

---

# ASSESSORIA DE IMPrensa NO PROCESSO INFORMATIVO



**Processar e redigir um bom *release* é uma das atribuições mais importantes do assessor de imprensa, função que ganha destaque como fonte intermediária da informação**

Como jornalista formado em Comunicação Social há oito anos, busquei me especializar em uma área ainda considerada nova no país: Assessoria de Imprensa. Na verdade, o assessor de imprensa é uma espécie de intermediário no processo informativo<sup>1</sup>. E, nessa condição, é fundamental que o assessor conheça profundamente a empresa em que trabalha. É esta interação, recebendo informações e colaboração de todos, que permitirá traduzir a vida da empresa para a linguagem jornalística, da melhor maneira possível. Por ser esta uma função estratégica dentro de uma empresa, entendo que há necessidade de se conhecer os dois lados do balcão para se desenvolver um bom trabalho. Por isso, ao tratar o assunto Assessoria de Imprensa, acredito ser necessário explicar um pouco sobre minha trajetória profissional.

Uma questão que sempre se coloca para um assessor de imprensa é por que ele optou por esta função em detrimento de uma carreira em um veículo de comunicação de massa onde estaria cercado por outros jornalistas. Eu explico. De início, quando ainda era estudante, meu sonho era escrever para um grande jornal, quem sabe um dia chegar a editor ou redator-chefe. Os veículos televisão e rádio nunca me atraíram, principalmente pela superficialidade com que abordam a notícia, embora eu mesmo tenha atuado por seis anos na redação da **TV Manchete**, em São Paulo. E aprendi muito lá.

## O AUTOR

**Moisés Santos**

Jornalista, assessor de imprensa da Editora Moderna, trabalhou com telejornalismo na **Rede Manchete**.

---

1. Ver sobre o assunto: MOTTER, Maria Lourdes. **O press release e o discurso jornalístico**: aspectos de uma abordagem lingüística e semiótica. São Paulo, FFLCH-USP, 1986. (Dissertação de Mestrado). (N.E.).

Um bom texto jornalístico pode ajudar na mudança de conceitos, crescimento intelectual e maior compreensão entre as pessoas. Escrever para mim é um prazer. No entanto, em televisão, o processo torna-se tão fragmentado que o jornalista não sente qual é a real influência de seu texto em determinada matéria. Principalmente, o que trabalha na chefia-de-reportagem, considerada a *cozinha* (gíria de redação que significa o lugar de reparos e ajustes finais dos textos) da redação. Minha decisão de trabalhar em Assessoria de Imprensa aumentou a partir daí: criar textos, divulgar *releases* (notícia produzida por um órgão, instituição ou empresa e distribuída para a mídia para ser veiculada gratuitamente), sugerir entrevistas, ou seja, administrar o fluxo da informação dentro de uma determinada empresa ou organismo público. Nesse sentido, tive a oportunidade de participar de trabalhos interessantes, como *free-lancer*, para a assessoria de imprensa da Rhodia e para o jornal **Gazeta Mercantil**. A partir disso, comecei a perceber que o trabalho com Assessoria de Imprensa pode ser tão ou mais prazeroso que permanecer fechado numa redação. Foi então que meus objetivos se alteraram. Passei a investir em cursos na área de comunicação empresarial, tanto do setor público quanto privado, ministrados por escolas conceituadas, entre elas o Senac. De modo que meus textos começaram a se aperfeiçoar, gerando cada vez mais pautas e matérias nos mais diversos veículos de comunicação.

Sempre tive em mente que um bom *release* de assessoria de imprensa deve chamar atenção pela sua qualidade, resultado do valor da informação, do texto e de sua própria apresentação visual.

Com o tempo o profissional vai aprendendo também que um bom *release* é tão importante quanto conseguir a cobertura desejada para a empresa. Deve abranger os fundamentais quem, quando, onde e como. Mas lembre-se de que o porquê é que transmite a mensagem básica. Já com estes conceitos claramente incorporados iniciei alguns trabalhos em assessorias ligadas ao setor público, principalmente em secretarias municipais, estaduais e gabinetes políticos. Foi, sem dúvida, uma grande experiência que gostaria de expor a seguir.

## ASSESSORIA PÚBLICA

Para muitos jornalistas, trabalhar diretamente com políticos não parece ser algo agradável. No entanto, muitas vezes podemos desenvolver um bom trabalho informando à comunidade coisas importantes que são realizadas pelo governo. Este tipo de visão pude adquirir durante os anos em que trabalhei nas assessorias de imprensa das Secretarias de Esportes, Abastecimento e Cultura do

município de São Paulo. A Secretaria de Esportes foi a primeira onde tive contato com jornalistas. Alguns deles trabalhavam na **Gazeta Esportiva** e na **Rádio Jovem Pan**. Com eles, aprendi a escrever os primeiros *releases*. Esta assessoria informava a grande imprensa sobre os jogos da Taça São Paulo de Futebol Júnior, Grande Prêmio Fórmula 1, em Interlagos, Campeonatos de Basquete, Vôlei e outros esportes.

