

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS - UNIS**  
**COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO**  
**IAGO DE ALMEIDA SILVA**

**A ASSESSORIA DE IMPRENSA COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO E**  
**SUPORTE COMUNICACIONAL PARA PERSONALIDADES PÚBLICAS EM**  
**INÍCIO DE CARREIRA**

**Varginha**  
**2020**

**IAGO DE ALMEIDA SILVA**

**A ASSESSORIA DE IMPRENSA COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO E  
SUPORTE COMUNICACIONAL PARA PERSONALIDADES PÚBLICAS EM  
INÍCIO DE CARREIRA**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com Habilitação em do Centro Universitário do Sul de Minas - UNIS-MG, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel sob a orientação do prof. Stéfano Lopes.

**Varginha  
2020**

**IAGO DE ALMEIDA SILVA**

**A ASSESSORIA DE IMPRENSA COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO E  
SUPORTE COMUNICACIONAL PARA PERSONALIDADES PÚBLICAS EM  
INÍCIO DE CARREIRA**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com Habilitação em do Centro Universitário do Sul de Minas - UNIS-MG, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel sob a orientação do prof. Stéfano Lopes.

Aprovado em     /     /

---

Prof. Stefano Lombardi Lopes

---

Prof. Sheldon William Silva

---

Prof. Terezinha Richartz Santana

Dedico este trabalho aos meus colegas e amigos, que, desde o começo, não deixaram de acreditar em meu sonho; aos meus pais, que são minha base e exemplo; e a minha família que não mediu esforços quando precisei.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus mestres; ao meu orientador; aos meus primeiros patrões na profissão, que acreditaram em mim; e, em especial, ao meu querido professor Marco Azze, que, com sábias e bonitas palavras, me fez acreditar que um dia eu seria feliz, na vida e profissionalmente.

“O futuro não se encaixa nos contentores  
do passado” – Rishad Tobaccowala

## RESUMO

Este trabalho aborda a Assessoria de Imprensa como ferramenta de divulgação e suporte comunicacional para personalidades públicas em início de carreira. A abordagem aqui realizada faz um levantamento e principalmente uma observação sobre a importância desta área para personalidades públicas que desejam iniciar carreiras, seja qual área for, para evitar crises e situações que possam vir a gerar desconforto e travar de algum modo o deslanche da carreira. A finalidade deste trabalho é analisar o que dizem os assessores de imprensa sobre seus conhecimentos e identificar o quanto os seus trabalhos são importantes para quem deseja iniciar ou, até mesmo, para quem já está em uma carreira de sucesso. A análise será realizada mediante uma pesquisa, através de entrevistas, realizada com profissionais da área e com personalidades que escolheram iniciar as suas carreiras com assessores de imprensa ao seu lado. Realizada, a pesquisa comprovou a importância de se contratar um assessor de imprensa, que deve conhecer o cliente por um todo, tornando o caminho para o sucesso na carreira da personalidade pública, mais fácil, hábil e dinâmico, sabendo onde e quando agir e as falhas de não os possuírem.

**Palavras-chave:** Assessoria de Imprensa. Personalidade pública. Carreira. Pesquisa. Importância.

## **ABSTRACT**

This work approaches the press advisory as a communication tool and communication support for public personalities in a starting career. The approach actualized here makes a survey and mainly an observation about the importance of this area for public personalities that want to get careers started, whatever the area may be, in order to avoid crises and situations that may be unpleasant and somehow block the career development. The purpose of this work is to analyze what the press advisors say about their knowledge and to identify how important their work is for those who want to start or even for the ones who are already in a successful career. The analysis mentioned here, will be carried out through a survey, by interviews, which were made with professionals in the field and with personalities who chose to begin their careers with press officers by their side. Once concluded, the research proved the importance of hiring a press advisor, who must know the client as a whole, making the path to success in the career of a public personality easier, more skilled and dynamic, knowing where and when to act and the failures of not having them.

**Palavras-chave:** Press office. Public personality. Career. Search. Importance.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 ASSESSORIA DE IMPRENSA COMO FERRAMENTA FUNDAMENTAL....</b>	<b>11</b>
2.1 Histórico.....	11
2.2 Atualidade.....	11
<b>3 COMUNICAÇÃO E ASSESSORIA.....</b>	<b>13</b>
3.1 Funções.....	13
3.2 Conhecer o cliente.....	15
3.3 Relacionamento: assessor de imprensa/assessorado x mídia.....	16
3.4 O que e porquê deve ser evitado.....	18
3.5 Pautas e fontes.....	20
<b>4 MEDIA TRAINING.....</b>	<b>22</b>
4.1 Importância.....	22
4.2 Convencer a personalidade.....	23
4.2.1 Preparação para crises.....	23
4.2.2 Consolidação da imagem.....	24
4.2.3 Melhora do discurso.....	24
4.2.4 Conhecimento da rotina jornalística.....	25
4.3 ‘Cada caso é um caso’ .....	25
<b>5 MATERIAIS E MÉTODOS.....</b>	<b>27</b>
5.1 Perguntas.....	27
<b>6 RESULTADO E DISCUSSÃO.....</b>	<b>29</b>
<b>7 CONCLUSÃO.....</b>	<b>33</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>34</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Assessoria de Imprensa surgiu após um trabalho conduzido pelo jornalista nova-iorquino Ivy Lee, junto ao magnata norte-americano John D. Rockefeller Jr, nos Estados Unidos, na primeira década do século XX. O empresário Rockefeller, sem carisma, convivía com diversos problemas com sua imagem diante a opinião pública e nas esferas governamentais, deixando a situação crítica. Uma campanha bem sucedida na Fundação Rockefeller, o jornalista desenvolveu um trabalho com a imprensa, mostrando que a fundação desenvolvia ações sócio-culturais e na área de saúde, beneficiando a população. Com isso, a imagem do magnata foi reabilitada e o início de um novo caminho se iniciava.

Este trabalho aborda a Assessoria de Imprensa como ferramenta de divulgação e suporte comunicacional para personalidades públicas em início de carreira, mostrando o quão falho poderá ser o caminho dos que optam por não contarem com um profissional da área e confirmando que a assessoria de imprensa tem sua importância para iniciantes em uma carreira.

