

Assessoria de Imprensa Online: Banda Amida¹

Camila Cristina BORGES²

Patrick DIENER³

Centro Universitário Internacional Uninter, Curitiba, PR

RESUMO

O presente trabalho visou à criação de um plano de assessoria de imprensa *online* para a banda britânica Amida. A partir de pesquisa de grupo focal e utilização de autores da área de comunicação como: Jorge Duarte e Chris Anderson. Foi possível chegar ao resultado contido nesse produto. Nesse trabalho contém a produção de *press release online*, texto publicável tradicional e ainda demais ações da área de assessoria. A autora conheceu os músicos pela rede social *Twitter*, em 2013, e a idealização do trabalho foi feito com consentimento da banda.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria de Imprensa *Online*; Internet; Música; Mídias Sociais; Amida

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo a criação de um plano de assessoria de imprensa para a banda britânica Amida da cidade de Manchester, com a finalidade de expandir a sua divulgação nos meios de comunicação *online* a partir de Curitiba. O tema surgiu após um trabalho acadêmico feito pela autora para a banda em janeiro de 2013, que consistiu em desenvolver um *website* para o cliente e divulgá-lo nas redes sociais a fim de promovê-lo.

A banda Amida é formada pelos músicos John Ammirati, Andrew Beswick, Scott Challinor, James Aran Cooper e Sebastian Wood. O grupo surgiu em 2003 após o vocalista John mudar-se do Arizona para a cidade de Manchester, na Inglaterra, e iniciar os trabalhos musicais ao lado do guitarrista Andrew. O estilo musical da banda é uma ramificação do

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná, email: Contato@patrickdiener.com.

³ Aluna recém graduada do Curso de Jornalismo da UNINTER, email: Camilaborgest@gmail.com.

rock, porém, uma melodia mais leve e vocais mais suaves. Estilo conhecido como *indie rock*.

A Amida sempre pautou sua divulgação em redes sociais, como o *Twitter*, *Facebook*, *MySpace*, *BandCamp* e *SoundCloud*. Antes do início desse trabalho a divulgação era feita pelos próprios músicos. O resultado dessa ação é um total de cerca de 14 mil seguidores no *Twitter* e vários fãs na rede social de música *MySpace*.

Apesar do número de seguidores *online*, a Amida pode ser considerada uma banda de mercado de nicho, uma vez que atinge uma parcela segmentada de fãs nas redes sociais. Chris Anderson, autor do livro “A Cauda Longa”, compreende o mercado de nicho como um possível futuro promissor para a cultura. “A cultura de massa não deixará de existir, ela simplesmente se tornará menos massificada. E a cultura de nicho não será mais tão obscura” (ANDERSON, 2006, p. 180)

Para Jorge Duarte, autor de “Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia”, um planejamento estratégico de comunicação é fundamental para alcançar bons resultados “O conceito-chave do sucesso de qualquer atividade, inclusive na assessoria de imprensa, vincula-se diretamente a um planejamento estratégico, que se cria, se atualiza e se recria para atingir objetivos definidos” (DUARTE, 2011, p.212).

Alguns dos objetivos específicos desse projeto é divulgar o trabalho musical da banda no meio *online*, conquistar espaço na mídia a partir do jornalismo cultural e especializado, bem como reforçar a identidade da banda. Para alcançar esses objetivos será apresentado o estudo do público-alvo, além da prática dos pontos levantados na confecção do planejamento de assessoria de imprensa.

Entre os desafios enfrentados pela assessoria de imprensa neste projeto, está a situação de trabalhar com um cliente da área de cultura de mercado de nicho estrangeiro. Por isso, chega-se ao problema: como expor a banda através de mídia espontânea *online*? A aplicação do planejamento de assessoria de imprensa juntamente com a utilização dos mecanismos defendidos pelo jornalismo cultural e especializado, será base para solucionar esse problema.

Para alcançar os objetivos propostos por esse trabalho, foram utilizadas duas pesquisas: a bibliográfica e a de grupo focal. Essas pesquisas ajudam a compreender melhor o público-alvo. A partir dessa coleta de informações, o projeto de assessoria de imprensa tem condições de se adequar às demandas propostas pelos fãs da banda.

A pesquisa bibliográfica conta com livros da área de comunicação e cultura. Essa pesquisa ajudou a entender melhor as práticas adotadas no decorrer do planejamento de assessoria de imprensa, implementadas nesse projeto, para a divulgação da banda Amida a partir de Curitiba para o meio *online*.

