UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

ANA CAROLINA RIBEIRO DOS SANTOS
NATHANE RAFAELA AGOSTINI

PLANO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA A SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER DE BAURU PARA OS JOGOS REGIONAIS DE 2018

Bauru - SP
2017

ANA CAROLINA RIBEIRO DOS SANTOS
NATHANE RAFAELA AGOSTINI

PLANO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA A SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER DE BAURU PARA OS JOGOS REGIONAIS DE 2018

Projeto Experimental de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social - Jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. José Carlos Marques.

Bauru
2017

ANA CAROLINA RIBEIRO DOS SANTOS
NATHANE RAFAELA AGOSTINI

PLANO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA A SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER DE BAURU PARA OS JOGOS REGIONAIS DE 2018

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dr. José Carlos Marques (orientador)

_____

Prof. Dr. Angelo Sottovia Aranha

_____

Profª Drª Tamara de Souza Brandão Guaraldo

Bauru
2017

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à minha família, que foi quem me deu base para poder chegar até aqui. À minha mãe, Thais Martins Ribeiro, por ser minha maior base, incentivadora e inspiração, sem ela minha trajetória até a graduação seria impensável. Ao meu pai, Josué Shalar dos Santos, por todo amor, carinho e apoio dedicados a mim em todos esses anos. Aos meus irmãos, especialmente, à Amanda Ribeiro dos Santos, por ser tanto em minha vida, inspiração de profissional, mulher e ser humano, além de melhor amiga e um dos meus pilares de sustentação. E de forma muito especial, à minha avó Maria Martins Ribeiro, que iluminava todos os lugares por onde passava e na minha vida não foi diferente, a ela devo tudo, inclusive minha graduação.

Aos meus tios, tias e primos, com agradecimento especial à minha tia Lilian Martins Ribeiro, que sempre desempenhou um papel de segunda mãe, me ajudando a deixar esse caminho mais leve e cheio de amor e às minhas primas, Letícia Ribeiro dos Santos e Giovana Ribeiro Santos, por estarem presentes em todos os momentos e desempenharem papéis de irmãs. E, claro, ao meu companheiro, namorado e melhor amigo, Lucas Froes Surita, que esteve comigo durante toda a graduação. O seu incentivo, amor e força, para que eu seguisse com meus sonhos, foram fundamentais durante esse percurso.

A todos os docentes que tive durante a graduação, os quais são responsáveis por todo o aprendizado e amadurecimento acumulados nesses quatro anos. Especialmente ao orientador deste trabalho, José Carlos Marques, e à professora Roseane Andrelo, que nos atendeu prontamente sempre que precisávamos e nos ensinou tanto em um curto período de tempo. E à Diretora do Departamento de Esportes da Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru, Maria Amélia Theodoro, por nos receber de portas abertas.

Por fim, a todos os colegas e amigos que a Unesp me trouxe. Com eles dividi dificuldades, aprendizado e momentos únicos. Especialmente à Camila Nishimoto, Heloísa Scognamiglio, Jéssica Dourado, José Felipe Vaz, Mariana Hafiz, Matteus Corti e Thainá Zanfolin, por serem pessoas tão especiais e cheias de luz. E claro, à minha companheira nessa empreitada chamada Trabalho de Conclusão de Curso,

Nathane Rafaela Agostini; sou muito grata por dividir com alguém maravilhoso esse momento tão importante da vida.

Ana Carolina Ribeiro dos Santos.

Agradeço aos meus pais, Edvaldo Agostini e Rosângela Cristina Pinheiro Agostini, por sempre terem me ensinado a importância da educação e se esforçado para que eu tivesse o melhor ensino que eles poderiam me proporcionar; por terem me feito alcançar a graduação e me dado todo o apoio e base para chegar até aqui. Em especial à minha mãe, por todos os sacrifícios feitos ao longo do caminho. Agradeço ao meu irmão, Heron Augusto Agostini, por todo o apoio, amadurecimento concomitante e por sempre entender o quanto a graduação cobra e leva de nós.

À toda minha família, avós, avô, tias, tios, primas e primo, porque todos contribuíram de alguma forma e em algum momento nessa minha empreitada e sem eles não seria possível que eu tivesse caminhado até aqui.

À minha parceira neste projeto, Ana Carolina Ribeiro dos Santos, por sua amizade e por toda a sua competência. Obrigada por estar ao meu lado e dividir comigo as alegrias e pesos desse trabalho. Com toda certeza, saber que tinha alguém tão comprometido e gentil ao meu lado, tornou esse trabalho mais fácil.

Aos amigos que a Unesp me deu, Camila Nishimoto, Heloísa Scognamiglio, Jéssica Dourado, José Felipe Vaz, Mariana Hafiz, Matteus Corti e Thainá Zanfolin, obrigada pela família que criamos, pelas memórias, alegrias e pelo apoio incondicional quando tudo ficou muito pesado. Sem vocês eu não teria suportado.

Agradeço aos docentes que tive ao longo da graduação por todo o conhecimento transmitido e aprendizado compartilhado, em especial ao Prof. Dr. José Carlos Marques, orientador deste projeto, e à Profª Drª Roseane Andrelo, que, mesmo sem relação formal com este Trabalho de Conclusão de Curso, esteve sempre disposta a nos ajudar e foi fundamental para o desenvolvimento do mesmo.

Agradeço à Maria Amélia Theodoro, Diretora do Departamento de Esportes da Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru, por nos receber e auxiliar com as informações que precisávamos.

Por fim, agradeço à Andressa Caroline Pereira Rodrigues, por ser minha melhor amiga, sempre ter me apoiado e estado ao meu lado. Tenho certeza que olha por mim de onde quer que esteja e estaria aqui para celebrar comigo essa conquista.

Nathane Rafaela Agostini

RESUMO

O presente projeto corresponde ao Trabalho de Conclusão de Curso no qual foi desenvolvido um produto de assessoria de imprensa para a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru - SP. Percebendo algumas falhas de comunicação na instituição em relação à imprensa, especialmente no cenário dos Jogos Regionais, foi produzido um plano de assessoria que busca fortalecer a imagem da instituição e a divulgação da participação da cidade no evento em questão, bem como dar visibilidade e voz aos atletas. Busca-se com esse projeto sanar as falhas de comunicação com a imprensa existentes na Semel e evidenciar a importância dos Jogos Regionais para a comunidade esportiva do município, apresentando um plano de ações com o uso de estratégias comunicacionais e também fornecendo modelos de materiais de assessoria e ferramentas de avaliação para o aprimoramento de planos futuros.

Palavras-chave: Assessoria de imprensa, Jogos Regionais, Plano de Comunicação, Assessoria esportiva

ABSTRACT

The present project corresponds to a undergraduate thesis in which a product of press office was developed for the Municipal Secretary of Sports and Leisure (Semel) of Bauru. Realizing some communication failures in the institution in relation to the press, especially in the scenario of the Regional Games, a communication plan was produced that seeks to strengthen the image of the institution and publicize the participation of the city in the event in question, as well as giving visibilities and voice to the athletes. This project seeks to remedy the lack of communication with the press in Semel and highlight the importance of the Regional Games for the sports community of the municipality, presenting a plan of actions with the use of communication strategies and also providing models of press office materials and evaluation tools for the improvement of future plans.

Keywords: Press office, Regional games, Communication plan, Sports press office

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO……...……...10
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA…….....11
2.1 A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES……...11
2.2 PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO……13
2.2.1 O plano……..15
2.3 ASSESSORIA DE IMPRENSA……16
2.3.1 Jornalismo Institucional……..16
2.3.2 A origem da Assessoria de Imprensa……..17
2.3.3 Conceito e objetivos da Assessoria de Imprensa……..17
2.3.4 O papel do assessor de imprensa……....19
3. RELATO DE EXPERIÊNCIA……...……....21
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS……...…….23
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS…….25

1. INTRODUÇÃO

É apresentado aqui o relatório do Trabalho de Conclusão de Curso, cujo produto é um Plano de Assessoria de Imprensa para a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru no contexto dos Jogos Regionais de 2018. Este relatório visa apresentar as bases teóricas que serviram como fundamentação para o desenvolvimento do plano de comunicação.

Para tanto, o trabalho é baseado nos conceitos de planejamento de comunicação e de assessoria de imprensa desenvolvidos por Margarida Kunsch e Gaudêncio Torquato, assim como nas orientações de jornalistas que atuam e/ou estudam as práticas da assessoria de imprensa no Brasil.

O produto foi desenvolvido após uma reunião com a Diretora do Departamento de Esportes da Semel, Maria Amélia Theodoro, que relatou uma falha nas divulgações para a mídia dos trabalhos realizados pela secretaria. Como os Jogos Regionais são o evento esportivo mais importante para o município, ao lado dos Jogos Abertos, optamos por propor ações de comunicação que irão corrigir essas falhas durante o campeonato.

Foi uma constante preocupação no desenvolvimento do produto que ele fosse executável. Como a Semel não tem um departamento ou um profissional que possa se dedicar exclusivamente às atividades de comunicação, e nem mesmo alguém da área, essa limitação foi levada em consideração. Dessa forma, as ações propostas no plano de assessoria são acompanhadas de modelos práticos e de explicações quanto a sua execução.

Como o plano é voltado para os Jogos Regionais de 2018, as ações propostas no produto não serão executados por estas autoras. No entanto, para que possíveis falhas de execução possam ser identificadas e corrigidas em planos de assessoria de imprensa para edições futuras dos Jogos Regionais, foi proposta também uma ferramenta de avaliação a ser implementada no final do campeonato.

A importância deste trabalho está na orientação que oferece à Semel referente ao relacionamento com a mídia e do tratamento correto da informação para a divulgação de um evento esportivo de grande valor para a comunidade esportiva do município.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

As organizações que compõem a sociedade são parte fundamental da vida moderna, como propõe Kunsch (2003). O conjunto diversificado de organizações viabiliza todo o funcionamento da sociedade e permite que as necessidades básicas do homem como alimentação, moradia, saúde, segurança e lazer sejam atendidas. Portanto, é indiscutível a importância que exercem no conjunto social.

É possível associar o surgimento das organizações com a natureza do homem, sendo este um ser social que precisa do outro e da comunidade para a realização das suas necessidade. Sendo assim, a organização para a junção de esforços em prol de atividades que visam a satisfação comum foi naturalmente desenvolvida. Como expõe Kunsch:

> As origens e a evolução das organizações se fundamentam na natureza humana. O homem, como ser social, necessita dos seus semelhantes para satisfazer suas necessidades e completar-se, o que só é possível mediante uma interação de pessoas que buscam alcançar resultados pela conjugação de esforços. (KUNSCH. M.M.K. 2003, p. 21)

Da mesma forma que as organizações fazem parte do desenvolvimento social do homem, a comunicação é a forma como essa interação entre as pessoas que visam uma realização comum se dá. A comunicação é, portanto, parte fundamental nas organizações, como evidencia Kunsch:

> A comunicação, em primeiro lugar, tem que ser entendida como parte inerente à natureza das organizações. Essas são formadas por pessoas que se comunicam entre si e que, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional para sobrevivência e consecução dos objetivos organizacionais num contexto de diversidades e de transações complexas. Portanto, sem comunicação as organizações não existiriam. (KUNSCH. M.M.K. 2006, p. 167)

A comunicação exerce, em primeiro lugar, a função de ponte entre um indivíduo e o outro e é com ela que é possível se organizar e se relacionar. Gaudêncio Torquato (1986, p. 16) aponta que a “comunicação, enquanto processo, dá vida, por meio do encadeamento das partes, à empresa”.

É nesse sentido que a comunicação se fundamenta como processo indispensável em uma organização que precisa estabelecer no seu ambiente um mesmo discurso, que direcione seus colaboradores a uma mesma causa. É por meio dos processos comunicacionais que a empresa consegue se estruturar e organizar sua mensagem para que todos os atores possam caminhar para um mesmo objetivo. Como afirma Torquato do Rego:

> Em primeiro lugar, cabe lembrar que a organização persegue um equilíbrio entre as partes que a formam. Seu equilíbrio é resultante da disposição ordenada entre suas partes. Essa integração é obtida graças ao processo comunicacional. Aparece assim, a primeira relação entre comunicação e empresa. (REGO, F. G. T. 1986, p. 16)

Em um segundo momento, a comunicação como técnica, como área do conhecimento precisou ser desenvolvida para facilitar os processos no âmbito de uma organização. De acordo com Torquato do Rego (1986, p. 9), “a comunicação exerce um extraordinário poder para o equilíbrio, o desenvolvimento e a expansão das empresas”.

E é com o uso das técnicas que envolvem essa área do conhecimento que muitos processos se darão e justificarão o discurso que a organização deseja. Ela se torna, portanto, o mediador entre os diversos públicos com quem a empresa se relaciona. Como aponta Torquato do Rego:

> A comunicação é, portanto, uma área multidisciplinar, mediando os interesses dos participantes, os interesses da empresa, enquanto unidade econômica, e os interesses da administração. Essa grande característica do fenômeno comunicacional – de mediação de objetivos – mostra sua magnitude e importância para o equilíbrio do microclima interno. Na outra ponta do sistema, estão as vertentes comunicativas, ajustando a identidade empresarial ao meio social, processo que engloba as tarefas clássicas e bem definidas de Relações Públicas, Publicidade, Jornalismo, Editoração, Identidade Visual e os modelos de sistema de informação. (REGO, F.G.T. 1986, p. 17)

Para além do diálogo com os públicos e da preservação da identidade da organização no meio social, a comunicação pode planejar estrategicamente, a partir da aplicação dos conhecimentos da área, as mensagens adequadas, corretas, oportunas, claras e concisas para que sejam assimiladas sem ruídos pelos

participantes organizacionais, como propõe Torquato do Rego (1986). E nesse processo exerce indiscutível poder e influência no ambiente interno e externo da organização. Como evidenciado por Torquato do Rego:

> A comunicação, que, enquanto processo, transfere simbolicamente ideias entre interlocutores, é capaz de, pelo simples fato de existir, gerar influências. E mais: exerce, em sua plenitude, um poder que preferimos designar de *poder expressivo,* legitimando outros poderes existentes na organização, como o poder remunerativo, o poder normativo e o poder coercitivo. (REGO, F.G.T. 1986, p, 17)

É nessa perspectiva, da importância da comunicação, dos processos comunicativos e das técnicas desenvolvidas por essa área do saber nas organizações, que se encontra o profissional de comunicação social. Como evidencia Torquato do Rego (2004), os principais programas de comunicação das organizações estão ligados às áreas de jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, relações públicas, marketing, publicidade e propaganda e identidade visual.

2.2 PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO

O planejamento de ações, visando sua melhor execução e levando em consideração o cenário em que se está inserido, é uma prática que pode ser associada a diversas áreas do conhecimento e da vivência humana. O ato de planejar ajuda a prever possíveis imprevistos e, nesse caso, a evitá-los, ao mesmo tempo que corrobora para uma execução coesa e prática de ações que, se feitas de maneira intuitiva e ocasional, podem não ter o resultado que se espera.