Tal abordagem se faz necessária para que as personalidades públicas entendam que um assessor de imprensa evita crises geradas, muitas vezes, pelas próprias personalidades, que não sabem como se portar diante jornalistas, redes sociais e/ou qualquer tipo de problema em que sua carreira esbarra.

É importante ressaltar também a contribuição do trabalho para a prática de estudo, uma vez que torna o assessor de imprensa mais confiante que possui argumentos para oferecer seus serviços, seja a quem e onde for, pois a crise não escolhe o momento adequado, por isso os assessores sempre devem se preparar com o máximo de conhecimento que conseguirem.

A finalidade deste trabalho é confirmar o que dizem os assessores de imprensa sobre seus conhecimentos e identificar porque seus trabalhos são importantes para quem deseja iniciar ou já está em uma carreira renomada, além de confirmar, com quem escolheu iniciar a carreira sendo assessorado, se a escolha foi correta.

Este propósito será conseguido mediante pesquisa com entrevistas realizadas com assessores de imprensa e personalidades públicas, que serão nomeados como Assessor A, Assessor B, Assessor C e Assessor D; Personalidade A e Personalidade B.

## **2 ASSESSORIA DE IMPRENSA COMO FERRAMENTA FUNDAMENTAL**

### **2.1 Histórico**

O surgimento da Assessoria de Imprensa no Brasil se deu em 1961. Porém, ela surgiu nos Estados Unidos após um trabalho conduzido pelo jornalista nova-iorquino Ivy Lee, junto ao magnata norte-americano John D. Rockefeller Jr, na primeira década do século XX. O empresário Rockefeller, sem carisma, convivia com diversos problemas com sua imagem diante a opinião pública e nas esferas governamentais, deixando a situação crítica. Ele chegou a precisar andar sob escolta de seguranças nas ruas. Com uma campanha bem sucedida na Fundação Rockefeller, o jornalista desenvolveu um trabalho com a imprensa, mostrando que a fundação desenvolvia ações sócio-culturais e na área de saúde, beneficiando a população. Com isso, a imagem do magnata foi reabilitada e o início de um novo caminho se iniciava.

No Brasil, após o regime militar, o processo democrático ressurgiu e obrigou empresas, tanto públicas quanto privadas, a implantarem e adotarem novas formas de expressões perante a sociedade. Respostas mais exigentes passaram a ser solicitadas, o que confere ao profissional de comunicação uma importância ainda maior no contexto social e às personalidades públicas, ainda mais cuidado e sobrecargas de obrigações, que se não forem seguidas, podem tornar uma carreira desmanchada, ou que seja manchada.

### **2.2 Atualidade**

Com o passar dos tempos, muita coisa mudou, entretanto, o papel da informação relevante continua sendo mais importante como nunca. Nesse contexto, as personalidades acham cada vez mais espaço para se posicionar, aproximando-se do público e divulgando os seus diferenciais, fazendo com que fãs sejam conquistados e se tornando exemplos, para muitos, em alguns casos.

Atualmente, é sabido que o trabalho realizado pelas assessorias de imprensa está ganhando cada vez mais espaço e se destacando, o que aumentam suas responsabilidades e compromissos. Assessoria hoje absorve muito mais jornalistas do que as redações, ainda mais pelo surgimento de mais figuras públicas, principalmente na internet, a cada ano. As Assessorias de Imprensa devem ter como missão aproximar as personalidades públicas ao público, por meio da transparência e atualizações, tendo cautelas importantes a serem seguidas.

Com a popularização da internet, muitos acreditam que a assessoria de imprensa não faz mais sentido ou perdeu sua importância. Esse é um erro gigantesco, cometido por engano e falta de estudos. Não apenas o assessor é fundamental para as comunicações em diversas mídias, como há serviços de Assessoria de Imprensa focados no contexto em que vivemos, sob pressões imprescindíveis.

## **3 COMUNICAÇÃO E ASSESSORIA**

### **3.1 Funções**

Há séculos, a Comunicação está em constante evolução, mostrando e disseminando costumes, cultura e a história de todos nós, frente a tudo que encontramos no mundo. No Brasil, o papel de assessor de imprensa é realizado por jornalistas, interessados e dedicados para a função, embora no cenário mundial essa função é exercida pelos profissionais de Relações Públicas, que são responsáveis pela gestão das relações e da comunicação de uma organização.

A informação nos dias atuais não tem proprietário exclusivo, está exposta a toda a sociedade, em qualquer canto e por diversos meios. Principalmente nas redes sociais, onde a maioria se posiciona hoje em dia, ninguém precisa ter curso, certificado ou especialização, basta ter interesse e, alguns, um pouco de conhecimento sobre um determinado tema, que pode chamar atenção de uma legião de fãs.

O compartilhamento de informações se tornou mais democrático, tanto para a sua produção quanto consumo, elevando as chances de informações falsas surgirem e tomarem um patamar gigantesco e, talvez, irreversível.

O assessor produz releases e pautas para jornalistas, mas também é produz conteúdos ou divulga temas para que os influenciadores postem em suas redes sociais, fazendo, ao mesmo tempo, que ele ganhe seguidores, enquanto busca a visibilidade.

O mercado cultural está cada vez mais abrangente e necessita ainda mais de cuidados e passos certos. A comunicação em massa pode ser ligeira, mas precisa ser cuidadosa, uma vez que, qualquer palavra dita fora de ordem, pode levar ao caos, em milésimos de segundos. As classes baixas, talvez, quase sempre, se tornam o caminho para que o artista suba escadas da fama, uma vez que busca neles, a conquista de uma carreira sólida e duradoura, pois são eles que dedicam tempo ao trabalho inicial apresentado e serão eles quem mais poderão seguir fielmente junto a personalidade, passos a frente.

O assessor de imprensa está responsável por conseguir entrevistas, participações em programas e ações, mostrar ao público como seu assessorado tem potencial de

crescimento e, sem dúvidas, trabalhar incansavelmente, mesmo que seus serviços não sejam refletidos ao público, uma vez que o seu cliente é que deve receber tal êxito. Conquistar poder não é o mesmo que exercê-lo de maneira eficaz, e para isso o assessor de imprensa aparece, para que a eficácia possa ser atingida sem muitos burburinhos e problemas, sabendo exatamente por onde, como e com quem caminhar.

