

Resenha

Uma assessoria de imprensa responsável na era digital

(SULLIVAN, Marguerite Hoxie. **Uma assessoria de imprensa responsável na era digital**. Edição da Series Manuais. Bureau de Programas de Informações Internacionais, Departamento dos Estados Unidos. 2012, 120 p.)

Vanessa BRAZ¹

Assessoria de Imprensa Responsável na Era Digital é um *e-book* que pode ser baixado gratuitamente, na internet. Nele, a autora Marguerite Hoxie Sullivan apresenta um panorama da atuação do profissional de assessoria de imprensa, com exemplos práticos vivenciados por ela e por colegas que atuaram na Casa Branca e junto a importantes políticos americanos.

Marguerite Hoxie Sullivan é especialista em Relações com a mídia. Formada em História e Mestre em Jornalismo, ela é autora da primeira edição de *Uma Assessoria de Imprensa Responsável: Guia Interno*, do Departamento de Estado dos EUA, traduzido para mais de 30 idiomas. Ao constatar as novas tecnologias modificando as comunicações foi que a autora, décadas depois, resolveu lançar esta nova edição, explorando o cenário das comunicações na era digital.

Na obra, a autora procura responder questões sobre como possível usar as mídias sociais junto com as mídias tradicionais para alcançar a imprensa e o público? Da mesma forma sobre a relação entre as estratégias de comunicação de longo prazo da assessoria de imprensa e as necessidades diárias da comunicação.

O *e-book* funciona como um manual para quem lida com assessoria de imprensa, principalmente política, pois, como foi dito, o conteúdo reflete a própria experiência de Marguerite. A escritora já trabalhou nos Estados Unidos como repórter e colunista política e ocupou vários cargos no governo americano, inclusive no Departamento de Estado dos EUA, no Fundo Nacional para Ciências Humanas e na Casa Branca.

¹ Aluna Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB.
E-mail: vanessabraz.comunicando@gmail.com

A obra foi dividida em 13 capítulos, dos quais Marguerite traça a importância do trabalho da assessoria de imprensa e da boa e eficiente relação que deve existir entre assessorados e jornalistas. No próprio índice, encontramos um resumo do que será abordado em cada um dos capítulos, facilitando o entendimento do conteúdo da obra.

No primeiro deles, encontramos o título “Por que uma assessoria de imprensa e as regras mudaram?”, nele a autora demonstra que as velhas regras da comunicação ainda se aplicam na era digital, como o discurso da verdade. Para que o estado democrático aconteça, a autora afirma que é importante ter o comprometimento com a verdade e facilitar o acesso a informação. Neste capítulo, Marguerite lembra ainda do papel do assessor de imprensa e da parceria que deve existir com os jornalistas, mas que também é preciso manter certo distanciamento, para que a relação não seja confundida com amizade.

Hoxie segue com o tema “A assessoria de imprensa na era da informação”, no seu segundo capítulo. Aqui esse profissional é alertado para que participe das decisões e esteja bem informado sobre os fatos que envolvem o seu assessorado. O assessor de imprensa é tratado, também, como porta-voz e que por esse motivo precisa ter credibilidade e desenvoltura.

O título do terceiro capítulo é “Assessoria de imprensa em ação”. Nele, Marguerite fala que a assessoria de imprensa deve estabelecer estratégias de longo prazo e atender as necessidades diárias com agilidade, flexibilidade e capacidade de dialogar com vários tipos de comunicação, da tradicional às mídias sociais.

No quarto capítulo, a obra traz o tema “Plano estratégico e proativo de comunicação”, que é aquele momento para se definir planos para alcançar metas. As estratégias, segundo a autora, precisam ser específicas, mensuráveis, viáveis, realistas e terem um prazo para serem alcançadas. Marguerite lembra ainda, nesse capítulo, que as mensagens precisam ser repetidas e expressas por pessoas diferentes, em espaços e públicos distintos.

A escritora trata no quinto capítulo, da “Execução da campanha de mídia” em que é necessário ter objetivos claros e bem planejados, trazendo uma agenda de ações anual com ações que dialogue com os acontecimentos políticos e sociais. Dessa forma é possível, por exemplo, deixar para falar de ações do governo voltadas para a educação, quando o calendário escolar tiver início.