Esse trabalho também conta com a utilização de periódicos e demais fontes de pesquisa bibliográficas. Além da bibliografia básica incluem-se os livros: “Rumos do Jornalismo Cultural”; de Felipe Lindoso; “Assessoria de Imprensa como fazer”, de Rivaldo Chimem; “Gêneros Jornalísticos do Brasil”, do autor José Marques de Melo, e também “Jornalismo *Online*”, de Mike Ward.

A segunda pesquisa realizada foi a de grupo focal. Gatti, Powell e Single compreendem a técnica de grupo focal como “...um conjunto de pessoas selecionadas e reunidas por pesquisadores para discutir e comentar um tema, que é o objeto de pesquisa, a partir de sua experiência profissional” (1996, *apud* GATTI, 2012, p.7).

O objetivo da pesquisa de grupo focal desenvolvida nesse trabalho foi identificar os hábitos dos fãs da banda, o que ajudou obter uma maior compreensão do público, bem como identificar o caminho que eles percorreram até conhecer a Amida.

JUSTIFICATIVA

A partir de pesquisa na *internet* feita pela autora, chegou-se à conclusão que atualmente existem assessorias de imprensa especializadas em assessorar bandas e grupos musicais no Brasil. Porém, essas assessorias deixam em aberto algumas lacunas na área de comunicação que podem ser preenchidas. Uma das empresas de assessoria para músicos analisadas foi a Cronaprom.

A primeira lacuna foi percebida pelo critério de localidade, nenhuma das assessorias pesquisadas trabalhavam com bandas de fora do país. A segunda lacuna são as ferramentas utilizadas na divulgação do cliente, pois todas as assessorias pesquisadas trabalhavam com a utilização de meios tradicionais de divulgação (televisão, rádio e jornal), mas não pautavam sua divulgação no meio *online*, uma vez que os próprios músicos preferiam fazê-la.

A finalidade de produzir um projeto de assessoria de imprensa exclusivamente *online*, a partir de mídia espontânea, a fim de aplicar no mercado de comunicação brasileiro uma ferramenta para trabalhar com assessoria de imprensa e jornalismo cultural.

Desvinculando-o do mercado de massa e investindo no mercado de nicho a partir do uso da *internet* como ferramenta de trabalho.

As redes sociais da banda estão inclusas no planejamento de assessoria de imprensa desse trabalho, porém, a atualização de conteúdo dessas plataformas são feitas pelos próprios músicos. A autora estará responsável pelo *website*, *press release online* e também ajudará com todo suporte nas redes sociais se for necessário.

LISTA DE AÇÕES PROPOSTAS

As ações da assessoria de imprensa produzidas pela autora são: *releases* para *blogs* especializados; *press release online*; produção de conteúdo de redes sociais; criação de *instagram* e promoções. Essas ações foram realizadas e sua descrição segue na análise abaixo.

DESCRIÇÃO DAS AÇÕES

Uma das ações mais importantes da assessoria neste trabalho é o *release*, mais especificamente o *press release online*. Foi uma das primeiras etapas concluídas por se tratar de um facilitador no momento de divulgar a banda aos veículos de comunicação. A assessoria para a banda foi pautada pensando no jornalismo *online*, desse modo, optou-se por criar um *press release* que estivesse disponível para a *web*.

Segundo J.B Pinho em “Jornalismo na Internet” “A função do *release* eletrônico é a mesma do *release* impresso: levar a informação com valor de notícia ao jornalista [...]” (PINHO, p.66, 2003). O *press release online* da banda segue esse mesmo critério, agrupando em uma plataforma na *web* todas as informações sobre o grupo, de modo a ajudar o jornalista ou blogueiro no momento de escrever sua matéria sobre a Amida. O *press release online* pode ser visualizado na imagem a seguir.

Imagem : Página inicial do *Press Release Online*

Press Release: AMIDA

Página inicial
Releases

SOBRE AMIDA

Amida é uma banda da cidade de Manchester, na Inglaterra. Formada por: John Ammirati (vocalista), Andrew Beswick (guitarrista), James Aran Cooper (baixista), Scott Challinor (baterista), e Sebastian Hood (tecladista e segunda voz), a banda existe desde 2006 e seu estilo musical é o Indie Rock.

Com vários seguidores em redes sociais e com 6 álbuns gravados, a banda está em estúdio para gravar seu próximo álbum. Atualmente, Amida se apresenta em Pubs de Londres e de Manchester. Suas canções mais conhecidas são: My life as a Trashcan; Class Of 2000; I was rude, you are fast, entre outras.

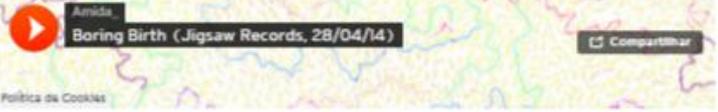
Quer fazer uma entrevista com a banda Amida? Fale com a gente!

