

In: PEREIRA, Cristiane Pinto (Org.). Assessoria de imprensa [recurso eletrônico]: novas realidades, novos desafios. São Paulo: Vecher, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.47585/9786599324246>>.

# O uso do digital no trabalho de assessoria de comunicação

*Augustho Soares<sup>1</sup>*

[doi.org/10.47585/9786599324246.2](https://doi.org/10.47585/9786599324246.2)

## Introdução

Com cinco produções audiovisuais realizadas simultaneamente em diferentes cidades, o longa-metragem *Fronteriz@s<sup>2</sup>* (2021) aborda as singularidades culturais da linha de fronteira entre o Brasil e o Uruguai. O propósito da obra é reconhecer a diversidade cultural existente nesses territórios e promover o diálogo entre diferentes memórias e linguagens existentes.

Com produção geral de Ricardo Marques Almeida, um dos coordenadores do movimento *Fronteras Culturales<sup>3</sup>*, e produção executiva de Magnum Patron Sória, o projeto foi uma proposta da Sociedade Independente Cultural, localizada em Jaguarão, Rio Grande do Sul. Os cinco curtas-metragens que compõem o filme foram gravados em cinco sub-regiões, sendo Bagé, Santa Vitória do Palmar/Chuy, Jaguarão/Río Branco, Pelotas e Sant'Ana do Livramento/Rivera.

Porém, devido à distância entre essas locações e o cenário em que o Brasil e o mundo se encontravam com a pandemia de Covid-19, foi necessário criar um método para possibilitar o trabalho dos assessores de comunicação do projeto.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é descrever e analisar como o uso de ferramentas e

---

1 Bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário da Região da Campanha (Urcamp) e MBA em Comunicação e Marketing pela Faculdade Descomplica | Currículo: [lattes.cnpq.br/8076423568256877](https://lattes.cnpq.br/8076423568256877) | E-mail: [augustho.cs@gmail.com](mailto:augustho.cs@gmail.com)

2 Projeto financiado com recursos da Lei Aldir Blanc Nº 14.017/2020, edital da Secretaria Estadual de Cultura do Rio Grande do Sul Nº 09/2020 – Produções Culturais e Artísticas, Ministério do Turismo, Secretaria Especial da Cultura.

3 Iniciativa formada desde 2010 por artistas, produtores, mestres e pesquisadores que atuam para a promoção de iniciativas de integração cultural nas regiões de fronteira e nas capitais. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pg/fronteras culturales/about/>>. Acesso em: 10 maio 2021.

aplicativos on-line auxiliaram na produção da assessoria de comunicação para o filme. Isso, focando na produção de conteúdo para o episódio *La Sociedad*, documentário produzido na sub-região de Bagé e dirigido por Adriana Gonçalves Ferreira.

A obra registra o movimento cultural de integração que acontece na Sociedade Uruguia de Socorros Mútuos de Bagé, um lugar definido pela convivência e pela integração entre pessoas que vivem nos dois lados da fronteira entre Brasil e Uruguai. Por meio de imagens de arquivo e entrevistas com personagens que frequentam o espaço, *La Sociedad* apresenta a atmosfera do local onde brasileiros se sentem um pouco uruguaios e uruguaios se sentem um pouco brasileiros<sup>4</sup>.

Para a realização deste estudo, foi feita uma pesquisa descritiva e qualitativa. Conforme o pesquisador Antonio Gil (2007), as pesquisas descritivas têm como função descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. “São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados” (GIL, 2007, p. 42).

Conforme Flick (2008), a pesquisa de abordagem qualitativa se diferencia da quantitativa por trabalhar, acima de tudo, com textos. “Muito resumidamente, o processo de pesquisa qualitativa pode ser representado como sendo um caminho da teoria ao texto e outro caminho do texto de volta à teoria” (FLICK, 2008, p. 14).

Para este fim, o autor salienta que há uma interseção entre os dois caminhos através da coleta de dados verbais ou visuais e a interpretação dos mesmos dentro de um plano específico. Sendo assim, de acordo com o autor, os estudos qualitativos se baseiam, principalmente, em uma escolha adequada de métodos e teorias convenientes, “no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de conhecimento; e na variedade de abordagens e métodos” (FLICK, 2008, p. 23).

