

Comunicação e Mulher: a importância da Assessoria de Comunicação na Secretaria da Mulher de Garanhuns - PE¹

Daniela dos Santos BATISTA²
Iraê Pereira MOTA³

Centro Universitário do Vale do Ipojuca, Unifavip/Wyden, Caruaru, PE

RESUMO

Discutir a Comunicação dentro do viés governamental vem sendo cada vez mais importante. Recentemente, a Secretaria de Comunicação de Garanhuns, localizada no estado de Pernambuco, ampliou o trabalho de assessoria de imprensa da Secretaria da Mulher, evidenciando suas ações para a mídia e sociedade em geral. O presente estudo busca contribuir para pesquisas de Comunicação Pública e assessoria de imprensa governamental, possibilitando assim conscientização social acerca da valorização da mulher na sociedade e a necessidade de um atendimento específico, em razão da inequidade de gêneros existente na cultura mundial, sobretudo brasileira. No entanto, para que isso aconteça, a comunicação é de fundamental importância. Ressalta-se assim a importância do desempenho da assessoria de imprensa junto a Secretaria da Mulher.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria de Comunicação; Secretaria da Mulher; Comunicação e mulher; Comunicação Pública.

INTRODUÇÃO

A Secretaria da Mulher de Garanhuns (Secmul) foi criada durante a gestão municipal do ano de 2013. Anteriormente, havia a Coordenadoria Municipal da Mulher. A pasta conta com uma rede de articulação formada por assistentes sociais, advogadas e psicólogas, que trabalham com o objetivo de prevenção à violência de gênero e acolhimento às vítimas. A pasta também busca criar políticas públicas que acolham todas as mulheres do município. Essas ações são desenvolvidas em parceria com as demais pastas dos governos municipal, estadual e federal e instituições particulares.

No entanto, para que haja diminuição de todas as formas de violência contra a mulher, é necessário que haja conscientização em todos os âmbitos da sociedade. Nesse contexto a

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Graduanda em Comunicação Social com habitação em Jornalismo pelo Centro Universitário do Vale do Ipojuca – Unifavip/Wyden – Caruaru - PE, e-mail: danielabatistajornalismo@hotmail.com.

³ Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário do Vale do Ipojuca (Adtalem/Unifavip). Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (UFRPE). Email: iramota1@yahoo.com.br

comunicação é de fundamental importância, ressaltando-se assim a importância da assessoria de imprensa no âmbito dos serviços públicos.

A rede de serviço, apoio e enfrentamento à mulher atua em conjunto com mais de 30 serviços especializados e não especializados, dentre eles, a Secretaria de Assistência Social e Direitos Humanos de Garanhuns, instituições de ensino, Polícia Militar, poder judiciário, Secretaria de Saúde de Garanhuns, Conselho Tutelar, entre outros.

Em 4 anos, a Secretaria da Mulher abrange vários municípios da região Agreste de Pernambuco. Hoje, ela é referência para todo o Estado, ganhando inclusive o título de “Prefeitura Amiga da Mulher”, no ano de 2015, criada pela Comissão Itinerante de Defesa dos Direitos da Mulher, do Poder Legislativo de Pernambuco. Dados coletados na Secmul apontam que, de 2014 a 2016, 2.313 mulheres foram atingidas por ações de garantias de direitos de gênero.

A Secretaria de Comunicação Social (Secom) acompanha as ações da Secmul desde sua criação. Um colaborador na área de jornalismo produz materiais que ajudam na propagação do trabalho realizado pela Secretaria da Mulher, com a elaboração de releases, relacionamento com a imprensa, comunicação interna, mídias sociais e divulgação através de publicidade e propaganda.

A divulgação das ações que a Secmul desenvolve é estritamente necessária, além de ser um dever, por se tratar de um órgão governamental, onde é fundamental que a sociedade tome conhecimento do que está sendo desenvolvido no governo escolhido. A Secretaria da Mulher apresenta um papel importante na sociedade porque combate um problema social e cultural, que é a violência de gênero. A equipe da pasta realiza ações de prevenção a este tipo de crime e também acolhe as mulheres e familiares vítimas da violência causada.

A comunicação dentro da secretaria proporciona muito mais que a divulgação das atividades. Ela também possibilita a conscientização social acerca da valorização da mulher na sociedade e a necessidade de um atendimento específico, em razão da inequidade de gêneros existente na cultura mundial, sobretudo brasileira. Ressaltando-se assim a importância efetiva da assessoria de imprensa junto a Secretaria da Mulher.

VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

Ribeiro (2008) afirma que o patriarcalismo aponta o homem como alguém forte, dominante, agressivo, racional e a mulher é vista como alguém frágil, carinhosa e passiva, ou seja, a cultura patriarcalista denota a noção que o homem é o chefe da família, dando uma

noção de posse do corpo da mulher, seu futuro e suas decisões. Isso faz com que alguns homens ajam com agressividade caso a mulher tenha algum tipo de resolução contraditória a ele. Isso pode acontecer quando se é pai, irmão, esposo ou qualquer tipo de vínculo afetivo com a mulher em questão.

A violência contra a mulher é um fato que ocorre em todos os países, raças e culturas. Sendo que este tipo de violência tem raízes na discriminação baseada na visão de que a mulher é frágil e submissa ao homem (SILVA, 2010). Ao longo da história, esta problemática foi camuflada pela sociedade e interpretada como uma situação familiar, na qual apenas a família era protagonista da sua resolução (LIMA et al, 2016).

Nas últimas décadas, no Brasil, houve o aumento da atuação das mulheres nas disputas públicas, sobretudo nos espaços relacionados à cultura, educação, política e ao mercado de trabalho. Lado a lado, em sintonia com o contexto internacional, as questões de gênero, direcionadas para igualdade de oportunidades, têm sido implementadas na arena institucional por meio da criação de organismos públicos voltados à defesa e ampliação dos direitos das mulheres, de medidas e programas governamentais que buscam incentivar a maior participação nos espaços públicos; pela adoção da Lei Maria da Penha (n. 11.340/2006), que torna crime a violência contra as mulheres; e a criação de delegacias e serviços de atendimento especializados (GONZALEZ, 2014).

Esta lei cria mecanismos para coibir e prevenir a violência doméstica e familiar contra a mulher, atendendo a recomendação da Comissão Interamericana de Direitos Humanos da Organização dos Estados Americanos (DEBERT; GREGORI, 2008). A Lei Maria da Penha é um marco da luta pelos direitos individuais das mulheres e ajuda diariamente centenas de mulheres brasileiras que necessitam que acolhimento.

Entretanto, a violência contra a mulher permanece presente nos lares e, no âmbito profissional, ainda é possível notar discrepâncias de tratamento destas com relação aos homens: o preconceito permanece um entrave para a equidade (VENTURI; GODINHO, 2013).

BREVE HISTÓRICO SOBRE A COMUNICAÇÃO

A comunicação faz parte do cotidiano das pessoas desde o início da história da humanidade, e por ser a base de todas as relações humanas, ela traz grandes contribuições para o mundo corporativo. No entanto, para garantir o êxito da comunicação, é necessário que o fluxo desta comunicação ocorra de maneira planejada. No ambiente organizacional, o

feedback assume um aspecto fundamental, uma vez que é através dele que se verifica se a mensagem foi compreendida de acordo com a pretensão inicial (BARROS; MATOS, 2015).

A construção de um novo senso comum somente é possível nas sociedades em que é dada a possibilidade de expressão, pelos diferentes grupos sociais, de opiniões tanto compartilhadas quanto divergentes. As representações sociais são elaboradas e recriadas pelos indivíduos e grupos nos processos de comunicação estabelecidos em conversações e pela mídia voltada para seus diferentes públicos (SILVA, 2014).

Sendo assim, a comunicação organizacional está cada vez mais inserida nas instituições públicas, que, por possuírem uma maior estabilidade de existência, podem aperfeiçoar suas relações comunicativas, adotando políticas de comunicação estratégicas afim de obter melhores resultados na prática dos serviços oferecidos (SILVEIRA, 2006).

Nesse contexto, os órgãos públicos e seus servidores possuem uma imagem de ineficiência, morosidade e descaso, o que vai de encontro com a finalidade que possuem essas instituições. A criação de assessorias de comunicação e a adoção da comunicação integrada nas organizações públicas podem contribuir para a mudança de comportamento e valores institucionais tanto no ambiente interno como no relacionamento que se estabelece com o usuário do serviço público. A comunicação pode auxiliar na humanização do ambiente e dos serviços prestados (GARCIA, 2012).

Aqui, o foco de pesquisa é a importância da assessoria de comunicação dentro da Secretaria da Mulher, porém, isto não invalida a possibilidade dos outros segmentos – relações públicas, marketing e publicidade – caminharem em conjunto. A ideia de uma comunicação empresarial integrada ou o chamado composto de comunicação vem caracterizando uma visão mais ampla do planejamento, considerando, dessa forma, todas atividades relacionadas ao gerenciamento da imagem.

Contrariando o que a maioria das pessoas pensam, as notícias não são espelhos da realidade, mas resultados de acontecimentos sociais e culturais baseados em coletas de dados. Portanto, o que se pode destilar da notícia não é apenas aquilo que acontece no mundo real, mas também os tipos de relações profissionais, sociais e culturais que se formam entre os jornalistas e as suas fontes (MARTINEZ et al, 2017).

