
Projeto de Assessoria de Imprensa: Instituto Autismo no Amazonas¹

Bruna Lucyanna Oliveira dos SANTOS²
Larissa Cezar de Souza CAVALCANTE³

Mirna Feitoza Pereira⁴

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

Resumo

O projeto de assessoria de imprensa desenvolvido consiste em um planejamento estratégico para o Instituto Autismo no Amazonas, que atua junto a crianças com o transtorno do Espectro Autista, com o intuito de fortalecer a imagem da instituição junto à opinião pública criando assim uma representativa mais ativa, a fim de estreitar o relacionamento entre a organização e a mídia de modo a viabilizar novos parceiros e voluntários, além de sensibilizar a população para inclusão social dessas pessoas. O produto foi realizado no decorrer da disciplina Assessoria de Imprensa, no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam) e consiste na concretização da articulação entre teoria e prática.

Palavras-chave: Assessoria de Imprensa; Jornalismo; Autismo; Instituto Autismo no Amazonas.

1 INTRODUÇÃO

Estima-se que o Brasil possua cerca de dois milhões de autistas⁵, no Amazonas a síndrome atinge mais de 20 mil pessoas. Por isso, este trabalho apresenta uma proposta de assessoria de imprensa para o Instituto Autismo no Amazonas, em virtude da demanda reprimida na prestação de serviços voltados a esta categoria.

O Transtorno do Espectro Autista (TEA) afeta vários aspectos da comunicação em seu portador, além de influenciar no comportamento do indivíduo. Os sintomas se apresentam desde os primeiros meses de vida e caracterizam-se pelo déficit de comunicação social, interesses restritos e repetitivos. Crianças autistas apresentam

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, na modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa. .

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Ufam, email: brunalucyanna@gmail.com.

³ Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da Ufam, email: cavalcanteslarissa@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Ufam, email: mirnafeitoza@gmail.com

⁵ Disponível: < <http://www.usp.br/espacoaberto/?materia=um-retrato-do-autismo-no-brasil>> Acesso em: 05 de maio de 2016.

dificuldade de passar por tratamento adequado no Brasil, além dos obstáculos para conseguir um diagnóstico, requisito primordial para realização de tratamento.

O Instituto Autismo no Amazonas surgiu da experiência pessoal dos criadores do blog *Autismo no Amazonas*⁶, com o intuito de informar e discutir sobre a síndrome, além de compartilhar histórias e experiências. A procura por orientação tomou grande proporção levando os fundadores a concretizar o que já vinham realizando através do site, efetivado por meio da criação do Instituto.

A partir dos problemas que o Instituto apresenta, vimos à oportunidade de ajudar e incentivar a organização social, atuando como voluntárias na área da comunicação, assessorando a imagem da instituição e produzindo conteúdos jornalísticos.

Para produção deste projeto seguem-se os prefixos de assessoria de imprensa sendo estes essenciais à administração do fluxo de informação e relacionamento entre fontes de informação e imprensa, Torquato (1986) diz que:

“a comunicação empresarial sistêmica dá unidade a um conceito de empresa, harmonizando interesses, evitando a fragmentação do sistema, promovendo, internamente, sinergia negocial e, externamente, comportamentos e atividades favoráveis à organização”. (TORQUATO, 1986, p.68)

O projeto de assessoria visa consolidar a imagem da instituição perante a sociedade através da imprensa. Assim como estimular a credibilidade da organização, alcançando a opinião pública em relação ao assunto:

“Tornar público, via imprensa, o trabalho da instituição, tem como finalidade uma prestação de contas à sociedade, para que ela possa avaliar o que está sendo feito e verificar se está de acordo com os seus interesses e necessidades, tornando-se, assim, uma aliada da organização e, portanto, comprometida com sua manutenção.” (DUARTE, 2008, p.149)

Pretende-se também reorganizar as mídias sociais para que estejam presentes todas as informações necessárias para o público, utilizando uma linguagem clara e de fácil entendimento. Assim como a mudança na diagramação e no *layout* do site, tornando-o interativo e atrativo para os usuários. Além da divulgação do Instituto no *Fest Imprensa*⁷, evento realizado na Universidade Federal do Amazonas, pelos alunos do quarto período de jornalismo, onde são apresentados produtos e serviços em

⁶ Disponível em: <<http://www.autismonoamazonas.com/>> Acesso em: 05 de maio de 2016.