Há alguns anos alunos do curso de Comunicação da Universidade de São Paulo fizeram um trabalho de pesquisa que indicava que mais de 50% do material publicado nos jornais tinha como origem as Assessorias de Imprensa – hoje não se tem esse número com precisão, mas especialistas da área que orientam o trabalho garantem que esse índice de aproveitamento hoje é ainda maior. Quando um artista de televisão, um jogador de futebol ou mesmo um político aparecem no noticiário muitas vezes, o público nem sabe que por trás dessa informação há o esforço de um assessor de imprensa. (CHINEM, 2003, p. 16-17)

O trabalho de um assessor de imprensa está cada vez maior, uma vez que todas as personalidades necessitam de cliques e ampla divulgação para se manterem no mercado competitivo. Um bom assessor de imprensa sabe que seu maior papel é o contato com os veículos de comunicação, com mídias espontâneas e em larga escala, e claro, atendendo os jornalistas a hora que for solicitado, pois seu cliente pode esperar, mas as informações sobre ele não. E em caso do contrário, a responsabilidade por notícias veiculadas sem uma interferência solicitada do assessor de imprensa, pode gerar enorme buraco difícil de ser controlado e/ou tampado. “Um dos maiores desafios de uma Assessoria de Imprensa é criar, desenvolver e aperfeiçoar o conceito de credibilidade. E para isso é preciso criar e desenvolver um trabalho constante de comunicação.” (CHINEM, 2003, p. 144).

A pressa é inimiga da perfeição, mas é ferramenta para alguns jornalistas. Por isso, o bom assessor de imprensa sabe que qualquer descuido pode ser fatal. Fake news, em alta, se tornam ameaças em caso de informações descuidadas e o assessor de imprensa precisa evitar isso, ao máximo, para que nada reflita na vida, imagem e/ou carreira de seu assessorado. Por isso, o profissional deve estar preparado para enfrentar tudo, cuidadosamente e com sabedoria, após muito conhecimento adquirido.

“O bom assessor de imprensa deve se lembrar que, antes de mais nada, é um profissional da comunicação e, como tal, precisa se preocupar em informar corretamente o público”. (CHINEM, 2003, p. 28)

Quando contratado um assessor de imprensa, o assessorado pode deixar alguns assuntos para que o profissional resolva e ir, talvez, apenas administrando, mais tranquilamente para poder se preocupar em apresentar seus dons. Quando há escolha pelo assessor, a carreira pode deslanchar, uma vez que o profissional conhece os caminhos que devem ser trilhados e, mais importante que isso, conhece contatos e veículos de comunicação que vão ajudar na divulgação dos trabalhos de seu assessorado.

A escolha de não ter o assessor de imprensa pode colocar a personalidade em caminhos perigosos e que devem ser trilhados com muito mais cuidado do que aqueles que têm, uma vez que tudo será feito por ele, tanto em contato com o público, quanto em contato com jornalistas.

As atividades de uma Assessoria de Imprensa não devem ser realizadas com base no imprevisto e sim, ter como norma a organização e a constante avaliação do resultado. O planejamento assume, dessa forma, uma importância fundamental, evitando que até mesmo as situações mais inesperadas peguem o profissional totalmente desprevenido. (CHINEM, 2003, p. 33).

Resumindo, o profissional da Assessoria de Imprensa está preparado para agir diante de qualquer e toda situação, até mesmo de crise. Caso não haja esse profissional, a personalidade terá que buscar meios e caminhos cuidadosos e isso quase não acontece. Um assessor de imprensa previne tais crises, aconselha os passos que a personalidade deve dar e busca mais transparência e visibilidade ao mesmo, sendo assim, trabalhar sem um profissional ao seu lado, fará com que a personalidade esteja propícia a cometer mais erros ou até mesmo iniciar algo que poderia ter sido evitado.

### **3.2 Conhecer o cliente**

O assessor de imprensa precisa conhecer o seu campo de trabalho como um todo, sem exceções, para realizar um trabalho mais detalhado, abrangente e cuidadoso. Conhecer as rotinas dos jornalistas em geral, traz maior comodidade e mais oportunidades para o assessorado, mas conhecer o espaço que o cerca é tão importante quanto. Os assessores devem saber o que se passa ao redor de seu cliente, sua casa, sua vida e seus planos, para que execute com clareza e agilidade seus trabalhos, deixando assim o cliente mais tranquilo quanto a algumas dúvidas.

Os signos nos estimulam e criam novas formas e diferentes caminhos para que nossos pensamentos produzam. Assim, cada qual compreende dentro de si um conhecimento único que deve ser preservado e aguado, para germinar idéias diferenciadas, trazendo à tona a certeza de que, mesmo enfrentando concorrência, nossos signos podem nos levar a novidades importantes. E é através dos signos que conseguimos conhecer o infinito estímulo que nos é oferecido pela realidade extralinguística. “O signo representaria a realidade extralinguística e, em princípio, é por meio dele que podemos conhecê-la. A Kaspar Houser, por exemplo, impingiam todos os tipos de signos, na certeza que ele compreenderia o insólito ambiente que o cercava.” (BLIKSTEIN, 1983, p. 19)

Mais importante que conhecer o espaço que o cerca, o assessor deve conhecer a fundo como é lidar com seu cliente, para que, quando o mesmo for executar tarefas com outras pessoas, o assessor possa ir à frente, como um precursor, abrindo os caminhos e sabendo onde é que o assessorado deve ir ou evitar. Entretanto, não se deve mudar o jeito ou modo de cada um, cada qual deve se adaptar de acordo com o que busca, mas a essência que cada um construiu deve ser cuidadosamente mantida, para que ele não transpasse a ideia de que esteja apenas passando aquilo que não é.