No capítulo seguinte, a autora vai abordar as “Ferramentas da assessoria de imprensa” que vão colaborar para que as metas sejam alcançadas. Neste capítulo, Marguerite cita o depoimento do secretário adjunto de Relações Públicas do Departamento de Defesa dos EUA, no governo Obama, ao Washington Post, que diz que “O segredo é perceber o que pode ser feito com cada uma dessas ferramentas e determinar qual a melhor combinação para atingir determinada meta” (2012, p.39).

No sétimo capítulo, “Manual Escrito”, o *e-book* vai definir o que é notícia e apresentar modelos de *press release*, nota e informativo à imprensa. Na era digital, Marguerite lembra que recursos multimídia, como fotografias, vídeos, podcasts, feeds de RSS e outras ferramentas de bookmarketing social devem ser utilizados.

Como a internet veio para ficar, no oitavo capítulo deste *e-book* a autora fala sobre as “Páginas na internet e mídias sociais”, reafirmando ser a internet uma ferramenta básica para o trabalho da assessoria de imprensa, que precisa fazer uso de páginas na internet, mídias sociais e da tecnologia móvel para intensificar a comunicação entre governo, jornalistas e cidadãos.

No capítulo seguinte, “Coletiva de imprensa”, a escritora orienta como o porta-voz do governo deve se preparar para atender a imprensa, antes, durante e depois da coletiva. As dicas se estendem também para quem vai atuar nos bastidores da assessoria, sem ser um porta-voz. Para Marguerite, a coletiva de imprensa é uma oportunidade para que os questionamentos da população venham à tona, permitindo às autoridades dialogar com o público por meio da mídia.

Outro tema abordado nesta obra é a “Entrevista em Foco”, presente no décimo capítulo. Nele a orientação é dada às autoridades que devem se preparar cuidadosamente antes de qualquer entrevista, mantendo o foco e acompanhando a repercussão após a entrevista. No capítulo seguinte, ela vai tratar da “Comunicação em situação de crise”, alertando que a assessoria deve estar preparada para essas situações, devendo fornecer informações e esclarecendo os fatos. Caso contrário, a mídia irá informar com base em rumores.

No penúltimo capítulo, “Planejamento de eventos”, o texto nos leva para a atuação dos assessores de imprensa e como eles devem lidar com eventos públicos. Tudo deve ser cuidadosamente planejado e orquestrado. E no último capítulo, a autora

fala sobre “Ética: códigos de conduta” com as posturas que assessor e assessorado precisam ter para não perderem a credibilidade.

Ao final do *e-book*, no apêndice, a autora oferece o modelo de uma nota à imprensa, um informativo e um press release. Neles, Marguerite sugere onde deve ser colocado nomes, contatos, data, além de demonstrar com as perguntas quem, o quê, onde, quando, por quê e como podem ser posicionadas no texto.

O conteúdo é de fácil leitura e oferece ferramentas digitais como QR Codes, levando o leitor a uma página no youtube onde a autora disponibiliza vídeos, com média de 20 segundos, sobre os pontos mais importantes daquele capítulo.

Outro recurso que o *e-book* traz, são fotos de assessores orientando políticos na Casa Branca, como o presidente Barack Obama, e fotos durante as entrevistas para demonstrar a importância da boa atuação do assessor de imprensa na escolha da locação para entrevistas e coletivas, por exemplo.

A autora inseriu, também, dois boxes que se repetem em cada capítulo do *e-book*. É o caso do Tente isto, que traz dicas práticas sobre o que foi abordado naquele capítulo e o boxe Direto ao ponto, que geralmente oferece um *case* para reforçar o assunto abordado no capítulo.

Com uma linguagem leve, sem aprofundamentos teóricos, a autora consegue guiar o leitor através de conceitos práticos, vivenciados por ela e por colegas de trabalho que atuaram junto a importantes autoridades do governo americano. Além disso, o formato desse *e-book*, com os QR codes, reforça ainda mais a forma como nos comunicamos na era digital. Sempre ávidos por informação, migrando a todo o momento para diferentes plataformas.

Exemplos e depoimentos de casos reais, em que as estratégias de comunicação obtiveram sucesso ou fracasso, servem como guia para atuação profissional. Apesar de ser uma publicação com enfoque na política americana, todas as estratégias podem, perfeitamente, ser adaptadas e aplicadas em qualquer assessoria de imprensa.

A leitura é indicada para quem busca uma obra prática, quase que um manual para atuação na assessoria de imprensa. Do ponto de vista da atuação profissional, seja como assessor de imprensa, de comunicação ou até mesmo porta-voz, a obra é uma excelente indicação.