

Estudo sobre as atividades da assessoria de imprensa do Boi Caprichoso¹

Juliana Pereira COSTA²
Luciane Costa COELHO²
Monique das Chagas ELEUTÉRIO²
Renan ALBUQUERQUE³

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

Resumo

O presente trabalho propõe-se a apresentar o tema referente a “Estudos sobre as atividades da Assessoria de Imprensa do Boi Caprichoso”. Para tal compreensão da proposta aqui apresentada, este artigo abordou as atividades que são desenvolvidas por tal assessoria, o papel do assessor e do assessorado, assim como os desafios e os benefícios na profissão, numa forma de conhecer mais acerca do trabalho deste profissional.

Palavras-Chave: Assessoria de imprensa; boi caprichoso; Amazônia.

Introdução

Muitos desafios, grandes conquistas. Assim é o trabalho de uma assessoria de imprensa. Que é composta por jornalistas e têm a função de lidar diretamente com repórteres, editores, diretores de jornais etc., além de conhecer as atividades, projetos, propostas e ideais da instituição ou cliente focado para, assim, elaborar releases e sugerir pautas noticiáveis para a mídia. Deve ainda divulgar eventos, montar clippings, dar orientações sobre como executivos e colaboradores devem se relacionar com a mídia. Mas seu principal papel é a divulgação.

Partindo do suposto, notemos as seguintes indagações: O que é trabalhado por uma assessoria de imprensa? Qual a veracidade das informações produzidas e divulgadas na mídia? E ainda, qual é a importância de uma assessoria de imprensa? Sendo assim, no artigo foi abordado o papel do assessor, do assessorado e da Assessoria de Imprensa do Boi Caprichoso e como estudo de caso deste trabalho foi estudada a

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 24 a 26 de maio de 2017.

² Graduandas em Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal Amazonas.

³ Docente de Comunicação Social/Jornalismo, Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia da Universidade Federal do Amazonas.

Assessoria do referido bumbá. No decorrer do estudo foram abordados pontos como: a história da assessoria, sendo ela no Brasil e no mundo, o profissional, os produtos e os serviços, ressaltando os desafios enfrentados pelo assessor de Imprensa.

Autores como Eugênio Bucci (2000), Jorge Duarte (2011), Graça Caldas (2011), Luciano Milhomen (2011) foram utilizados como fundamentação teórica, assim como as autoras Eva Maria (2013) e Marina de Andrade Marconi (2013), para o desenvolvimento da metodologia. A escolha da temática surgiu a partir da curiosidade em conhecer como é o trabalho desenvolvido por uma assessoria de imprensa, os desafios enfrentados diariamente por profissionais que atuam nessa área, bem como a importância de tal atividade. Por conseguinte, buscamos através deste estudo responder as indagações questionadas para se ter as possíveis respostas.

Referencial Teórico

Breve histórico do surgimento da atividade de assessoria de imprensa

As atividades de assessoria de imprensa, comunicação empresarial, organizacional, institucional ou ainda corporativa – termos que apresentam significados diferentes, mas que, por vezes, são utilizados para o mesmo fim –, surgiram no início do século XX, nos Estados Unidos, pela atuação do jornalista Ivy Lee, em 1906. (PECIN, 2010).

Segundo a autora, nos Estados Unidos a prática de assessoria de imprensa tornou-se mais comum depois da crise de 1929. O crack econômico e o consequente aumento do desemprego e da pobreza da população acarretaram uma situação ainda mais complicada para os empresários norte-americanos. A demanda social de informação impeliu governo e empresas a adotarem medidas estratégicas de comunicação a fim tornar os acontecimentos compreensíveis à sociedade.

A prática de assessoria de imprensa foi expandida rapidamente dos Estados Unidos para o Canadá e, logo após, para a Europa. Nesses países, a atividade esteve e está relacionada à área de atuação de profissionais relações públicas, cujo objetivo é promover a mediação entre as organizações, a mídia e o público, seja interno ou externo. A particularidade cabe ao Brasil, onde a atuação em assessoria de imprensa é competência de jornalistas, por tradição.