Na comunicação e nas organizações não é diferente. Planejar as ações, especialmente as de comunicação, é de extrema importância para as organizações que pretendem sobreviver no cenário contemporâneo. Como explica Kunsch (2003, p. 245), “as organizações modernas, para se posicionar perante a sociedade e fazer frente a todos os desafios da complexidade contemporânea, precisam planejar, administrar e pensar estrategicamente a sua comunicação”.

De acordo com Lupetti (2012, p. 32), “o planejamento se preocupa tanto em evitar ações incorretas quanto em reduzir a frequência dos fracassos ao se explorar

oportunidades". Dessa forma, planejar as ações de comunicação em uma instituição é de grande valor, porque não só auxiliará na escolha das mensagens mais adequadas em um cenário específico, como também poderá apontar a qualidade dos resultados e assim quais as melhorias que podem ser feitas. Como expõe Kunsch:

> O planejamento é um instrumento para a eficácia das atividades de relações públicas porque evita a improvisação, oferece maiores possibilidades para a consecução dos objetivos e o cumprimento da missão organizacional, permite racionalizar os recursos necessários e dá uma orientação básica, capaz de permitir a avaliação de resultados. (KUNSCH, M.M.K. 2003, p. 316)

A comunicação tem um papel crucial em uma organização, o de mediador entre a instituição e seus públicos. É, portanto, a grande responsável pela opinião pública a respeito da organização. Quanto a esse papel, Kunsch (2003) aponta que o máximo de cuidado e sistematização dessa área são imprescindíveis para a manutenção da imagem da instituição e, portanto, o planejamento é indispensável no exercício do profissional de comunicação.

Para Pannebecker (2007), o planejamento diminui os riscos das incertezas do futuro em um mercado extremamente competitivo e o papel do planejador consiste, justamente, em prever e atuar de forma inteligente e estratégica para garantir uma boa execução dos objetivos do cliente. E assim, o planejamento de comunicação nas organizações passa a ter importância central.

Torquato do Rego (1986), por sua vez, defende que "a implementação de sistemas de comunicação em organizações, públicas ou privadas, exige um minucioso planejamento, voltado para a multiplicidade dos atos comunicativos". E, mais do que isso, planejar inclui analisar o ambiente em que se está e a partir desse cenário desenvolver estrategicamente ações de comunicação. Como exposto a seguir:

> O planejamento das estratégias, programas e projetos de comunicação empresarial requer uma minuciosa leitura do meio ambiente. Incorrem em grave erro os comunicadores e profissionais que planejam suas atividades sem se atentarem para as oportunidades, riscos, ameaças e tendências do macro-ambiente. (REGO, F.G.T. 1986, p. 111)

Por fim, entende-se que o planejamento é uma ferramenta de grande relevância para as organizações que pretendem competir em uma sociedade

moderna. Como evidencia Kunsch (2003), o planejamento é uma arma que não se pode deixar de lado e que ajudará o departamento de comunicação a agir com mais cautela e com medidas mais previsíveis e eficazes.

É nesse contexto de importância indiscutível para a comunicação que o planejamento de ações de assessoria de imprensa se apresenta. Mais do que apontar medidas para solucionar os problemas de relação com a mídia, evidenciados no plano apresentado nesse trabalho, olhar para o cenário existente e considerar as especificidades do nosso "cliente" fez parte da elaboração do nosso plano, constituindo-se assim o planejamento estratégico das ações.

2.2.1 O plano

Margarida Kunsch (2003, p. 319) aponta que é possível desenvolver dois tipos de planejamento, "o primeiro é o de elaboração de todo um projeto global ou um plano estratégico de comunicação para determinada organização. O segundo é voltado para o planejamento e a produção de projetos e programas específicos". A autora cita como exemplos para a segunda opção: eventos especiais, publicações institucionais, ações a comunidade, comunicações de crise, projetos socioculturais, comunicação interna, mídias digitais, dentre outros.

O trabalho aqui apresentado se enquadra, portanto, no segundo tipo, já que planeja ações de assessoria de imprensa em um evento específico, os Jogos Regionais de 2018. Para que o planejamento de comunicação seja desenvolvido, Kunsch aponta para o seguintes passos a serem seguidos:

> Dentro da nossa perspectiva, que procura enfatizar sempre as relações públicas no contexto das organizações e com a missão de gerenciar a comunicação com os diversos públicos, propomos um roteiro que se baseia nas quatro etapas básicas do processo de relações públicas – pesquisa, planejamento, implementação e avaliação. (KUNSCH, M.M.K. 2003, p. 325)

De acordo com Kunsch (2003), um plano de comunicação deverá ser definido a partir das necessidades para dar soluções aos problemas levantados. Tais problemas podem ser identificados a partir de uma pesquisa sobre a instituição e um diagnóstico dos problemas encontrados.

O plano deverá conter os pressupostos básicos para a tomada de decisão e assume um caráter mais geral e abrangente, além de ser um instrumento do planejamento de comunicação, como aponta Kunsch (2003). Segundo a autora, nele deverão ser delineados os objetivos gerais, as diretrizes, a alocação de recursos necessários, as estratégias gerais, os prazos e os indicativos das ações.

Cabe ressaltar que o plano de assessoria de imprensa aqui apresentado engloba as duas primeiras etapas: pesquisa e planejamento. Como o desenvolvimento desse projeto acontece no final de 2017 e os Jogos Regionais serão em julho de 2018, não será possível fazer a implementação das ações. Essa etapa ficará sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Esporte e Lazer de Bauru, a quem esse plano é destinado.

Foi indicado no plano de assessoria de imprensa uma ferramenta de avaliação para que as ações propostas possam ser mensuradas e qualificadas. Após a implementação será possível, então, avaliar e, se for preciso, aperfeiçoar as ações que poderão compor planos de assessoria de imprensa futuros para as próximas edições da competição.

2.3 ASSESSORIA DE IMPRENSA

2.3.1 Jornalismo institucional

Os veículos de comunicação tentam cobrir os mais variados assuntos de diferentes setores da sociedade, mas a impossibilidade de estar em todos os fatos que ocorrem na contemporaneidade, como defendem Viveiros e Eid (2007), deu origem à necessidade da especialização do chamado jornalismo institucional.

Dividido em jornalismo empresarial e assessoria de imprensa, “o jornalismo institucional tem a missão precípua de suprir a demanda de informação que os veículos de comunicação de massa não conseguem atender” (VIVEIROS; EID, 2007, p. 21).

2.3.2 A origem da Assessoria de Imprensa

Segundo o Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa 2007 da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o primeiro escritório de assessoria de

imprensa foi criado por Ivy Lee, jornalista americano que deixou a prática em 1906, para assessorar John Rockefeller.

Com o trabalho frequente de envio de informações transparentes e com rapidez à imprensa da época, Lee conseguiu mudar a imagem de Rockefeller, que até então era "acusado de aspirar ao monopólio, de mover luta sem quartel às pequenas e médias empresas, de combater sem olhar a meios, numa palavra, de ser feroz, impiedoso e sanguinário" (MANUAL..., 2007, s.p.).

O fortalecimento da comunicação e o fato dela se tornar estratégica nas organizações são as razões da assessoria ter se tornado cada vez mais necessária, conforme defende Mafei (2004). Segundo a autora, a atividade buscava suprir a necessidade de estabelecer um canal de comunicação aberto entre os assessorados e a imprensa e de intensificar o fluxo de informação entre os meios de comunicação e a sociedade.

No Brasil, relata Russi (2010), a atividade de assessoria de imprensa teria como grande marco de seu desenvolvimento a eleição de Juscelino Kubitschek, em 1955, devido à instalação de diversas multinacionais no país, que acabaram trazendo as práticas de relações públicas e de assessoria em seus sistemas de trabalho.

Ainda assim, já em 1937, a primeira atividade de comunicação institucional no Brasil poderia ser identificada, a partir da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) "para divulgar os atos do presidente e obras realizadas por seu governo" (RUSSI, 2010, p.22).

2.3.3 Conceito e objetivos da Assessoria de Imprensa

De maneira bastante prática e direta, o Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa 2007 da FENAJ descreve a atividade de assessoria de imprensa como um "serviço prestado a instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral" (MANUAL..., 2007, s.p.).

Mais do que isso, no entanto, a assessoria de imprensa, como defendem Viveiros e Eid (2007), é o verdadeiro elo entre a instituição assessorada e os veículos de comunicação. Para os autores, é papel da assessoria administrar as

informações jornalísticas de modo a atingir, de forma positiva, não só o interesses da empresa, mas também os interesses externos, nesse caso, os da imprensa.

Esse pensamento é reforçado por Kunsch, ao apontar:

> "a necessidade de só se enviar à imprensa material vinculado a um contexto muito maior, de política global de comunicação da organização, deixando-se de lado a tentação de só noticiar o que possa promover a organização e determinadas pessoas" (KUNSCH, M.M.K, 2003, p. 126)

O objetivo de uma assessoria de imprensa, segundo Viveiros e Eid (2007), é fazer dos interlocutores da instituição assessorada fontes diretas para os jornalistas. Para os autores, o principal papel da assessoria:

> "[..] consiste em submeter à análise dos veículos de comunicação - de massa ou especializados - notícias de interesse de toda a comunidade ou de um segmento específico desta, às quais jornais, revistas, rádios, televisões e webmídia não teriam acesso direto ou espontâneo. A assessoria de imprensa constituiu-se no principal canal entre os sistemas sociais (político, econômico, religioso, esportivo, empresarial, associativo, etc.) e os veículos de comunicação.
> Há notícias de grande impacto local, regional, nacional ou internacional que jamais seriam publicadas na mídia impressa nem veiculadas na mídia eletrônica não fosse a atividade de assessoria de imprensa". (VIVEIROS, R.; EID, M. A.; 2007, p. 22)

No entanto, para que as informações divulgadas sejam noticiadas e para agendar seu cliente nos meios de comunicação, é imprescindível que a assessoria estabeleça uma relação de confiança com os jornalistas e a imprensa em geral e, dessa forma, consiga criar uma imagem positiva de seu assessorado.

Para a FENAJ, "a conquista da confiança entre eles [cliente e imprensa] se consolida quando o assessorado ganha *status* de excelente fonte de informação" (MANUAL..., 2007, s.p.), afinal, o que importa ao jornalista são informações com valor notícia e que sejam de interesse da população.

O trabalho contínuo de assessoria permitirá a criação dessa relação de confiança entre assessorado e imprensa e, consecutivamente, a definição de uma imagem positiva da organização perante à sociedade. Mafei (2004) destaca que uma imagem positiva de uma instituição aponta que esta é bem gerida.

2.3.4 O papel do assessor de imprensa

Se a assessoria de imprensa é o elo entre a mídia e o cliente, é o assessor de imprensa que realiza a mediação entre essas partes, facilitando sempre o acesso dos veículos de comunicação a seu assessorado.

Kunsch (2003) defende que como a informação que sai intermediada pelo assessor será multiplicada pelas mídias falada e escrita para toda a sociedade, o profissional de comunicação deve, a todo momento, ter consciência da "[..] responsabilidade social dos seus atos e dos interesses da opinião pública" (Kunsch, 2003, p. 127).

Para desenvolver seu trabalho diário, o assessor deve seguir algumas recomendações comuns:

> "- Avaliar jornalisticamente todos os acontecimentos que envolvam o assessorado. Se uma opinião ou informação não tiver chance de aproveitamento por parte dos veículos aos quais se destina,não deverá em nenhuma hipótese ser distribuída pela Assessoria de imprensa.
> - Não desprezar em nenhum órgão no processo de distribuição de informações, com exceção dos órgãos que não atenderem às necessidades da assessoria de imprensa referentes ao público-alvo.
> - Evitar práticas que firam o Código de Ética do jornalismo, como pressões e tentativas de suborno, lembrando sempre: assessor de imprensa é jornalista, não lobista.
> - Manter uma relação atualizada dos veículos de comunicação e dos jornalistas que possam se interessar pelas informações relativas ao assessorado e, assim, transmiti-las ao grande público". (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p. 45)

O assessor de imprensa precisa ainda, segundo os autores, decidir pelo melhor espaço em que uma informação deve ser divulgada, tendo em mente o público que se busca atingir.

Na cobertura esportiva, em particular, "[...] cabe ao assessor organizar o acesso aos jogadores, à equipe técnica e aos dirigentes, estabelecendo horários para as coletivas ou entrevistas em geral. No caso de grandes competições, podem ser definidas áreas de acesso destinadas a profissionais credenciados e próximas dos locais de circulação dos atletas" (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p. 54).

Para que os interlocutores de uma instituição sirvam de fonte para a mídia de forma eficiente, é preciso que estes sejam orientados pelo assessor sobre quais

informações devem ser divulgadas, quais têm valor e possibilidade de se transformar em notícia, quais são de interesse da sociedade e quais não.

Segundo o Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa 2007, inclusive, o assessor tem maior chance de ver seu trabalho bem sucedido se seu cliente "estiver bem orientado sobre como os veículos de comunicação funcionam, como os jornalistas atuam e quais as características de cada mídia" (MANUAL..., 2007, s.p.).

O jornalista-assessor tem o dever de agir frente a todos os veículos de maneira imparcial e ética. Kunsch (2003) defende que todos os meios de comunicação, grandes ou pequenos, devem ser tratados de forma igual, e que o exercício diário da verdade na transmissão das informações deve ser alimentado.

Por mais imediato que pareça atribuir o desempenho da profissão de assessoria de imprensa para jornalistas, Mafei discorda:

> "Não se trata de atividade restrita a um grupo de profissionais, devidamente formados para isso. O contato direto com as redações é facultado a qualquer pessoa, ao executivo de qualquer empresa, ao profissional de qualquer instituição, ao integrante de qualquer poder constituído" (MAFEI, M. 2004)

Ainda assim, sem dúvida, como qualquer ofício, a atividade de assessoria de imprensa deve ser sempre praticada sob os preceitos de ética da profissão.

3. RELATO DE EXPERIÊNCIA

O processo de produção de um Trabalho de Conclusão de Curso parece ser sempre acompanhado de uma corrida contra o tempo e da luta incessante contra obstáculos. A maioria desses obstáculos nem mesmo pode ser previsto no início do trabalho.

Para nós, o primeiro obstáculo foi conseguir definir um novo projeto para ser desenvolvido, visto que o que tínhamos em mente originalmente, para o qual produzimos o pré-projeto, mostrou-se inexequível. O projeto original seria desenvolver um plano de comunicação para uma equipe feminina de futebol de Bauru. No entanto, não foi possível seguir com essa ideia, visto que o único time feminino na cidade é apenas um projeto em sua fase inicial e, segundo orientação do professor orientador, o trabalho fugiria muito da área do jornalismo.

