que tem sido mais atingido com as importações ampliadas pelos incentivos (PEREIRA, 2012).

Adriana Baldissareli é outra colunista que teve a chance de trabalhar com material coletivo das três assessorias, algo muito raro em se tratando de política já que, mesmo entre bancadas de um mesmo estado, sempre há disputa, concorrência, não só entre os parlamentares, mas também, entre suas equipes. O cenário de interação pacífica e cooperativa entre as assessorias só ocorreu por causa do resultado da eleição de 2010 para o Senado, que apresentou um fato inédito na história da política catarinense. Pela primeira vez, os três senadores escolhidos pela população eram alinhados politicamente. O ex-governador Luiz Henrique da Silveira e o ex-deputado federal Paulo Bauer garantiram duas vagas com a vitória nas urnas, com 1 milhão 784 mil e 19 votos e 1 milhão 588 mil e 403 votos, respectivamente. Casildo Maldaner ficou com a terceira vaga por ser o primeiro suplente de Raimundo Colombo, eleito governador naquele pleito na chamada Tríplice Aliança, que uniu o Democratas (DEM), então partido ao qual Colombo era filiado, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) de Bauer e o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) de Silveira e Maldaner. Todos fizeram a campanha conjuntamente e os três que chegaram ao Senado estabeleceram uma estratégia de nunca tomarem decisões unilaterais em questões de interesse coletivo para o estado. Para a colunista Adriana Baldissareli, tal fato não passou despercebido pela imprensa e, segundo ela, as posições convergentes dos três senadores facilitaram o processo de mostrar quanto Santa Catarina perderia – e perdeu – com a mudança ainda incompleta na legislação do ICMS.

Não me lembro de outra época em que os senadores fossem tão afinados. Ao contrário, lembro do oposto. Embora não cobrisse Política à época, deve ter sido bem diferente por ocasião da CPI dos Precatórios quando Vilson Kleinubing [PFL], Esperidião Amin [PP] e Casildo Maldaner [PMDB] compartilhavam mandatos. Também quando Ideli Salvatti [PT], Leonel

Pavan [PSDB] e Jorge Konder Bornhausen [PFL] estiveram à mesma época no Senado (BALDISSARELI, Entrevista Oral, 2014).

Prisco Paraíso concorda com a colega. Cobrindo Política desde 1980, o colunista afirma jamais ter visto uma situação semelhante na história de Santa Catarina. “A sinergia absoluta dos três senadores alinhados reflete diretamente no trabalho dos assessores de imprensa. Isso facilita muito para nós que temos a obrigação de fechar uma coluna diária com notícias inéditas e de qualidade”, argumenta.

A integração das três assessorias dá muito mais segurança para nós jornalistas quanto à veracidade das informações. Se fossem senadores adversários, tudo precisaria ser verificado três, quatro vezes, para evitar o risco de sermos usados no jogo de informação e contrainformação (PARAÍSO, Entrevista Oral, 2014).

A interatividade e união dos assessorados citada por Paraíso se refletiu no trabalho dos assessores que, do mesmo modo, desde a campanha, em 2010, colaboraram entre si. Na opinião do autor desta monografia, o fato facilitava o acesso aos jornalistas e, principalmente, permitia uma ampliação no espaço dos assessorados na mídia. Em várias oportunidades, o assessor de um senador acabou cobrindo eventuais ausências de um ou até dos dois colegas na cobertura de algum fato. Como citado anteriormente, em determinados episódios, a informação apurada por um foi complementada com a fotografia produzida por outro assessor.

8 CONCLUSÃO

A análise da cobertura dos jornais “Diário Catarinense”, “A Notícia” e “Notícias do Dia” entre março e maio de 2012 mostrada no capítulo anterior permitiu concluir que, por intermédio das assessorias de comunicação dos três senadores catarinenses, a bancada do estado no Senado obteve ampla e positiva exposição na mídia durante a chamada “Guerra dos Portos”. Dos 81 registros sobre o assunto publicados pelos três veículos naquele trimestre – entre reportagens e notas em colunas – 40 contaram com informações fornecidas pelas assessorias. Nas outras 41 oportunidades, os jornais se dedicaram, basicamente, a explicar ao público o que era e o que representava o episódio e a apresentar as ações do governo do Estado em relação aos cenários previstos após a unificação das alíquotas de ICMS.