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTEGRADA

A Comunicação Organizacional Integrada caracteriza-se pela soma de todas as atividades de comunicação realizadas pelos diversos departamentos das empresas. Apesar de

suas diferenças e peculiaridades, é necessário que consigam atuar de forma harmoniosa para atingir os objetivos da organização. Esta união, agindo em prol dos mesmos objetivos.

Em suma, comunicação integrada sob a óptica da comunicação organizacional, vê a organização de dentro para fora e enxerga todos os pontos de contato que são cruciais ou desejáveis. A comunicação integrada sob o panorama das agências de propaganda vê a organização de fora para dentro e busca uma união nos limites das ferramentas de comunicação mercadológica (TREVISAN, 2003).

Desse modo, a Secretaria de Comunicação da prefeitura de Garanhuns vislumbra o fortalecimento da imagem institucional do governo ampliando e qualificando os canais de comunicação com os diversos públicos de relacionamento da gestão municipal, amparando a Secretaria da Mulher, tendo na comunicação integrada uma aliada no combate a violência e desigualdades de gênero.

Nesse contexto, a Secretaria da Mulher no governo municipal de Garanhuns é observada como um dos setores que promovem uma maior quantidade de ações que geram visibilidade com o público. As ações permeiam o cenário de conscientização a respeito das formas de violência e na formação de uma educação voltada para a desconstrução do machismo, por meio de projetos feitos em escolas da cidade.

Com isso, a Secom produz, semanalmente, releases que trazem uma grande quantidade de informações a respeito desses temas citados acima. Os releases são enviados através de *mailings* com cerca de 250 veículos de comunicação, que configuram o cenário da imprensa do município, região e Pernambuco. Esses veículos fazem partes dos diversos âmbitos da imprensa, como jornais, canais de televisão, rádio e sites.

Além da proliferação da notícia através do release enviado para toda a imprensa, a Secom também realiza a divulgação para a comunidade. O maior meio de propagação das ações das secretarias é a *fanpage* da Prefeitura de Garanhuns. Através dela, as secretarias ganham uma forma mais dinâmica de lidar com público, já que se trata da publicação de postagens em uma rede social. Até novembro de 2017, cerca de 29 mil pessoas curtiam a página. Com a Secretaria da Mulher, as postagens variam entre fotografias, vídeos e artes produzidas por uma agência de publicidade que promovem um maior engajamento da secretaria para com o público.

Outra forma de disseminação da notícia é o *site* da prefeitura. Os mesmos releases enviados para a imprensa são postados em uma página específica que reúne todos os textos que englobam a Secmul. Esta página está dentro da parte “Secretarias e Órgãos”. Para que o

público compreenda melhor as informações que são veiculadas, existem quatro abas que trazem informações adicionais acerca da secretaria.

A aba “A secretária” traz o currículo profissional e as atividades que a responsável pela pasta já realizou. A parte de “Organograma” traz os setores que a secretaria possui. Em “Endereços e telefones úteis”, a aba traz números da Delegacia da Mulher de Garanhuns e Delegacia Regional, Ouvidoria da Mulher e do Centro Especializado em Atendimento à Mulher. A necessidade de ter uma aba que dispõe destes telefones também é um trabalho da comunicação social por ser um serviço que promove uma assistência às pessoas que não sabem como procurar ajuda. Os “tipos de violência de gênero” também ganham uma parte própria, em que é explicada cada forma de agressão a mulher. Junto a essas abas, a página também apresenta um pequeno texto que explica a função da secretaria, os setores da sociedade em que ela abrange, o endereço, número de telefone e e-mails.

AÇÕES PRODUZIDAS

A Secretaria da Mulher de Garanhuns é uma pasta recente. Ela foi desenvolvida após o gestor municipal notar a necessidade de um setor segmentado à população feminina da cidade. No entanto, em seu curto tempo de criação, muitas ações já foram realizadas. Dentro da Secretaria de Comunicação de Garanhuns, a assessora da Secretaria da Mulher, juntamente com a gerente de Relações com a Imprensa, examina semanalmente o cronograma de atividades que a Secmul se propõe a realizar. Cada ação é analisada de forma minuciosa, onde é observado qual fato rende para release, redes sociais, matérias produzidas ou comunicação interna.