Foi proposto pelo orientador - para que continuássemos a desenvolver um projeto experimental na área de assessoria esportiva - um desejo nosso -, que criássemos um plano de assessoria de imprensa para Bauru nos Jogos Regionais de 2018. Gostamos da ideia e decidimos desenvolver esse plano.

No entanto, era necessário descobrir se a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru precisava desse serviço. Realizamos reuniões com a Diretora do Departamento de Esportes, Maria Amélia Theodoro, e descobrimos que a carência de uma comunicação efetiva com a mídia é realidade, visto que não existem profissionais de comunicação na Semel.

Naquele momento, quase dois meses do semestre já haviam se passado e tínhamos, então, um tempo bastante reduzido para a criação do plano. Focamos nossa pesquisa teórica em planejamento de comunicação e assessoria de imprensa, áreas que pudessem nos direcionar para a identificação das falhas e como elas poderiam ser sanadas.

Após reunirmos as informações sobre a instituição e executarmos a atividade de *clipping* sobre Bauru nos Jogos Regionais de 2017, foi possível analisar o cenário de como a delegação de Bauru foi retratada na imprensa neste ano e identificar os problemas de contato com a mídia que precisavam ser corrigidos.

A partir disso, e com base na fundamentação teórica, propusemos ações que poderiam melhorar a comunicação com a mídia, assim como a imagem da Semel

que é divulgada, e agendar na imprensa local assuntos relacionados aos Jogos Regionais que vão além dos resultados das partidas.

Como o projeto é produzido no final de 2017 e os Jogos Regionais acontecem em meados de Julho de 2018, as ações propostas não poderão ser executadas pelas autoras desse trabalho. No entanto, houve a todo o momento o cuidado de desenvolver ações que poderiam ser executadas por outras pessoas que não da área de comunicação, atendendo às limitações da Semel, como já mencionado. Para isso, disponibilizamos modelos e descrições de como cada atividade poderá ser colocada em prática.

Outra preocupação foi colocar no plano mecanismos que dessem voz aos atletas, como o agendamento de entrevistas e sugestões de pautas, pois, como nos relatou a Diretora do Departamento de Esportes, os Jogos Regionais são tratados de forma muito política. Buscamos ações que colocassem os atletas em evidência, como protagonistas do campeonato, e que mostrassem a importância da competição para a comunidade esportiva e para o desenvolvimento do esporte.

A criação do plano de assessoria nos permitiu pesquisar sobre planejamento de comunicação e assessoria de imprensa e, dessa forma, serviu para expandir nossos conhecimentos em uma área, a de assessoria de imprensa, que não é muito aprofundada ao longo da graduação em jornalismo, nos dando possibilidade de atuar em um mais segmento da comunicação quando chegarmos ao mercado de trabalho.

Além disso, ficou evidente o quanto o planejamento na comunicação é importante e como o trabalho de um assessor não pode ser executado apenas de maneira intuitiva e conforme as demandas aparecem. As ações em uma assessoria estão todas relacionadas e precisam ser desenvolvidas pensando no todo, de forma estratégica.

Por fim, tornou-se claro como é imprescindível escutar o cliente a ser atendido, entender as suas necessidades e perceber que são elas que importam, e não o que o assessor tem o desejo de realizar, para a execução de um trabalho que de fato irá ajudar a instituição.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse Trabalho de Conclusão de Curso contribuiu para o nosso desenvolvimento profissional porque ampliou nosso conhecimento na área de assessoria de imprensa e introduziu o universo do planejamento em nossa bagagem acadêmica. Já no âmbito pessoal, ficamos felizes ao saber que o plano pode vir a ser executado e, de fato, ajudar uma instituição.

Esperamos que a proposta seja, realmente, colocada em prática e, se não por completo, que ao menos algumas ações sejam executadas no período que propusemos, tendo como centro os Jogos Regionais de 2018. Que sirva também como inspiração para que seja desenvolvido um planejamento de comunicação para as atividades cotidianas da Secretaria Municipal de Esporte e Lazer (Semel) de Bauru.

Almejamos que, com a execução das ações previstas no plano, os objetivos geral e específicos, traçados no início do desenvolvimento do plano de assessoria de imprensa, sejam atingidos. E que, dessa forma, a delegação de Bauru seja colocada em evidência na mídia local e que a importância dos Jogos Regionais seja retratada.

É imprescindível que a ferramenta de avaliação proposta no plano de assessoria de imprensa seja executada ao final do campeonato para avaliar os resultados obtidos e para entender a necessidade de possíveis alterações. Se realizada, o plano pode ser otimizado e as ações aperfeiçoadas podem ser implementadas nas edições futuras dos Jogos Regionais.

Entendemos que o plano aqui proposto não sana todos os problemas de comunicação que a Semel tem em relação à mídia, mas tudo foi pensado atendendo às limitações da instituição e esperamos que agende a Semel e a participação de Bauru nos Jogos Regionais de forma positiva na imprensa. Além disso, esperamos que esse seja o início de um processo de planejamento de comunicação na instituição.

O desenvolvimento desse projeto nos proporcionou uma visão ampliada sobre a importância e a necessidade da comunicação nas organizações. É por meio dessa área do saber que a informação precisa e adequada pode ser direcionada aos

diversos públicos, auxiliando na manutenção da imagem e na disseminação de informações que não só beneficiam as instituições, mas também a população.

Desenvolver esse trabalho foi um desafio que, em troca, trouxe muito aprendizado. Lidar com o tempo, prazos, pessoas e processos nos proporcionou um grande amadurecimento pessoal e profissional. Ver esse plano de assessoria de imprensa nessa fase de finalização nos traz imensa satisfação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa 2007**. 4 ed. Brasília, 2007. Disponível em: <http://fenaj.org.br/publicacoes/>. Acesso em: 10/12/2017.

FERRARETTO, L. A.; FERRARETTO, E. K. Assessoria de imprensa: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LUPETTI, M. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Cangage Learning, 2012.

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2004.

PANNEBECKER, A. P. **O Processo de planejamento de Comunicação: uma análise da prática em agências de publicidade e propaganda**. Trabalho apresentado ao GT Publicidade e Propaganda, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2007.

Portal G1 Bauru e Marília. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

REGO, F.G.T. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

REGO, F.G.T. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

RUSSI, J.M.M. **Assessoria De Comunicação, Agendamento E Newsmaking** - um estudo sobre a evolução da comunicação do Supremo Tribunal Federal. Brasília, 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília.

SÃO PAULO (Estado). **Regulamento dos Jogos Regionais**. São Paulo, Disponível em: <http://www.selj.sp.gov.br/2016/regulamento_2016/Regulamento%20Jogos%20Regionais%202016%20atualiz%2018-05-16.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2017.

SÃO PAULO (Estado). **Regulamento dos Jogos Regionais**. São Paulo, Disponível em: <http://www.selj.sp.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/Portaria-25-Jogos-Regionais.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2017.

Site do Jornal da Cidade. Disponível em: <https://www.jcnet.com.br/>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

Site da Prefeitura Municipal de Bauru. Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br/noticias.aspx>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

Site da Rádio Auriverde. Disponível em: <http://www.radioauriverde.com.br/>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

Site da Rádio 96 FM. Disponível em: <http://www.96fmbauru.com.br/>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

Site da Rádio 94 FM. Disponível em: <http://94fm.com.br/>. Acesso em: 22 de nov. 2017

VIVEIROS, R.; EID, M.A. **O Signo da verdade: assessoria de imprensa feita por jornalistas**. São Paulo: Summus, 2007.

PLANO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER DE BAURU PARA OS JOGOS REGIONAIS DE 2018

Elaboração: Ana Carolina Ribeiro dos Santos
e Nathane Rafaela Agostini

BAURU
DEZ/2017

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO....4
1. DIAGNÓSTICO....5
1.1 Informações sobre a instituição....5
1.1.1 Funcionamento....5
1.1.2 Ambiente de trabalho....6
1.1.3 Comunicação interna....7
1.1.4 Comunicação externa....7
1.1.5 Eventos esportivos de importância para a Semel....8
1.1.6 Contratação do serviço de assessoria....8
1.2 Públicos....8
1.3 Análise de cenário....9
2. SITUAÇÃO PROBLEMA....12
3. OBJETIVOS....13
4. PLANO DE AÇÕES....14
4.1 *Mailing list*....14
4.2 *Release*....18
4.2.1 *Release* para rádio....18
4.2.2 *Release* para televisão....18
4.2.3 *Release* para impresso e *web*....18
4.3 Entrevista Coletiva....19
4.3.1 *Media training*....19
4.3.1.1 Orientações gerais de relacionamento com a imprensa....20
4.3.1.2 Orientações de acordo com a especificidade de cada veículo....21
4.4 Evento....21
4.4.1 Convite para o evento enviado à imprensa....22
4.5 *Press-kit*....22
4.5.1 Histórico sobre os Jogos Regionais....22
4.5.2 Galerias de material audiovisual....23
4.5.3 Fichas dos Atletas....23
4.5.4 Cronograma das partidas de Bauru....23
4.6 Produção multimídia....23
4.7 Pautas e entrevistas....23
4.8 Tabela de resultados....24
5. FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO....25
5.1 *Clipping*....25
5.1.1 Relatório....26
5.1.1.1 Metas a serem atingidas....26
6. CRONOGRAMA....27
7. ORÇAMENTO....31
8. ANEXOS....33
8.1 Modelo de *release* para rádio....33

8.2 Modelo de *release* para televisão.....34
8.3 Modelo de *release* para impresso e *web*.....35
8.4 Modelo de convite enviado à imprensa.....36
8.5 *Press-kit*.....37
8.5.1 Modelo de Histórico dos Jogos Regionais.....37
8.5.2 Modelo de Retrospecto de Bauru nos Jogos Regionais.....38
8.5.3 Modelo de fichas dos atletas.....39
8.5.4 Modelo de cronograma das partidas de Bauru.....40
8.6 Modelo de Pauta.....41
8.7 Modelo de Tabela.....42

APRESENTAÇÃO

No trabalho aqui apresentado trata-se de um Plano de Assessoria de Imprensa destinado à Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru, para os Jogos Regionais de 2018, que visa suprir as demandas de comunicação com a mídia local no contexto da competição.

Após reunião com a Diretora do Departamento de Esportes, ficaram evidentes as falhas de comunicação com a imprensa e os problemas de imagem de Bauru nos Jogos Regionais do ano de 2017. Assim, serão apresentados neste plano um diagnóstico desses problemas e, em seguida, ações que visam corrigi-los.

Este Plano de Assessoria de Imprensa busca propor mecanismos para que o contato com a mídia local seja realizado de forma efetiva e frequente, assim como para evidenciar os aspectos positivos e a importância dos Jogos Regionais para o município.

No entanto, como a Semel não tem um departamento ou profissional que possa se dedicar exclusivamente às atividades de comunicação, e nem mesmo alguém da área, entende-se as limitações para que haja o contato com a imprensa e o devido tratamento das informações. Dessa forma, o Plano de Assessoria aqui proposto, para que possa ser executado, foi desenvolvido levando-se em consideração essas limitações.

Foi previsto também um mecanismo de avaliação das ações propostas, para que possíveis falhas na execução possam ser identificadas e corrigidas em planos de assessoria de imprensa para edições futuras dos Jogos Regionais.

Considera-se o trabalho aqui desenvolvido importante para a Semel porque, além de orientar sobre as ações de comunicação que podem melhorar o contato com a mídia e a divulgação de informações sobre um evento esportivo de tamanho valor para o município, oferece modelos práticos como contribuição, para que esse diálogo possa acontecer.

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Informações sobre a Instituição

Instituição: Secretaria Municipal de Esportes e Lazer de Bauru (Semel)
Endereço: R. Benedito Eleutério, 3-3 - Vila Pacífico, Bauru - SP, 17050-370
***Website*:** www.bauru.sp.gov.br/semel/
Raio de atuação: Local
Tipo de instituição: Pública - ligada ao governo municipal de Bauru

A Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru é dirigida pelo Secretário Luís Francisco Faustini e tem como Diretora de Esportes Maria Amélia Theodoro e como Diretor de Lazer Aleksander Soares. Luís Francisco Faustini foi nomeado na gestão do atual prefeito Clodoaldo Gazzeta, que se iniciou no ano de 2017. A Secretaria está, portanto, no primeiro ano de trabalho sob as diretrizes do plano de governo de Gazzeta.

São estabelecidas como responsabilidade da Semel: a manutenção dos estádios de futebol do município e das escolas de futebol dirigidas por técnicos ou instrutores esportivos, o funcionamento dos ginásios municipais, o agendamento aos munícipes para o uso de escolas e ginásios para fins de desenvolvimento esportivo, o desenvolvimento de projetos específicos de lazer nas praças e bosques da cidade, a seleção das equipes que representam Bauru nos Jogos Regionais e nos Abertos e, por fim, a ajuda aos clubes da comunidade em projetos e realizações desportivas.

São apontados como diretrizes, na página institucional da Secretaria de Esportes e Lazer nessa gestão, os seguintes pontos:

1- Criar condições e incentivar a prática esportiva, como meio de aprimoramento da formação integral do cidadão;
2- Garantir nas regiões carentes o mesmo índice de oferta de praças esportivas, equipamentos e locais adequados existente nas regiões mais desenvolvidas da cidade;
3- Incentivar a participação da iniciativa privada e outras esferas do governo no patrocínio das práticas de esportes, recreação e lazer, na construção de espaços próprios e na aquisição dos respectivos equipamentos;
4- Organizar e desenvolver programas especiais de incentivo à prática de esportes, recreação e lazer para a terceira idade e para os deficientes físicos, mentais e sensoriais;
5- Fomentar indiscriminadamente todas as manifestações físicas, esportivas e de lazer, com a finalidade de desenvolver junto à população o espírito comunitário e o sentimento de solidariedade, contribuindo para diminuir ou mesmo eliminar, a postura discriminatória na sociedade;
6- Promover e incentivar competições esportivas, cursos e seminários sobre práticas de esporte e lazer;
7- Elaborar e participar de calendários de eventos esportivos locais, regionais e estaduais".

1.1.1 Funcionamento

A Secretaria Municipal de Esporte e Lazer de Bauru funciona de segunda a sexta-feira, das 8:00 às 18:00. Con-

ta com 82 funcionários ocupando 23 funções. Dentre as funções exercidas, estabelece-se uma hierarquia na organização da secretaria, na qual o Secretário está no topo. As 23 funções existentes, bem como a hierarquia que obedecem estão evidenciadas pelo organograma abaixo.