GALERIA DE IMAGENS



[Show More](#)

MUSICSTREAM



Amida
Boring Birth (Jigsaw Records, 28/04/14) [Compartilhar](#)

Política de Cookies

VÍDEO AMIDA



11:11 HD



NOVO ÁLBUM



OLVIR ÁLBUM

FEED NOTÍCIAS

ENTREVISTA NA SOUND PROFILE MAGAZINE
 31 DE AGOSTO DE 2015
 Confira a entrevista da banda Amida para o Sound Profile Magazine.

ENTREVISTA NO SONGS TO VALENTINA
 2 DE NOV DE 2015
 Confira a entrevista da banda Amida para o blog Songs to Valentina.

CONTATO IMPRENSA

Para fazer uma entrevista ou uma matéria sobre a banda Amida, entre em contato com a gente. Vamos adorar auxiliar você com informações, fotos e materiais exclusivos!

Nome

Email

Assunto

Mensagem

[Enviar](#)

Fonte: Autora

A banda conta com o uso das redes sociais desde 2007. Entre as plataformas que Amida possui estão: Facebook, Youtube, MySpace, Spotify e Instagram (que foi feito pela autora após análise de grupo focal).

A autora achou coerente as atualizações feitas pela banda nas redes sociais, por esse motivo, os integrantes do grupo continuam fazendo suas postagens nas redes, e a autora supervisiona e contribui com sugestões aos músicos, quando necessário.

A promoção consiste em um concurso cultural que irá premiar o autor da melhor de resposta para a pergunta: “Por que você quer ganhar o álbum autografado da Amida?”. A divulgação da promoção e do ganhador será realizada pelo *website* da banda.

Essa proposta de ação de divulgação foi idealizada com o propósito de ajudar na interatividade entre fãs e músicos. Além disso, essa promoção também pode ser benéfica para o aumento de fluxo de visitantes e compartilhamentos nas redes sociais do grupo.

O vencedor do concurso cultural irá receber o álbum autografado em sua casa, e este será enviado pelos músicos. Qualquer pessoa, de qualquer nacionalidade poderá participar da promoção. A escolha do vencedor será feita pelos músicos, a decisão do grupo é final.

A *newsletter* é uma ação importante na assessoria de imprensa, como comenta Jorge Duarte em: “Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia”, “As *newsletters* ainda são uma forma eficiente de levar a informação regularmente ao público-alvo” (DUARTE, p. 382, 2011).

Ela consiste em um resumo de uma notícia contida em uma página *online* com informações do assessorado. O texto é condensado e pode conter também fotos ou vídeos. Ao clicar nas áreas que contém as informações, o internauta é redirecionado para o *website* da banda, onde poderá ler toda a matéria contida na *newsletter*.

O modelo de *newsletter* feito para a banda foi criado a partir da plataforma gratuita: *ShoutOut*. O internauta poderá receber a *newsletter* em seu *email* após formalizar um pedido na área de contato do *website* da Amida. Se o internauta for de outra nacionalidade, a *newsletter* será modificada (pela autora) do idioma português para o inglês. O envio será mensal, e trará uma notícia principal. A *newsletter* feita pela autora pode ser visualizada na imagem a seguir.

Imagem: *Newsletter*



Fonte: Autora

O *Release* normalmente é produzido e enviado aos veículos de comunicação pelo assessor e tem como objetivo promover o assessorado. A imprensa julga se publica o texto, o modifica ou se não utiliza a informação. Segundo Duarte, “O *release* é distribuído na suposição de que seu conteúdo possa gerar interesse [...]”. (Duarte, p.305, 2011).

Para a banda Amida o *release* foi idealizado em duas formas: *release* tradicional e *press release online*. O tradicional consiste no envio do texto jornalístico à *blogs* e demais veículos que possam atingir o público-alvo. Foi dessa maneira que o primeiro *release* da

Amida foi enviado: a autora entrou em contato por *email* com a revista *online* de música do Texas *Sound Profile Magazine* e iniciou contato.

Release publicado na revista do Texas Sound Profile Magazine

Envio: Agosto de 2015

Publicação: Agosto de 2015

Conteúdo publicado em sua totalidade

Para conferir a matéria acesse: goo.gl/n7rcAU



The screenshot shows the website for Sound Profile Magazine. At the top, there is a navigation menu with links: Online Editions, Profiles, Who Is SPM?, Calendar, Contact Us, Photo Gallery, and Blog. The main content area features an article titled "Artist Profile: Amida" posted by Camila Borges on 31 August 2015. The article includes a photograph of the band Amida and a text block describing the band's formation and name. To the right of the article is a thumbnail for "THE CURRENT EDITION" of the magazine, which features a cover image of a woman playing a guitar.