O estudo de caso mostra ainda que o somatório dos registros jamais trouxe uma crítica ao desempenho dos três senadores. E, em todos, os parlamentares sempre apareceram como protagonistas de ações em benefício do estado de Santa Catarina. A pró-atividade das assessorias de comunicação se torna evidente ao ser considerado o alto volume de menções aos assessorados em três jornais que integram os dois principais grupos de comunicação do Sul do Brasil e que competem entre si direta e diariamente pelo domínio do mercado jornalístico em Santa Catarina.

É preciso reconhecer que os colunistas dos jornais estudados raramente têm a oportunidade de cobrir as atividades dos parlamentares em Brasília. Isso, em uma análise apressada, poderia representar o motivo do aproveitamento maciço do material das assessorias de comunicação na ânsia de apresentar aos leitores, diariamente, notícias vindas de Brasília. Porém, tanto o Grupo RIC, que publica o jornal “Notícias do Dia”, quanto o Grupo RBS, proprietário do “Diário Catarinense” e de “A Notícia”, mantêm equipes de reportagem na capital federal exclusivamente para a cobertura das atividades na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, tanto para a mídia impressa, quanto à televisiva e para os portais dos grupos na Internet. Ainda que esses profissionais não tenham condições de acompanhar diariamente cada um dos três senadores, eventuais discrepâncias entre suas apurações e o produto divulgado nas colunas seriam contestadas imediatamente.

Por tudo isso, o autor avalia que as assessorias de comunicação da bancada catarinense no Senado têm, sim, poder de influência sobre a imprensa do estado, independente das relações de coleguismo criadas durante anos entre assessores, editores, repórteres e colunistas. Não só pela confiança nos profissionais, mas, muito, pela qualidade das informações divulgadas por eles. Resultados semelhantes aos obtidos durante a “Guerra dos Portos” podem ser observados constantemente na cobertura feita pelos jornais avaliados nesta monografia. Apesar da longa distância geográfica entre o Congresso Nacional e as redações de jornais catarinenses, no ano de 2012, a presença dos três senadores nas páginas daqueles periódicos foi constante, permanente e positiva durante o período em que a “Guerra dos Portos” ganhou tanto espaço na imprensa. Isso sugere que, sem as assessorias de comunicação, os resultados para os senadores poderiam ser muito menos satisfatórios.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alvez de. **Mídia e Política no Brasil: Jornalismo e Ficção**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

ADGUIRNI, Zélia Leal. Rotinas Produtivas do Jornalismo em Brasília, 2002. In: MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell. **O Jornal da Forma ao Sentido**. Brasília: UNB, 2002.

ANGARITA, Sueli. **Entendendo a Guerra dos Portos**. Disponível em: <<http://traduzindooeconomies.blogspot.com.br/2012/05/entendendo-guerra-dos-portos.html>>
Acesso em 29/05/2013.

BALDESSAR, Maria José; CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Jornalismo em Perspectiva**. Florianópolis: UFSC, 2005.

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. Jornalismo e dispositivos móveis. Percepções, usos e tendências. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130522-201302_susana_luciana_jornalismotechmoveis.pdf>. Acesso em 27 set. 2013.

BARRETO, Emanuel. **Jornalismo e Política: a construção do poder**. Florianópolis: Insular (2006).

BERGAMO, Alexandre; MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Quem é o jornalista brasileiro?** Perfil da Profissão no País. Florianópolis: UFSC/Fenaj, 2013.

BOND, Fraser. **Introdução ao Jornalismo**, 2ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

BORGES, Juliano. **Webjornalismo: Política e Jornalismo em Tempo Real**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2009.

BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado 1988.

BUDDE, Leani. **Jornadas Impressas: O Estado e Florianópolis – 1985 a 2009**. Florianópolis: 2013. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

GOMES, Wilson. Esfera pública política e media: Com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, Antonio Albino; BENTZ, Ione Maria G.; PINTO, Milton José (orgs.) **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem Anos de Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. Atlas, 2002.

CHAUMELY, Jean; HUISMAN, Denis. **As relações públicas**. São Paulo: Difel, 1964.

