

Relações com a mídia, a sociedade e a atuação estratégica da assessoria de imprensa

RICARDO MACHADO
ASSESSOR DE IMPRENSA DA SBACV-RJ

Conquista é a arte com a qual os jornalistas especializados em assessoria de imprensa lidam diariamente. A palavra vem do latim *conquisitare* e significa submeter pela força de armas, vencer. No caso do trabalho de comunicação que desenvolvemos, as armas são a informação de qualidade, a ética e o respeito conquistado ao longo de mais de 10 anos de atuação junto às mais importantes entidades médicas do país. O troféu é o resultado positivo colhido da veiculação nos vários veículos da mídia. Ele pode ser simbolizado pelo clipping, relatório com recortes de notas e matérias além da descrição das inserções nos meios eletrônicos: TV, rádio, internet. Trata-se, na verdade, de uma conquista do cliente que tem cumprido o objetivo de comunicação com a sociedade. Sobre as armas? Elas são a informação de qualidade, sem a qual não há notícia.

O que é AI?

A assessoria de imprensa deveria ser chamada, na verdade, de 'relações com a mídia', já que trata de toda a relação entre o assessorado e a mídia jornalística, seja ela impressa ou eletrônica. O objetivo dos assessores de imprensa é promover o interesse da mídia sobre o assessorado e protegê-lo em situações negativas.

Mas, não é só. Com a globalização da economia e os avanços da informática, a comunicação assume uma dimensão estratégica. Portanto, ela deve fazer parte

da estratégia global da instituição e é tão importante quanto o departamento financeiro, o comercial ou o de pessoal.

É seguro afirmar que para se ter qualidade na gestão de uma instituição é preciso ter uma comunicação organizada. É preciso saber como, quando, onde e por que se comunicar. Nem toda informação gera notícia. Por esses motivos, o trabalho do assessor de imprensa é fundamental na consolidação da filosofia e da imagem da instituição.

Gerar e gerenciar demandas

Estando a serviço dos objetivos estratégicos da SBACV-RJ, a assessoria responde concretamente a dois tipos de demandas. Uma é mais imediata – pontual – e a outra de longo prazo – estrutural.

É pontual quando trata de difundir uma informação necessária à imprensa, útil ao público e ligada à atualidade. A demanda é estrutural quando a Sociedade busca aumentar a notoriedade, consolidar a imagem e divulgar suas atividades. Para cada uma são elaborados planos estratégicos de comunicação.

As principais ações de assessoria de imprensa são: apuração, redação e divulgação de informações; realização de contatos periódicos com o cliente; contato diário com os principais veículos de interesse de divulgação em âmbito local e nacional; clipping de matérias em jornais e internet, além de monitoramento desse serviço em rádio e televisão.

As redações jornalísticas são alimentadas pela assessoria de imprensa de uma forma pró-ativa, a fim de que busquem a consultoria dos angiologistas e cirurgiões vasculares, bem como para que se possa abrir espaço para questões referentes à prática médica e à especialidade, o que repercute positivamente para todos os profissionais representados pela SBACV-RJ.

Enfoque

O trabalho de divulgação do 19º Encontro de Angiologia e Cirurgia Vascular do Rio de Janeiro, realizado em março deste ano, é um bom exemplo do exposto. O evento contabilizou 72 inserções em mídia espontânea – não paga. Destas, 18 entrevistas foram veiculadas em rádio e televisão em um total aproximado de duas horas. Em jornais foram 19 matérias e notas em um espaço referente a 321 centímetros por coluna. Já nos sites foram 35 inserções (veja gráficos comparativos a seguir).

Essa conquista obtida pela assessoria de imprensa equivale ao custo de R\$ 228.650,69, caso se tratasse de publicidade, ou seja, de espaço pago na mídia jornalística. Vale salientar que nesse período foram obtidas outras matérias com os especialistas da SBACV-RJ, mas este texto se refere somente ao evento de março.

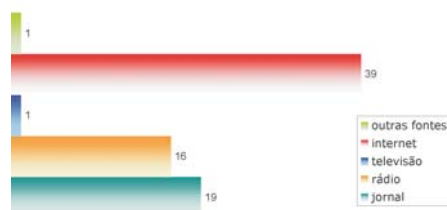
Qualquer comparação com a tabela publicitária dos espaços em questão, entretanto, é apenas a título ilustrativo, sendo inadequada para a avaliação exata

da dimensão dessa veiculação. E por quê? É simples. Todas as informações veiculadas sobre o cliente na mídia espontânea, leiga e especializada, são realizadas de acordo com o interesse das redações jornalísticas em divulgá-las - cabe, portanto, ao assessor de imprensa, buscar a melhor informação. Ao ter seu nome veiculado dessa forma, mais do que um espaço garantido, a SBACV-RJ consegue associar à sua imagem a credibilidade e a notoriedade de cada veículo em que a mensagem é transmitida.

A Figura 1 expressa a quantidade de inserções conquistadas para o 19º Encontro de Angiologia e Cirurgia Vascular. Foram veiculadas 19 matérias, notas e entrevistas em veículos de destaque como *O Globo* e *Jornal do Commercio*. Na mídia eletrônica houve 39 inserções em sites, 16 entrevistas em rádio e uma entrevista em televisão. O dado "outras fontes" refere-se à entrevista marcada diretamente com o apresentador do programa de rádio.

O gráfico da Figura 2 reflete os valores em reais, caso os espaços conquistados fossem publicitários – calculados com base nas tabelas publicitárias cujos valores variam de acordo com a emissora e o programa. Vale ressaltar que é apenas a título ilustrativo, já que as matérias em

Figura 1
Comparativo de inserções (quantidade)



mídia espontânea refletem a opinião do veículo, o que imprime maior credibilidade ao conteúdo. Um exemplo é a entrevista concedida para o programa jornalístico Informe Rio, da TV Record, em 1'53". Caso fosse um anúncio no intervalo comercial, custaria o equivalente a R\$ 13.560,00. Já em rádio, as 16 matérias que alçaram um total de 1h55'55", teriam um custo de R\$ 182.616,39. Em programas de rádio e televisão foram concedidas 17 entrevistas sobre os assuntos tratados no 19º Encontro de Angiologia e Cirurgia Vascular. A Figura 3 ilustra o tempo obtido em cada um deles:

Mais do que economia, a assessoria de imprensa representa, sobretudo, a possibilidade de se estabelecer um canal de comunicação eficiente com a mídia e com a sociedade, gerador de resultados positivos, cujos frutos, no trabalho em

Figura 2
Comparativo de inserções (R\$)

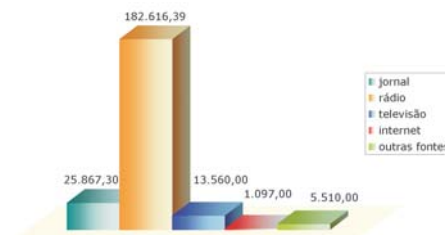


Figura 3
Inserções eletrônicas (tempo)



questão, são colhidos não apenas pela SBACV-RJ, mas por todos os angiologistas e cirurgiões vasculares. Um trabalho em prol da especialidade e de valorização profissional.