Toda ciência trata das coisas ou dos signos, mas as coisas se aprendem pelos signos. Estas, com efeito, são coisas tais que são também signos das outras coisas. Compreende-se então aquilo que chamo de signos: são as coisas que se empregam para algo. Um signo é, com efeito, uma coisa que, além da impressão que produz nos sentimentos, faz vir, por si mesma, uma outra coisa ao pensamento. (BLIKSTEIN, 1983, p. 17-18)

### **3.3 Relacionamento assessor/assessorado x mídia**

Tanto o assessor de imprensa, quanto seu cliente, devem saber lidar e quando procurar um jornalista. Além disso, quando solicitados, os mesmos deverão manter bom relacionamento com os profissionais da comunicação, uma vez que dependerá deles, na maioria das vezes, para que a notícia chegue ao público com maior intensidade e mais clareza.

Para atingir esse objetivo, o jornalista de Assessoria de Imprensa deve manter um relacionamento com os veículos de comunicação social, abastecendo-os com informações referentes à assessoria (pelo envio de releases, press kits, sugestões de pautas e outros [...]), intermediando as relações de ambos os lados e atendendo às solicitações dos jornalistas de quaisquer órgãos de imprensa, em qualquer hora e lugar. (CHINEM, 2003, p.27)

Conhecer a rotina da imprensa e dos meios de comunicação se torna essencial para todo e qualquer profissional de imprensa, pois aí ele poderá saber onde se encaixam tais pautas e pra onde recorrer quando precisar noticiar algo de seu assessorado. Não menos importante, o assessorado deve estar antenado ao seu dia a dia na mídia e aos comentários que saem ao seu respeito, visando assim o crescimento profissional.

Em poucas palavras, podemos explicar que o assessor de imprensa é um profissional que mantém contato regular com as redações, conhecendo os jornalistas (repórteres, pauteiros, chefes de reportagem e editores), seus interesses e a rotina de seus trabalhos. Sabe como funcionam os fluxos de produção e os horários de fechamento. (CHINEM, 2003, p. 12-13).

O jornalista jamais deve ser deixado de lado ou procurado somente quando o assessorado necessita. Manter boas relações com a imprensa, mesmo que não acredite, pode ser considerado essencial, uma vez que ele pode precisar divulgar seus trabalhos em algum veículo, através da assessoria. Assim como o assessorado busca divulgar seus passos, visando crescer na carreira profissional e se manter no mercado, o jornalista

busca notícias que também o manterão no veículo e que o farão conquistar ainda mais confiança.

Se o assessorado souber tratar um jornalista, ganhar sua confiança, pode depois conquistar feitos que jamais imaginou e, também, comemorar a parceria que se tornou sucesso entre ambos os lados. Mas a questão não é se amigar com o jornalista, e sim atendê-lo profissionalmente sempre que solicitado, para que ocorra o vice e versa.

Um assessor de imprensa tem que orientar seu cliente para priorizar o atendimento ao jornalista. Muitas vezes o repórter tem que fazer várias matérias durante o dia. Mesmo que ele tenha uma especialização, e seja um repórter de economia de um jornal, ainda assim é possível que tenha várias pautas a cumprir dentro daquela área específica. Se um repórter consegue realizar com facilidade seu trabalho, certamente se sentirá estimulado a voltar a entrevistar a mesma pessoa em outra ocasião. Sempre que bem atendido, o repórter é como o consumidor de todos os dias, ele sabe que se criou um relacionamento de confiança. (CHINEM, 2003, p. 81-82)

### **3.4 O que e porque deve ser evitado**

Muitas personalidades buscam de toda forma ganhar fama e sucesso, se esquecendo realmente que para isso, precisa instantaneamente de outras pessoas. Ninguém cresce sozinho, ninguém nasce para a fama, vindo de um pequeno canteiro de terra. Cada plantio deve ser pensado e calculado, para que o crescimento seja equilibrado e sem crises. Certo é que, muitas vezes, problemas não conseguem ser evitados, mas caminhar sobre eles, ou até mesmo deixá-los para trás, se souber onde interferir, é um diferencial. A cultura e a comunicação devem caminhar juntas, uma vez que elas servem uma para a outra como base.

A pressão que se generaliza por oportunidades de ganhar a vida, adequadas à efetivação do consumo potencial ou aspirado (emprego e salário), põe o sistema permanentemente em crise, pois revela o estado de um profundo desequilíbrio entre a população e as necessidades de consumo nas sociedades capitalistas periféricas como a brasileira. (LOPES, 2010, p. 21-22).

A cultura tem sido bem vista e produtiva nos últimos anos, ao país, mesmo que alguns acreditem que não. A crescente atividade de política cultural, histórica e artística, gera oportunidades ainda maiores, a cada ano. Entrar em uma carreira promissora eleva planejamento, muito mais que tempo, pois a produção pode ser em massa, mas se faltar qualidade, ela desaparecerá rapidamente, da mesma forma em que foi lançada.

Resolver um problema, complexo, pode gerar interpretações erradas, caso palavras inoportunas apareçam. E aí, o difícil é moldá-las sem interferências, uma vez que foi lançada para uma enorme nação que, assim, se encontrará desconfiada e desacreditada. Por isso, as resoluções de problemas podem ser uma das mais, ou a mais, importante solução para tal fato. “A produção cultural voltada para o mercado tem representado nos últimos anos um importante papel na atividade econômica geral do país, assumindo gradativamente a forma produtiva própria de outras mercadorias que circulam no mercado. (LOPES, 2010, p. 27).

O público hoje vive de notícias que leem em redes sociais e veículos de comunicação que os rodam. Tudo se tornou mais fácil e mais amplo. Algumas notícias não chamam atenção de leitores, enquanto outras puxam até mais tempo e cliques que o esperado. Saber o que noticiar é, de fato, um diferencial hoje.

Uma notícia manipuladora pode causar efeitos que jamais poderão ser desconstruídos e, por isso, mais uma vez, a importância de um assessor de imprensa. Ele sabe o que pode noticiar, sabe onde noticiar, os caminhos que devem ser percorridos, sem medo, e principalmente, sabe que, palavras matam, assim como um descuido médico em meio a uma operação.