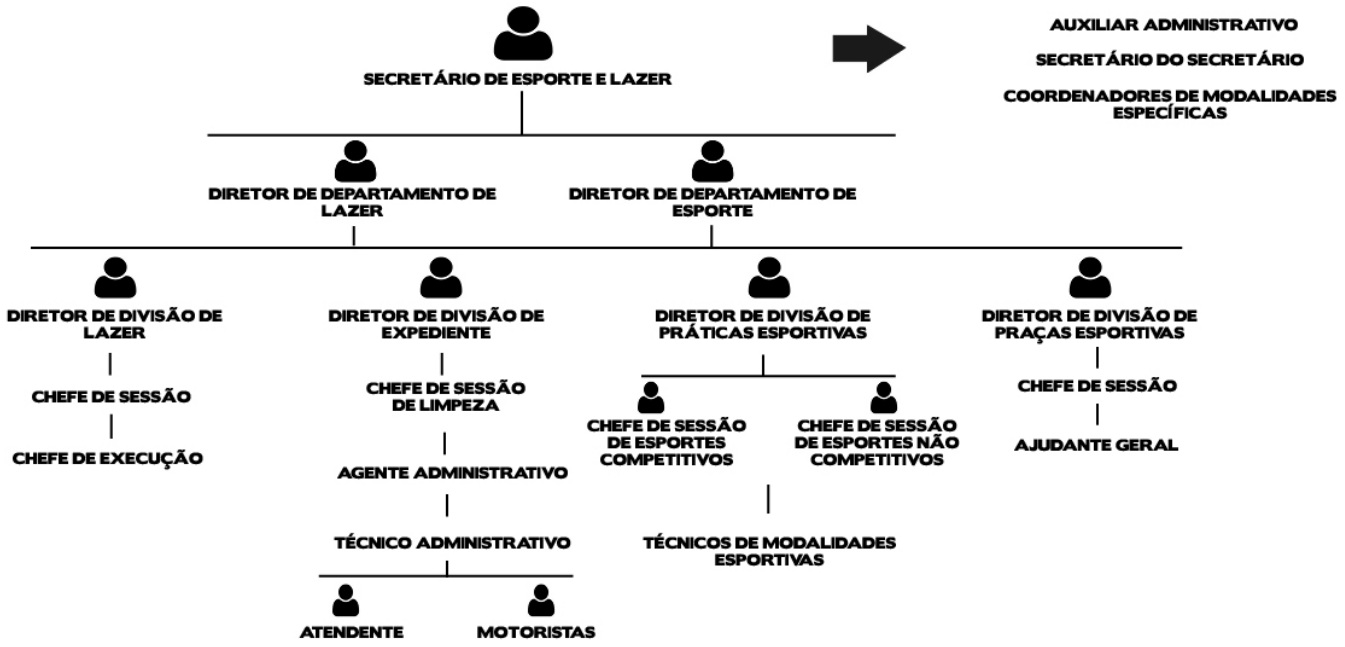


Imagem 1 - Organograma de funcionamento da Semel (Infografia: Ana Carolina Ribeiro)

Das funções mostradas acima, três delas são cargos comissionados e que podem se alterar de acordo com a gestão do prefeito que estiver no governo. São elas: o cargo de secretário, os cargos dos diretores de departamento e os dos técnicos de cada modalidade. Nessa gestão, foi determinado que os técnicos escolhidos para coordenar as modalidades precisam ser formados em Educação Física e ter experiência no esporte pelo qual serão responsáveis. Os demais cargos são destinados a funcionários públicos que prestaram concurso.

1.1.2 Ambiente de trabalho

Levando em consideração que a nova gestão está sendo implantada pela Secretaria Municipal de Esportes e Lazer de Bauru há apenas 10 meses, o ambiente de trabalho ainda está em processo de adequação à nova realidade. Foram necessários 4 meses para que os novos representantes de cargos comissionados pudessem se apresentar e integrar a equipe de funcionários concursados. Esse tempo foi necessário também para que se estabelecesse uma conversa e a organização para o funcionamento adequado das atividades da Semel.

Como se trata de uma nova política de trabalho, há ainda alguns ruídos com relação à prioridades e posicionamentos frente ao funcionamento e as atividades exercidas. No entanto, segundo relata a Diretora, é natural que haja esse período de transição no qual uma nova proposta de trabalho é implementada. E frisa que, apesar das diferenças de mentalidades, prevalece o respeito e a cordialidade no ambiente de trabalho.

1.1.3 Comunicação interna

A comunicação entre os funcionários no ambiente de trabalho acontece pelos seguintes meios: conversas interpessoais, telefone, email e protocolos. Os meios que prevalecem são o contato interpessoal e telefônico, a utilização de protocolos e emails está associada às ações e atividades que requerem oficialização e documentação.

Os contatos com os técnicos de cada modalidade esportiva são feitos por telefonemas, pelo aplicativo WhatsApp, email e contato interpessoal. Em casos de competições que envolvam toda a comunidade esportiva, como os Jogos Regionais e os Abertos, são feitas reuniões gerais com todos os técnicos para que Bauru tenha um posicionamento unânime nessas competições.

Quando o assunto a ser tratado é referente a competições de importância específica para cada modalidade, as reuniões são feitas exclusivamente com o técnico representante do esporte em questão. Há ainda uma disponibilidade na Secretaria para quem queira procurá-los. Segundo a Diretora do Departamento de Esportes, são recebidos todos os que desejam ter um diálogo. A comunicação feita com os atletas é intermediada pelos técnicos das modalidades e a Secretaria se disponibiliza a atendê-los individualmente, caso necessário.

1.1.4 Comunicação externa

A comunicação com a sociedade bauruense se dá por meio da imprensa local e da página institucional da Secretaria Municipal de Esporte e Lazer abrigada no *site* da Prefeitura. Na página da Semel é possível localizar algumas reportagens sobre assuntos derivados das ações da Secretaria e informações a respeito das diretrizes da secretaria na gestão atual e das responsabilidades da Semel. A Secretaria não tem acesso à "alimentação" dessa página, quem o faz é uma assessoria terceirizada que presta serviço à Prefeitura, no geral. A utilização de redes sociais por cada Secretaria não é permitida na Prefeitura. Defende-se a utilização de um perfil único da instituição como um todo.

O contato dos cidadãos com a Semel pode ser feito pessoalmente, por telefone ou ainda pelos meios disponíveis em instituições públicas: acesso a informações pode ser solicitado por telefone, internet, carta e pessoalmente. Há ainda um "fale conosco" que direciona o contato diretamente à Prefeitura através de um número de telefone. Tudo isso está disponível na página da Semel, no *site* da Prefeitura.

A relação com a imprensa local acontece de duas maneiras. A primeira delas é por meio de uma assessoria terceirizada que atende a Prefeitura e todas as secretarias. Então, tudo o que deve ser destinado à imprensa a Semel passa a essa assessoria. A segunda relação com a imprensa é feita de maneira direta pela Diretora do Departamento de Esportes, que passa as informações que pode para representantes da imprensa por telefone e pelos meios disponibilizados na internet. Além desses contatos, há uma tentativa de divulgação paralela, feita pelas mídias sociais pessoais da própria diretora, que divulga os eventos

esportivos que envolvem Bauru em seu perfil pessoal.

A Semel não conta com profissional de comunicação específico para atendê-la. Por isso, quem fica responsável pelo diálogo com a imprensa e por uma divulgação dos eventos que envolvem Bauru, e que a assessoria terceirizada da Prefeitura não dá conta, é a Diretora do Departamento de Esportes, que tenta executar essas atividades juntamente com as atividades específicas do seu cargo. Esse diálogo direto entre a Diretora e a imprensa é feito de maneira informal e esporádica.

1.1.5 Eventos esportivos de importância para a Semel

Os principais eventos esportivos no âmbito municipal para a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer de Bauru são os Jogos Regionais, os Jogos Abertos e o Campeonato de Futebol Amador, que já é tradicional na cidade. Esses eventos são importantes porque divulgam os atletas locais, evidenciam as modalidades esportivas praticadas na cidade e incentivam a prática esportiva pelos munícipes, principalmente as crianças e jovens que estão iniciando a prática esportiva.

Nos casos específico dos Jogos Regionais e dos Abertos, a importância está no fomento que se oferece ao desenvolvimento de bases das modalidades esportivas. Como são campeonatos que envolvem muitas modalidades e que, por essência, devem levar os atletas de suas cidades, as escolas esportivas são motivadas a desenvolver bem seus atletas para que tenham bom desempenho nesses campeonatos.

Outro ponto que está associado à relevância desses campeonatos está na variedade das modalidades esportivas que participam. Para além do futebol, todas as modalidades têm seu espaço e visibilidade nesses campeonatos e isso incentiva o fomento de variados esportes na cidade. É prioridade da gestão atual incentivar todas as modalidades esportivas e não privilegiar nenhuma prática em detrimento de outras.

1.1.6 Contratação do serviço de assessoria

A contratação do serviço de assessoria de imprensa proposto neste plano de comunicação seria possível por meio de uma demanda da Semel para prestação dessa atividade, que seria suprida pela abertura de uma licitação. Caso semelhante ocorreu no ano de 2012, quando a Semel precisou de uma assessoria de imprensa para os Jogos Abertos do Interior. Naquele caso foi possível e o processo da licitação corresponde ao número 27.712/2012.

1.2 Públicos

A Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru é uma instituição pública ligada ao governo municipal da cidade e, por isso, os públicos com quem a secretaria se relaciona estão diretamente ligados à sociedade bauruense, ao esporte, aos formadores de opinião e ao governo local. Por ser uma instituição pública, não há relacionamento direto com os fornecedores, já que esses passam por licitações públicas e mantêm diálogos

diretamente com a Prefeitura.

Os públicos com os quais a instituição se relaciona são: os funcionários da Semel, que somam ao todo 82 pessoas, a Prefeitura de Bauru - que é órgão a quem ela está subordinada, os atletas da cidade, os técnicos e coordenadores de modalidades esportivas, a imprensa local e a sociedade bauruense, com focos nas crianças e na terceira idade - grupos que a instituição tenta atingir de forma mais específica com seus projetos. O gráfico a seguir evidencia como se configuram esses públicos:

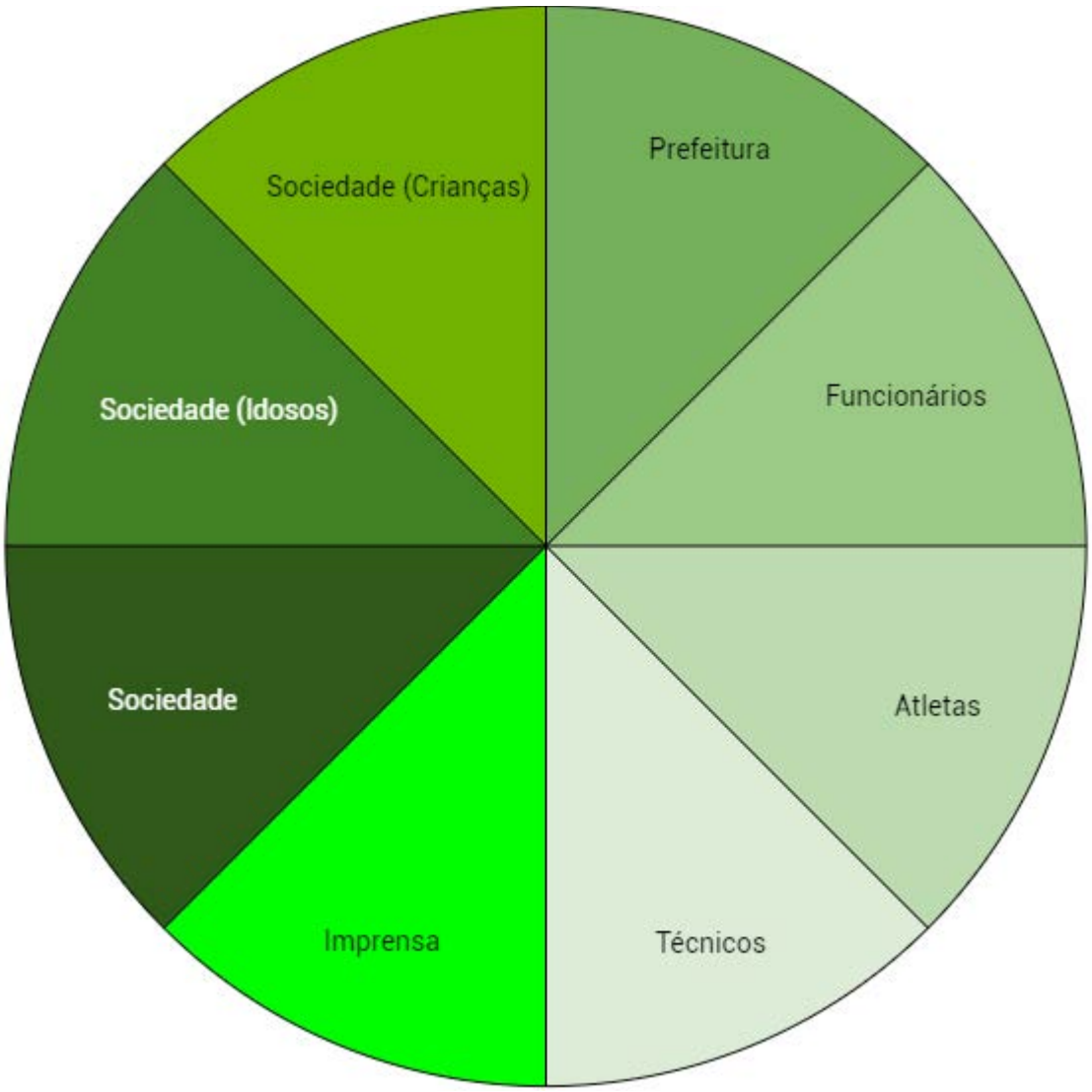


Gráfico 1 - Públicos da Semel (Infografia: Nathane Agostini)

1.3 Análise de cenário

Apesar da comunicação interna na Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) não seguir um modelo específico e formal, são feitas adaptações de acordo com as atividades a serem realizadas. Não foi relatada pela diretora de esportes, Maria Amélia, nenhuma dificuldade ou impedimento fruto da comunicação feita dessa maneira.

Em termos de comunicação, uma falha identificada refere-se ao relacionamento da instituição com a mídia. Segundo relata Maria Amélia, a cobertura da imprensa sobre as ati-

vidades organizadas pela Secretaria é pequena e muito focada no futebol, não se valoriza o trabalho realizado por projetos de outras modalidades.

A Semel não conta com profissional ou departamento de comunicação - o que pode estar contribuindo para essa lacuna na cobertura da imprensa -, mas ter uma boa assessoria é um desejo da diretora, para que informações sobre eventos esportivos sejam divulgadas com maior frequência. Uma assessoria terceirizada presta serviços à Prefeitura como um todo, mas, como deve publicar relatos sobre todas as secretarias, Maria Amélia acredita que as informações sejam filtradas e a maioria das atividades da Semel deixa de ser noticiada.

Para tentar superar essa falta de divulgação e atender à demanda da Semel, a própria diretora de esportes busca repassar informações à mídia externa. No entanto, essas informações são enviadas esporadicamente e de forma pontual, sem o devido tratamento, já que Maria Amélia não é uma profissional de comunicação.