Como estava iniciando (era ainda chamado *foca*) escrevia sobre eventos menores como reformas no Estádio do Pacaembu, nas piscinas dos Centros Educacionais e Esportivos e alguns torneios sem muita importância. Durante a Administração do Prefeito Jânio Quadros, estava na Secretaria do Abastecimento. Do ponto de vista pessoal, me sentia mais preparado para informar a grande imprensa. Neste período, enfrentamos o problema de denúncias de contaminação em alimentos. Havia também, por determinação do prefeito, muitas *blitz* em bares e restaurantes da cidade. Por isto, precisávamos estar constantemente informando os veículos de comunicação sobre as autuações, apreensões e, em alguns casos, sobre o fechamento de determinados estabelecimentos. Na Secretaria da Cultura minha atuação foi mais dirigida aos veículos rádio e TV. Minha meta era adequar as informações que recebia às necessidades dos programas cujo público pretendia atingir. Neste sentido, tive bons resultados. Na Secretaria da Cultura, a meta era promover mil eventos por mês na cidade de São Paulo. E, dentro do possível, fazíamos o trabalho distribuindo *releases* sobre os eventos realizados no Vale do Anhangabaú, Parque do Ibirapuera, Parque do Carmo, Teatro Municipal e assim por diante. O trabalho muitas vezes era realmente gratificante, mas os baixos salários (considerando que a Prefeitura de São Paulo ainda não tem um plano de carreira para jornalistas e por isso pratica costumeiramente o desvio de função) aliados à mentalidade difícil de burocratas impediram que eu pudesse dar continuidade a este trabalho. Há também o inconveniente de alguns governos exigirem que o jornalista, mesmo sendo funcionário concursado, tenha afinidades com o partido que está no poder.

## ASSESSORIA PRIVADA

Atualmente atravesso uma fase de novas experiências. Esta é uma área em que estamos sempre aprendendo, crescendo, evoluindo. É preciso estar consciente de que todo o conhecimento armazenado deve ser constantemente rediscutido e reciclado em seminários, cursos e pesquisas pessoais. Neste processo, e considerando a questão da globalização, procuro estar sempre atualizado sobre o

que há de mais recente em novas tecnologias de comunicação – atualmente estou cursando Jornalismo Internacional, como extensão universitária na PUC-SP. Assim, podemos notar que muitas outras empresas estão entendendo cada vez mais que o tratamento com a imprensa deve e precisa ser feito por jornalistas que conhecem as técnicas para escrever um *release* com uma linguagem apropriada para diferentes veículos de comunicação. Este trabalho não cabe a profissionais de *marketing*.

---

**Uma questão que muitas vezes é confundida pelas empresas é que a assessoria de imprensa não está apta para resolver problemas de *marketing*, e sim problemas relativos à comunicação. É importante enfatizar que a assessoria de imprensa se constitui em um instrumento de caráter institucional com objetivos sociais e culturais, diferente do *marketing* que trabalha com objetivos de vendas.**

---

Não quero subestimar a propaganda, mas é raro não passar ao menos uma vez pela cabeça das pessoas que o espaço publicitário é pago. Porém, quando se trata de notícia ou reportagem em uma publicação ou em entrevista em rádio e televisão, a coisa muda totalmente de figura. Isto porque todos sabem que o espaço jornalístico não é pago e porque a maioria das pessoas acredita no que a mídia diz. Assim, o trabalho do assessor de imprensa está relacionado com a formação de opinião pública, na medida em que pretende atingir um determinado número de pessoas com uma mensagem, influenciando o que pensam estas pessoas. O trabalho, como no meu caso, pode envolver a produção de *house-organ*, o famoso jornal da empresa, no qual se procura criar espaços definidos para a participação de funcionários e outros profissionais ligados à empresa.

Enfim, é sempre bom lembrar que tanto o jornalista que está na grande imprensa como o assessor de imprensa merecem todo o respeito e consideração por parte do assessorado. O assessor de imprensa é o profissional especializado na área e, portanto, o mais apto para cuidar da comunicação. Ele deve ser informado primeiro que qualquer um quando um fato, um evento ou anúncio importante da vida da empresa envolvam a imprensa. Tenho como princípio que uma boa Assessoria de Imprensa depende muito de sua organização, que deve ser simples, mas eficiente. Para controlar o relacionamento com o veículo, são importantes também dados significativos para o órgão de comunicação, últimos contatos realizados e seus resultados. Mas deve-se fazer mais.

---

**Ao assessor de imprensa cabe a tarefa de avaliar as informações que venham do exterior da empresa e controlar a informação que sai do interior dela.**

---

Muitas vezes é necessário conquistar o seu espaço para conseguir ser eficiente neste objetivo. Já o relacionamento entre o assessor e o assessorado deve ser baseado num nível extremamente profissional, com respeito à capacidade e áreas de domínio de cada um. Se houver atritos, o resultado será um trabalho de comunicação malfeito e ineficiente. Um bom trabalho de assessoria de imprensa é capaz de saltar obstáculos e abrir as portas fechadas. Na verdade, este trabalho pode chegar em qualquer lugar aonde chegue o jornal, revista ou sinal de rádio e televisão, inclusive no escritório, no automóvel, na residência de qualquer pessoa. E quando a informação sobre o produto de nossa empresa atinge a mídia apropriada, não há porta fechada para a mensagem de venda. Esta deve ser a meta do Assessor de Imprensa. Esta é minha meta.

*Resumo:* O autor relata sua experiência como assessor de imprensa nos setores público e privado. Ressalta a importância da assessoria de imprensa como intermediária no processo informativo, constituindo-se em elemento fundamental no processo de elaboração das informações veiculadas pela mídia.

*Palavras-chave:* Assessoria de imprensa, *release*, produção da informação, divulgação

*Abstract:* The autor narrates his experience as a press advisor in the public and private sectors. He emphasizes the importance of a press advisor as an intermediary in the process of information, constituting a fundamental element in the process of elaborating the information transmitted by the media.

*Keywords:* Press advisor, press release, information production, divulging