O projeto “Maria da Penha Vai à Escola” é desenvolvido em parceria com a Secretaria de Educação. O trabalho foi criado em 2015 com o intuito de desconstruir a cultura machista presente em nossa sociedade a partir da educação infanto-juvenil. No primeiro ano de execução, uma equipe da Secretaria da Mulher visitava cinco escolas da Rede Municipal de Ensino durante todo o ano letivo, promovendo palestras de conscientização, formação para professores, momentos com familiares de alunos e principalmente com os estudantes. As atividades que envolvem turmas de diversas idades são apresentadas em reuniões de culminância a cada final de ano letivo. Em 2017, o projeto conta com o engajamento de 30 escolas, incluindo cerca de 14 mil alunos, segundo a Secretaria de Educação.

A assessoria de imprensa acompanha o Maria da Penha Vai à Escola e divulga os trabalhos produzidos pelos alunos e professores. No dia 31 de outubro de 2017, a ação atingiu

uma visibilidade regional através da imprensa pernambucana. O Jornal do Comercio veiculou em sua versão impressa a matéria “Sim, é possível. A lição vem de Garanhuns”, em uma série especial sobre violência contra a mulher no estado. A reportagem relata a aposta entre prevenção à violência e educação, citando o projeto e trazendo uma entrevista com a secretária. A matéria aproveita para citar a parceria que a pasta firmou com a *Action Aid*, instituição que promove a luta pela valorização dos direitos humanos e, neste caso, impulsiona a luta pelos direitos da mulher. O projeto intitulado Cidades Seguras promoveu uma série de ações que chamaram a atenção do jornal e criaram uma imagem positiva para a secretaria perante o estado.

Ao todo, foram 222 releases produzidos desde a criação da secretaria até o mês de novembro de 2017, segundo dados da Secretaria de Comunicação Social. Pautas dos mais diversos assuntos foram veiculados em inúmeros meios de comunicação, fazendo com que não só a população garanhuense tomasse conhecimento das ações da Secmul, como também cidadãos de várias localidades de Pernambuco.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

A assessoria de comunicação e imprensa é a porta de entrada do órgão para com o público e principalmente a mídia. O assessor deve ser uma porta de acesso pela qual a sociedade e a mídia podem passar a todo o tempo. Ele nunca deve esconder a informação. Seu maior papel é ver a melhor forma de reproduzir um fato. Além disso, ele deve estar sempre aberto às pessoas, sabendo dar a informação ou, caso ele não saiba, direcionando à imprensa alguém que saiba.

Rez (2017) afirma que o principal objetivo do assessor de imprensa é fortalecer a imagem de uma empresa, produto ou marca através de informações destinadas a imprensa, por meio de releases, press-kits, sugestões de pautas, entre outras ferramentas que podem gerar uma boa imagem do cliente para com a imprensa e o público. O assessor funciona como um intermediador. É importante destacar que o sucesso do conteúdo divulgado depende de sua eficiência e o press release pode tanto virar notícia instantaneamente, como também não ter relevância imediata.

Segundo Lara (2007), é dever da assessoria de comunicação zelar pela forma como a notícia será tratada pela imprensa. É preciso que o assessor seja claro nas informações, sempre procurando estar presente nas situações que envolvem imprensa, já que os outros servidores da instituição não têm a obrigação de saber lidar com jornalistas. “[...] a presença

de alguém da área, que fala a língua daqueles perigosos repórteres ávidos por notícias, vai dar mais segurança a quem for falar sobre o tema, seja anunciando boas novas ou justificativa para alguma bobagem ou erro cometido” (LARA, 2007, p. 22),

O assessor de comunicação deve estar sempre munido de todas as informações possíveis, tentando “deduzir” todas as questões que o jornalista pode vir a indagar. Sabendo disso, é dever munir-se de dados e procurar sempre alguém especialista no assunto. “Adequar” talvez seja a melhor palavra para traduzir o papel do assessor dentro de um governo. Ele deve saber a melhor forma de moldar os fatos para cada veículo e suas especificidades.

As instituições, governos, entidades e pessoas civis procuram cada vez mais a possibilidade de divulgar suas ações e tornar públicas as opiniões que elas exprimem. Para isso, é necessária uma equipe de comunicação. Mafei (2004) relata que ser um profissional da assessoria é um trabalho para pessoas que gostam de perseverar. Ele deve estar constantemente pronto para “vender” a pauta do assessorado. Isso implica em demonstrar para os veículos de comunicação a colaboração que o fato ou serviço traz para a sociedade.

Nos últimos anos, a assessoria de imprensa tem passado por importantes modificações, dentre elas o perfil do assessor, que deixa de ser alguém que entulha redações com monótonos e incontáveis *releases* movido apenas pela ânsia de divulgar as notícias de seu assessorado, se transformando em facilitador e mediador de notícias relevantes beneficiando tanto os assessorados, quanto os jornalistas com apoio efetivo e eficaz (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009).

Garcia (2012) traz que a comunicação pública é dada a partir do momento em que o cidadão é ouvido e uma relação entre ele e o órgão em questão é estabelecida. Ou seja, o trabalho de comunicação deve ser baseado no que o público sugere, nas recomendações que eles propõem.