CRUVINEL, Tereza. Colunismo: análise, opinião e ética. 2006. In: SEABRA, Roberto; Sousa, Vivaldo de. **Jornalismo Político – Teoria, História e Técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

CRUZ, Dulce Maria. **A RBS em Santa Catarina: estratégias políticas, econômicas e culturais na conquista do mercado televisivo regional**. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1994.

DIMENSTAIN, Gilberto. As armadilhas do poder. In: DIMENSTAIN, Gilberto e KOTSCHO, Ricardo. **A aventura da reportagem**. São Paulo: Summus, 1990. p. 15-59.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. Atlas, 2002.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo – Redação, Captação e Edição no Jornal Diário**. Petrópolis: Vozes, 1979

FONSECA, Jefferson Rafael da. **Nossa Senhora do Aterro. Florianópolis a partir das crônicas ligeiras de Beto Stodieck (1971-1980)**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

FARIA, Armando Medeiros de. Imprensa e Organizações. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. Atlas, 2002.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERNANDES, Mario Luiz. **República de Penas e Espadas: O Discurso da Imprensa Republicana Catarinense (1885-1889)**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2007.

FREIDSON, E. Communication Research and the Concept of the Mass. In: SCHRAMM, W.; Roberts, D. (Ed.) **The Process and Effects of Mass Communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1954 (revisada em 1971), p. 197-208.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e redes sociais – A reportagem e a verificação**. Disponível em: <http://objethos.wordpress.com/2013/06/10/jornalismo-etica-e-redes-sociais-a-reportagem-e-a-verificacao/>. Acesso em; 11 jun. 2013.

Nilson. **A reportagem – Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAZARSELD, Paulo; MERTON, Robert. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: ECA-USP, 1971.

LENZI, Carlos Alberto. **Partidos e políticos de Santa Catarina**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1983.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MEDINA, Cremilda. **Notícia. Um produto à venda – Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial**. São Paulo: Summus, 1978.

MESQUITA, Fernando César. Prefácio. In: **O Legislativo brasileiro: funcionamento, composição e opinião pública** / organizadora, Rachel Meneguello. – Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Comunicação Social, 2012.

MOREIRA LIMA, Gérson. **Releasemania**. São Bernardo do Campo: IMS, 1983.

PEDRO, Joana Maria. **Nas Tramas entre o Público e o Privado - A imprensa de Desterro no século XIX**. Florianópolis : UFSC, 1995.

PENTEADO FILHO, Roberto de Camargo. Assessoria de Imprensa na Era Digital. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. São Paulo: Atlas, 2002.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PEREIRA, Moacir. **Imprensa & Poder - A Comunicação em Santa Catarina**. Florianópolis: Lunardelli, 1992.

_____. **A Imprensa em Debate**. Florianópolis: Lunardeli, 1980.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

SARDÁ, Laudelino (Org.). **Da Olivetti à Internet**. Tubarão: Unisul, 2007.

SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo. **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, Karina Lima da. **A Construção da Imagem Pública de Lula pela Revista Veja nas Eleições de 1998 e 2002**. Brasília: 2005. Monografia (Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo). Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, UniCeub, Brasília, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2000.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOUZA, Rogério Martins de. **Colunismo e Redemocratização: das colunas sociais as notas informativas e políticas**. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/cis/pdfs/grispress/SOUZA_rogerio.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2013.

TANCREDO, Luiz Henrique. **Doutor Deba, poder e generosidade**. Florianópolis: Insular, 1998.

TERNES, Apolinário. **História do Jornal A Notícia**. Joinville: A Notícia, 1983.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

VALENTE, Cesar. A Imprensa na Grande Florianópolis. In: BALDESSAR, Maria José; CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Jornalismo em Perspectiva**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005.

WARD, Mike. **Jornalismo Online**. Roca, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, Robert K. **The Case study method: Na annotated bibliography (1983-1984 ed.)**. Washington, DC: COSMOS Corporation.

Entrevistados para a pesquisa

BALDISSARELI, Adriana. Janeiro de 2014.

BAUER, Paulo Roberto. Maio de 2013.

GAYOSO, José Augusto. Maio de 2013

MAFRA, Fábio. Maio de 2013

PARAÍSO, Prisco. Janeiro de 2014.