## Trabalho da equipe

A equipe responsável pela divulgação do filme contou com uma assessora de comunicação geral e cinco assessores de comunicação locados nos municípios de gravação, além de uma jornalista responsável pela produção de pautas especiais. Cada assessor local ficou como responsável pela divulgação do seu respectivo curta-metragem, como também do longa-metragem como um todo, em sua área de cobertura.

Foi definido que, sempre que possível, a equipe realizaria seu trabalho em *home-office*. Em estudo do grupo de pesquisadores da professora de Sociologia da Universidade Federal do Paraná (UFPR) Maria Aparecida Bridi (2020), o modelo de trabalho remoto é destacado devido à sua flexibilidade de horários, além da economia de tempo de transporte e possibilidade de usufruir mais do contato com familiares, fatores estes que também auxiliaram na popularização da adoção do modelo durante a pandemia de Covid-19.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/filmefronterizos/posts/112923877443848>>. Acesso em: 10 maio 2021.

Cabe ressaltar, por fim, que especialmente no contexto da pandemia da COVID-19, a possibilidade da realização do trabalho remoto constitui para muitos dos entrevistados, uma espécie de “privilégio”, já que contribui para o isolamento social, preservando a vida dos trabalhadores e trabalhadoras, de suas famílias, bem como da sociedade como um todo, dado o alto potencial de contágio do vírus em questão. (BRIDI, 2020, p. 7).

No entanto, na pesquisa também foi constatado que o trabalho remoto tem suas desvantagens, “as principais dificuldades citadas foram: a falta de contato com os colegas de trabalho (60,55%), mais interrupções (54,59%) e dificuldade em separar a vida familiar da vida profissional (52,91%)” (BRIDI, 2020, p. 5).

Por isso, também foi permitido aos assessores a liberdade para decidir sua forma de trabalho em conjunto com os respectivos diretores de suas produções audiovisuais locais, desde que prezassem sempre por sua saúde e a dos outros.

No caso das atividades para o documentário *La Sociedad*, a forma de trabalho foi definida através de uma videoconferência no serviço de comunicação por vídeo *Google Meet*, entre o assessor de comunicação e a diretora. Na ocasião, se optou por um trabalho presencial durante as gravações, que ocorreram entre os dias 9 e 11 de janeiro de 2021, seguindo as recomendações dos órgãos de saúde – uso de máscaras, álcool em gel e manter distanciamento – e uma continuação em *home-office*, até a estreia do filme.

Esse modelo de trabalho foi escolhido visando a saúde de todos os envolvidos, mas permitindo que o assessor fosse inserido no contexto do filme e da Sociedade Uruguaia de Socorros Mútuos, tendo assim uma interação com os entrevistados e a equipe técnica.

A divulgação do projeto foi feita através das redes sociais Facebook, Instagram e Youtube, que são as três plataformas mais utilizadas atualmente<sup>5</sup>. Nesse contexto, as ações da assessoria de comunicação foram feitas por meio de páginas próprias, assim como em páginas parceiras, de instituições que cederam espaço para a divulgação da produção.

No caso de *La Sociedad*, foram parceiras a página no Facebook<sup>6</sup> e o perfil no Instagram<sup>7</sup> do Ponto de Cultura Pampa Sem Fronteiras, e a página no Facebook da Sociedade Uruguaia de Socorros Mútuos de Bagé<sup>8</sup>.

A página do filme no Facebook e seu perfil no Instagram foram abastecidos com postagens variadas como fotografias, vídeos de bastidores, apresentações dos profissionais das equipes e entrevistados, também com informações sobre os temas e lugares abordados nos filmes.

Além disso, a página no Facebook e o canal no Youtube também foram plataformas para lives com produtores, diretores e convidados do filme.

---

5 Disponível em: <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. Acesso em: 10 maio 2021.

6 Disponível em: <<https://www.facebook.com/pampasemfronteiras>>. Acesso em: 10 maio 2021.

7 Disponível em: <[https://www.instagram.com/pampa\\_sem\\_frenteiras\\_/](https://www.instagram.com/pampa_sem_frenteiras_/)>. Acesso em: 10 maio 2021.

8 Disponível em: <<https://www.facebook.com/sociedadeuruguaia>>. Acesso em: 10 maio 2021.

## Compartilhamento de arquivos

Para compartilhamento de conteúdo, como fotografias, vídeos, imagens, textos, elementos gráficos e áudios, a equipe de assessoria do filme utilizou o serviço de armazenamento *Google Drive*, onde foram criadas pastas para cada produção, compartilhadas com o e-mail do projeto e assessores de comunicação.