⁷ Disponível em: <<http://www.ufam.edu.br/index.php/noticias-bloco-esquerdo/5380-ii-fest-imprensa-expoe-trabalhos-e-inova-relacao-com-comunidade>> Acesso em: 05 de maio de 2016.

assessorias de imprensa desenvolvidos para organizações sociais de diferentes setores e possui a presença da mídia local, permitindo estreitar o relacionamento entre a organização e a mídia.

2 OBJETIVO

O objetivo do projeto de assessoria é fortalecer a imagem do Instituto Autismo no Amazonas junto à opinião pública criando assim uma representativa mais ativa.

Além de divulgar as atividades da entidade junto a seus diversos públicos (interno e externo), através de veículos de comunicação da capital, inicialmente, e posteriormente do interior do estado; E tornar a entidade uma fonte de informação referencial sobre a temática junto a jornalistas dos mais diversos veículos de comunicação e profissionais das mais diversas áreas.

3 JUSTIFICATIVA

O Transtorno do Espectro Autista afeta vários aspectos da comunicação, além de influenciar no comportamento do indivíduo. Segundo dados do *CDC* (Centro de Controle e Prevenção de Doenças), órgão ligado ao governo dos Estados Unidos, existem hoje um caso de autismo a cada 68 crianças⁸. É mais comum em meninos, um em cada 70 indivíduos, ao passo que as meninas têm menor risco, a proporção é de quatro a cinco meninos para uma menina.

Dessa forma, estima-se que o Brasil, com 200 milhões de habitantes, possua cerca de dois milhões de autistas. São mais de 300 mil casos apenas do Estado de São Paulo. No Amazonas, a síndrome atinge mais de 20 mil pessoas, a estimativa é do vice-diretor do Instituto Autismo no Amazonas, Joaquim Melo.

Apesar da Lei 12.764/2012⁹ em que a pessoa com autismo tem o direito ao atendimento multiprofissional, no entanto, para Joaquim Melo – fundador do Instituto - a aplicação da lei é tímida por parte do poder público e o estado do Amazonas é deficiente em profissionais especializados que realizem o diagnóstico precoce, o que

⁸ Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/noticia/saude/uma-em-cada-68-criancas-tem-autismo-nos-eua>> Acesso em: 03 de maio de 2016.

⁹ Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112764.htm> Acesso em: 03 de maio de 2016.

dificulta o tratamento do transtorno. Contudo, apesar de numerosos, os milhões de brasileiros autistas ainda sofrem para encontrar tratamento adequado.

Apesar de o autismo ter um número expressivo de incidência, apenas em 1993 a síndrome foi inserida na Classificação Internacional de Doenças da Organização Mundial da Saúde¹⁰. A demora da inclusão do autista neste ranking é o reflexo do pouco que se sabe sobre a síndrome. Ainda nos dias de hoje, o diagnóstico é impreciso, e nem mesmo um exame genético é capaz de afirmar com precisão a incidência da síndrome.

A intervenção precoce realizada no surgimento dos primeiros sinais de risco da síndrome, evita que o desenvolvimento dessas crianças se encaminhe para transtornos ou deficiências graves. Ademais, o diagnóstico precoce é fundamental para estimular a criança na comunicação e socialização.

Diante destas lacunas, o desenvolvimento do projeto de assessoria de imprensa tem o intuito de fortalecer a imagem do Instituto Autismo no Amazonas junto à opinião pública criando assim uma representativa mais ativa. E ao tornar público às ações que a organização realiza um número significativo de pessoas poderão se interessar em participar da Instituição e contribuir para o desenvolvimento destas crianças.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto de assessoria para o Instituto do Autismo no Amazonas usará ferramentas do jornalismo para firmar e fortalecer a imagem da instituição diante do público através da imprensa, de forma que consiga mais parceiros e aliados para o Instituto, tendo como base os deveres de uma assessoria.

