

**Encontro Inter-regiões - Centro-Oeste**Centro-Oeste - Evento virtual  
De 1 a 31 de outubro de 2020**EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO**

<b>INSCRIÇÃO</b>	00326
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
<b>CAMPUS</b>	Campo Grande
<b>CIDADE</b>	Campo Grande
<b>UF</b>	MS
<b>CATEGORIA</b>	JO
<b>MODALIDADE</b>	JO02
<b>TÍTULO</b>	Assessoria de imprensa para Golden Odontologia
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Mariana Moreira Azambuja Batista
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Jornalismo
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Gabrielle Tavares Rodrigues (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul); José Victor Marçal Câmara (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul)

**DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:**

O Projeto de Assessoria de Imprensa para a Golden Odontologia foi desenvolvido na disciplina de Assessoria de Imprensa e Comunicação do quinto semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. O trabalho foi aplicado junto à cirurgiã-dentista Caroline Moreira, proprietária da clínica odontológica, que além dos atendimentos convencionais, realiza tratamentos gratuitos para moradores em situação de vulnerabilidade da região, atendendo principalmente pacientes com paralisia cerebral, encaminhados pela associação Cotelengo Sul-Mato-Grossense, uma instituição filantrópica mantida pela Igreja e voluntários. Durante o briefing, a cliente relatou ter dificuldade em estabelecer uma comunicação midiática, e por esta razão, a assessoria de imprensa foi requisitada. Para a realização do projeto, definimos como principal objetivo atender as necessidades comunicacionais da clínica com o público interno e externo. Após a conversa inicial com a nossa assessorada, traçamos as forças, determinamos as fraquezas, listamos as oportunidades e enumeramos as ameaças por meio do método Swot (Fofa). Como assessores, pudemos criar ferramentas e estratégias de assessoria de imprensa para divulgação dos serviços da empresa. Planejamos então, a criação de perfil da clínica através das redes sociais que pudesse ser usado para a interação entre os serviços odontológicos oferecidos e a captação ativa de eventuais pacientes/clientes.

**DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:**

A revisão bibliográfica foi o primeiro passo para a realização do projeto, permitindo o embasamento das atividades desenvolvidas a posteriori. Para as ações, realizamos entrevistas com a nossa assessorada, para identificar em seus depoimentos, as maiores dificuldades e necessidades comunicacionais da empresa. Prospectamos pautas para os releases e definimos temas que seriam abordados para criar uma imagem comunicacional da nossa cliente junto à comunidade. Após a identificação das necessidades comunicacionais, traçamos o planejamento de assessoria de acordo com o diagnóstico do método Swot (Fofa). Constatamos que a cliente possuía dentre as suas forças, a ligação com o trabalho voluntário, se destacando em meio a uma classe profissional conhecida por ser elitista e desunida. Por esta razão, decidimos destacar este ponto durante o briefing, para nos gerar conteúdo para a produção dos releases em seguida. Compomos então um mailing com os veículos de comunicação que definimos como mais interessantes e propensos a receberem notícias e conteúdos da nossa assessorada. Analisamos as redes sociais dos concorrentes para definirmos o que era essencial evidenciar no perfil ainda inexistente da Golden Odontologia. Em outro momento, estudamos e traçamos estratégias para um eventual gerenciamento de crises, e na forma que a assessoria poderia intervir e auxiliar na restauração da imagem da nossa cliente. Planejamos um evento nomeado de "Dia dia Bem" para nos dar respaldo e conteúdo para os releases enviados. E por último, criamos um padrão de clipping a ser seguido para acompanhar a nossa assessorada.

**DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

Durante o andamento do projeto de assessoria, criamos a página da Golden Odontologia na rede social Instagram, reforçamos a

identidade visual que a cliente já possuía, estabelecemos um cronograma de postagens e conteúdos a serem trabalhados, aliando sempre os serviços oferecidos à uma odontologia humanizada e restauradora. Criamos o mailing com os principais veículos de comunicação da cidade. Os releases enviados priorizaram o cunho social desenvolvido pela nossa assessorada em seus atendimentos odontológicos, diagnosticado previamente através do Swot (Fofa) como uma força. Após um balanço geral de todas as atividades desenvolvidas ao longo do semestre, avaliamos a experiência como produtiva para nós, futuros assessores. Colocamos em prática os conceitos adquiridos em sala de aula e obtivemos uma experiência positiva, próxima da realidade do mercado de trabalho e do relacionamento entre mídia e assessorado.