Para Marques; Mafra e Martino (2017), a comunicação pública é produto da interconexão entre comunicação e política, da participação de todos os eventualmente afetados por um problema público em debates que buscam solucioná-lo e da dinâmica de justificação pública, que objetiva produzir acordos e resoluções possivelmente justas para todos. Sua dinâmica requer o diálogo e a negociação recíproca em redes de trocas e justificações discursivas que dão origem a esferas públicas.

METODOLOGIA

Para o presente estudo fez-se de uma pesquisa de campo envolvendo a Secretaria da Mulher, Secretaria de Assistência Social e Direitos Humanos de Garanhuns, Secretaria de Saúde de Garanhuns, Conselho Tutelar, entre outros. Com o objetivo de analisar a importância da Assessoria de Imprensa na Secretaria da Mulher de Garanhuns durante julho de 2013 a julho de 2017. Para identificação dos estudos acerca do tema já referido foi realizada uma busca em bases de dados eletrônicos online no Google acadêmico, através de livros e artigos. Portanto, foram selecionados artigos, em português publicados no período de 2006 a 2017. Os contemplados com os temas de Comunicação Pública, assessoria de imprensa, como construir releases e experiências de comunicação dentro de secretarias foram lidos e em seguida escolhidos aqueles que apresentaram melhor conteúdo temático. Foram excluídos os artigos que não estavam relacionados com a problemática proposta.

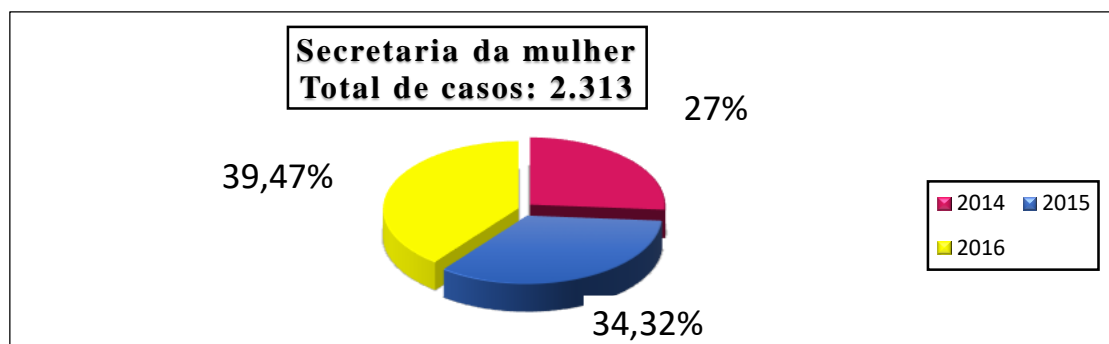
RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o estudo, foi realizada uma análise baseada no levantamento de dados através da assessoria de imprensa na Secretaria da Mulher de Garanhuns, sobre o aumento de atendimentos de acordo com intensificação de divulgação dos resultados representados através de gráficos e tabela.

Segundo dados da Secretaria da Mulher de Garanhuns, o comparativo dos anos de 2014, 2015 e 2016 apontam a importância e eficácia das ações Preventivas/Informativas, pois se observa o aumento do número de mulheres que procuram os serviços da Secretaria da Mulher, buscando a garantia de seus direitos, através da Rede de Enfrentamento à Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher.

O total de casos entre os anos de 2014, 2015 e 2016 foram de 2.313. Em 2014 houve 606 episódios ou seja 27% dos eventos; em 2015 aconteceram 794 ocorrências com 34,32% dos eventos; já em 2016 houve 913 fatos perfazendo 39,47% do total de acontecimentos a seguir no Gráfico 1.

Gráfico 1: Demonstrativos 2.313 casos entre os anos de 2014 – 2015 – 2016

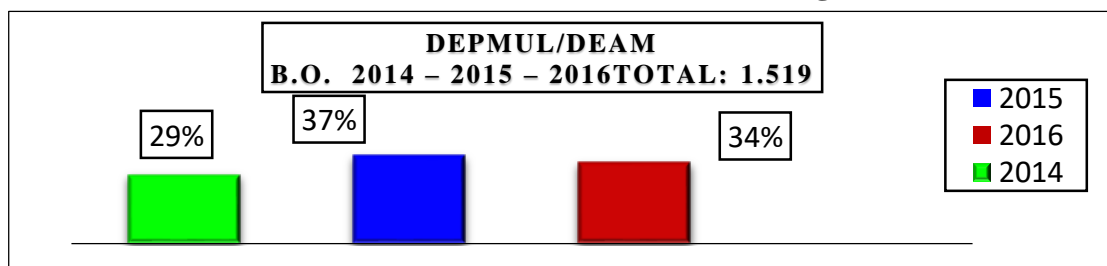


Fonte:

Secretaria da Mulher de Garanhuns PE.

