



# O PERFIL DA COMUNICAÇÃO DO CONJUNTO<sup>5</sup> CFESS-CRESS

Conselho Federal de Serviço Social (CFESS)  
Brasília (DF) :: 2014

### **Coordenação**

Comissão de Comunicação: Sâmya Rodrigues Ramos, Alcinélia Moreira De Sousa, Kátia Regina Madeira e Marylúcia Mesquita

### **Elaboração da pesquisa, sistematização dos dados, texto e diagramação**

Assessoria de Comunicação:  
Diogo Adjuto e Rafael Werkema  
comunicacao@cfess.org.br | www.cfess.org.br  
Brasília (DF) | 2014

### **Conselho Federal de Serviço Social**

*Gestão Tempo de Luta e Resistência (2011-2014)*

#### **Presidente**

Sâmya Rodrigues Ramos (RN)

#### **Vice-Presidente**

Marinete Cordeiro Moreira (RJ)

#### **1ª Secretária**

Raimunda Nonata Carlos Ferreira (DF)

#### **2ª Secretária**

Esther Luíza de Souza Lemos (PR)

#### **1ª Tesoureira**

Juliana Iglesias Melim (ES)

#### **2ª Tesoureira**

Maria Elisa Dos Santos Braga (SP)

#### **Conselho Fiscal**

Kátia Regina Madeira (SC)

Marylúcia Mesquita (CE)

Rosa Lúcia Prêdes Trindade (AL)

#### **Suplentes**

Heleni Duarte Dantas de Ávila (BA)

Maurílio Castro de Matos (RJ)

Marlene Merisse (SP)

Alessandra Ribeiro de Souza (MG)

Alcinélia Moreira De Sousa (AC)

Erivã Garcia Velasco - Tuca (MT)

Marcelo Sitcovsky Santos Pereira (PB)



O PERFIL DA  
COMUNICAÇÃO  
DO CONJUNTO<sup>S</sup>  
CFESS-CRESS



## Apresentação

É com muita satisfação que apresentamos os resultados da pesquisa Perfil da Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, realizada em 2013 pelo CFESS.

Nossa intenção inicial era atualizar as informações dos Conselhos Regionais (CRESS) no âmbito da comunicação, para subsidiar os debates do 3º Seminário Nacional de Comunicação do Conjunto, que ocorreu em setembro de 2013, em Recife (PE).

Naquele momento, durante a Roda de Conversa, uma das atividades do seminário, que reuniu integrantes das comissões e assessorias de comunicação, expusemos uma sistematização prévia das informações recebidas pelo CFESS por meio de um formulário virtual, enviado aos regionais pelos os ofícios CFESS nº 124, de 9/7/2013, e nº 141, de 13/8/2013. Até então, dos 27 CRESS e Seccionais de Base, 23 tinham respondido à pesquisa.

A riqueza dos debates, posteriores à apresentação dos dados da pesquisa, bem como a necessidade e

importância de se documentarem e socializarem as informações sobre o panorama político e técnico da comunicação do Conjunto, nos incentivou a elaborar este documento. Para isso, chegamos a ampliar, para dezembro de 2013, o prazo aos regionais que não tinham respondido à pesquisa, o que nos permitiu, inclusive, a checagem das informações inconsistentes.

Neste documento que ora publicamos, fazemos ainda breves comentários dos resultados coletados e do que extraímos da Roda de Conversa. Ainda que dois regionais não tenham respondido à pesquisa, mesmo após a prorrogação do prazo para participação, entendemos que as informações fornecidas pelos 25 CRESS e Seccionais oferecem um amplo panorama da área no Conjunto.

Mas, além disso, a pesquisa pode contribuir para fomentar o debate da Comunicação no serviço social, para traçarmos estratégias e ações coletivas que deem visibilidade à profissão e para estreitarmos nossa comunicação com a categoria.