No Brasil, o desenvolvimento das atividades de assessoria de imprensa sofreu influência das técnicas norte-americanas de relações públicas. A vinda das

multinacionais ao país, potencializada pelo governo Juscelino Kubitschek, serviu para disseminar as práticas de relações públicas dentro das empresas brasileiras públicas e privadas. No entanto, algumas instituições já haviam demonstrado o uso sistematizado do jornalismo como estratégia de divulgação de informações governamentais, como o Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio, em 1909, no governo Nilo Peçanha.

Após a década de 1980, a profissionalização das assessorias de imprensa brasileiras acarretou outra dimensão da atividade. O ressurgimento da democracia, da liberdade de imprensa e dos direitos sociais criou a necessidade entre as organizações de se comunicarem aos diversos segmentos sociais. Como exemplo, a empresa Rhodia adotou a política de “portas abertas” à sociedade, com a qual conquistou visibilidade e credibilidade pública (PECIN, 2010).

Para Duarte (2003, p. 88), o crescimento do mercado de assessoria de imprensa tornou-se atraente aos jornalistas, que enfrentavam ritmo estressante de trabalho, baixos salários e pouca oferta de emprego nas redações devido ao enxugamento das funções. Com a oportunidade, os jornalistas ofereceram seu capital pessoal – trânsito junto aos colegas de redação, habilidade ao lidar com o poder, conhecimento sobre produtos informativos e ética profissional de respeito ao direito público da informação – e ganharam espaço de atuação.

Assessoria de imprensa

A atividade de assessoria de imprensa pode ser conceituada como a gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e imprensa. Busca essencialmente atender as demandas por informações relacionadas a uma organização ou fonte em particular. O exercício dessa atividade no Brasil é especializado e realizado, na maior parte das vezes por profissionais com experiência ou curso superior em jornalismo (DUARTE, 2011, p. 51).

A Assessoria de imprensa não era vista como uma instituição para fiscalizar o poder, era apenas uma extensão das necessidades de comunicação do governo (BUCCI, 2000, p. 18). O trabalho de uma assessoria de imprensa está baseada em três pilares principais: o assessorado (que pode ser pessoa física ou jurídica), o assessor (que também pode ser uma pessoa física ou uma empresa de assessoria) e o objeto da assessoria, ou seja, a informação (eventual ou de periodicidade regular), que normalmente envolve a imagem do assessorado (MILHOMEN, 2011, p. 330). De

acordo com o autor o assessorado é o cliente. É quem contrata e paga o assessor e define, *a priori*, o que tem interesse ou não em divulgar na imprensa. O assessor fará, portanto, o trabalho de divulgação conforme os interesses do cliente. A informação é objeto de divulgação eleito pelo assessorado. Essa informação poderá ser notícia ou não. Se for, tanto melhor. Se não for o cliente e seu assessor de imprensa terão dificuldades pela frente.

A assessoria de Imprensa é, essencialmente, administração do fluxo de informação e relacionamento entre fontes de informação e imprensa, mas a expressão pode remeter a estrutura, área ou setor, processo, função ou técnica (DUARTE, 2011, p. 68). Nas assessorias de Imprensa públicas ou privadas, a preocupação que move os profissionais é, em última instância, a conquista de uma imagem positiva da instituição perante a opinião pública. O desafio dos profissionais de comunicação das assessorias é, portanto, não só contribuir como consolidar essa imagem. A competitividade crescente no mundo dos negócios levou à qualificação e à especialização dos profissionais que atuam na área. A informação passa a ser investimento, *business*, um capital de alto valor na sociedade moderna.

Sobre a Associação Boi Bumbá Caprichoso

A associação cultural boi bumbá caprichoso, mais conhecida como boi caprichoso, é representado pela cor azul e é uma das duas agremiações de boi bumbá rivais que competem anualmente o festival folclórico de Parintins, no Amazonas.

Desde a última data do aniversário do boi, em 14 de outubro, foi definido em assembleia que o boi passaria a ter uma Associação Cultural e não mais uma Associação Folclórica como se definia anteriormente.

