

Sorteio estimula reflexão sobre atividade de Assessoria de Imprensa

Durante promoção para sorteio do livro “Manual de Assessoria de Imprensa” (Gilberto Lorenzon e Alberto Mawakdiye - Editora Mantiqueira), a ACM Comunicação estimulou a reflexão sobre o exercício da atividade de Assessoria de Imprensa. Para participar da promoção era necessário responder “Assessor de Imprensa precisa ser jornalista?”, tema que ganhou destaque nas últimas semanas após decisão do Supremo Tribunal Federal que acaba com a obrigatoriedade de formação universitária para o exercício do Jornalismo.

O objetivo da ACM Comunicação com o sorteio foi incentivar os participantes a uma breve reflexão sobre a atividade de Assessoria de Imprensa e contou com a participação de 168 profissionais e estudantes das áreas de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda de diversas regiões do país.

Entre os que defendem a atividade para os Jornalistas, o argumento mais frequente é o conhecimento da rotina dos veículos. É o caso, por exemplo, de Kelli Correa Brito que escreve: “Como vender uma pauta sem saber como funciona o jornal, a TV, o rádio, a Internet? Sem saber como as matérias são produzidas e o escasso tempo que o jornalista tem para escrevê-las? É preciso ser jornalista para entender outro jornalista. O assessor é um repórter, que investiga e apura as informações de seu cliente, e um editor, pois muitas vezes atua sozinho sem uma equipe para auxiliá-lo. A assessoria de imprensa exige um profissional diferenciado e com conhecimento de jornalismo: o jornalista”

Ana Cláudia Fagundes tem a mesma opinião. “É preciso ainda entender o funcionamento das redações, os horários mais convenientes para ligar, fazer contato, sem atrapalhar os corridos fechamentos de edições. Por fim, é preciso estar à disposição do jornalista de redação quando ele solicita o trabalho do assessor, que deve entender que tipo de informação o veículo quer e como o porta-voz pode ajudar. Tudo isso respeitando o famoso dead-line”.

Já Vanussa Popovicz pondera: “O assessor de imprensa não precisa ser necessariamente um jornalista, mas é fato que este profissional (diplomado) tem mais tino e experiência com a notícia, sem contar com a maior facilidade de compreender as necessidades dos jornalistas de redação impressa, TV ou rádio que vão expandir o fato noticioso divulgado pelo assessor.”

Giovanna Rodrigues Wajnsztein discorda. “Outros profissionais de Comunicação podem ser tão bons assessores de imprensa quanto os jornalistas. O importante para desempenhar a função é conseguir estabelecer excelente relacionamento com os clientes e com os profissionais que buscam informações, ser dinâmico para executar várias tarefas ao mesmo tempo e possuir ótima capacidade de comunicação, seja pessoalmente, por texto, telefone, e-mail etc”.

Muitos criticaram a formação dos jornalistas e o fato da disciplina “Assessoria de Imprensa” não estar presente no currículo de diversas faculdades. “Não vejo necessidade de assessor ser jornalista. Até

porque muitas faculdades não têm em suas grades a disciplina de Assessoria de Imprensa”, escreve Gino Rondon. “Assessoria de Imprensa é muito mais que produzir releases, que é feito pela maioria dos jornalistas que ocupam cargo de assessores de imprensa. A função exige conhecimentos e práticas mais abrangentes sobre comunicação, necessita de jogo de cintura por parte do profissional que também deve saber administrar crises, qualidades que não são encontradas, infelizmente, na maioria dos profissionais da área”, acrescenta Gino.

As diferentes atividades do Assessor de Imprensa também são lembradas por Ana Paula Alves da Costa. “Como profissional de comunicação, julgo que afirmar que o trabalho de Assessor de Imprensa compete somente ao jornalista é um grande equívoco, tendo em vista o amplo leque de setores e trabalhos que são executados por este profissional. Ser assessor de imprensa é antes de tudo saber estabelecer e divulgar perante os veículos de interesse do seu cliente a verdadeira imagem e marca da instituição. Saber escrever um release com precisão é sim uma das ferramentas necessárias para tal, porém isto não é uma característica específica de um jornalista”. Ana Paula observa ainda a necessidade de conhecer melhor o trabalho exercido pelos Relações Públicas. “Pesquisar e divulgar o trabalho do Relações Públicas, desmistificando o estereótipo de “organizador de eventos”, auxiliaria a desfazer um pouco desse mal entendido, mas me pergunto se isso não seria uma atitude a ser tomada pelo Conselho de Relações Públicas. Faço minha parte como Relações Públicas e Assessora de Imprensa”.

Lucas Rocha de Alvarenga defende que profissionais de Jornalismo e Relações Públicas devem atuar juntos e a atividade não deve ser exclusiva para jornalistas. “Não há necessidade de ser jornalista. Há intermináveis discussões acerca deste assunto. Acredito que uma boa assessoria de imprensa deve ter estes dois profissionais. As atividades desempenhadas por cada um desses profissionais são complementares”.

Embora considerando que a atividade deva ser exercida por jornalista, Adriana Domingues Garcia também defende que a atuação com profissionais de outras áreas é positiva. “Para realizar as atividades de uma assessoria de imprensa é preciso ter conhecimentos específicos que somente um profissional formado em jornalismo pode exercer. Por ser uma função que trabalha com a construção de informações de interesse social e que exige a produção de sentidos e representações, é preciso ter noção das ferramentas que objetivam a visibilidade e a legitimação do assessorado. No entanto, acredito que uma boa assessoria de comunicação exige a atuação de profissionais de Relações Públicas e de Publicidade em conjunto ao Jornalismo”.

O assunto não se esgota e a discussão é sempre positiva.

Em breve, a ACM Comunicação irá sortear outros livros.

Os participantes que receberão o livro de Gilberto Lorenzon e Alberto Mawakdiye são:

Ana Cláudia Fagundes

Ana Paula Alves Costa

Vanussa Popovicz