O projeto visa o aparecimento da instituição na mídia com maior frequência, não somente no dia mundial de conscientização do autismo, dois de abril, como é de costume. Por tratar-se de um tema de grande relevância social à população e a este projeto, o autismo, deve ter o seu espaço dentro das mídias, e considerando o papel do Instituto Autismo no Amazonas na transmissão de informações, na prestação de serviços à comunidade e capacitação relativas à síndrome, torna-se essencial à adoção

¹⁰ Disponível em:

<<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/Transtornos%20Invasivos%20do%20Desenvolvimento%20-%203%C2%BA%20Mil%C3%AAnio.pdf>> Acesso em: 03 de maio de 2016.

de estratégias para que o público crie um vínculo com o Instituto, aumentando a visibilidade nos meios de comunicação, tornando-o assim, parte do cotidiano “que permitirá a empresa criar um vínculo de confiança com os veículos de comunicação e sedimentar sua imagem de forma positiva na sociedade”. (FENAJ, 2007, p.10.)

Através da assessoria de comunicação, o Instituto poderá ser figura cativa nos meios de comunicação em geral, através de uma equipe que estará direcionada para trabalhar a imagem da organização, tendo em vista que o papel do assessor de imprensa mudou bastante ao longo dos anos, segundo KOPPLIN (2009) a mudança no perfil do assessor se deve a fatores:

“... o assessor que, cada vez mais, deixa de ser quem entulhava as redações com incontáveis e insípidos releases, movidas apenas pela ânsia de ver as notícias de suas assessoradas divulgadas, para se transformar em mediador e facilitador da circulação de notícias relevantes e interessantes” (KOPPLIN, 2009, p. 7).

Considerando todas as mudanças no perfil do assessor, essa assessoria se presta a oferecer ao Instituto Autismo no Amazonas todas as ferramentas necessárias ao projeto, mostrando a eficácia no gerenciamento de crises da forma correta, visando maior participação da sociedade na causa institucional.

De acordo com a FENAJ (2007), as funções da Assessoria de Imprensa são:

- Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits;
- Relacionamento formal e informal com os pauteiros, repórteres e editores de mídia;
- Acompanhamento de entrevistas de suas fontes;
- Edição de jornais, revistas, sites de notícia e material jornalístico para vídeos;
- Preparação de textos de apoio, sinopses, súmulas e artigos;
- Organização do mailing de jornalistas;
- Clipping de notícias (impressos, Internet e eletrônicos);
- Arquivo de material jornalístico;
- Participação na definição de estratégias de comunicação.

Embasados por esse novo molde em assessoria de imprensa, a equipe buscará o prestígio e o reconhecimento do projeto que será desenvolvido na instituição, junto aos meios de comunicação, estabelecendo um canal com o seu público, conquistando assim notoriedade, respeito e espaço nas mídias. Somente profissionais habilitados e

capacitados poderão exercer esse papel com eficácia, pois conhecem os caminhos e ferramentas certas para chegar ao resultado esperado.

Segundo DUARTE (2008), esse prestígio é alcançado quando a instituição aparece de forma adequada na mídia, isto é, quando a divulgação vem como forma de uma reportagem ao invés de um anúncio, dessa forma, ela acaba tendo mais credibilidade.

O prestígio proporcionado pela presença adequada da instituição na mídia é uma das estratégias para conseguir tudo isso. Enquanto o espaço publicitário é pago, o que, para o público, pode ser interpretado como um lugar em que a instituição só diz o que lhe convém, a divulgação de notícias e reportagens sobre a empresa e na empresa é gratuita e, dessa maneira, assume caráter de imparcialidade, o que, conseqüentemente, aumenta a credibilidade do que é dito sobre a instituição. (DUARTE, 2008, p.150).

Logo, o assessor de imprensa deve ser o mais capacitado possível para trabalhar de forma que auxilie a imprensa a divulgar o Instituto do Autismo no Amazonas, e que tenha agilidade em suas informações e possa se tornar uma organização de prestígio na mídia e notoriedade. Uma assessoria tem que ter seu espaço na mídia para que possa informar tudo que está acontecendo em relação ao seu assessorado. Logo, o assessor precisa ser um profissional que diariamente cria e aprimora seu relacionamento com os veículos de comunicação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O passo inicial para a viabilização do produto foi escolher organizações em que a equipe se identificasse com as atividades que a entidade desenvolve. Após a definição do assessorado, estabeleceu-se um cronograma com as tarefas programadas dentre elas estavam pesquisa documental, visitas técnicas a sede do Instituto, entrevistas com voluntários da organização e realizar um Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa para a instituição.