O uso dessa ferramenta para produção de conteúdo na área da comunicação não é novidade na fronteira do Rio Grande do Sul. Em 2015, em pesquisa feita para o trabalho de conclusão de curso de jornalismo da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), a então acadêmica Treyci Garcia de Meneses perguntou a equipes de produção jornalística na fronteira oeste do Rio Grande do Sul como era a feita a aplicação de ferramentas disponibilizadas pelo *Google* em seu trabalho.

O estudo contou com participação de jornalistas das cidades de Itaqui, São Borja e Uruguaiana, todas cidades localizadas na fronteira do Brasil com a Argentina. Quando questionados sobre o *Google Drive*, todos concordaram que conheciam a ferramenta e 57,2% falaram que utilizam ou já utilizaram dela em sua rotina de trabalho.

Em relação ao trabalho realizado pela assessoria do filme, o *Google Drive* também auxiliou na produção de textos. Isso ocorreu através do compartilhamento do documento. Assim, as revisões e edições do texto, além da adição de novas informações poderiam ser feitas em ambiente virtual e em tempo real, prática esta que vem sendo realizada não somente no jornalismo, mas também em diversas outras áreas, como na educação e na área acadêmica.

## Comunicação on-line

A comunicação entre os assessores de comunicação do projeto se deu exclusivamente através de videoconferências por meio do *Google Meet* e via mensagens diretas ou no grupo criado para discutir sobre o filme no aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp*.

Em um primeiro momento, foi realizada uma videoconferência entre assessores de comunicação e produtores do filme, onde foi explanada uma síntese do projeto e algumas perguntas foram respondidas. A partir desta reunião, os contatos foram trocados e também se criou o grupo no aplicativo de mensagens.

Na semana seguinte, os assessores voltaram a se reunir com a produção geral do filme, através do *Meet*, para tirar dúvidas que haviam ficado sobre os prazos e o plano inicial de produção de conteúdo. Na ocasião, mesmo os que não conseguiram participar devido a outras agendas, puderam ficar por dentro dos assuntos tratados graças à opção de gravação da reunião, possibilitada pela plataforma.

O uso de videoconferências é salientada pela Dra. em Psicologia Miramar Ramos Maia Vargas (2002), por ser um sistema interativo de comunicação em áudio e vídeo, o que a difere de outros meios que utilizam apenas áudio, texto ou vídeo sem interação. “A videoconferência destaca-se sobre outros tipos de mídia ao conseguir criar condições virtuais mais próximas da realidade de uma sala de aula presencial” (VARGAS, 2002, p. 4).

Apenas no fim do mês de março foram feitas novas reuniões, tendo como assunto principal a elaboração de matérias especiais para veículos de comunicação do Rio Grande do Sul e da região de Fronteira do Brasil com Uruguai. No período entre, e após, essas reuniões, as informações entre a assessoria geral e as locais, assim como sugestões de conteúdos, foram trocadas exclusivamente por *WhatsApp*.

## **WhatsApp como ferramenta de trabalho**

Em estudo realizado pelas pesquisadoras Ana Paula de Carvalho e Mônica Cristine Fort (2017), o *WhatsApp* foi indicado como o terceiro meio mais utilizado para a comunicação entre trabalhadores entrevistados, seus colegas de trabalho e superiores, ficando atrás apenas do e-mail corporativo e do telefone fixo. “Isso demonstra que, mesmo sendo um aparato adotado para fins pessoais, o WhatsApp está cada vez mais presente no ambiente corporativo” (CARVALHO e FORT, 2017, p. 39).

Vale ressaltar que, na mesma pesquisa, 93% dos entrevistados afirmaram usar o aplicativo, sendo que, entre estes, 39% o consideraram de “grande importância” e 36% de “média importância”. Porém, conforme acrescentam as autoras, muitos dos que o consideravam de pouca importância para o ambiente corporativo estariam dispostos a adotar o *WhatsApp* e outras tecnologias novas como forma de comunicação.

Destacam-se que 18% dos respondentes alegaram considerar o dispositivo como “de pouca importância” e 7% mencionaram que “não se aplica” a sua realidade. Ao aprofundar as questões sobre o uso do WhatsApp como facilitador da comunicação interna, os entrevistados concordaram que pode ser um instrumento a serviço do fluxo de comunicação organizacional, uma vez que 90% responderam “sim” (55%) ou “sim, como complemento” (35%). Esse dado indica que os colaboradores estão receptivos à adoção de formas de comunicação mais inovadoras como o WhatsApp (CARVALHO e FORT, 2017, p. 40).