**Comissão de comunicação**  
**Gestão Tempo de luta e resistência (2011-2014)**

## Sobre o formulário

Pensamos no formulário online por consideramos a maneira mais prática e ágil de coletar as informações. Além de colher dados sobre as assessorias, a pesquisa abordou aspectos da comunicação do CRESS/Seccional em relação à infraestrutura, instrumentos utilizados e estratégias políticas adotadas. O formulário está disponível em [http://cfess.org.br/arquivos/formulario\\_PesquisaPerfilComunicacao02013\\_CFESS-CRESS](http://cfess.org.br/arquivos/formulario_PesquisaPerfilComunicacao02013_CFESS-CRESS)

## Sobre as Comissões de comunicação

De acordo com a Resolução CFESS nº 469/2005, que regulamenta o estatuto do Conjunto CFESS-CRESS, as comissões, compostas por conselheiros/as, assessores/as e convidados/as, existem para agilizar as decisões do CFESS e dos CRESS, e têm atribuições como elaboração e execução de propostas, diretrizes, ações em determinada área, a partir das deliberações do Conselho Pleno.

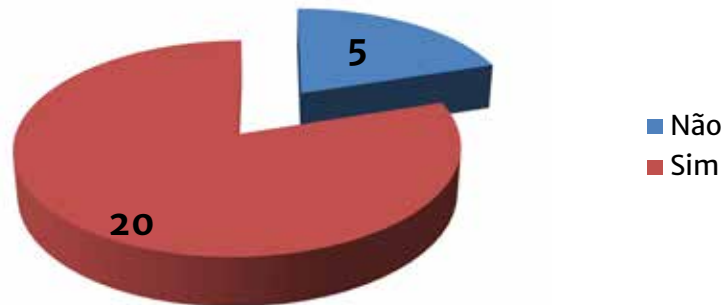
A Comunicação não é uma comissão regimental, ou

seja, existente por determinação legal, integrando o que os regionais chamam de comissões temáticas ou políticas.

Ainda sim, ela é importante para elaboração e coordenação de estratégias de comunicação, como mostraram alguns/algumas participantes da Roda de Conversa do Seminário de Comunicação, ao trazerem exemplos de ações em âmbito regional.

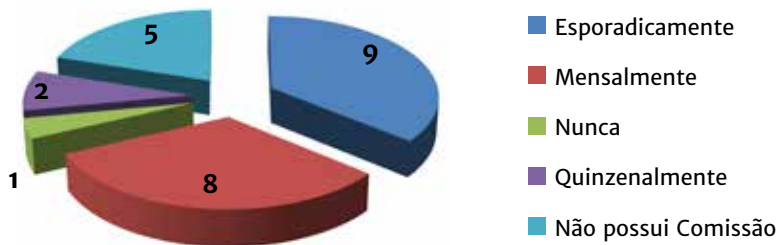
**Gráfico 1**

O CRESS/Seccional possui uma Comissão de Comunicação?

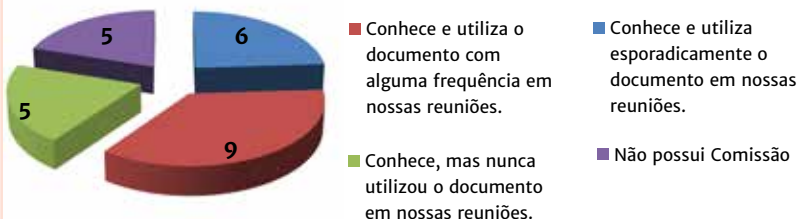


**Gráfico 2**

Qual a periodicidade com que ocorrem as reuniões da Comissão de Comunicação?

**Gráfico 3**

A comissão conhece e debate a Política de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS?



Dos regionais que responderam, 80% possuem em sua estrutura uma Comissão de Comunicação, como é possível ser visto no gráfico 1. Mas como elas funcionam?

O gráfico 2 aponta a regularidade das reuniões das comissões.

Durante a Roda de Conversa, ficou nítida que a frequência desses encontros contribuem para estabelecer uma rotina de assessoria de comunicação e, conseqüentemente, um maior número de ações efetivas. Em geral, os CRESS/Seccionais que possuem alguma sequência de reuniões têm produzido e divulgado mais.

Perguntamos também se as comissões conhecem e discutem a Política de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, documento que baliza nossas ações e estratégias de comunicação (gráfico 3).