“Disse o jornalista Charles Dana (1818-1879): ‘Quando um cachorro morde uma pessoa isto não é notícia, mas quando uma pessoa morde um cachorro, isto é notícia’”. (CHINEM, 2003, p. 38)

E nisso tudo há um fator importante a considerar: a ética, lembrando sempre que há casos em que não se pode voltar atrás. Em uma escola de comunicação o debate estava em um ponto em que se discutia que o comunicador teria tanta responsabilidade quanto um médico: ao final da conclusão a que se chegou foi a de que tanto o médico quanto o jornalista podem

matar – no caso desse último, na medida em que expõe, muitas vezes de forma irresponsável, as pessoas à opinião pública. (CHINEM, 2003, p. 61)

Como resumo deste, muitas personalidades só procuram a Assessoria de Imprensa quando algo já aconteceu, gerando crises, problemas e difamações. Quando tudo estiver posto a prova, buscar alguém para arrumar a bagunça sempre “é a melhor solução”, pelo menos na visão do contratante. Certo é que o assessor de imprensa saberá onde e como organizar e fazer o trabalho fluir de forma menos dolorida, mas, se solicitado antes, isso tudo poderá apenas ser um planejamento para caso ocorra de fato. Estar preparado para crise e conseguir burlá-la, é sempre mais fácil que limpar a sujeira imposta por ela, quando estourada. Mas, muitos não acreditam nisso e acabam deixando para depois o que poderia ser evitado. E isso pode gerar enormes problemas que jamais ganharão soluções, talvez.

“A reputação de uma pessoa é como a credibilidade de uma organização, o seu maior patrimônio”. (CHINEM, 2003, p. 85)

Qualquer situação que escape ao controle da empresa e que ganhe visibilidade pública pode ser considerada uma crise: um acidente, uma denúncia, uma violação de produto, uma greve, um assalto, uma crise envolvendo empregador e seus empregados, um processo judicial, uma concordata, uma reclamação dos clientes nos meios de comunicação e assim por diante. Seja qual for a origem da crise, o fato é que ela pode afetar os negócios de uma empresa, provocando perdas de lucros, além de colocar a reputação em dúvida, caso a situação não seja bem gerenciada. (CHINEM, 2003, p. 86)

### **3.5 Pautas e fontes**

Outro elemento crucial para a assessoria de imprensa é tornar a personalidade pública uma fonte para os jornalistas, que poderão procurá-lo sempre que necessário para determinados assuntos. Além disso, fazer com que, cada passo importante da

personalidade, seja noticiado ao maior número possível de pessoas, para conquista de fãs, fazendo assim com que a carreira deslanche.

Além de ser uma prestação à sociedade, por levar esclarecimentos e sanar dúvidas, a personalidade que se tornar fonte, seja para o assunto que conseguir, é uma grande oportunidade para ter a carreira emplacada na mídia, no exato momento em que a audiência está alta, o assunto está sendo mais comentado e/ou a carreira estiver passando por dificuldades de visibilidade. Aliás, esta é a obrigação da assessoria de imprensa, não deixar que a personalidade perca a visibilidade que conquistou ao longo da carreira. Mas, antes disso, é preciso fazer com que ela ganhe essa visibilidade, degrau por degrau, cuidadosamente calculados.

## **4 MEDIA TRAINING**

É de vital importância, em uma Assessoria de Imprensa, ter um profissional treinado e capacitado, que consiga se portar e falar diante à imprensa. Seja qual for sua função, o profissional deve ser capaz de responder perguntas totalmente convicto e sem demonstrar nervosismo ou dúvidas, o que poderia melar qualquer entrevista. Não apenas seu conhecimento e suas habilidades contam nessa hora, pois ele vai precisar também de técnicas e habilidade para não ser pego de surpresa, e se for, deverá ainda conseguir sair da saia justa, sem grandes problemas.

Essa tarefa de preparação é chamada de media training, que também é reconhecido como treinamento de imprensa. Este faz parte das atribuições diárias do trabalho de uma assessoria e é um instrumento importantíssimo de aprimoramento no relacionamento de mídia (rádio, jornal e TV) e com todos os públicos estratégicos, seja ele qual for. Ou seja, consiste em um treinamento intensivo dirigido às personalidades a fim de saberem se relacionar com a mídia no geral, saber o que e quando falar, onde e como devem permanecer e quais respostas devem evitar para que não gerem situações com mais pressão.

Um dos principais objetivos do treinamento é ensinar como a personalidade deve agir diante de situações de adversidades e também como fazer para evitá-las. Muitas crises começam devido a declarações equivocadas à imprensa, ou pelo simples fato de negar entrevistas à jornalistas.

Resumidamente, o treinamento de imprensa se divide em uma parte teórica, onde serão apresentados os conceitos básicos e técnicas, apresentados às personalidades, que devem seguir a risca o que lhes é apresentado, confiando no profissional que o acompanha. E uma parte mais prática, onde serão simuladas diversas situações onde o porta-voz se vê obrigado a aplicar o que aprendeu, para assim mostrar que está preparado para toda e qualquer situação que possa surgir.

### **4.1 Importância**

A importância desse treinamento se dá para que o assessorado, no caso personalidade pública, saiba como agir diante situações e jornalistas, sobre perguntas que podem gerar algum tipo de descontentamento ou sobre o que não responder. É de suma importância que este seja um caminho tomado por todo profissional que exerça essa função.

Por meio dessa ferramenta, as personalidades públicas compreendem melhor o papel importante e fundamental de uma assessoria de imprensa dentro da estratégia de carreira. Além disso, conhecem a rotina dos jornalistas, podem estar por dentro de tudo que acontecem e são pedidos aos ‘concorrentes’, podendo entender e propor pautas, com estratégias mais elaboradas. Isso pode tornar a personalidade, referência pelos jornalistas, sempre sendo convidados para entrevistas.

## **4.2 Convencer a personalidade**

Muitas as personalidades públicas relutam a entender a importância das estratégias para suas carreiras, como o media training, é necessário usar toda a habilidade do assessor de imprensa para elaborar argumentos pertinentes para que a opinião do cliente seja alterada, com paciência, pois muitas pessoas não entendem e/ou não compreendem os motivos para se investir em estratégias.