O caprichoso defende as cores azul e branco. Seu símbolo é a estrela azul, a qual exhibe em sua testa. O nome caprichoso teria um significado intrínseco a ele, isto é, pessoas cheios de capricho, trabalho e honestidade.

O sufixo, “oso” significa provido ou cheio de glória, quando somados, “capricho” mais “oso”, pode-se dizer que é extravagante e primoroso em sua arte. O local da realização dos festejos particulares, conhecido popularmente como curral, é chamado de Zeca Xibelão, uma homenagem ao primeiro tuxaua do boi bumbá caprichoso falecido em 1988, e se localiza na parte considerada como azul da cidade. Quem separa os lados de cada bumba é a Catedral de Nossa Senhora do Carmo.

Os elementos que compõem o boi são: as toadas, a galera, os rituais e os campeonatos. E os itens que concorrem no campeonato são: levantador de toada, apresentador, amo do boi, sinhazinha da fazenda, cunhã-poranga, porta-estandarte, rainha do folclore e pajé.

A associação em si é composta por diretoria, assessoria, projeto de arte, entre outros. É uma empresa que funciona para serem discutidos todos os interesses do boi, do que será produzido no ano todo e não só na temporada do festival.

Esta associação também promove projetos sociais. Desde 1997, mantém através de sua fundação a Escola de Artes “Irmão Miguel de Pascale”, conhecida também como “Escolinha de Artes Caprichoso”, cujo objetivo é atender demandas sociais, seja na parte artística, musical, seja no auxílio de reforço escolar e apoio ao esporte, com o intuito de ajudar os jovens parintinenses a se desenvolverem socialmente. .

Metodologia

O trabalho apresentou pesquisa descritiva. A natureza da pesquisa é qualitativa, pois é traduzida por aquilo que não pode ser mensurável, ou seja, a realidade e o sujeito são elementos insociáveis. Os métodos de abordagem são técnicas suficientemente gerais para se tornarem procedimentos comuns a uma área da ciência ou a todas as ciências. A escolha realizada foi o do estudo dedutivo. A coleta de dados se deu por gravador e aparelho celular. A população estudada foi de profissionais que atuam na área de assessoria de imprensa, especificamente no Boi Caprichoso. Em seguida analisaram-se entrevistas de maneira qualitativa. Foram avaliados os dados coletados para o desenvolvimento do trabalho.

Resultados e discussão

Atividades da assessoria de imprensa do boi Caprichoso

Os resultados apontaram, primeiramente, para o fato de que os cinco profissionais de imprensa que trabalham na Associação Boi Bumbá Caprichoso afirmaram que a assessoria de imprensa do Bumbá tem objetivado fomentar positivamente a imagem institucional do boi o ano todo e não apenas na época do festival – e isso tem sido notado como um ganho institucional e social para os brincantes e sócios do bumbá. A assessoria é constituída por um coordenador, dois repórteres, um assessor responsável pela mídia social do bumbá e por enviar e-mails a

veículos de comunicação do Amazonas e de outros Estados do Brasil, além de dois fotografos.

Um dos entrevistados salientou que dentro do boi caprichoso existe uma assessoria de imprensa e não uma assessoria de comunicação como se poderia supor, afirmando que uma assessoria de comunicação é algo mais abrangente, que envolve não só o jornalismo, mas requer o auxílio de outros profissionais das áreas de publicidade e relações públicas, além de marketing e webdesigner. No caso da assessoria do boi Caprichoso, é somente composta por jornalistas e estudantes de jornalismo.

Desde a última assembleia que ocorreu no aniversário do boi, no dia 14 de outubro de 2015, o Caprichoso passou a ter uma Associação Cultural e não mais uma Associação Folclórica, pois é algo que atinge tanto a comunidade local, quanto a sociedade amazonense e de outras partes do país. “O objetivo dessas mudanças é ampliar a captação de recursos para maiores investimentos dentro e fora do festival de Parintins, assim como em ações sociais ao longo do ano inteiro para que as atividades dentro do boi não fiquem só restritas no período do festival” (GERLEAN BRASIL, assessor de imprensa do Caprichoso, informação verbal, entrevista de campo, 2015).