Dos 1.519 boletins de ocorrência existentes Delegacia da Mulher- PE, 440 foram feitos em 2014 perfazendo 29% dos boletins; em 2015 foram feitos 562 boletins de ocorrência total de 37%, seguidos de 517 boletins de ocorrência no ano de 2016 num total de 34% do total. Como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2- Demonstrativo de Boletim de Ocorrência da Delegacia da Mulher- PE.



Fonte: Secretaria da Mulher de Garanhuns PE.

Em 2016, o número de atendimentos a mulheres em situação de violência na Secretaria da Mulher de Garanhuns, PE, foi de 191 pessoas, sendo que 44 pessoas foram atendidas no setor de Serviço Social, perfazendo 23,5% dos atendimentos; no Serviço Psicológico foram atendidas 84 mulheres (43,97%) e no Serviço Jurídico foram atendidas 63mulheres totalizando 32,98%.

Em 2017, o número de acolhimentos a mulheres em situação de violência na Secretaria da Mulher de Garanhuns, PE, foi de 360 casos. Foram recebidas 87 mulheres no setor de Serviço Social, num total de 24,16% de observações; no Serviço Psicológico foram assistidas 133 mulheres (36,94%) e no Serviço Jurídico foram atendidas 140 mulheres totalizando 38,90% das assistências. Conforme tabela1.

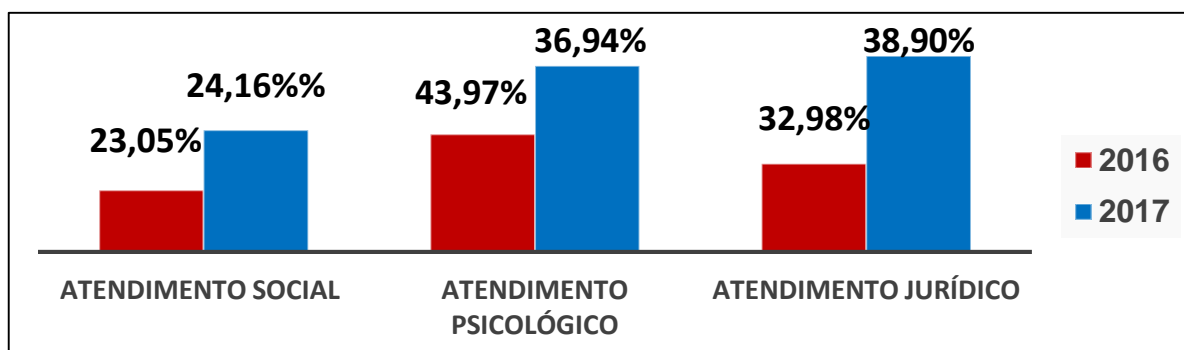
Tabela 1 - Atendimentos às mulheres em situação de violência na Secretaria da Mulher de Garanhuns no 1º trimestre – 2016/2017

Atendimentos	2016	%	2017	%
Social	44	23,5%	87	24,16%
Psicológico	84	43,97%	133	36,94%
Jurídico	63	32,98%	140	38,90%
Total atendimentos	191		360	
Medida protetiva	26		63	

Fonte: Secretaria da Mulher de Garanhuns PE.

Atendimentos às mulheres em situação de violência entre 2016 e 2017. No Serviço Social, enquanto em 2016 os atendimentos foram de 23,05%, em 2017 passou a ser de 24,16% mulheres atendidas; no Serviço Psicológico em 2017 houve uma redução nos atendimentos de 36,94% em relação a 2016, com 43,97%; já no Serviço Jurídico em 2016 houve 32,98% de atendimentos com aumento para 38,90% em 2017. Gráfico3.