Os principais eventos esportivos para Bauru como município, especialmente tendo em vista as demais modalidades que não apenas o futebol, são os Jogos Regionais e os Jogos Abertos. No entanto, mesmo com a importância que tais eventos apresentam para o esporte da cidade, a cobertura midiática é feita de forma insatisfatória.

Uma análise das notícias disponíveis nos portais *online* dos veículos de imprensa, emissoras de rádio e televisão, além do próprio *site* da Prefeitura de Bauru, que divulgaram a participação da delegação bauruense nos Jogos Regionais de 2017, realizados em Lençóis Paulista, aponta que a mídia local realiza majoritariamente a divulgação apenas dos resultados dos jogos. Raramente apresenta entrevistas e notícia sem a contextualização da importância dos Jogos Regionais e sem evidenciar o impacto da competição na vida dos atletas, entre outras informações que poderiam ser aprofundadas numa cobertura bem feita do evento. Apresentamos abaixo um gráfico que aponta as notícias que recorrem a fontes de informações humanas.

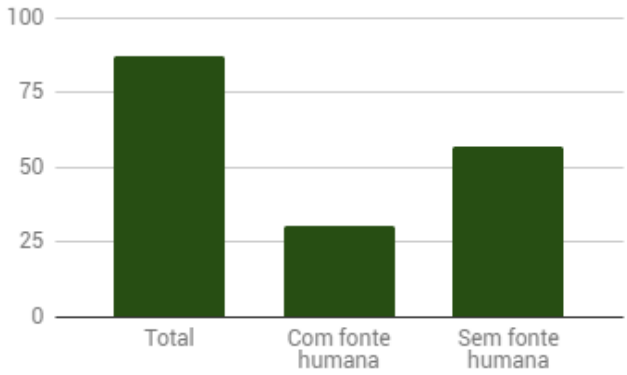


Gráfico 2 - Presença de fontes humanas nas reportagens (Infografia: Nathane Agostini)

Para a edição dos Jogos Regionais de 2017, Bauru perdeu o prazo de inscrição na competição e correu o risco de permanecer fora do evento. Esta falha de um funcionário da Prefeitura foi amplamente noticiada, de forma negativa, pela imprensa local, assim como o processo para reverter essa situação. Entre as notícias encontradas no processo de *clipping* para a realização deste plano, o tema mais abordado foi o problema com a inscrição, ao lado das notícias que divulgavam apenas resultados. Como evidenciado

pelo gráfico abaixo:

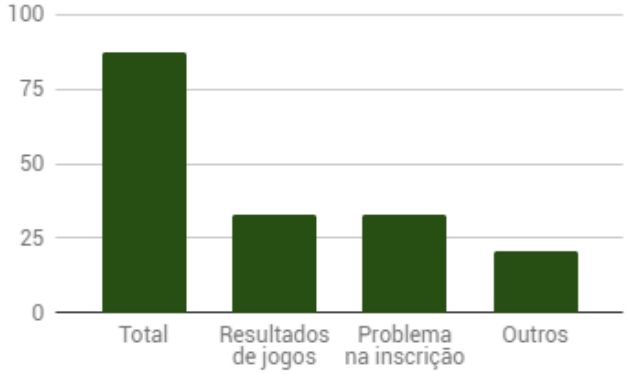


Gráfico 3 - Assuntos abordados nas reportagens (Infografia: Nathane Agostini)

Quando Bauru sagrou-se campeão geral por pontos em 2017, a maioria desses veículos não noticiou essa vitória tão importante para a delegação e para o município. Além disso, grande parte das notícias, quando apresentam uma fonte humana, são figuras com cargos políticos e não atletas e/ou membros das comissões técnicas, o que evidencia a falta de visibilidade dada aos que deveriam ser protagonistas do evento. O gráfico abaixo demonstra esse cenário:

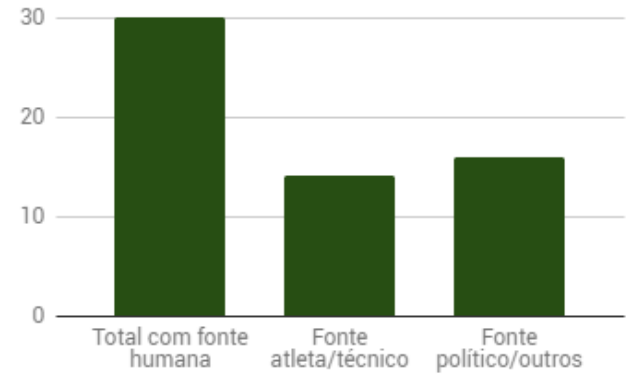


Gráfico 4 - Fontes humanas abordadas pelas reportagens (Infografia: Nathane Agostini)

2. SITUAÇÃO PROBLEMA

Os Jogos Regionais são competições promovidas pela Secretaria de Esporte, Lazer e Juventude do Estado de São Paulo que acontecem anualmente em 8 regiões esportivas. Cada uma dessas regiões conta com um conjunto de cidades que disputam o campeonato entre elas.

Os Jogos têm como objetivo o estímulo à prática esportiva nos municípios do estado, a contribuição para o aprimoramento técnico nas variadas modalidades esportivas e são as competições que classificam os melhores atletas para a participação nos Jogos Abertos.

A cidade de Bauru faz parte da terceira região esportiva, composta por 71 cidades ao todo, dentre as quais estão Botucatu, Jaú, Lins, Piracicaba e São Carlos. Cada município pode ser representado por apenas uma equipe em cada categoria, modalidade e gênero.

Sendo assim, os Jogos Regionais são um campeonato de importância para a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru porque promovem a visibilidade dos atletas da cidade e envolvem diversas modalidades esportivas. Dessa forma, fomentam o desenvolvimento da prática esportiva como um todo e divulgam, por meio da competição, os melhores atletas da cidade.

A importância do campeonato, no entanto, não se faz acompanhar pela divulgação adequada e satisfatória das atividades da delegação de Bauru pela imprensa local, e nem mesmo pelos meios institucionais. As notícias observadas têm na maioria das vezes como conteúdos os resultados de jogos - espaço que poderia também ser destinado às vozes dos atletas e à contextualização da importância da competição para a comunidade esportiva.

Essa divulgação mal feita que trata apenas de resultados tem como consequência uma lacuna informativa porque não se contextualiza a importância da competição no fomento esportivo, não se escuta os protagonistas dos jogos - que são os atletas - e porque se deixa de passar uma imagem mais completa da participação de Bauru.

Para suprir essas falhas de comunicação externa, é necessário o desenvolvimento de um Plano de Comunicação de Assessoria de Imprensa para aprimorar o contato com a mídia e modificar o tratamento dado às informações relacionadas à delegação de Bauru nos Jogos Regionais.

3. OBJETIVOS

No livro O Signo da Verdade: Assessoria de Imprensa feita por Jornalistas (2007), Ricardo Viveiros e Marco Antonio de Carvalho Eid afirmam que o jornalismo institucional - categoria em que se enquadra a assessoria de imprensa - "tem a missão precípua de suprir a demanda de informação que os veículos de comunicação de massa não conseguem atender".

É justamente esse o objetivo geral com este plano de assessoria de imprensa, suprir a demanda de informações sobre Bauru nos Jogos Regionais de 2018. Para que essa meta seja atingida, são estipulados os seguintes objetivos específicos:

- Estabelecer o contato entre a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer e a mídia local (imprensa, emissoras de rádio e televisão, *sites* de notícias, blogues de esportistas). Para que essa ação seja executada, propõe-se a criação e constante atualização de um *mailing list*.

- Agendar a delegação de Bauru nos Jogos Regionais de 2018 na mídia local, o que poderá ser feito por meio de *releases*.

- Dar visibilidade aos atletas de Bauru e à importância dos Jogos Regionais promovendo o agendamentos de entrevistas individuais e sugerindo pautas especiais aos repórteres setoristas dos meios mais acessados pelos bauruenses.

- Planejar as ações de comunicação com a mídia externa, de forma estratégica, para torná-las mais fáceis de serem executadas e para otimizar o tempo dedicado à essa tarefa. Essa intenção pode ser atingida se as ações e o cronograma aqui propostos forem seguidos.

- Padronizar o material divulgado à mídia, definindo-se modelos de *releases*, pautas, fichas dos atletas e tabelas de resultado como os propostos neste plano.

- Realizar divulgação periódica à mídia, conforme orientação que pode ser conferida no item 4.2 *Release*.

- Quantificar e avaliar o resultado das ações anteriores por meio da catalogação das informações noticiadas. Essa ação pode ser realizada com base no *clipping* e na produção do relatório.

4. PLANO DE AÇÕES

4.1 *Mailing list*

O *mailing list* é uma lista com o contato de veículos jornalísticos com os quais a instituição deseja se relacionar. Os dados reunidos auxiliam no trabalho de divulgação das informações, pois facilitam a comunicação com a mídia. Esse *mailing* serve ainda para organizar os contatos em um único banco de dados.

Além de informações para o contato com o veículo jornalístico, como telefone, email e endereço, pode reunir também informações que sejam pertinentes para a produção dos conteúdos que a eles serão enviados. É imprescindível que o *mailing list* seja mantido atualizado.

Segue abaixo *mailing list* com dados de veículos de comunicação de Bauru e região. Os veículos de comunicação da cidade sede dos Jogos Regionais de 2018 - que ainda não foi anunciada - também devem ser listados, caso ainda não estejam relacionados.

Veículo: Jovem Pan News Bauru **Telefone:** (14) 3104-0761 ou 3104-0760 **Email:** opec@jovempanbauru.com.br ou jornalismo@jovempanbauru.com.br **Endereço:** Rua Virgílio Malta, 6-78. Cep: 17015-220 - Bauru - SP **Plataforma:** Rádio e *web* **Responsável:** Marina Moia
Veículo: 94 FM **Telefone:** (14) 2108-9490 ou (14) 2108-9494 **Email:** alceu@94fm.com.br ou jornalismo@94fm.com.br **Endereço:** R. Marcos Augusto Genoves Serra, 3-35 - Vila Regina, Bauru - SP, CEP: 17012-647 **Plataforma:** Rádio e *web* **Responsável:** Alceu Rodrigues
Veículo: 96 FM **Telefone:** (14) 2109-9690 **Email:** jornalismo@96fmbauru.com.br **Endereço:** Av. Getúlio Vargas, 7-06 - Vila Guedes de Azevedo, Bauru - SP, 17017-000 **Plataforma:** Rádio e *web* **Responsável:** Guilherme Dias
Veículo: Rádio Unesp FM **Telefone:** (14) 3103-6060 ou (14) 3103-6061 **Email:** norberto@faac.unesp.br **Endereço:** Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01. CEP: 17033-360, Bauru - SP **Plataforma:** Rádio **Responsável:** Pedro Norberto Nascimento

Veículo: Jornal da Cidade (JC)
Telefone: (14) 3104-3104
Email: pauta@jcnet.com.br
Endereço: Rua Xingu, 44 Quadra 4 - Alto Higienópolis, Bauru - SP, 17013-903
Plataforma: Impresso e *web*

Veículo: TV Unesp
Telefone: (14) 3103-6161
Email: jornalismo@tvu.unesp.br
Endereço: R. Jaci Stevaux Vilaça, 299 - Jardim Contorno, Bauru - SP, 17047-250
Plataforma: Televisão
Responsável: Ana Carolina Costa ou Júlio Penariol

Veículo: TV TEM
Telefone: (14) 3233-1000
Email: alexandre.azank@tvtem.com
Endereço: R. Padre Anchieta, 9041 - Jardim Bela Vista - Vila São João da Boa Vista, Bauru - SP, 17060-400
Plataforma: Televisão
Responsável: Alexandre Azank

Veículo: Record Paulista
Telefone: (14) 4009-0400
Email: contato@recordpaulista.com.br ou jornalismo@recordpaulista.com.br
Endereço: Av José Henrique Ferraz, 19-20, Bauru-SP. CEP 17054-697
Plataforma: Televisão

Veículo: TV Preve
Telefone: (14) 3233-1000
Email: jornalismo@tvpreve.com.br
Endereço: R. Rosevaldo Abreu de Ribeiro, 9056 - Jardim Ouro Verde, Bauru - SP, 17056-030
Plataforma: Televisão
Responsável: Nadia Naura

Veículo: G1
Telefone: (14) 3233-1000
Email: g1@tvtem.com ou mariana.bonora@tvtem.com
Endereço: R. Padre Anchieta, 9041 - Jardim Bela Vista - Vila São João da Boa Vista, Bauru - SP, 17060-400
Plataforma: *Web*
Responsável: Mariana Bonora

Veículo: Social Bauru
Telefone: (14) 98202-4141
Email: jornalismo@socialbauru.com.br
Endereço: R. Júlio Maringoni, 14-50 - Vila Universitária, Bauru - SP, 17012-130
Plataforma: *Web*
Responsável: Amanda Araújo

Veículo: Comércio de Jaú
Telefone: (14) 2104.2100
Email: redacao@comerciodojahu.com.br ou biancazaniratto@comerciodojahu.com.br
Endereço: R: Marechal Bittencourt, 935, Jaú/SP, CEP: 17202-160
Plataforma: Impresso e *web*
Responsável: Bianca Giordana Zaniratto

Veículo: Jaunews
Email: contato@jaunews.net
Cidade: Jaú
Plataforma: *web*
Responsável: José Henrique Texeira

Veículo: Piratininga AM de Jau
Telefone: (14) 99611-2747 ou (14) 3622-2910
Endereço: R. Mal. Bitencourt, 346 - Centro, Jaú - SP, 17201-430
Plataforma: Rádio

Veículo: Rádio Jauense
Telefone: (14) 3622-2800
Email: radiojauese@netsite.com.br
Endereço: Rua Tenente Lopes, 191 - Centro - Jaú - SP, CEP 17201-460
Plataforma: Rádio

Veículo: O Eco
Telefone: (14) 3269-3311
Email: oeco@jornaloeco.com.br
Endereço: R. Geraldo Pereira de Barros, 948 - Centro, Lençóis Paulista - SP, 18680-020
Plataforma: Impresso e *web*

Veículo: Lençóis Notícias
Telefone: (14) 3263-4775 ou (14) 98816-2375
Email: bacblanco@ig.com.br
Endereço: Rua 28 de abril, 1200 - Jardim Ubirama, Lençóis Paulista/SP
Plataforma: *web*

Veículo: Rádio Hot107 FM
Telefone: (14) 3269-1070 ou (014) 99711-5977
Endereço: Avenida Padre Salústio Rodrigues Machado, n °1219 - Jd. Ubirama Lençóis Paulista - SP, CEP: 18.683-471
Plataforma: Rádio

Veículo: Rádio Cultura AM
Telefone: (14) 3284-1989
Endereço: R. Sete de Setembro, 73 - Jd Vista Alegre, Pederneiras - SP, 17280-000
Plataforma: Rádio

Veículo: Marília FM
Telefone: (14) 3113-8031 / (14) 3133-6800 / (14) 99831-5177
Email: mariliafm@mariliafm.com.br ou contato@mariliafm.com.br
Endereço: Rua Itororós, 155, Jardim Monte Castelo – Marilía/SP
Plataforma: Rádio