SOUND PROFILE MAGAZINE

Online Editions » Profiles » Who Is SPM? » Calendar Contact Us Photo Gallery » Blog

Artist Profile: Amida

Posted by [Camila Borges](#) | On 31 August, 2015 | In Indie, Volume 1 - Issue 4



Amida is a band from England, formed by the musicians: John Ammirati (vocals), Andrew Beswick (guitar), James Aran Cooper (bass), Scott Challinor (drums) and Sebastian Hood (keyboard). The current Amida formation comes all the way from 2006 in the city of Manchester, and since then the band has performed in pubs and at music festivals across the country.

You might be wondering why the name Amida. The group's name is a case apart and funny. John named as it is in honor of the Japanese Buddhist culture paint "Descent of the Amida over the Mountains," the band does not follow the Buddhist culture, but they believed Amida would be a different and cool name, just like the music they play. All of the cover artwork for Amida albums are created by Andrew Beswick, who conceives and draws all the images.

THE CURRENT EDITION



Fonte: Autora

Release publicado no *blog* Songs to Valentina (STV)

Envio: Outubro de 2015

Publicação: Novembro de 2015

Conteúdo publicado em sua totalidade

Para conferir a matéria acesse: goo.gl/ffI5cU



segunda-feira, 2 de novembro de 2015

A perfeita mescla entre arte e música

por Camila Borges

O estilo de música da **Amida** é o Indie Rock. Porém, além das canções que chamam atenção outro fator importante que faz da Amida uma banda diferente são as capas dos álbuns do grupo. O responsável pelos desenhos é o guitarrista britânico, Andrew Beswick (30). Ele também é o fundador e guitarrista da banda.

Entre as paixões de Beswick estão a arte e a música. Para ele, unir essas duas veias artísticas é algo fascinante e inspirador. “Como todos nós temos ideias criativas e todos concordamos que a obra de arte das capas dos nossos discos é parte importante para os nossos registros, desenhar se torna uma tarefa tão prazerosa quanto a criação e gravação da nossa música. É um processo criativo que gostamos de estar envolvidos”, afirmou o guitarrista.

Entre as suas influências musicais estão bandas como: Kurt Vile, Grrrls Ouro e Ducktails. A maioria dos artistas tem um lugar preferido para criar seus desenhos, o lugar de preferência de Andrew é a estrada. “Eu gosto de desenhar quando estou viajando, é uma boa maneira de documentar a viagem”, comentou.

Para conferir mais informações sobre a banda Amida acesse as redes sociais do grupo: facebook.com/amidaband

Fonte: Autora

Release publicado no *blog* Somos o que Ouvimos

Envio: Outubro de 2015

Publicação: Novembro de 2015

Conteúdo publicado em sua totalidade

Para conferir a matéria acesse: goo.gl/bFJGcV

SOMOS O QUE OUVIMOS

A perfeita mescla entre arte e música

leave a comment » _____

por Camila Borges

O estilo de música da **Amida** é o Indie Rock. Porém, além das canções que chamam atenção outro fator importante que faz da Amida uma banda diferente são as capas dos álbuns do grupo. O responsável pelos desenhos é o guitarrista britânico, Andrew Beswick (30). Ele também é o fundador e guitarrista da banda.

Entre as paixões de Beswick estão a arte e a música. Para ele, unir essas duas veias artísticas é algo fascinante e inspirador. "Como todos nós temos ideias criativas e todos concordamos que a obra de arte das capas dos nossos discos é parte importante para os nossos registros, desenhar se torna uma tarefa tão prazerosa quanto a criação e gravação da nossa música. É um processo criativo que gostamos de estar envolvidos", afirmou o guitarrista.

Entre as suas influências musicais estão bandas como: Kurt Vile, Grrrls Ouro e Ducktails. A maioria dos artistas tem um lugar preferido para criar seus desenhos, o lugar de preferência de Andrew é a estrada. "Eu gosto de desenhar quando estou viajando, é uma boa maneira de documentar a viagem", comentou.

Para conferir mais informações sobre a banda Amida acesse as redes sociais do grupo:
facebook.com/amidaband

Fonte: Autora

A assessoria de imprensa nas redes sociais da banda, levou conta as atualizações das redes sociais desde 2007 feita pelos músicos. Entre as plataformas que Amida possui estão: Facebook, Youtube, MySpace, Spotify e Instagram (que foi feito pela autora após análise de grupo focal).