Importante destacar que, ainda que a Roda de Conversa tenha apontado, e com razão, a necessidade de reformulação da Política, ela continua sendo uma referência para os regionais. Isso não só em razão do seu conteúdo histórico e político, mas



também pelo seu perfil técnico, ainda que o seminário tenha nos apontado novas formas de pensar e fazer comunicação. Neste momento de transição de diretorias, por exemplo, é fundamental que os/as conselheiros/as que assumem a nova gestão tenham conhecimento do documento.

O que nos chama a atenção é que cinco regionais que possuem comissão de comunicação nunca utilizaram o documento. A Roda de Conversa mostrou que uma das causas da não utilização da Política é o imediatismo das tarefas, requerido pela área. Mas, assim como assistentes sociais devem revisitar seu Código de Ética sempre, é essencial que façamos este exercício com a nossa Política.

## Sobre as assessorias de comunicação

Por mais que todo mundo se comunique, ou seja, faça comunicação, existem profissionais de campos variados que se formam e se especializam na área. E estas pessoas têm mostrado, ao longo dos anos, que podem contribuir para a Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS e, conseqüentemente, para dar

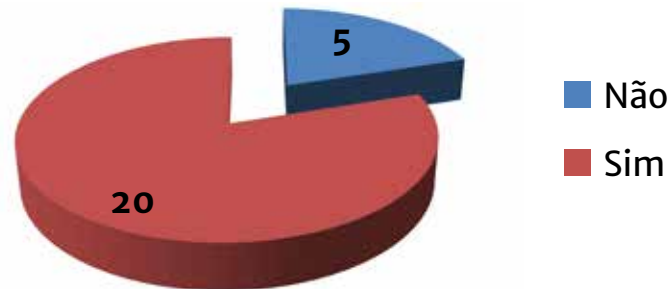
visibilidade ao serviço social. A Roda de Conversa do seminário, que reuniu cerca de 20 profissionais de diversos campos, que trabalham para os regionais (jornalistas, publicitários, relações públicas, fotógrafos/as, designers), destacou estas experiências, que podem ser vistas por meio dos materiais produzidos pelos CRESS/Seccionais.

Mas quantos regionais contam com apoio ou serviço profissional de assessoria de comunicação?

O gráfico 4 aponta que 21 regionais possuem algum tipo de assessoria. Se cruzarmos as informações dos

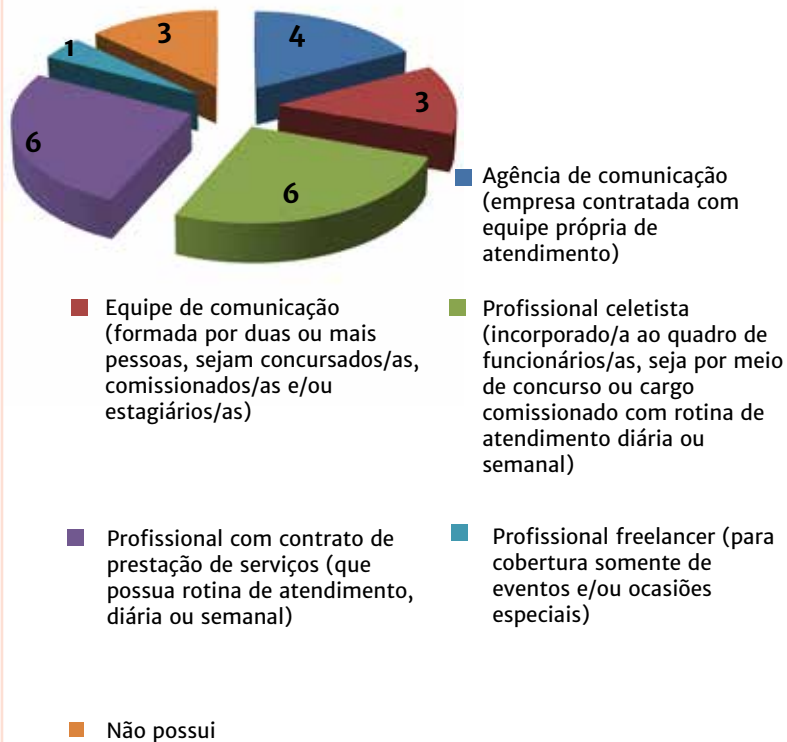
### Gráfico 4

O CRESS/Seccional conta com o apoio ou serviço profissional de assessoria de comunicação?