Veículo: Jornal da Manhã Marília
Telefone: (14) 3311-5400
Email: jmanha@terra.com.br ou jmproducao@terra.com.br
Endereço: Rua 15 Novembro, 883, Centro - Marília-SP
Plataforma: *Web* e impresso

Veículo: Marília Notícia
Telefone: (14) 9 9670-9720
Email: noticiasmarilia@gmail.com
Plataforma: *Web*
Responsável: Gabriel Tedde

Veículo: Giro Marília
Telefone: (14) 3301-2999 ou (14) 3306-4739 ou (14) 9 9895-8080 ou (14) 9895-9292
Email: rogeriomartinez@giromarilia.com.br
Endereço: Rua dos Cardeais, 91, Ana Carla, Marília - SP. CEP: 17507190
Plataforma: *Web*
Responsável: Rogério Martinez

Veículo: Acontece Botucatu
Telefone: (14) 9 9621-5755
Email: comercial@acontecebotucatu.com.br
Plataforma: *Web*
Responsável: Júnior Quinteiro

Veículo: Diário Botucatu
Telefone: (14) 3811-7070
Email: contato@diariobotucatu.com.br
Endereço: Rua General Telles, 197, Centro - Botucatu/SP
Plataforma: Impresso e *web*

Veículo: Rádio Municipalista
Telefone: (14) 3882-3266 ou (14) 3882-1566
Email: contato@radiomunicipalista.com.br
Endereço: Praça Comendador Emílio Pedutti, 42 – Centro – Botucatu/SP
Plataforma: Rádio
Responsável: Vanderlei dos Santos

Veículo: O Guarani
Telefone: (14) 3261-1573
Email: oguaranionline@gmail.com
Plataforma: Impresso e *web*
Responsável: Welinton Barros

4.2 *Release*

O *release* é um texto destinado aos veículos de imprensa cuja função é divulgar às redações notícias ou sugestões de pauta. De acordo com Kopplin e Ferrareto em Assessoria de Imprensa: teoria e prática (2009), o *release* "deve ser escrito em linguagem jornalística e segundo critérios essencialmente da área, embora não se tenha a pretensão de que seja aproveitado na íntegra como texto final".

Logo, o primeiro parágrafo deve conter as informações básicas como "o que, quem, quando, onde e como" referente ao evento ou à notícia a ser divulgada. Já os demais parágrafos são destinados às informações complementares e maiores descrições. Como cada veículo tem uma linguagem específica, os *releases* devem ser redigidos respeitando-se cada uma delas.

4.2.1 *Release* para rádio

Os *releases* destinados às emissoras de rádio devem ser redigidos com períodos curtos, com palavras de fácil pronúncia, na ordem direta e tendo o cuidado de não escrever "trava-línguas" ou rimas. Os blocos de texto são divididos para serem lidos por dois locutores. As informações importantes podem ser repetidas, para que o ouvinte consiga captá-las. Vale lembrar que áudios podem ser anexados aos *releases* para que sejam utilizados.

O modelo de *release* destinado aos veículos radiofônicos pode ser conferido no item 8.1 (Anexos - Modelo de *release* para rádio).

4.2.2 *Release* para televisão

Os *releases* enviados às emissoras de televisão devem seguir uma linguagem semelhante à do rádio. Com frases curtas, palavras de fácil pronúncia, evitando-se o uso de "trava-línguas" e rimas. A diferença está nos recursos disponíveis, já que a televisão conta com conteúdo audiovisual. Dessa forma, o *release* para TV pode conter sugestões de imagens, personagens e fontes e vídeos em anexo.

O modelo de *release* destinado aos veículos televisivos pode ser conferido no item 8.2 (Anexos - Modelo de *release* para televisão).

4.2.3 *Release* para impresso e *web*

No caso de *releases* dirigidos à mídia impressa e à *web* o cuidado na utilização de uma linguagem simples e direta é dispensável, já que o leitor pode retornar a qualquer trecho do texto. No meio *web*, mais especificamente, é possível sugerir o uso de material audiovisual e a inserção de *hiperlinks*, e tais materiais também podem ser anexados aos *releases*.

O modelo de *release* a ser enviado para veículos impressos ou *web* pode ser encontrado no item 8.3 (Anexos - Modelo de *release* para impresso e *web*).

No caso dos Jogos Regionais, sugere-se que sejam enviados *releases* antes do evento, noticiando possíveis seletivas de atletas e informando quando a competição se iniciará. Durante os Jogos devem ser divulgados quando ocorrerão as partidas de Bauru e os resultados após os confrontos - como acontecem diversas disputas em um mesmo dia, as informações de diferentes modalidades podem ser

reunidas no mesmo *release*. Após a competição, deve haver a produção de um *release* com a contextualização do que foi a competição e com a classificação final de Bauru.

4.3 Entrevista coletiva

A entrevista coletiva é o meio eficiente para divulgar informações e responder perguntas de repórteres de diversos veículos de comunicação ao mesmo tempo. Pode ser concedida de forma espontânea - quando os repórteres, por ocasião específica, procuram o entrevistado para obter informações - ou provocada - quando é previamente agendada para tratar de assunto específico e para a qual os repórteres são convidados a comparecer.

No caso dos Jogos Regionais, os técnicos das modalidades e atletas devem ser orientados a atender os membros da imprensa caso sejam procurados por repórteres, especialmente em momentos pré e pós partidas. Esse contato é importante, já que pode garantir que as informações do campeonato sejam divulgadas em edições de programas jornalísticos próximas aos horários da partida e, assim, se de visibilidade à delegação de Bauru na imprensa.

Já a entrevista coletiva provocada deve ser organizada quando um assunto de importância referente aos Jogos Regionais necessite ser esclarecido, ressaltando-se que essas informações deverão estar além daquilo que pode ser informado após as partidas ou por meio dos *releases*. Nesse caso, um porta-voz que tenha propriedade sobre o tema deverá ser escolhido para falar sobre o assunto e esclarecer as dúvidas dos repórteres no momento da entrevista.

Esse modelo de coletiva exige que um local seja previamente escolhido e divulgado - juntamente com o horário, o entrevistado e demais informações que contextualizem o assunto a ser abordado - aos veículos de comunicação por meio de *release*. Para atender ao fechamento das edições dos veículos e programas, é indicado que as coletivas sejam agendadas pela manhã, às 9:30, ou entre 14:30 e 15:00 no período da tarde. É preciso entender que as coletivas provocadas devem atender às necessidades tanto da instituição quanto da imprensa, por isso devem ser marcadas em horários e dias em que os repórteres possam comparecer.

4.3.1 *Media training*

Media training é o treinamento oferecido aos clientes pela assessoria de imprensa a fim de orientá-los no relacionamento com a mídia. É um mecanismo importante porque auxilia os porta-vozes das empresas, em momentos de contato com os jornalistas, a se posicionarem de forma clara, coesa e segura, colaborando, assim, para reforçar uma imagem positiva frente aos veículos de informação.

No contexto dos Jogos Regionais e das entrevistas coletivas propostas acima, algumas orientações podem ser apontadas. Em primeiro lugar, será preciso escolher determinadas pessoas que possam ser os porta-vozes da Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel) de Bauru e das modalidades esportivas que partici-

parão da competição.

No caso das entrevistas coletivas espontâneas, como explicitado anteriormente, é necessário que os técnicos e alguns atletas de cada categoria esportiva não sejam apenas orientados a conceder entrevistas, mas também auxiliados quanto ao comportamento nesses momentos. Para que o trabalho seja facilitado, pode-se orientar aos técnicos e escolher um ou dois atletas representantes de cada modalidade para concederem as entrevistas.

Em caso de entrevista coletiva provocada a respeito de um tema específico no cenário dos Jogos Regionais, a orientação é que a Semel escolha um porta-voz - lembrando-se que a pessoa escolhida deve ser a que mais tem facilidade para se comunicar - para representar a delegação de Bauru e a própria Secretaria. O porta-voz deverá responder as perguntas dos jornalistas e ter domínio a respeito dos temas em questão.

4.3.1.1 Orientações gerais de relacionamento com a imprensa

Escolhidas as pessoas que ficarão responsáveis por se relacionar com a mídia, em cada um dos cenários abordados acima, será preciso orientá-las a respeito do comportamento que devem ter nos momentos de contato com a imprensa.

A cordialidade é sempre importante no relacionamento com os repórteres, atender a todos de maneira educada será um passo decisivo nos momentos de contato. Agir naturalmente e de maneira calma também é essencial nesses momentos. É importante lembrar que o repórter é só um profissional exercendo sua função, assim como o porta-voz, portanto, esse relacionamento deve ser o mais horizontal possível.

Atender a todos os veículos, sem predileção de uns em detrimento de outros também é importante. Todos os veículos de imprensa são influentes, independentemente do seu alcance ou popularidade. A pontualidade também é um fator que deve ser levado em consideração porque, na maioria da vezes, os repórteres ainda terão de voltar às redações para escrever ou editar as matérias a serem publicadas.

Responder as perguntas de maneira clara e objetiva é fundamental. Expor cada um dos pontos separadamente, falar em uma velocidade apropriada, nem muito rapidamente, nem muito devagar e, se possível, apresentar um panorama geral daquilo que se pretende falar para uma compreensão mais fácil do tema são alguns dos cuidados a serem tomados. Para que tudo isso seja possível, a calma é imprescindível. Mais uma vez, o repórter é só mais um profissional, sua presença deve ser tratada de maneira natural.

Em casos de perguntas mais complicadas, é importante manter a calma e tentar responder da maneira mais cordial possível. Reagir grosseiramente só prejudicará a imagem da organização que se está representando e não ajudará no relacionamento com a mídia. Só se deve responder as perguntas quando as entender verdadeiramente, caso haja dúvidas devesse pedir ao repórter que faça novamente a pergunta.

A utilização de termos técnicos e

específicos de uma determinada área é outro ponto que merece atenção. O cuidado com esses termos é necessário. Quando possível deve-se substituí-los por termos que possam ser entendidos pela maioria das pessoas e, quando não for possível a substituição, deve-se tentar explicá-los. Expressões com gerundismo (vou estar fazendo, estarei preparando) também devem ser evitadas.

4.3.1.2 Orientações de acordo com a especificidade de cada veículo

Para veículos radiofônicos, a orientação quanto à concessão de entrevista é de que as respostas sejam sempre objetivas e que haja um espaço entre as palavras para facilitar a compreensão. Deve-se evitar frases longas, na ordem indireta, siglas e expressões técnicas de difícil compreensão. Retomar trechos importantes durante a conversa é uma prática positiva, devido a constante mudança dos ouvinte, mas sempre com o cuidado de formulá-los um pouco diferentes.

Em veículos televisivos, a imagem é o ponto central. Uma entrevista que não "renda" boas imagens não é de grande interesse, assim, o local a ser escolhido deve ter atrativos. O cuidado com o vestuário também é importante, roupas quadriculadas, listradas ou pontilhadas devem ser evitadas pelo efeito que transmitem, pois esses tecidos estampados confundem o telespectador. Assim como no rádio, as respostas devem ser rápidas e objetivas, o tempo ideal é de 15 a 20 segundos, para que não haja cortes e descontextualização das falas.

Já para veículos impressos, como jornais e revistas, a orientação geral de relacionamento com a mídia baseia-se em cordialidade, em responder apenas aquilo que se tem certeza de que se entendeu a pergunta. A resposta deve ser clara, objetiva e dar um panorama geral sobre o tema de que se está falando. Quanto aos veículos da *web*, é importante estar preparado para a captação de material audiovisual, como fotografias, áudios e vídeos.

Por fim, é preciso muito cuidado no caso das entrevistas coletivas provocadas; a boa organização do evento é fundamental, tanto que estabelecer uma ordem dos veículos e das perguntas dos repórteres é tarefa indispensável. Também deve-se como dimensionar o número máximo de perguntas que poderão ser feitas ao porta-voz. Uma lista com a ordem das entrevistas e o teor das perguntas pode auxiliar na organização do evento e as respostas do porta-voz serão mais elaboradas.

4.4 Evento

Para promover a aproximação da imprensa da delegação de Bauru, propõe-se a organização de um evento que deve contar com a presença dos técnicos das modalidades esportivas, alguns atletas de cada equipe e representantes da Secretaria Municipal de Esporte e Lazer (Semel) de Bauru.

O evento servirá para apresentar a delegação de Bauru à imprensa local e deve ser aproveitado para atualização do *Mailing list*, para confirmar os contatos dos repórteres setoristas que efetivamente realizarão a cober-

tura dos Jogos Regionais. também é um bom momento para a entrega do *Press-kit* aos jornalistas.

Essa aproximação entre imprensa, atletas e técnicos das modalidades é importante porque facilitará as entrevistas durante o campeonato. Além disso, colocará os atletas em evidência, promovendo-os a protagonistas da competição.

Outro aspecto que pode ser considerado com a promoção do evento é o fortalecimento da imagem dos Jogos Regionais como campeonato de importância para os municípios do estado de São Paulo. O entrevistado pode evidenciar os pontos fortes da competição, como a promoção do desenvolvimento esportivo nas cidades e sua relevância para os atletas em nível municipal. Essa conversa pode servir para que a Semel indique outros enfoques sobre os Jogos Regionais a serem abordados, além dos resultados.

4.4.1 Convite para o evento enviado à imprensa

Além da definição de um local, data e horário, outras atividades, como um *coffee break*, devem ser planejadas para a organização do evento. O contato com a mídia convidando os repórteres deverá ser feito por meio de um convite enviado por email. O modelo de convite a ser enviado à imprensa pode ser conferido no item 8.4 (Anexos - Modelo de convite enviado à imprensa).

4.5 *Press-kit*

Press-kit é um conjunto de materiais com informações sobre um assunto específico entregue a comunicadores, cuja finalidade é fornecer uma ampla base de dados que os repórteres possam consultar no processo de elaboração de pautas, entrevistas e reportagens. Os materiais que compõem o *Press-kit* variam de acordo com o interesse da instituição ou o assunto a ser tratado; podem conter textos, fotos, vídeos e até mesmo brindes.

No contexto dos Jogos Regionais, pensando em um *Press-kit* que será útil aos jornalistas e que tenha um custo de produção acessível, sugere-se a criação de um *kit* que conte com o histórico dos Jogos Regionais e a participação de Bauru na competição, uma galeria de material audiovisual, fichas dos atletas que irão disputar o campeonato e um cronograma das partidas de Bauru em cada um dos dias.

O histórico e as fichas dos atletas deverão ser impressos em papel sulfite A4, compilados em um envelope pardo ou pasta cartão; já a galeria de material audiovisual poderá ser acessada em sua plataforma *online* através de um QR Code disponível na folha do histórico. O *Press-kit* deve ser entregue aos jornalistas e demais profissionais da mídia que comparecerem ao evento (vide item 5.4).