Com o pensamento e ação de que cada caso é um caso, os assessores de imprensa devem explicar aos clientes que a estratégia pode ser executada de diversas formas, dependendo do perfil e dos objetivos de cada personalidade para com sua carreira. Por isso a importância aqui dos signos, citados acima neste trabalho. Cada personalidade tem sua essência, que deve ser preservada, seus planos e seus objetivos, que devem ser incorporadas e seguidas pelos assessores, nunca substituídas, inventadas e/ou, acima de tudo

### **4.2.1 Preparação para crises**

O primeiro e mais importante argumento para justificar a importância e uso da prática do treinamento de imprensa. Os assessores devem se basear nela, claro, mostrando que se a personalidade souber se comunicar com o público, as crises, que não são momentos fáceis, poderão ser amenizadas ou impedidas. Se não souber se portar diante coletivas, entrevistas e demais pronunciamentos, a reputação poderá ser manchada, fazendo com que os mesmos percam fãs, patrocínios, o que gerem suas carreiras e, com isso, oportunidades ainda maiores no meio em que caminham.

Honestidade e transparência atraem mais público. O media training é fundamental e aparece justamente para isso. Simulações do cotidiano, de momentos que poderão ser enfrentado pela personalidade e que a preparação não irá comprometer sua imagem, pelo contrário, acrescentará e gerará mais oportunidades, além de credibilidade.

#### 4.2.2 Consolidação da imagem

Consolidação da imagem no mercado competitivo, frente aos seus concorrentes diretos e em um mundo onde se é preciso esperteza para o crescimento profissional. Um dos motivos que levam as personalidades a buscarem uma pessoa para os assessorem, é, justamente, a manutenção da imagem.

No entanto, o assessor de imprensa deve trabalhar em conjunto com a personalidade em tudo, desde o início. Escrever textos excelentes, emplacar pautas no dia a dia, elaborar um planejamento contundente, de nada adianta se forem discursos distintos, pelo contrário, fará com que a personalidade esteja menos protegida frente à tantos questionamentos que surgem.

Este treinamento é essencial para mostrar à personalidade, qual tonalidade ela deverá usar nos discursos, seja no local e da maneira que for solicitada. Um discurso único e consolidado, com forças em conjunto, entre assessor e personalidade, permite que quem está do outro lado perceba o que representa de fato a figura pública.

#### 4.2.3 Melhora do discurso

Um discurso/fala objetivo, com certeza, faz toda a diferença ao se comunicar com um enorme público regido pelas redes sociais, atualmente e frequentemente. Quando a personalidade é colocada em situações em que precisa responder questionamentos dos jornalistas, não este não for de forma eficaz, pode complicar sua imagem/carreira.

Quando uma pessoa não está apta para falar em público, acaba dizendo e fazendo coisas que podem receber uma interpretação duvidosa e negativa, o que aumenta ainda mais a importância de um treinamento, que permite aprimorar as habilidades da conversa. O assessor de imprensa consegue e ajuda a melhorar os pontos fracos e fortes na postura da personalidade, o que também passa credibilidade e melhora sua reputação, tornando-o mais comentado de forma positiva e gerando retornos esperados.

#### 4.2.4 Conhecimento da rotina jornalística

Uma personalidade, em diversos momentos, não entende o que se passa na vida, carreira e dia a dia de um jornalista. Conhecer a rotina dos profissionais da comunicação, faz com que não percam tempos com pautas que não serão emplacadas, escolham temas pertinentes e que saibam que serão publicados, e tenha ideia de sugestões para emplacar material aos jornalistas, que muito buscam em personalidades.

Por não serem da área de comunicação, na maioria dos casos, as personalidades públicas não têm noção de como funciona o trabalho e as escolhas para uma produção de conteúdos noticiosos. Assim, ideias fundamentais poderão ser aguçadas e sairão do papel mais rápido.

### 4.3 ‘Cada caso é um caso’

Não é porque não aconteceu com o outro, que não acontecerá com você. Com uma simples frase podemos abrir uma negociação para a importância da presença de um assessor de imprensa para carreiras iniciadas e/ou em crescimento. E, seja nos momentos de crise ou até mesmo em momentos delicados, ou seja em conquistas, elogios e/ou entrevistas, onde quer que a personalidade pública caminhe, algo a espera.

Nem sempre as crises são acompanhadas de porradas e, não tão diferente, as conquistas sempre trazem invejas e obsessões indesejadas. E a personalidade pública saberá como agir? Como, quando e onde procurar um jornalista para narrar ou informar o que está acontecendo em sua carreira? E se, mesmo com cuidado, algo escapar e os nomes que eram espelhos se tornarem vergonha? Cada caso é um caso e todos devem ser acompanhados por quem mais conhece do assunto, por quem sabe por onde caminhar e a melhor maneira para evitar problemas perigosos e silenciosos.

## **5 MATERIAIS E MÉTODOS**

Conforme salientamos na introdução, usaremos os dados obtidos na pesquisa com entrevistas. Tal pesquisa foi construída para buscar exemplos da importância de uma Assessoria de Imprensa para uma personalidade pública em início de carreira e mostrar que tal escolha pode deixar o caminho mais amplo e com muito mais oportunidades certas. Profissionais da Assessoria de Imprensa e personalidades públicas foram entrevistados, salientando tudo o que tratamos neste trabalho.

Foram elaboradas perguntas, moldadas sobre o estudo apontado acima, para indagar profissionais e personalidades públicas sobre os serviços ofertados e os benefícios pela escolha por uma Assessoria de Imprensa.

### **5.1 Perguntas**

- 1) O que levou você a trabalhar com AI?
- 2) Como é o mercado de AI voltado para personalidades em início de carreira?
- 3) Quando você apresenta seu serviço aos clientes, quais são as maiores dificuldades encontradas? Há muita resistência? Quais?
- 4) Quais as principais dificuldades em se trabalhar com AI voltada para este tipo de cliente?
- 5) Existe algum episódio em que você agiu de maneira eficaz e evitou problemas que poderiam ganhar repercussão maior, caso não houvesse uma intervenção de um profissional da Assessoria de Imprensa?
- 6) Em algum momento o cliente se negou a seguir as orientações do AI?
- 7) Quais são os serviços mais procurados pelos clientes que buscam uma Assessoria de Imprensa em início de carreira?
- 8) Quando há um início de crise, por alguma notícia ou algum ato do cliente, o que é mais importante levar em conta para que não seja agravado?