**Gráfico 5**

Qual é a condição dos contratos das assessorias de comunicação?



CRESS/Seccionais que não possuem comissão de comunicação (cinco no total), somente um regional sem comissão contrata serviços especializados para a área.

Procuramos entender também a forma de contrato utilizada pelo CRESS/Seccionais, até mesmo porque é importante que os/as profissionais de comunicação tenham condições éticas e técnicas de trabalho.

O gráfico 5 demonstra um aumento de contratos de trabalho mais estáveis para assessores e assessoras, se analisarmos os anos anteriores (fizemos uma pesquisa menos esmiuçada em 2010, antecedendo o 2º Seminário de Comunicação), o que, sem dúvida, contribui para a continuidade e qualidade dos trabalhos das assessorias.

O Conjunto CFESS-CRESS possui profissionais celetistas incorporados/as ao quadro de funcionários/as dos CRESS e até equipes de comunicadores/as, e ainda contrata empresas ou agências especializadas, o que revela a ampliação do investimento na comunicação.

A Roda de Conversa sinalizou, como já era de conhecimento do Conjunto, que a dificuldade dos regionais em contar com profissionais da comunicação em sua



estrutura se dá principalmente por questões financeiras. Não à toa que consta como agenda permanente do eixo Comunicação, do Encontro Nacional CFESS-CRESS, a deliberação que incentiva a sensibilização de ações para os regionais que não contam com materiais, instrumentos e iniciativas nesse campo, considerando as suas realidades e potencialidades.

Mas só o fato de alguns CRESS/Seccionais se esforçarem para ter profissionais, ainda que na forma de prestação de serviços (os chamados freelancers), já é um sinal positivo sobre a percepção do Conjunto acerca da comunicação.

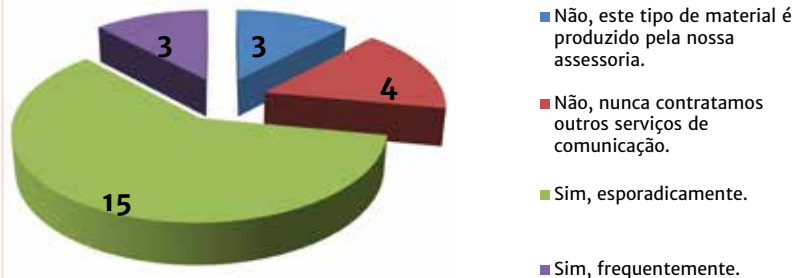
Perguntamos ainda aos regionais se existe a prática de contratação de outros serviços de comunicação, para produção de livros, vídeos etc. e com qual frequência acontece.

## Sobre os instrumentos de comunicação do Conjunto

Esta parte da pesquisa nos dá a ideia de que maneira os regionais estão se comunicando com a categoria e com a sociedade em geral.

### Gráfico 6

O CRESS/Seccional tem a prática de contratação de outros serviços de comunicação? Com que frequência?



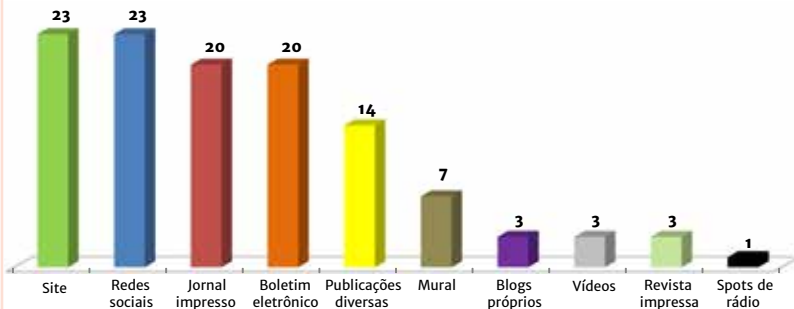
Vamos somente pontuar alguns itens, destacados também durante a roda de conversa.