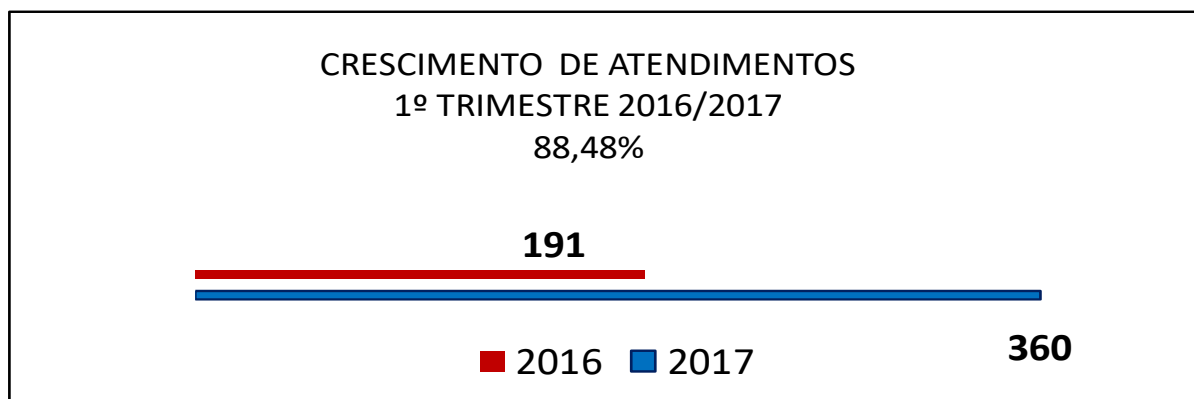
Gráfico 3- Atendimentos às mulheres em situação de violência em 2016 e 2017.



Fonte: Secretaria da Mulher de Garanhuns-PE.

No primeiro trimestre do ano de 2017 houve um aumento considerável no número de acolhimentos em relação ao primeiro trimestre do ano 2016, quando os atendimentos passaram de 191 para 360. Em 2016 os números de mulheres assistidas no setor de Serviço Social passaram de 44 para 87; no Serviço Psicológico em 2016 foram atendidas 84 mulheres enquanto que em 2017 foram acatadas 133mulheres; no Serviço Jurídico houve um aumento de 63 para 140 atendimentos. O número de acolhimentos entre o primeiro trimestre de 2016 e o primeiro trimestre de 2017 foi de 88,48%, conforme gráfico 4.

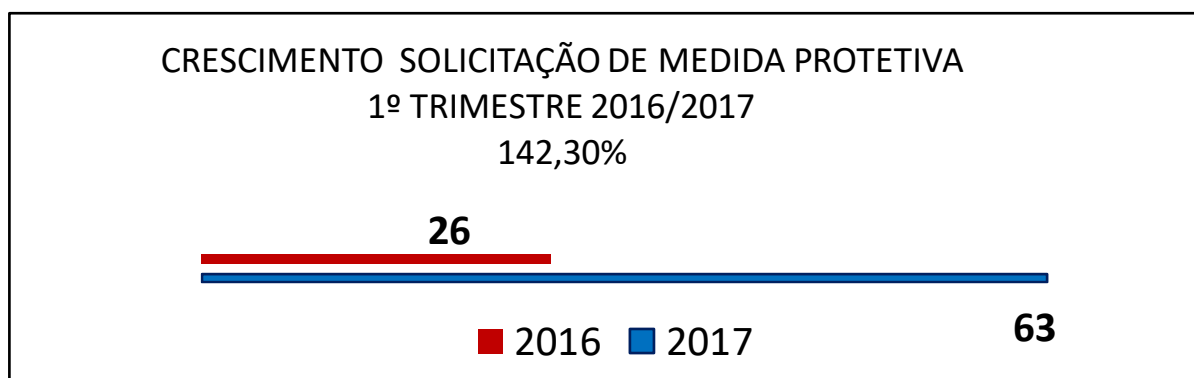
Gráfico 4 - Crescimento de atendimentos entre o primeiro trimestre de 2016 e 2017



Fonte: Secretaria da Mulher de Garanhuns

As solicitações de medida protetiva passaram de 26 solicitações em 2016 para 63 em 2017, totalizando um aumento de 142,30% das solicitações de acordo com o gráfico 5.

Gráfico 5- Solicitação de medida protetiva no primeiro trimestre de 2016 e 2017



Fonte: Secretaria da Mulher de Garanhuns-PE.

CONCLUSÃO

Através do levantamento dos dados, percebeu-se a importância da assessoria de comunicação e imprensa junto à Secretaria da Mulher, visto que o acesso à imprensa, além de garantir o estabelecimento de formas de comunicação que atendam às necessidades das mulheres vítimas da violência, facilitará também o acesso as informações diversas sobre a demanda dos casos, permitindo que o público feminino mantenha uma relação de proximidade com a administração da secretaria, bem como com outros órgãos engajados na defesa dos direitos da mulher.

Concluiu-se, portanto, que a Secretaria da Mulher depende do apoio fundamental da assessoria de imprensa no combate à violência de gênero no que se refere articular e proferir

as políticas em favor das mulheres. É necessário traçar e pôr em prática campanhas educativas de combate à discriminação no âmbito estadual; elaborando planejamentos de gênero que contribua para ação do governo do Estado, com objetivo de viabilizar a igualdade; articular e pôr em prática programas contribuindo com órgãos públicos e privados, bem como consolidar políticas públicas para a proteção e segurança das mulheres.