Como resultado foram escolhidas as respostas mais plausíveis e que explicasse os tópicos citados neste trabalho. Assim, as perguntas não foram especificadas no resultado, que foi elaborado com unificação das repostas.

## 6 RESULTADO E DISCUSSÃO

Um aspecto que nos chama a atenção é o procedimento em que os entrevistados apontaram para cada situação na carreira e as dificuldades, levam em conta seus desafios em iniciar seus trabalhos, em apresentar os mesmos e claro, conquistar confiança em um meio onde a confiança deveria prevalecer sem precisar ser muito pensada individualmente.

Outro item merecedor de um olhar é o de como os profissionais da Assessoria de Imprensa completam suas palavras, uns com os outros, mesmo que estão em caminhos diferentes na profissão. Os mesmos desafios, os mesmos caminhos diferentes clientes e um resultado que aponta como seus trabalhos são importantes e indispensáveis para quem quer iniciar uma carreira promissora nas mídias, sejam elas grandes e/ou de pequenos portes. Aqui serão citados e identificados como Assessor A, Assessor B e Assessor C.

Como o estudado, um dos maiores erros das personalidades públicas são de não contratar uma Assessoria de Imprensa, por vezes, se achando o bastante para lidar com situações complicadas. Entretanto, o mercado é bom, tem espaço para muita gente entrar, mas com um assessor de imprensa, oportunidades podem surgir mais rapidamente. Além disso, fácil pode ser aparecer, o difícil é se manter na mídia, não retrocedendo um trabalho que está sendo construído.

Segundo o Assessor A, “mesmo tendo espaço para todo mundo, é difícil às vezes emplacar alguns tipos de personalidades, pois todo mundo quer ser famoso, mas nem todos tem talento pra isso. Então precisamos criar conteúdos de altíssima qualidade para conseguir inserção em grandes mídias, é um trabalho bem difícil.”

Já o Assessor B acha que “nem todo mundo, em início de carreira, entende a necessidade ou a função da assessoria. A pessoa quer ver seu nome vinculado mas, muitas vezes, não entende que ela mesma precisa trabalhar em conjunto. Muitos não se preocupam com a formação desta imagem, a preparação para que ela seja forte suficiente pra aparecer e ficar. Aparições esporádicas não resolvem. É preciso trilhar uma estratégia que mantenha essa pessoa com opiniões suficientemente fortes para que queiram ouvi-la novamente”.

“O trabalho de um assessor é constante e deve trazer segurança para os gestores aos quais ele está subordinado. Muitas vezes os dirigentes fazem algo que não é recomendado pela assessoria e veem que isso traz consequências ruins”. Como cita o Assessor C, o trabalho além disso, precisa ser em conjunto, sem nada ser feito a parte por nenhum dos lados. Quanto mais um assessor conhece seu assessorado, mais a carreira poderá dar certo em equipe e aprendizados, dos dois lados.

Entretanto, mesmo com uma Assessoria de Imprensa, a personalidade pode encontrar problemas que devem ser cuidadosamente observados e resolvidos. Caro, como estudamos, a função deste seria de uma Assessoria de Imprensa, que, preparada, sabe os rumos que devem ser tomados. O Assessor 3 afirmou que “um Assessor de Comunicação deve agir com muita transparência com os veículos de imprensa e sempre disponibilizar informações de maneira clara e objetiva. Em Varginha-MG, posso citar dois casos especificamente: o assassinato de um jovem durante o 5ª da Boa Música (Projeto Social da Secretaria Municipal de Cultural) e a queda de uma placa de gesso no Theatro Capitólio (Casa de eventos culturais da cidade). Busquei esclarecer o máximo que pude a mídia, já que havia pessoas com viés político querendo aumentar e distorcer o que havia acontecido nas duas ocasiões.”. Portanto, agir com cautela e ser transparente é um caminho que a sociedade sempre espera de alguma figura pública.

Outro problema nem tão diferente, o Assessor A confirmou como uma mentira pode gerar turbilhões, às vezes até envolvendo autoridades, e se não for desfeita cuidadosamente, com as armas que devem ser utilizadas, a repercussão pode ser fatal. “Uma vez um cliente (pessoa pública, famosa) foi acusado de agressão por uma ex, mas isso não o ocorreu. Realizamos um trabalho com a ajuda de algumas mulheres feministas, e juntos escrevemos uma carta aberta com o cliente explicando sua versão sem ofender nenhuma mulher ou para que ele não usasse termos que sejam considerados machistas. Soltei esse material para a mídia, e a repercussão foi ótima, e os fãs pararam de perturbar o cliente. Inicialmente o mais importante é apurar os fatos e ver o que é verdade ou não, e após estratégia de comunicação informar o público o que houve, e se foi algo explícito pedir desculpas e não tentar se explicar, pois a maioria das vezes fica mais feio ficar criando desculpas”. Outra vez a transparência dos fatos mostrou que um problema maior pôde ser barrado perante a sociedade.

“Considero o momento da pessoa também a aprendi a respeitar isso. Às vezes é melhor esperar um pouco, em silêncio, ou mesmo justificar o ato sem parecer falsa-

desculpa. De maneira honesta. A verdade sempre ganha força, mesmo quando sua conduta não foi certa. E isso também te valoriza”. Como afirmou o Assessor B, o tempo também pode ser favorável, dependendo do assunto, se não exigir respostas imediatas. Por isso, tudo tem que ser pensado e calculado por quem melhor conhece o mercado, como as pessoas lidam com isso e quais as estratégias devem ser utilizadas.

Mesmo com tudo isso explícito, algumas personalidades ainda acreditam que podem ser seus próprios assessores, ou colocar alguém que não possui preparado para o cargo. “A dificuldade maior é explicar para o possível cliente, que a assessoria é um processo de construção de imagem. A grande maioria pensa que vai estar famoso, vai aparecer na mídia assim de cara, e não é bem assim que funciona. A maioria dos clientes querem aparecer em programas de TV específicos, emissoras específicas. Alguns querem visibilidade para verificar a conta do Instagram ou para conseguir permuta de roupas e produtos”, disse o Assessor A. O primeiro papel do assessor de imprensa é mostrar que o trabalho começa por baixo, calmo, sereno para assim conquistar um patamar mais alto no momento certo e com as escolhas corretas.