4.5.1 Histórico dos Jogos Regionais

O histórico dos Jogos Regionais, bem como uma retrospectiva da delegação de Bauru nessa competição deverão compor o material do *Press-Kit*. São dados importantes porque facilitam o acesso a informações e podem auxiliar na criação de uma visão mais contextual e ampla a respeito

da competição. O modelo do Histórico dos Jogos Regionais pode ser encontrado no item 8.5.1 (Anexos - Modelo de Histórico sobre os Jogos Regionais).

4.5.2 Galerias de material audiovisual

Devem ser criadas galerias com conteúdos audiovisuais, dentre os quais fotos, vídeos e áudios (vide item 5.6), que serão disponibilizados em uma plataforma *online*, no qual podem ser acessadas pelos profissionais de comunicação quando desejarem. O acesso inicial deverá ser orientado por um QR Code disponível no *Press-kit*.

4.5.3 Fichas dos atletas

As fichas dos atletas devem conter nome, modalidade esportiva, data de nascimento e informação relevante de acordo com a modalidade disputada pelo esportista. O modelo das fichas dos atletas que deve compor o *Press-Kit* pode ser verificado no item 8.5.2 (Anexos - Modelo de fichas dos atletas).

4.5.4 Cronograma das partidas de Bauru

O *Press-kit* deve contar com um cronograma, dia a dia, das partidas disputadas por Bauru nos Jogos Regionais. O modelo de cronograma das partidas de Bauru, que deve integrar o *Press-Kit*, pode ser conferido no item 8.5.3 (Anexos - Modelo de cronograma das partidas de Bauru).

4.6 Produção Multimídia

A produção de material audiovisual, entre os quais fotos, vídeos e áudios, é importante para que haja conteúdo a ser oferecido aos meios de comunicação, veículos impressos, *web* jornalísticos, radiofônicos e televisivos, assim como para a criação de uma memória da prática esportiva realizada nos projetos e escolinhas ligados à Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel).

Sugere-se, portanto, a criação de um banco de imagens e áudio com registros dos atletas, treinos e jogos que antecedem os Jogos Regionais, e com registros da competição em si. Seria ideal que esse material fosse produzido com cuidado quanto à qualidade de captação e por meio de equipamentos que possibilitem resultados satisfatórios.

Esses materiais devem ser enviados aos veículos de comunicação anexados aos *releases*, assim como devem ser disponibilizados em galerias no *site* da Prefeitura - ou outra plataforma *online* - de forma a estarem disponíveis para consulta sempre, seja por repórteres ou pelo público que acompanha o evento.

4.7 Pautas e entrevistas

A sugestão de pautas e o agendamento de entrevistas são outros mecanismos que podem colocar os Jogos Regionais em evidência, explorando outros enfoques, que vão além da divulgação dos resultados da competição. São também um meio de dar voz aos atletas, valorizá-los e ressaltar a importância da prática esportiva.

Para os Jogos Regionais, recomenda-se que seja sugerida aos veículos de comunicação uma série de repor-

tagens com atletas, relatando a importância da prática de determinada modalidade em suas vidas e as transformações que o esporte tem proporcionado a eles. Outra possibilidade, é um série de reportagens abordando a história dos Jogos Regionais - seu princípio, sua importância para o desenvolvimento esportivo, qual seu impacto nos municípios que sediam a competição e nas cidade que participam, assim como na vida dos atletas, entre outros aspectos.

O agendamento de entrevistas, por sua vez, facilita o contato dos repórteres com as fontes que se deseja entrevistar. Portanto, é preciso realizar a mediação entre os atletas que se sintam à vontade para concederem entrevistas e os jornalistas, de forma ágil e solicita. Nesse caso, a Semel servirá como ponte de contato entre seus atletas e a imprensa.

As pautas devem ser enviadas à imprensa diretamente aos contatos do *Mailing list*, com as informações estruturadas de acordo com o modelo que pode ser conferido no item 8.6 (Anexos - Modelo de pauta). Recomenda-se que as séries de reportagem sejam sugeridas aos veículos de comunicação em período que anteceda os Jogos Regionais, de forma a servir como uma preliminar à cobertura efetiva da competição.

4.8 Tabela de Resultados

A produção de um recurso gráfico com os dados referentes ao resultado geral de Bauru e das equipes de cada modalidade é importante, pois pode facilitar a divulgação e evidenciar o desempenho da delegação do município nos Jogos Regionais. Nesse caso, uma tabela responde a esse requisito porque sintetiza de maneira imagética e de fácil compreensão o que foi a delegação de Bauru, em números, no campeonato.

A tabela de resultados pode acompanhar o *release* enviado à mídia local e ser reproduzida na página institucional da Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (Semel). Mas para que atenda a sua função, deve ser elaborada de forma a transmitir a informação com clareza e ser visualmente agradável; para isso, devem ser escolhidas fontes legíveis, em tamanhos adequados e cores que harmonizem entre si.

O modelo de Tabela que pode ser utilizado, ou servir para a criação de uma outra, pode ser conferido no item 8.7 (Anexos - Modelo de tabela).

5. FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO

As atividades desenvolvidas para a promoção de Bauru nos Jogos Regionais, a partir das ações aqui propostas, devem ser avaliadas ao final do campeonato para se verificar sua eficácia. Essa avaliação pode ser utilizada também para que, identificados possíveis pontos falhos, os mesmos sejam corrigidos e aperfeiçoados em um próximo plano de assessoria de imprensa para os Jogos Regionais dos próximos anos.

Para a avaliação das ações, recomenda-se que sejam desenvolvidas as atividades de *clipping* e a produção de um relatório.

5.1 *Clipping*

O *Clipping* é a coleta de todo o material veiculado na mídia (impressa, televisiva, radiofônica e *web* jornalística) sobre determinada instituição ou assunto, neste caso, será sobre Bauru nos Jogos Regionais. A clipagem serve para avaliar se os *releases* estão chegando até os veículos e se estes estão noticiando os assuntos propostos e com o enfoque desejado, assim como para verificar qual imagem da instituição está sendo criada pelo público.

O *clipping* pode ser feito a partir da centimetragem, ou seja, estratégia na qual se mede quantos centímetros por coluna determinada notícia ocupou em um jornal impresso - ou quanto tempo de exibição, no caso de emissoras de rádio e televisão. A partir dessa medida calcula-se quanto a instituição teria que ter investido para ter aquele espaço baseado no valor por centímetro/coluna ou tempo de exibição por anúncio naquele veículo. Esse recurso permite calcular quanto seria necessário investir para ter esses espaços nos veículos.

Outra forma de realizar o *clipping*, e que recomenda-se no caso dos Jogos Regionais, é a sistematização do material jornalístico publicado acerca do tema e a avaliação do conteúdo divulgado, ao invés do espaço ocupado. Nesse modelo de *clipping* leva-se em consideração se as principais informações contidas no *release* foram incorporadas à reportagem e se a imagem da instituição e o dos Jogos Regionais são as que se pretendia criar.

Para realizar esse modelo de *clipping* será preciso fazer a coleta das edições impressas da mídia local e acompanhar os noticiários das rádios, emissoras de televisão e veículos *web*. Para facilitar a coleta de notícias de veículos que atuam em plataformas *online*, indica-se o uso do Google Alerts, um serviço oferecido pela Google que envia à caixa de entrada do email as notícias que contêm as palavras-chave previamente selecionadas.

Em seguida, esse material deverá ser sistematizado em um arquivo - que pode ser virtual ou físico - com documentos sobre cada uma das notícias a respeito de Bauru nos Jogos Regionais. Esses documentos devem conter as informações sobre o nome do veículo, data da publicação, o tipo de mídia (impressa, rádio, televisão e/ou *web*), título da reportagem, editoria, se há entrevistado e quem é, e se a notícia foi positiva, negativa ou neutra. As notícias dos veículos impressos devem ser recortadas e armazenadas juntas

de seus respectivos documentos; no caso de veículos *web*, o endereço eletrônico da notícia deve ser anotado.

5.1.1 Relatório

O relatório servirá como uma análise tanto qualitativa quanto quantitativa do material recolhido e sistematizado no *clipping*. O objetivo do relatório é avaliar se o conteúdo das reportagens aborda os pontos centrais desejados no início dos trabalhos e para evidenciar o espaço conquistado na mídia pelo serviço de assessoria de imprensa.

5.1.1.1 Metas a serem atingidas

Deve ser avaliado e anotado no relatório: a) se os *releases* encaminhados à imprensa foram aproveitados, b) se o enfoque desejado foi seguido, c) se as pautas e entrevistas foram agendadas na mídia e se houve divulgação sobre os Jogos Regionais antes ou apenas no período da competição, d) se os atletas foram abordados e serviram como fontes principais das reportagens, e) se o contexto e importância, além dos resultados, do campeonato foram noticiados, f) se, no geral, a divulgação sobre os Jogos Regionais foi positivas e g) qual imagem da instituição foi divulgada. Esses pontos levantados são as metas a serem atingidas pelas ações propostas neste plano.

6. CRONOGRAMA

O estabelecimento de um cronograma de trabalho que especifique quando as ações deverão ser executadas é importante na realização de um plano. O cronograma ajuda no direcionamento das ações e organização das atividades para que sejam executadas em momentos pertinentes no cenário proposto.

O cronograma aqui proposto foi desenvolvido com base no artigo 5° da portaria G.CEL - 9/2016 da Secretaria de Esporte, Lazer e Juventude do Estado de São Paulo, que estipula que o período de realização do Jogos Regionais em anos pares, nas regiões 1ª, 3ª, 5ª e 7ª - dentre as quais se encontra a de Bauru - serão realizados entre os dias 5 a 16 de julho. No entanto, esse cronograma pode precisar ser reajustado, visto que o regulamento dos Jogos Regionais de 2018 ainda não foi publicado.

O cronograma deve ser realizado da seguinte maneira:

1ª Semana de abril

O assessor responsável pela execução do plano aqui proposto deve entrar em contato com os veículos de comunicação listados no *mailing list* para conferir se as informações estão atualizadas e, caso necessário, realizar a atualização.

Nessa semana, caso comecem a ocorrer as primeiras seletivas para os Jogos Regionais, devem ser enviados *releases* para os veículos de comunicação relacionados no *mailing list* com as informações sobre datas, horários, locais, o esporte em questão e demais dados importantes.

Além disso, o assessor deve frequentar os treinos das diferentes modalidades e escolinhas a fim de produzir material audiovisual com os atletas que atuarão na competição e armazenar isso em uma plataforma *online*, dando início a um banco de imagens, vídeos e áudios.

2ª, 3ª e 4ª semanas de abril

Nessas semanas, as atividades a serem realizadas são a produção de *releases*, a respeito das seletivas que forem acontecendo, e a captação de material audiovisual para a alimentação do banco de imagens disponibilizado na plataforma *online*. Esse material deve ser recolhido durante os treinos das modalidades esportivas do município que participarão dos Jogos Regionais, como explicitado acima.

1ª e 2ª semanas de maio

Nessas semanas, deve-se continuar a produção do conteúdo multimídia e o envio de *releases*, que nesse momento devem relatar também assuntos relacionados aos Jogos Regionais que forem de interesse da população, como, por exemplo, sobre os preparativos das instalações e estruturas a serem utilizadas, assim como sobre a preparação e os treinos das equipes de Bauru nas diversas modalidades em que a cidade disputará.

3ª e 4ª semanas de maio

Nessas duas semanas, as atividades a serem realizadas deverão englobar a produção de *releases* a respeito dos Jogos Regionais, com informa-

ções que são de interesse público, e sobre as atividades de preparação da comunidade esportiva de Bauru, como o início da organização do evento de apresentação da delegação de Bauru para a imprensa - planejar o local, a data e as atividades que irão compor o evento (como *coffee break* e afins), bem como a escolha dos atletas que representarão cada uma das modalidades - e a produção de material audiovisual sobre as atividades das modalidades que participarão do campeonato.

1ª e 2ª semanas de junho

O envio dos *releases* para os veículos de comunicação deve continuar ocorrendo, sobre qualquer acontecimento importante relacionado aos Jogos Regionais e que seja de interesse público, assim como a produção dos conteúdos audiovisuais.

Nessas duas semanas seguem os preparativos para a realização do evento e deve ocorrer o envio do convite aos profissionais da imprensa.

Nesse momento, as fichas dos atletas que compõem o *Press-kit* devem ser preenchidas, assim como deve ser feito o cronograma das partidas de Bauru, por dia, na competição, e precisa-se providenciar a impressão dos *Press-kit* completos.

Deve-se iniciar o trabalho de sugestão de pautas especiais aos veículos de comunicação, a fim de promover a divulgação de outros enfoques sobre os Jogos Regionais. Essa ação deve ser acompanhada do agendamento e facilitação de entrevistas entre a imprensa e os atletas.

É nessas semanas também que se inicia o *Media Training* para orientar os atletas e membros da comissão técnica sobre como responder à imprensa.

3ª semana de junho

O evento de apresentação da delegação de Bauru para a imprensa deverá acontecer nessa semana. Portanto, estão previstas como atividades a realização do evento e a atualização do *mailing list*, que poderá ser feita nos contatos do assessor com a imprensa durante a apresentação da delegação.

Além do evento, estão previstas para essa semana a produção de *releases* sobre qualquer acontecimento importante relacionado aos Jogos Regionais e que seja de interesse público, o envio de sugestões de pautas especiais, o agendamento de entrevistas - com os atletas que desejarem - e a realização do *Media Training* aos que forem escolhidos para serem entrevistados.

4ª semana de junho

Nessa semana, a atividade centra-se no envio dos *releases* com o cronograma das partidas de Bauru na competição, no envio das sugestões de pautas e no agendamento das entrevistas, para reforçar a "presença" do assunto de Bauru nos Jogos Regionais na imprensa antes do início da competição. Procurar realizar o *Media Training* com os atletas e membros da comissão técnica que ainda não passaram por essas orientações.

1ª e 2ª semanas de julho

Os Jogos Regionais, de acordo com

o calendário base já explicitado, começam na quinta-feira da primeira semana de julho. Portanto, as atividades previstas para essa semana relacionam-se diretamente com a realização do mesmo.

As entrevistas coletivas espontâneas devem acontecer nessas semanas, após as competições das modalidades da delegação de Bauru. O assessor deverá reforçar as orientações de relacionamento com a mídia aos técnicos, atletas representantes de cada categoria e aos representantes da Semel, bem como ser a ponte entre a instituição, a comunidade esportiva e a imprensa.

A captação de material audiovisual sobre a participação da delegação de Bauru nos Jogos Regionais também deverá ser feita nessas semanas, nas quais se dá a competição, bem como o envio de *releases* com os resultados das partidas de Bauru em cada um dos dias do campeonato.