A maior contribuição que a Comunicação traz para a Secretaria da Mulher é ajudar a disseminação e divulgação do real valor que a mulher possui em todos os âmbitos da sociedade. A divulgação dos releases, juntamente com as ações realizadas pela secretaria, fez com que muitas mulheres vissem no órgão a possibilidade de acolhimento e a perspectiva de rompimento de um ciclo de violência. A comunicação está colaborando para possa haver uma desconstrução da cultura machista enraizada em nossa sociedade e que a cada dia mais, é nítida a oportunidade de mudança por meio do conhecimento.

REFERÊNCIAS

MARQUES, Ângela; MAFRA, Rennan; MARTINO, Luis Mauro Sá. **Um outro olhar sobre a comunicação pública: a constituição discursiva de sujeitos políticos no âmbito das organizações.** Revista DISPOSITIVA. v. 6, n. 9- PUC - Minas (2017). Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/P.2237-9967.2017v6n9p76/11629>

BARROS, Daiane Monique Lima de; MATOS, Nailton Santos de. **A importância da comunicação organizacional interna e dos feedbacks gerenciais.** Revista de Administração. Revistas FW. v.13, n.2, p.3-20, Ago. 2015. Disponível em: <http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/viewFile/1553/1961>.

DEBERT, Guita Grin; GREGORI, Maria Filomena. **Violência e gênero: novas propostas, velhos dilemas.** Rev. bras. Ci. Soc. São Paulo, v. 23, n. 66, p. 165-185, Fev. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v23n66/11.pdf>.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática.** Elisa Kopplin Ferraretto, Luiz Artur Ferraretto – 5ª ed. ver. e atual. - São Paulo: Summus, 2009.

GARCIA, Isabel Carolina Dias. **Comunicação e saúde: a experiência da assessoria de comunicação da secretaria municipal de saúde de Goiânia.** 2012. 18 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

GONZALEZ, Débora de Fina. **Entre público, privado e político: avanços das mulheres e machismo velado no Brasil.** Cad. Pesqui. São Paulo, v. 44, n. 151, p. 239-243, Mar. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/v44n151/15.pdf>.

LARA, Maurício. **As sete portas da comunicação - Como enfrentar os desafios de uma assessoria**. Maurício Lara. 1 ed. 1 reimp. – Belo Horizonte: Gutenberg, 2007. ISBN 978-85-8235-412-4 1. Comunicação Pública. 2.

LIMA, Larissa Alves de Araújo et al. **Marcos e dispositivos legais no combate à violência contra a mulher no Brasil**. Referência - Revista de Enfermagem [en línea] 2016, IV (Outubro-Diciembre). Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388249570010>

MAFEI, Maristela. Assessoria de imprensa: **Como se relacionar com a mídia**. Maristela Mafei- São Paulo: Contexto, 2004. – (Coleção comunicação).

MARTINEZ, Monica, et al. **Assessoria de imprensa, narrativas midiáticas e saúde: simbiose de fontes, jornalistas, leitores, personagens e afetos**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p. 197-224, Jan./Abr. 2017. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/90807/2/174461.pdf>

REZ, Rafael. **Assessoria de Imprensa**. Nova Escola de Marketing. [online] 09 de Agosto de 2017. Disponível em: <http://novaescolademarketing.com.br/comunicacao-corporativa/assessoria-de-imprensa/>

RIBEIRO, Manoel P. "**Feminismo, machismo e música popular brasileira**." Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades 7.25 (2008).

SILVA, Sergio Gomes da. **Preconceito e discriminação: as bases da violência contra a mulher**. Psicol. cienc. prof. Brasília, v. 30, n. 3, p. 556-571, Set. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v30n3/v30n3a09.pdf>

SILVA, Luiza Mônica Assis da. **Contribuições da Teoria das Representações Sociais para o Campo Comunicação Organizacional: reflexões teóricas e metodológicas**. Comunicologia. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília - Nov. 2014. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/5658/3740>

SILVEIRA, Carolina Nalon. **A comunicação interna e sua relação com os recursos humanos e qualidade. Um estudo de caso na Brasil Center Comunicações**. Monografia. Juiz de Fora: UFJF; Facom, 1 sem. 2006.

TREVISAN, Nanci Maziero. **O mito da comunicação integrada**. v. 3, n. 6 (2003). Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/

VENTURI, Gustavo; GODINHO, Tatau. "**Mulheres Brasileiras e Gênero nos Espaços Público e Privado: Uma Década de Mudanças na Opinião Pública**" consolida a reflexão e colabora para transformar, para melhor, as relações e as visões sobre o universo feminino". Revista Espaço Acadêmico nº 150. Novembro de 2013.view/559/401