### Comunicação online (site, redes sociais, newsletter e blogs)

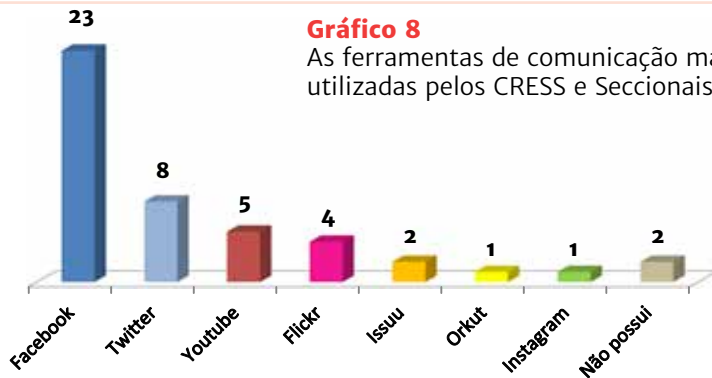
A grande maioria (gráfico 7) possui uma página virtual, tendo em vista a importância do instrumento, o aumento do número de pessoas conectadas à rede mundial, seu baixo custo (dependendo do grau de programação), sua capacidade de armazenamento e divulgação de informação, entre outros

**Gráfico 7**

As ferramentas de comunicação mais utilizadas pelos CRESS e Seccionais

**Gráfico 8**

As ferramentas de comunicação mais utilizadas pelos CRESS e Seccionais



fatores. Se uma pessoa quer uma informação sobre a profissão, é na internet (e suas ferramentas de busca, como o Google) que ela vai buscar.

O fato de nem todos os regionais terem um site oficial não significa que eles estejam fora da web. Vinte e três dos 25 que responderam à pesquisa também estão no Facebook (gráfico 8). Verificamos que aqueles CRESS/Seccionais que não possuem um site oficial, dados os fatores investimento e mão de obra para manutenção, possuem blogs ou perfis em redes sociais, uma alternativa prática e de baixo custo.

A pesquisa e a Roda de Conversa nos mostraram que, para disponibilizar um mínimo de informação à categoria, aqueles regionais que não possuem uma assessoria de comunicação utilizam de sua estrutura administrativa e, principalmente, da própria diretoria, para manter estes espaços atualizados.

Os dados a seguir (gráficos 9, 10 e 11) demonstram a periodicidade com que os CRESS/Seccionais atualizam seus espaços virtuais de comunicação.

Sabemos que é importante manter estes espaços atualizados. Como entidades de caráter público,

é obrigatório disponibilizarmos à categoria (e à sociedade) informes de nossas ações. Pensando nas nossas atribuições precípuas de orientar e fiscalizar o exercício profissional de assistentes sociais, quanto mais materiais disponíveis sobre o serviço social (textos, resoluções etc.), maiores as chances de serem acessados. E temos a certeza de que isso pode contribuir para a formação contínua da categoria e, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade dos serviços prestados por ela.

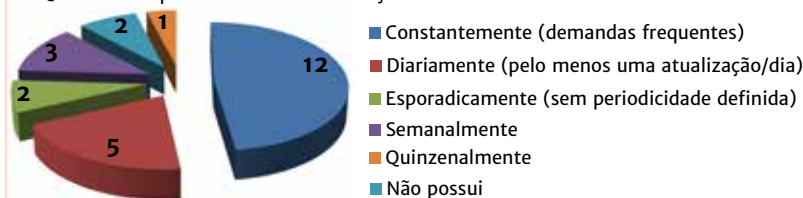
Entretanto, o hábito de leitura pela internet, apesar de ser cada vez mais frequente, não é unanimidade. Além disso, apesar do aumento das possibilidades de acesso à rede mundial (hoje é possível fazê-lo por um celular), isso ainda não está disponível para todas as pessoas, principalmente num país da dimensão do Brasil, com suas particularidades e desigualdades. E isso nos leva ao próximo ponto.