“Maior dificuldade é justamente fazê-la entender que ela precisa de uma disposição para início de trabalho, de captação de informações para que possamos montar uma estratégia. Ou mesmo a cobrança que existe porque todo mundo quer seu nome vinculado aos grandes meios de comunicação, que pouco espaço abrem para iniciantes”. O Assessor B confirma o fato que o Assessor A afirma acima, o trabalho não é fácil como imaginam, mas a Assessoria de Imprensa possui armas para que o caminho seja trilhado com um trabalho em equipe, entre as duas partes. Conhecer o cliente é de vital importância para que um assessor conquiste sua confiança e emplaque seu trabalho. “Sempre tem, mas normalmente esse filtro eu tento fazer antes até. Às vezes, em entrevistas, o personagem fala de maneira espontânea e pode falar mais do que deveria ou se expressar de forma errônea. Mas procuro sempre conhecer muito bem meu cliente e sempre converso antes, já sabendo seu perfil, para que não tenha necessidade de precisar consertar depois”, completou o Assessor B.

Em resumo, o Assessor C mostra que a clareza que o público gosta é a verdade, entretanto, as meias verdades podem esconder caminhos que não mudariam o desfecho e ainda abriria novas portas para caminhos que não ocupem o mesmo erro que estava sendo cometido. “Em toda minha carreira, tive a oportunidade de trabalhar com gestores sérios, que faziam de maneira muito competente tudo o que se propunham. O mais

importante é a transparência, a clareza e a agilidade para esclarecer o que houve. Muitas vezes há erros que devem ser corrigidos. Não adianta ficar negando e dizendo que se está correto. O público não gosta de ser enganado e reconhece quando houve uma falha que não foi intencional”.

A seguir, abordaremos as considerações finais de nosso apontamento, que deixou em aberto a escolha para que personalidades públicas possam refletir se aceitam o desafio e deslanchem nas carreiras com mais tranquilidade e oportunidades, ou se escolhem cometer erros e encobri-los depois, o que poderia ser evitado num pequeno primeiro momento.

## 7 CONCLUSÃO

Retomando nossa pergunta inicial, sobre o papel da Assessoria de Imprensa como ferramenta de divulgação e suporte comunicacional para personalidades públicas em início de carreira. Após os estudos e entrevistas, pudemos apontar que, sem uma equipe preparada de Assessoria de Imprensa e agindo com o que acham melhor, as personalidades públicas, principalmente em início de carreira, ficam expostas à crises, problemas sem soluções, críticas abrangentes e desistências brandas que podem levar o sonho que estava surgindo a desmoronar em segundos.

Concluimos que, aqueles que buscam a fama estão sujeitos a todo e qualquer tipo de problema pelo caminho, até porque estarão lidando diretamente com um enorme público, de todos os gostos, raças, costumes diferentes, o que torna a personalidade pública exemplo para alguns. Caso um assessor de imprensa esteja por perto, tudo fica mais fácil e a escolha das palavras, locais e/ou situações para pronunciamentos ou coberturas, como um leque de oportunidades.

Além disso, as personalidades públicas devem entender que, para chegarem onde querem e verem seus rostos sendo divulgados por veículos de comunicação renomados, tudo deve começar do chão. A Assessoria de Imprensa é responsável por conseguir entrevistas, divulgações, espaço, entretanto, eles sabem por onde começar e onde será o melhor caminho para atingir os maiores. Confiança em seu serviço, mas em conjunto com as personalidades, darão aos assessores ainda mais força e conhecimentos para que a carreira possa deslanchar.

Este artigo demanda um maior aprofundamento quanto às possibilidades encontradas e escolhidas pelas Assessorias de Imprensa, frente seus clientes, que possam vir a incrementar as informações estudadas. Apresentar às personalidades públicas informações contundentes de que eles precisam de um profissional do lado, mesmo que a carreira caminha normalmente, pode despertar interesse por este, que seria o caminho correto e menos perigo

## REFERÊNCIAS

- ASSESSORIA de Imprensa: o que é isso?. **Rede Comunicação**, 25 julho 2013. Disponível em: <<https://www.racecomunicacao.com.br/blog/assessoria-de-imprensa-o-que-e-isso/>>. Acesso em: 26 mai. 2020.
- BLIKSTEIN, Izidoro. **Kaspar Hauser ou a fabricação da realidade**. São Paulo: Cultrix, 1983. 95 p.
- CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. São Paulo: Summus, 2003. 181 p.
- IMPORTÂNCIA da Assessoria de Imprensa. **Infographya**, 12 set 2018. Disponível em: <<https://infographya.com.br/importancia-da-assessoria-de-imprensa/>>. Acesso em: 5 jun. 2020.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010. 172 p.
- MARIASCH, Alan. O que é Media Training?. **Rede Comunicação**, 10 jan 2014. Disponível em: <<https://www.racecomunicacao.com.br/blog/o-que-e-media-training/>>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- WATANABE, Renan. Por que figuras públicas necessitam de assessoria de imprensa? **Ingrediente Comunicação**, 06 setembro 2016. Disponível em: <<https://www.ingredientecomunicacao.com.br/por-que-figuras-publicas-necessitam-de-assessoria-de-imprensa/>>. Acesso em: 02 jun. 2020.
- ZANONI, Anelise. Com a pandemia, assessoria de imprensa é fundamental. **Coletiva Net**, 29 mai 2020. Disponível em: <<https://coletiva.net/colunas/com-a-pandemia-assessoria-de-imprensa-e-fundamental.359565.jhtml>>. Acesso em: 13 jun. 2020.
- PORTIOLLI, Caroline**. 4 justificativas para convencer o cliente a investir em media training. **Knewin**, 29 jun 2017. Disponível em: <<https://www.knewin.com/blog/4-justificativas-para-media-training>>. Acesso em: 30 nov. 2020.