Trata-se de estratégia, segundo o entrevistado, para indicar, por parte dos diretores do Caprichoso, que o boi azul tende a estar presente junto a seu público em Parintins de maneira contínua. A divulgação acontece de modo contínuo, como foi afirmado, tendo em vista positivar a inserção do boi bumbá Caprichoso fortemente junto ao imaginário do torcedor.

A função da assessoria do Caprichoso

Como mencionado acima, a Assessoria de Imprensa do Caprichoso é composta por coordenador (com funções de editor-chefe), repórter, editor-assistente, fotógrafo entre outros. As funções desses profissionais são distribuídas dessa forma:

O coordenador é quem trabalha as pautas durante a temporada de construção do boi de arena, vinculado ao projeto formatado pelo Conselho de Arte do Caprichoso. Os dois repórteres ficam responsáveis em conseguir informações para a construção de matérias; os fotógrafos para captar imagens; além de uma pessoa responsável pelas mídias sociais para divulgar matérias jornalísticas sobre as atividades do boi, sendo o trabalho acompanhado diariamente pelo coordenador.

De acordo com o repórter Gerlean Brasil, além do trabalho da assessoria ser realizado em Parintins eles também têm o apoio da assessoria de imprensa de Manaus, que é composta somente pelo jornalista Roberto Sena, especializado em mídias sociais. Esse auxílio contribui bastante na divulgação do boi, em uma forma de aproximar cada vez mais o bumbá não só do torcedor, mas dos veículos de comunicação do Amazonas.

Todo o material produzido pela assessoria é divulgado de imediato na mídia, seja em eventos do boi ou pequenas apresentações, pois tudo se transforma em notícia e logo é divulgado nas redes sociais do boi Caprichoso, pois se nota que existe a página oficial no facebook com mais de 80 mil seguidores, assim como o instagram e também o site oficial, que é www.boicaprichoso.com.br. “As matérias publicadas são específicas sobre a cultura do boi bumbá caprichoso, numa forma de levar ao patrocinador e ao nosso torcedor e sócio o que está sendo produzido o ano inteiro e não só na temporada” (GERLEAN BRASIL, assessor de imprensa do Caprichoso, informação verbal, entrevista de campo, 2015).

Na visão dos assessores do boi caprichoso, a atual diretoria contribui bastante para o desenvolvimento de um bom trabalho, pois ampliou a aproximação do boi com as imprensas do Amazonas e de outros Estados, facilitando com que os leitores tivessem mais interesse em ler os conteúdos produzidos pela assessoria. “Uma das principais questões que o assessor preza é no que diz respeito em somente promover a imagem do Boi, pois a diretoria tem total confiança no trabalho dos assessores” (BRUNA KARLA, assessora de imprensa do Caprichoso, informação verbal, entrevista de campo, 2015).

De acordo com Gerlean Brasil, o fato de a atual diretoria depositar confiança e reconhecer o trabalho dos assessores é gratificante, ressaltando que em hipótese alguma é imposto algo a eles somente para se alcançar interesses por parte da diretoria. A meta é incentivar a divulgação do bumbá junto ao público. Além disso, é compreensível por parte da assessoria que quem ganha no final são todos que compõem a Associação Boi Bumbá Caprichoso, mas nesse caso o mais importante é promover a imagem pessoal da Associação.

Os desafios e os benefícios de assessorar o Boi Caprichoso

Nesse capítulo serão abordados os desafios e os benefícios em assessorar o boi caprichoso.

No comentário de um dos entrevistados, percebeu-se que embora a equipe seja pequena, o trabalho desenvolvido pelos profissionais é gratificante, pois segundo o assessor Gerlean Brasil, o interesse e a paixão pelo boi Caprichoso se inserem no contexto do trabalho e se colocam acima de interesses pessoais.