A autora achou coerente as atualizações feitas pela banda nas redes sociais, por esse motivo, os integrantes do grupo continuam fazendo suas postagens nas redes, e a autora supervisiona e contribui com sugestões aos músicos, quando necessário.

O critério da análise de postagem aconteceu da seguinte forma: a autora analisou as redes sociais da banda e conferiu o conteúdo. Como mostra a imagem a seguir, não é utilizada linguagem ofensiva e o tema principal da postagem é a divulgação do vídeo da banda em uma apresentação.

Apesar de estar presente nas redes sociais há alguns anos, a Amida ainda não contava com uma conta no *Instagram*. Após a pesquisa de grupo focal feito pela autora no início desse trabalho, foi constatado que a maioria dos fãs da banda tinham uma conta no

Instagram. Analisando essa situação, a autora criou uma conta para a banda Amida nessa rede social.

CRONOGRAMA

Para a implementação das ações de divulgação da assessoria de imprensa, será seguido um cronograma de atividades. Esse planejamento terá início no mês de agosto e será finalizado em dezembro. Os produtos da assessoria de imprensa serão: reformulação e atualização de *website*; *releases* para blogs especializados; monitoramento de redes sociais; produção de conteúdo de redes sociais; criação e atualização de instagram, e promoções. Essas ações serão distribuídas em cinco meses, como demonstra o cronograma abaixo:

PRODUTO	AGO	SET	OUT	NOV
Criação e atualização de Instagram				
Releases para blogs especializados e Envio de Press Release				
Promoções				

CUSTOS E FINANCIAMENTO

O presente trabalho não tem como objetivo cobrar retorno financeiro do assessorado, porém, quando analisado a viabilidade financeira desse projeto de assessoria de imprensa *online*, é possível utilizar a tabela salarial do Sindicato dos Jornalistas do Paraná, para base de valores.

Imagem: Tabela de valores do Sindicato dos jornalistas do Paraná

Free Lancer - Assessoria de imprensa	
Serviço mensal local	R\$ 2.963,60
Redação Lauda de 20 linhas (1.440 caracteres) Mais de duas fontes	R\$ 159,01
Edição por página Tablóide Standard	R\$ 205,94 R\$ 246,75
Diagramação por página Tablóide Standard Revista Tablita / ofício / A4	R\$ 102,98 R\$ 140,40 R\$ 76,51 R\$ 52,30
Revisão Lauda de 20 linhas (1.440 caracteres) Tablóide Tablita / ofício / A4 Standard	R\$ 41,41 R\$ 86,53 R\$ 65,26 R\$ 180,97

Fonte: Sindicato dos Jornalistas do Paraná

A tabela acima é do ano de 2015. O valor estipulado para a área de assessoria de imprensa é de 2.963,60. Por esse motivo, caso o presente trabalho tivesse algum retorno financeiro, o mesmo teria o preço de, 2.963,60, como estipulado pelo Sindicato dos Jornalistas do Paraná.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho é um projeto que tem como objetivo a divulgação da banda Amida no meio *online*, a partir de mídia espontânea, utilizando a prática de assessoria de imprensa, como base para as ações de divulgação que serão realizadas.

Neste projeto foram utilizadas duas metodologias de pesquisa: a bibliográfica e a qualitativa. A pesquisa bibliográfica foi utilizada para dar embasamento teórico no projeto, com autores da área de comunicação. A pesquisa qualitativa foi aplicada com o objetivo de compreender melhor o público da banda nas redes sociais da *internet*.

O presente trabalho torna-se relevante por ter como objeto de pesquisa um cliente de mercado de nicho. Como comenta, Chris Anderson, em “A Cauda Longa”:

Ainda existe demanda para a cultura de massa, mas esse já não é mais o único mercado. Os hits hoje competem com inúmeros mercados de nicho, de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades (ANDERSON, 2006, p. 5).

Deste modo, foi possível aplicar um projeto de assessoria de imprensa *online* em um assessorado de público segmentado. Ao fim foi possível ter um parâmetro do que é fazer um plano de assessoria de imprensa para um cliente real usando como ferramenta base: a *internet* e a mídia espontânea. O presente trabalho agregou muito no conhecimento jornalístico e pessoal da autora.

Referências Bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. Do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006 – 9º reimpressão.

CHIMEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa como fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a Mídia**. São Paulo. 2ª Ed. Atlas, 2009.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo. 4ª Ed. Atlas, 2011.

GATTI, Bernadete Angelina. **Grupo Focal na Pesquisa em Ciências sociais e humanas**. Brasília: Líber Livro, 2012.

LINDOSO, Felipe. **Rumos do Jornalismo Cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.