No trabalho da equipe de comunicação do filme *Fronteriz@s*, o aplicativo foi importante para a comunicação entre os produtores, a assessoria geral, as assessorias locais e as equipes de execução dos curtas. No entanto, ao menos para as atividades do curta-metragem *La Sociedad*, o *WhatsApp* também foi uma ferramenta bastante utilizada para o processo de produção de conteúdos para redes sociais e para a mídia tradicional.

## **Produção de releases**

Uma das estratégias definidas pela equipe de assessoria de comunicação do filme seria a produção de releases, texto conceituado pelos professores Elisa Kopplin Ferraretto e Luiz Artur Ferraretto (2009), como um “material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação” (p. 70). Estes, segundo os autores, têm como função levar às redações as notícias que possam servir como sugestão de pauta ou texto de apoio. Vale ressaltar

que o release não necessariamente precisará ser aproveitado em sua totalidade, mas sim ser uma sugestão de pauta e de fontes que possam dar informações complementares.

Durante a produção dos releases para o filme, o uso do *WhatsApp* teve papel fundamental. Todas as entrevistas necessárias para as peças de divulgação do documentário *La Sociedad*, por exemplo, foram produzidas através de mensagens e áudios instantâneos pelo aplicativo, sendo que ligações por celular foram utilizadas apenas como última alternativa.

A utilização deste meio foi escolhida pois, além de ser menos invasiva que chamadas por telefone, também possibilita ao assessor a vantagem de ter em mãos o que foi gravado ou digitado pelo entrevistado, o que garante a fidedignidade da informação e dos termos utilizados.

Além disso, o aplicativo também tem outras vantagens, como é salientado por Bandeira e Zacariotti (2018). “O WhatsApp é uma ferramenta que possibilita o envio de conteúdos multimídia, que podem ser valiosos tanto para os assessores, quanto para os jornalistas, com vistas a agilizar um processo de atendimento ou contato” (p. 9).

Elisa e Luiz Artur Ferraretto (2009) ainda apontam que cabe aos assessores de imprensa “escolher o melhor espaço para divulgar as informações sobre o assessorado, adaptando-as conforme o público a que se dirige” (FERRARETTO, 2009, p. 53). Sabendo disso, foi solicitado pela assessoria geral do filme *Fronteriz@s* que cada assessor de comunicação local fosse responsável por montar o *mailing list* de veículos de sua micro-região. De acordo com Ferraretto (2009), um *mailing* é uma relação completa e abrangente de veículos de comunicação que interessem a assessoria ou seu cliente.

Os dados contidos no *mailing list* orientam o trabalho diário do jornalista de AI, possibilitando-lhe saber exatamente a quem – dentro de um jornal, emissora de rádio ou televisão ou portal na internet – deve mandar cada tipo de release e demais produtos. Sem esse direcionamento, a divulgação corre o risco de obter pouco ou nenhum resultado. (FERRARETTO e FERRARETTO, 2009, p. 117, grifo dos autores).

Sendo assim, entre os dados na relação estavam e-mails e números de telefone dos contatos, informações que foram utilizadas para o envio de conteúdos e troca de informações entre assessores e jornalistas. Nestas ocasiões, além do uso do e-mail, a utilização do *WhatsApp* também teve seu destaque. No caso da assessoria do documentário *La Sociedad*, o aplicativo foi utilizado para enviar conteúdos extras e avisar aos veículos de comunicação sobre o envio dos textos por e-mail. Já os contatos feitos por jornalistas, fosse para tirar dúvidas ou agendar entrevistas, também foram realizados inicialmente através do aplicativo.

Vale ressaltar que estes contatos não são fatos isolados sobre a divulgação do filme, mas fazem parte do trabalho de jornalistas de diferentes lugares e que atuam em diversas editorias. Em investigação produzida pelos pesquisadores Marcelo Engel Bronosky e Andréa Moraes (2018) sobre a presença do *WhatsApps* na produção jornalística policial, foi constatado que o aplicativo é o segundo meio mais usado pelos jornalistas para acessar fontes de informações.