Encontram-se muitos desafios, pois o boi tem essas adversidades, como foi mencionado na fala de Brasil, o boi não tem dinheiro o ano todo e muitas pessoas se dedicam ao trabalho muitas vezes de forma voluntária para que não deixe cair tudo o que vem sendo produzido durante o ano todo, para justamente evitar que as atividades não fiquem limitadas somente na temporada.

Além dos desafios que quase sempre existem, há também a satisfação, os benefícios em trabalhar e atuar na Assessoria do Bumbá. Como enfatizou Gerlean Brasil, “apesar desse boi ser de pano e dar muito trabalho, mas é sempre satisfatório trabalhar com ele e para ele, e poder ter a oportunidade de ter contato com a imprensa nacional e internacional, sempre adquirimos experiências boas. Essa área traz muitos benefícios para a vida profissional, proporcionando uma grande visibilidade e a possibilidade de se adquirir experiência para a profissão”.

Portanto, para que se mantenha o trabalho de assessorar o boi bumbá, o grupo de assessores enfatiza que as perspectivas vão ser sempre as melhores possíveis, fazer sempre com que o boi cresça mais, que se profissionalize cada vez mais o trabalho de comunicação dentro do boi. A diretoria entende isso e dá todo o suporte necessário para ajudá-los, por mais que existam os problemas, como a falta de recurso e em certos momentos ausência de reconhecimento pelo trabalho, à diretoria não mede esforços para incentivá-los a manter o trabalho de divulgação do boi caprichoso.

Conclusão

Conclui-se que o estudo abordado nos possibilitou melhor compreensão acerca da assessoria de imprensa do boi bumbá. Ficou claro que a assessoria de imprensa do Caprichoso desenvolve um trabalho pensando sempre na divulgação institucional da imagem da associação cultural, embora com muitas dificuldades, como a falta de reconhecimento pelo trabalho desenvolvido com esforço e satisfação, pois o que eles prezam é a paixão pelo boi. Notou-se que a assessoria do Caprichoso, em certa medida, é realizada de maneira um tanto controversa, pois na medida em que a diretoria do boi cobra ações efetivas de divulgação de ações não se retribui financeiramente aos

profissionais atuantes na assessoria do bumbá azul. Pelo menos essa questão foi apresentada de modo latente nos depoimentos coletados. Ou seja, não existiu uma declaração direta relacionada ao tema.

Por outro lado se percebeu nas entrelinhas do discurso, que há sempre uma gratidão por parte da assessoria em adquirir oportunidade de poder entrar em contato com outras imprensas, tanto nacional quanto internacional, sendo assim faz com que eles contraem mais experiência para a vida profissional, pois o que ficou claro nas entrevistas é que eles não adquirem preparação para atuar na área, não se profissionalizam, contam somente com o que aprenderam durante a vida acadêmica.

Portanto, embora o trabalho desta assessoria seja carregado de muitos desafios, o grupo de assessores do boi caprichoso tem total liberdade sem interferência para divulgar no que se refere às atividades da empresa da qual eles representam. Fato que se dá com muito esforço e dedicação no exercício da profissão. O que para eles é sempre motivo de orgulho e exatidão representar o boi caprichoso.

Referências

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: companhia das letras, 2000.

CERVO, Amado Luiz. BERVIAN, Pedro Luiz. **Metodologia científica**. 4ª ed. São Paulo: MAKRON BOOKS, 1996.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências Humanas e Sociais**. 5. Ed- São Paulo: Cortez, 2001.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 4º ed.- São Paulo: atlas, 2011.

MARCONNI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimento básicos, pesquisa bibliográficas, projeto relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7ª ed., 8ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2013.

PECIN, Giselle Dias Galindo. **Um Estudo sobre a Assessoria de Imprensa como Atividade Jornalística**. Goiás, 2010.

SAVERI, Marília. **Assessoria de imprensa em busca de ressignificação: como a revolução das mídias está reinventando a comunicação nas organizações**. São Paulo, 2013.

SOUZA, Priscilla Caroline de Paula. **A importância da assessoria de imprensa nas organizações: um diagnóstico da comunicação do supermercado escola**. Viçosa / MG Novembro de 2008.