### Comunicação impressa (jornal, revistas, etc.)

A Roda de Conversa foi fundamental para nos dar este alerta. Nos rincões do Brasil, ter acesso à internet ainda é luxo. Por isso, o jornal impresso, apesar dos custos de produção (impressão e pos-

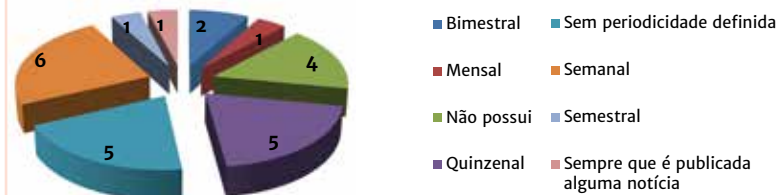
**Gráfico 9**

Qual a frequência de atualização dos sites?



**Gráfico 10**

Periodicidade do boletim eletrônico



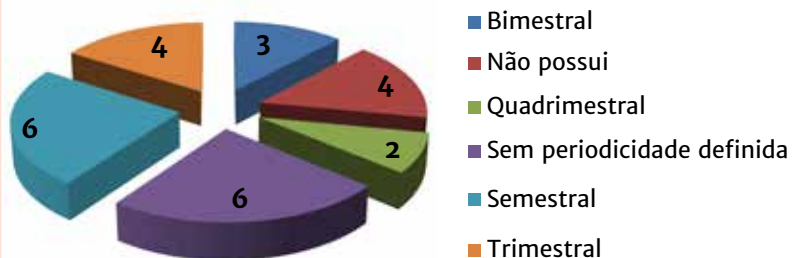
**Gráfico 11**

Que tipos de postagens são realizadas nas redes sociais?

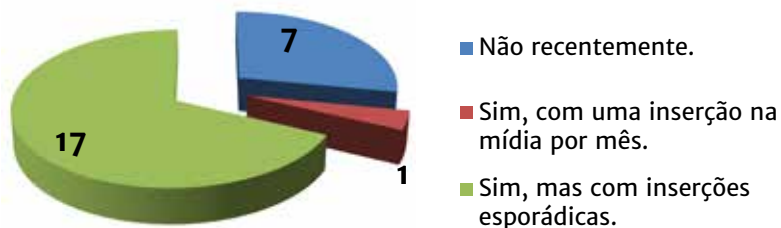


**Gráfico 12**

Periodicidade dos jornais impressos

**Gráfico 13**

Periodicidade da revista



tagem), é, muitas vezes, o único meio de informação para a categoria.

Vinte e um regionais afirmaram possuir informativo impresso (gráfico 12). Mas se pensarmos que este pode ser o único meio de informação para algumas pessoas, a periodicidade desses informativos ainda deixa a desejar. Somente três regionais conseguem manter uma publicação bimestral. Outros quatro publicam trimestralmente seu informativo. Os demais possuem uma regularidade inconstante no envio.

Alguns CRESS/Seccionais afirmaram ter revista. Mas dado o grau de investimento para produção deste veículo, ele se torna uma meta difícil de ser alcançada pelo Conjunto.

### Comunicação audiovisual (vídeos e spots)

Ainda que a maior parte destes materiais seja veiculada na internet, abrimos este tópico em razão das suas particularidades.

Quatro regionais (gráfico 7) afirmaram produzir estas peças. E sabemos que são ótimas plataformas de comunicação, objetivos, didáticos etc.

## Sobre o debate da comunicação

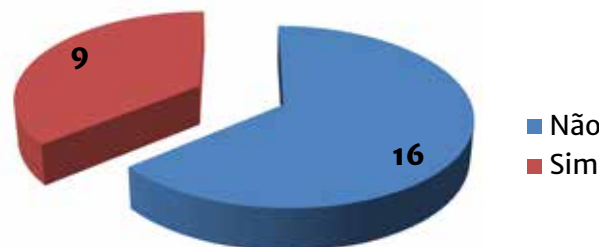
Quisemos saber também se os regionais tinham se preparado para o 3º Seminário Nacional de Comunicação do Conjunto, tendo em vista os temas que seriam debatidos na oportunidade.

Cerca de 36% (nove no total) disseram que realizaram encontros, reuniões ou oficinas e, inclusive, abriram espaço para a participação de assistentes sociais e estudantes (ver gráfico 14). O que consideramos uma excelente iniciativa, dada a necessidade de inserirmos o tema na agenda política da categoria, ainda mais quando abordamos o direito à comunicação, luta encampada pelo Conjunto.