O planejamento foi elaborado segundo a descrição de *Eduardo Ribeiro* e *Gisele Lorenzetti* no capítulo treze *Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa* presente no livro *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica*.

O *Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa* é uma atividade da área da comunicação desenvolvida com o objetivo de estabelecer o relacionamento entre uma pessoa física, entidade, empresa ou órgão público, no caso, o Instituto Autismo no Amazonas, e a imprensa. A proposta da equipe é fortalecer a imagem da entidade junto à opinião pública, criando assim uma representatividade mais ativa.

Para DUARTE pode-se concluir que um bom planejamento estratégico precisa:

Traduzir a identidade da organização; Ser inovador e criativo – ter olhos para o futuro; Ser flexível e adaptável; Zelar e prever mecanismos de fiscalização da sua própria implementação; Ter objetivos que gerem estratégias; Adotar como base a missão e os valores da organização; Ter foco claro; Ser medido, acompanhando e avaliado (DUARTE, 2008, p. 215).

A estrutura da primeira etapa constitui-se na *Pesquisa e Diagnóstico*, onde são apresentados dados da organização, o setor de atuação, a comunicação e delimitação de seus valores, missão e visão através de técnicas de levantamentos de dados: a pesquisa de campo e exploratória, visitas técnicas ao Instituto e a realização de entrevistas com profissionais e voluntários.

A segunda fase *Análise e Interpretação apresenta* os pontos fortes e fracos da instituição, as oportunidades e ameaças, utilizando a matriz SWOT¹¹ que constitui uma ferramenta de gestão amplamente utilizada nas empresas para a definição de estratégias.

A terceira fase *Planejamento de relações com a imprensa* estabeleceu o planejamento macro para as ações junto à imprensa contendo as mensagens-chaves e os veículos estratégicos, destacando as mídias televisivas e os programas de abordagem que condizem com os objetivos do assessorado.

E a quarta fase *Execução* apresentou as estratégias e as ações de operacionalização que serão implementadas e sua frequência no cotidiano do relacionamento com a imprensa.

Com o propósito de aliar à teoria a prática, o projeto de assessoria de imprensa apresenta uma proposta de intervenção relevante ao público trazendo questões pontuais a serem refletidas.

5 CONSIDERAÇÕES

¹¹ Sigla para Forças (Strengths), Fraquezas (Weakness), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats).

Iniciado como uma avaliação, o preparo do projeto de assessoria proporcionou ampliar o conhecimento referente à assessoria de imprensa e comunicação, conhecer o Autismo e o Instituto Autismo no Amazonas, compreender o setor de atuação e o ambiente setorial em que o assessorado se insere.

No desenvolvimento, ficou claro como esta função estratégica da comunicação precisa ser partilhada por toda a organização para que ela – a comunicação – traga bons resultados. Apenas com base em todo o estudo e análise minuciosa da instituição é que o profissional de comunicação tem condições de elaborar um plano de ações que busque a eficiência e o alinhamento de suas atividades em prol dos objetivos da organização, assim como fortalecer a imagem da entidade perante a opinião pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DEMO, Pedro. Metodologia Científica em Ciências Sociais. São Paulo: Atlas, 1995.
- DIAS, Veras. Como virar notícia e não se arrepender no dia seguinte. São Paulo: Objetiva, 1994.
- DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008.
- FENAJ – Manual de Assessoria de Comunicação – Imprensa. Revista Ampliada. 4. ed. Brasília, 2007.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOPPLIN, Elisa. FERRARETTO, Arthur. Assessoria de Imprensa: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2003.
- LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- LOPES, Boanerges. O que é Assessoria de Imprensa. São Paulo: Braziliense, 1994.
- PAIVA, Junior (2014). Revista Autismo: Casos de Autismo sobem para 1 a cada 68 crianças. Disponível em: < <http://www.revistaautismo.com.br/noticias/casos-de-autismo-sobem-para-1-a-cada-68-criancas>> Acesso em: 11 de fevereiro de 2016.
- RIBEIRO, Eduardo. LORENZETTI, Gisele. Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge, (Org). Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008. P. 212-253.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, Gislene. SILVA, Marcos Paulo. FERNANDES, Mário Luiz, (Orgs.) Critérios de Noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. São Paulo: Editora Insular, 2014. P.51-69.
- TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Comunicação Empresarial/ Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.