Um dos fatores que pode ter auxiliado na popularização desse aplicativo de mensagens

como meio de comunicação adotado por profissionais do jornalismo nestas horas é descrito pelos pesquisadores: “pelo WhatsApp, mesmo quando se está participando de uma reunião, como exemplo, uma fonte pode responder uma mensagem rapidamente, repassando um dado ou marcando um horário para entrevista” (BRONOSKY e MORAIS, 2018, p. 166). Ou seja, o WhatsApp permite que os jornalistas realizem várias atividades ao mesmo tempo, podendo estar no meio de reuniões, ou em processos de trabalho, e mesmo assim tirando suas dúvidas com assessores ou fontes, conseguindo mais informações ou até mesmo agendando entrevistas.

## Considerações finais

Embora ainda não se possa mensurar os resultados de audiência do filme *Fronteriz@s*, devido ao mesmo não ter estreado até a publicação deste livro, foi perceptível que houve um retorno positivo nas ações de divulgação do mesmo nas redes sociais e veículos de comunicação tradicionais ao se comparar com outras produções da região.

Entre os dias 8 de janeiro e 30 de abril de 2021, os veículos da sub-região de Bagé publicaram quatro matérias produzidas pela assessoria de comunicação do projeto. Neste período, ainda, a diretora do curta-metragem também divulgou o filme através de programas de rádio. Fora isso, também se destacou um engajamento considerável nas páginas oficiais do longa-metragem.

Esse retorno se deve aos esforços da equipe de comunicação do projeto e também à quantidade de pessoas envolvidas no mesmo, que formaram uma rede de compartilhamentos e engajamento para os conteúdos produzidos.

Além disso, a produção de conteúdo para o longa-metragem também teve efeito nas páginas parceiras. Com a constância nas publicações, o perfil no Instagram do Ponto de Cultura Pampa Sem Fronteiras, por exemplo, teve um aumento considerável no número de seguidores, interações e alcance, o que deve beneficiar a página e projetos futuros que poderão ser divulgados por meio dela.

Com isso, chegou-se à conclusão de que a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas, de plataformas de videoconferência e de serviços de armazenamento em nuvem foi o que possibilitou a realização do trabalho da assessoria de comunicação do filme *Fronteriz@s* em meio à pandemia de Covid-19. Isso, com uma equipe de pessoas com rotinas distintas e em diferentes lugares.

Assim, percebe-se que, ao serem usadas corretamente, apesar de tais ferramentas não substituírem completamente o trabalho presencial, estas alternativas podem ser utilizadas para a organização e comunicação de equipes, além de auxiliar, de maneira satisfatória, na produção de conteúdo.

## Referências

BANDEIRA, Zeus Mota; ZACARIOTTI, Marluce Evangelista Carvalho. Assessoria de Imprensa: o aplicativo WhatsApp como ferramenta de comunicação entre assessores e jornalistas. In: **8º Encontro do JPJor**. São Paulo. 2018.

BRIDI, Maria Aparecida *et al.* **O trabalho remoto/home-office no contexto da pandemia COVID-19.** Curitiba: Universidade Federal do Paraná, Grupo de Estudos Trabalho e Sociedade, 2020.

BRONOSKY, Marcelo Engel; MORAIS, Andréa. A presença do WhatsApp na produção jornalística policial. **Revista Alterjor**, v. 18, n. 2, p. 152-168, 2018.

CARVALHO, Ana Paula Pinto de; FORT, Mônica Cristine. Conexões virtuais e desconexões presenciais: a comunicação via whatsapp em ambientes corporativos. **Comunicação & Inovação**, v. 18, n. 36, p. 37-50, 2017.

CASTRO, Gisela GS. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 14, n. 2, p. 133-140, 2012.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2009.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MENESES, Treyci Garcia de. **A aplicação das ferramentas do Google no jornalismo: um estudo das redações da fronteira oeste do RS.** 2016. 36 p. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2016. Disponível em: <<http://dspace.unipampa.edu.br/handle/rii/3865>>. Acesso em: 4 maio 2021.

SULLIVAN, Marguerite Hoxie. **Uma assessoria de imprensa responsável na era digital.** Washington, D.C.: Bureau de Programas de Informações Internacionais de Departamento de Estado dos Estados Unidos, 2012.

VARGAS, Miramar Ramos Maia. Educação a distância e as novas tecnologias: o uso da videoconferência em treinamentos organizacionais. **Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância**, v. 1, 2002.