Se o CRESS/Seccional já havia publicado algum texto ou reportagem (impressa ou virtual) com os temas "comunicação como direito humano" e/ou "democratização da comunicação no Brasil", conforme as diretrizes da Política Nacional de Comunicação do Conjunto, mais da metade (gráfico 15) respondeu que ao menos uma vez o tinha feito.

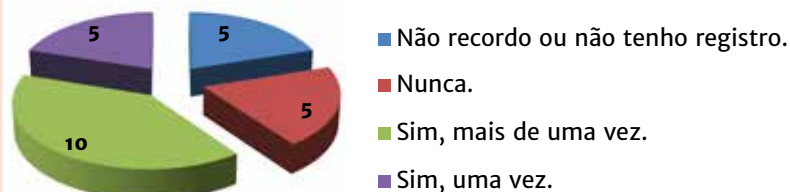
**Gráfico 14**

O CRESS/Seccional realizou algum seminário/oficina/reunião de comunicação preparatória para o 3º Seminário Nacional de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS?



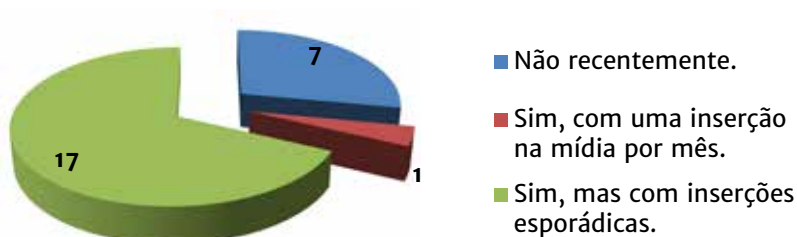
**Gráfico 15**

O CRESS/Seccional já publicou algum texto ou reportagem (impressa ou virtual) com os temas "comunicação como direito humano" e/ou "democratização da comunicação no Brasil", conforme as diretrizes da Política Nacional de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS?



**Gráfico 16**

Em relação ao trabalho de assessoria de imprensa, o CRESS/ Seccional tem conseguido espaços na mídia para inserção de assistentes sociais, conselheiros/as ou não, por meio de entrevistas, artigos ou notas públicas?

**Gráfico 17**

O CRESS está cumprindo a deliberação 2 do eixo Comunicação, do 41º Encontro Nacional CFESS-CRESS, que determina a utilização da “linguagem não sexista, incorporando a linguagem de gênero”?

**Sobre a inserção na mídia**

Esta é outra das inúmeras árduas tarefas que o Conjunto possui no âmbito da comunicação. O “dar visibilidade à profissão, afirmando a imagem do/a assistente social em sintonia com o projeto ético-político, fortalecendo a compreensão do serviço social pela sociedade”, conforme aponta nossa Política, é um desafio constante para os regionais, como mostrou a Roda de Conversa.

E o que presenciamos foram diversas dificuldades em inserir a profissão em uma mídia alocada em um sistema carente de regulamentação, dominado pela concentração econômica e distribuído nas mãos de um grande empresariado que utiliza a notícia como mercadoria. Ainda assim, com ou sem assessoria, 18 CRESS/Seccionais afirmaram ter conseguido espaços na imprensa para divulgação da profissão (gráfico 16).

Vale lembrar que o Conjunto possui um material elaborado exclusivamente para a mídia, chamado Assistente social: o que você precisa saber sobre esta categoria profissional, e que deve ser enviado

às redações de todo o país, já que coloca o/a assistente social como fonte para reportagens.

## Sobre a linguagem

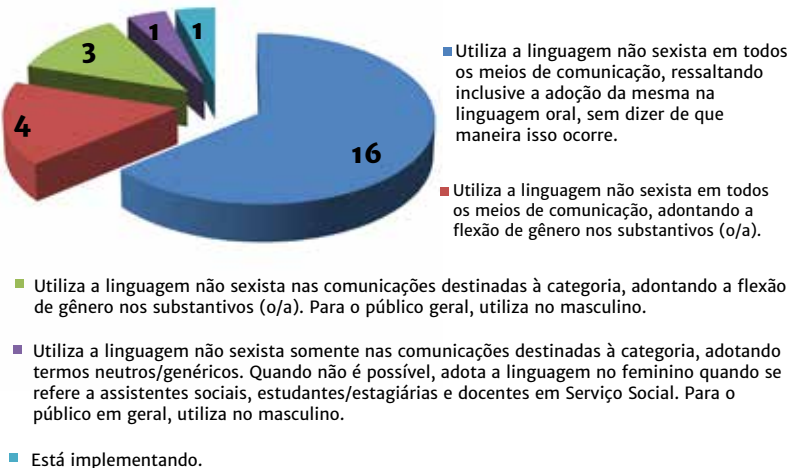
Em 2012, o Conjunto CFESS-CRESS aprovou, no Encontro Nacional daquele ano, a deliberação que determinava a utilização de uma "linguagem não sexista, incorporando a linguagem de gênero". Entretanto, era necessário saber não só se os regionais estavam cumprindo a mesma, mas principalmente como estavam fazendo, tendo em vista as inúmeras interpretações e possibilidades de uma linguagem não discriminatória (gráfico 17).

Vinte quatro (quase a totalidade) responderam que cumpriam a deliberação. Mas como os CRESS/Seccionais interpretaram esta deliberação (gráfico 18)?

A diversidade de respostas nos mostrou que era necessário um debate sobre o tema, por isso o mesmo foi incluído no seminário. Os regionais falaram também se a categoria deu algum retorno sobre a estratégia (gráfico 19) e a grande maioria disse não ter mensurado ou recebido retorno.

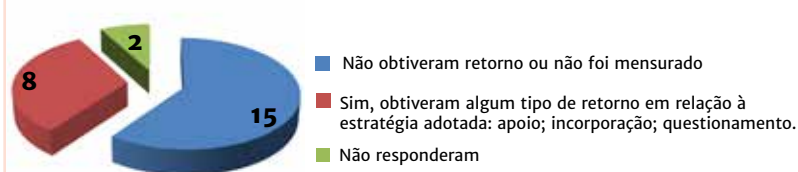
**Gráfico 18**

E de que forma o CRESS está cumprindo esta deliberação? (estratégias de utilização de linguagem não sexista)



**Gráfico 19**

O regional tem obtido algum retorno quanto à estratégia utilizada?



## Avaliação

A realização da pesquisa e a elaboração deste documento, buscando recuperar parte dos apontamentos da Roda de Conversa do 3º Seminário de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, representam um esforço de registrar o momento pelo qual a área passa e, principalmente, sua evolução. Basta lembrarmos que, há pouco mais de uma década, nenhum CRESS/Seccional possuía assessoria de comunicação.

E a participação quase que de todos os regionais, tanto na pesquisa quanto na Roda de Conversa, são motivos para se comemorar.

Ao avaliarmos a maneira como o Questionário Online foi elaborado, temos a certeza que poderíamos tê-lo feito mais completo. Até mesmo a apresentação das informações coletadas.

Apesar de contabilizarmos os CRESS/Seccionais, e termos tido o cuidado de não identificá-los separadamente na pesquisa, uma exposição por região possibilitaria novas avaliações.

Para se ter uma ideia, as regiões Sul e Sudeste são as únicas em que todos os CRESS contam com algum tipo de assessoria. E não à toa são as que mais possuem profissionais de comunicação envolvidos/ as nas tarefas da área. Observamos também o aumento de assessorias no Nordeste, se compararmos com um levantamento que fizemos em 2010, precedendo, na época, o 2º Seminário de Comunicação.

Sem dúvida alguma, as diferentes realidades objetivas dos CRESS retratam, de certa maneira, o panorama da Comunicação no Conjunto.

A falta de recursos é, sem dúvida, o principal fator para a não contratação de assessorias especializadas na área. Ainda assim, verificamos um esforço de os regionais se comunicarem por meios alternativos, que demandem menos investimentos.

De qualquer maneira, precisamos pensar estratégias coletivas para estas e outras questões.

Que esta publicação subsidie os regionais em seus futuros debates. Que provoque novas deliberações e demandas para o Conjunto. Que inspire a novos desafios para a Comunicação.