3ª semana de julho

Nessa semana, o envio de *releases* com os resultados das partidas de Bauru em cada um dos dias do campeonato deverá ser continuado, até o último dia em que Bauru disputar. As entrevistas coletivas espontâneas também deverão acontecer nessa semana. Sendo assim, as atividades de orientação e acompanhamento do assessor deve ser continuada, assim como a captação de material audiovisual.

No dia seguinte ao término do campeonato, deverá ser produzida uma tabela com a classificação geral de Bauru nos Jogos Regionais e a pontuação de cada uma das modalidades. A tabela poderá ser enviada à imprensa por meio de *release* e deverá ser disponibilizada na página da Semel para ser acessada por quem se interessar.

4ª semana de julho

Finalizado o campeonato, pode-se enviar a imprensa *releases* que tragam um retrospecto do desempenho da delegação de Bauru na competição.

1ª, 2ª, 3ª semanas de agosto

Após o fim dos Jogos Regionais, o profissional de comunicação que executou as ações do plano de assessoria de imprensa aqui proposto deve dedicar-se à atividade de *clipping* de, pelo menos, todos os veículos de comunicação listados no *mailing list*, para catalogar como foi a divulgação da participação de Bauru nos Jogos Regionais.

4ª semana de agosto

Essa semana final do planejamento deve ser dedicada à produção do relatório baseado no *clipping*. Esse relatório permitirá avaliar a qualidade das ações executadas e indicar as possíveis correções necessárias no trabalho de assessoria de imprensa.

Segue tabela do cronograma com o estabelecimento dos períodos em que cada ação pode ser desenvolvida.

Período de execução	Abril				Maio				Junho				Julho				Agosto			
----------	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana			
Ações	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Atualização do Mailing List	▌										▌									
Release	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌				
Media training									▌	▌	▌	▌								
Entrevista coletiva													▌	▌	▌					
Organização/Evento							▌	▌	▌	▌	▌									
Press - Kit									▌	▌										
Produção Multimídia	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌	▌			▌	▌	▌					
Pautas e Entrevistas									▌	▌	▌	▌								
Tabela de resultado															▌					
Clipping																	▌	▌	▌	▌

O período assinalado em vermelho corresponde à semana em que o evento deve ser efetivamente realizado. As semanas anteriores, assinaladas em preto, correspondem à organização do evento.

7. ORÇAMENTO

Foi realizada a cotação de preços dos materiais que são necessários para a execução das ações propostas neste plano de assessoria de imprensa. Os valores aqui apresentados foram levantados em dez estabelecimentos de impressão e papelarias localizadas na cidade de Bauru, na primeira semana de dezembro de 2017, portanto, até a execução das ações, esse valores podem sofrer alterações.

Produto	Estabelecimento	Preço
Impressão preto e branco	JP Informática	R$0,30/pág.
		R$0,25 (acima de 100 págs.)
	Bauru Info Shopping	R$0,50/pág.
	Xerokaria Prátika	R$0,15/pág.
	Toshiba	R$0,15/pág.
	Draga	R$0,25/pág.
Impressão em cores	JP Informática	R$1,00/pág.
	Xerokaria Prátika	R$1,50/pág. (até 100 págs.)
	Toshiba	R$1,50/pág.
	Draga	R$1,80/pág.
Envelope pardo	Empório Cultural	R$3,99 (10 envelopes)
	Kalunga	R$4,40 (10 envelopes)
	Jalovi	R$4,99 (10 envelopes)
		R$0,35/envelope
	Ponta de Estoque	R$3,99 (10 estoques)
	Imagem	R$0,60/envelope
Pasta cartão	Kalunga	R$12,30 (10 pastas)
	Jalovi	R$33,00 (20 pastas)
		R$1,65/pasta
	Ponta de Estoque	R$1,65/pasta
	Imagem	R$1,80/pasta
Profissional de comunicação	Elaboração do plano de comunicação	R$6.461,80
	Execução do plano de comunicação	R$25.549,30

Tabela 2 - Cotação de preços de materiais necessários para execução do plano (Elaboração: Nathane Agostini)

Os valores apontados para a elaboração deste Plano de Assessoria de Imprensa e para o serviço prestado pelo profissional de comunicação seguem orientação da FENAJ.

Somando o valor da impressão em cores e dos envelopes pardos com preços mais baixos e os valores cotados para o profissional de comunicação, o valor total da tabela acima é de R$ 33.771,63.

Além desses materiais, também foram cotados os preços de equipamentos e programas que podem aperfeiçoar e melhorar as atividades aqui propostas. No entanto, não são fundamentais para a execução das ações.

Produto	Estabelecimento	Preço
Câmera Nikon D3400	www.nikon.com.br	R$ 1.990,00
Lente para câmera Nikon D3400 (AF-P DX NIKKOR 18-55mm f/3.5-5.6G)	www.nikon.com.br	R$ 590,00
Câmera Canon EOS Rebel T5i Kit EF-S 18-55MM IS STM	www.loja.canon.com.br	R$ 2.399,92
Gravador de voz Digital Sony Icd-Px 240 4gb	www.americanas.com.br	R$ 169,34
Adobe InDesign CC	Adobe Systems Incorporated	R$ 71,00/mês (sendo o compromisso de 1 ano)

Tabela 3 - Cotação de preços de materiais para aperfeiçoamento das ações (Elaboração: Nathane Agostini)

Somando os valores dos materiais com menores preços, o valor total da tabela acima é de R$ 3.420,00.

Por fim, somando todos os materiais cotados e a contratação de um profissional de comunicação, o valor total deste orçamento é de R$ 37.191,63, lembrando que os valores foram cotados em dezembro de 2017.

8. ANEXOS

Os modelos dos materiais de assessoria de imprensa propostos no plano podem ser visualizados neste item.

8.1 Modelo de *release* para rádio

PREFEITURA DE BAURU

SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER

Autor:
Telefone:
Endereço:

Data:
E-mail:

Bauru estreia nos Jogos Regionais de Lençóis Paulista

Loc: No próximo sábado, dia 21, Bauru estreia nos Jogos Regionais que estão sendo realizados em Lençóis Paulista.

Loc: As modalidades que jogarão no sábado são capoeira e biribol.

Loc: Os Jogos Regionais 2017 tiveram início na última quinta-feira, dia 20 de julho, e contam com disputas de 26 esportes.

Loc: A delegação bauruense conta com 480 pessoas, sendo 365 atletas e 115 membros das comissões técnicas, dirigentes e equipes de apoio.

Loc: Bauru participa da competição em 22 das modalidades da competição, com exceção do atletismo ACD feminino, skate feminino, tênis feminino e ginástica artística masculina.

Anexo 1 - Modelo de *release* para rádio (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.2 Modelo de *release* para televisão

PREFEITURA DE BAURU

SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER

Autor:
Telefone:
Endereço:

Data:
E-mail:

Vôlei Feminino Bauru vence Bariri e chega às semi-finais dos Jogos Regionais

Nesta sexta-feira, 28, a equipe feminina de vôlei de Bauru venceu Bariri por 3 sets a 0. O jogo aconteceu no Ginásio Archangelo Brega e foi o quarto confronto do vôlei feminino nos Jogos Regionais de Lençóis Paulista.

No primeiro set, Bauru entrou em quadra com as jogadoras Juma, Valquiria, Helô, Dayse, Carol Westermann e Arle, fechou com a parcial de 25 a 13. No segundo set o time manteve a formação e fechou com a parcial de 25 a 17. O terceiro e último set foi vencido pela equipe bauruense com 25 pontos contra 13 de Bariri.

A vitória garantiu às meninas de Bauru classificação para a semifinal, que acontecerá neste sábado, 29. A outra semifinal ocorre entre Piracicaba e o vencedor do duelo entre Lins e Lençóis Paulista. Os locais e horários das semifinais ainda não foram definidos.

Sugestão de fontes: Marcos Kwiek, técnico da equipe feminina de Vôlei de Bauru e a ponteira Carol Westermann.

Personagens sugeridos: Atletas da equipe de vôlei feminino de Bauru

Sugestão de imagens: partida de vôlei, equipe de Bauru marcando ponto e comemorando a vitória.

Anexo 2 - Modelo de *release* para televisão (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.3 Modelo de *release* para impresso e *web*

PREFEITURA DE BAURU

SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER

Autor:
Telefone:
Endereço:

Data:
E-mail:

Bauru é campeão por pontos dos Jogos Regionais de Lençóis Paulista

Piracicaba e São Carlos ficaram em segundo e terceiro lugar respectivamente

Bauru foi campeão geral dos Jogos Regionais de Lençóis Paulista que teve fim neste domingo, 30 de julho. Com o total de 332 pontos, segundo somatória realizada pela prefeitura da cidade, Bauru ficou à frente de Piracicaba, segundo colocado, com 267 pontos, e do terceiro colocado São Carlos, com 263 pontos.

Apesar de ser o primeiro colocado na classificação geral da competição, Bauru disputará a série A dos Jogos Abertos apenas nas modalidades em que conquistou o ouro. Nas modalidades em que conquistou prata, segundo os organizadores, disputará os Jogos Abertos B.

O cálculo da pontuação foi realizado pela Prefeitura de Bauru, já que a divulgação da pontuação final não é mais obrigatória. Nas últimas competições o critério para definição do ranking das cidades foi a pontuação de primeiro a oitavo em todas as modalidades.

Apesar da comemoração, dirigentes das delegações de Bauru e Lençóis Paulista questionaram a falta de suporte oferecida pela Secretaria Estadual de Esportes. A crítica se deve ao corte de despesas para a estrutura de várias modalidades obrigou Lençóis a pedir empréstimos de equipamentos a outros municípios.

Anexo 3 - Modelo de *release* para impresso e *web* (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.4 Modelo de convite enviado à imprensa



PREFEITURA DE BAURU

SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER

A Secretaria Municipal de Esporte e Lazer (Semel) de Bauru tem o prazer em convidar a imprensa para o evento de apresentação da Delegação de Bauru que competirá nos Jogos Regionais de 2018. O evento, que contará com a presença de representantes da Semel, atletas e técnicos de cada uma das modalidades, será realizado em _____, entre às _____ horas, no dia _____.

Contamos com a presença de todos.

Secretaria Municipal de Esporte e Lazer de Bauru
Jornalistas responsáveis: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini
Contato:(xx)xxxx-xxxx / e-mail

Anexo 4 - Modelo de convite para evento (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.5 *Press-kit*
8.5.1 Modelo de Histórico dos Jogos Regionais

Press-kit

JOGOS REGIONAIS 2018
BAURU

Histórico dos Jogos Regionais

Os Jogos Regionais tiveram início na década de 1950, em Presidente Prudente, por iniciativa de dirigentes da cidade que tinham o objetivo de revelar novos talentos através do esporte amador no município.

Em 1953, os jogos do IV Campeonato aberto da Alta Sorocabana foram sediados em Presidente Prudente e reuniram 1200 jovens, de 22 municípios, disputando as partidas de atletismo, basquete, beisebol, ciclismo, vôlei, tênis de mesa e xadrez. Esta edição do Campeonato foi incluída no calendário de eventos esportivos do Departamento de Educação Física do Estado (DEFE) do estado de São Paulo – que hoje é denominada de Secretaria de Esporte, Lazer e Juventude.

Neste mesmo ano, o DEFE oficializaria outro campeonato: o II Jogos Noroestinos, que reuniu em Araçatuba cerca de 1000 atletas de 16 cidades, entre as quais, até mesmo, Campo Grande (MS).

O termo "Jogos Regionais" surgiu em 1956 com o aparecimento também dos Jogos do Vale do Paraíba – que seriam oficializados no ano seguinte -, tendo como primeira cidade-sede São José dos Campos. Desde o início da década de 1950, as competições de algumas regiões do estado de São Paulo foram evoluindo e se tornando eliminatórias para os Jogos Abertos do Interior.

Outra competição oficializada pelo DEFE foi os Jogos Araraquarense, em 1958. Neste mesmo ano, de forma experimental, o Departamento organizou os Jogos da Paulista e Alta Paulista e da Média e Alta Mogiana.

Em 1959, ocorreu a primeira organização oficial dos Jogos Regionais, dividindo o estado de São Paulo em oito regiões: Alta Sorocabana, Nordestinos, Vale do Paraíba, Araraquarense, Média e Alta Mogiana, Paulista e Alta Paulista. Em 1962, os Jogos passariam a abranger também o Litoral e Zona Sul.

Apesar de a partir de 1984 os Jogos Regionais terem sido disputados em seis zonas, desde 1988, passaram a ser realizados em oito regiões esportivas, continuando assim até hoje. Essas regiões são hoje: 1ª Grande São Paulo, 2ª São José dos Campos, 3ª Bauru, 4ª Campinas, 5ª Ribeirão Preto, 6ª São José do Rio Preto, 7ª Presidente Prudente e 8ª Sorocaba.

Nos dias atuais, os Jogos Regionais são realizados no mês de julho, divididos nas oito regiões esportivas mencionados acima, contam com a disputa de diversas modalidades - que podem variar de acordo com a cidade sede - e continuam servindo como vitrine para novos talentos do esporte.

Anexo 5 – Modelo de Histórico dos Jogos Regionais (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.5.2 Modelo de retrospecto de Bauru nos Jogos Regionais

Press-kit

JOGOS REGIONAIS 2018
BAURU

Retrospecto de Bauru na Competição

Bauru participa de campeonatos regionais ao menos desde a década de 1980, nos Jogos Noroestinos. Nos últimos dez anos, a delegação da cidade vem apresentando ótimos resultados, sempre ocupando as 5 primeiras posições na classificação geral ao fim dos Jogos Regionais.

Em 2007, na edição da competição disputada em São Manoel, Bauru terminou os Jogos Regionais ocupando a 4ª colocação. No ano seguinte, o campeonato foi sediado em Lins e Bauru manteve-se na mesma posição.

Já em 2009, Bauru subiu ao pódio conquistando o terceiro lugar, com 229 pontos, ficando atrás apenas de Piracicaba e São Carlos. Nesse ano, os Jogos Regionais haviam sido sediados por Pirassununga.

Nos dois anos seguintes, apesar da boa pontuação, Bauru alcançou apenas a 5ª colocação, a mais baixa atingida pela cidade na última década. Em 2010 os Jogos Regionais aconteceram em Lins, e em 2011 no município de Barra Bonita.

Em 2012, no entanto, Bauru voltou ao pódio da competição ao se classificar para a 3ª colocação, na edição sediada em Lins, conseguindo o total de 250 pontos. Naquele ano, Bauru ficou novamente atrás apenas de Piracicaba e São Carlos, que conquistaram 390 e 258 pontos, respectivamente.

No ano seguinte, em 2013, Bauru manteve a 3ª colocação com 188 pontos, continuando atrás de Piracicaba (com 358 pontos) e São Carlos (com 293 pontos), este último, inclusive, jogando em casa nessa edição.

Em 2014, porém, Bauru ultrapassou São Carlos e chegou à 2ª colocação nos Jogos Regionais sediados em Lins, ao ter conquistado 226 pontos - 29 a mais que os conquistados por São Carlos.

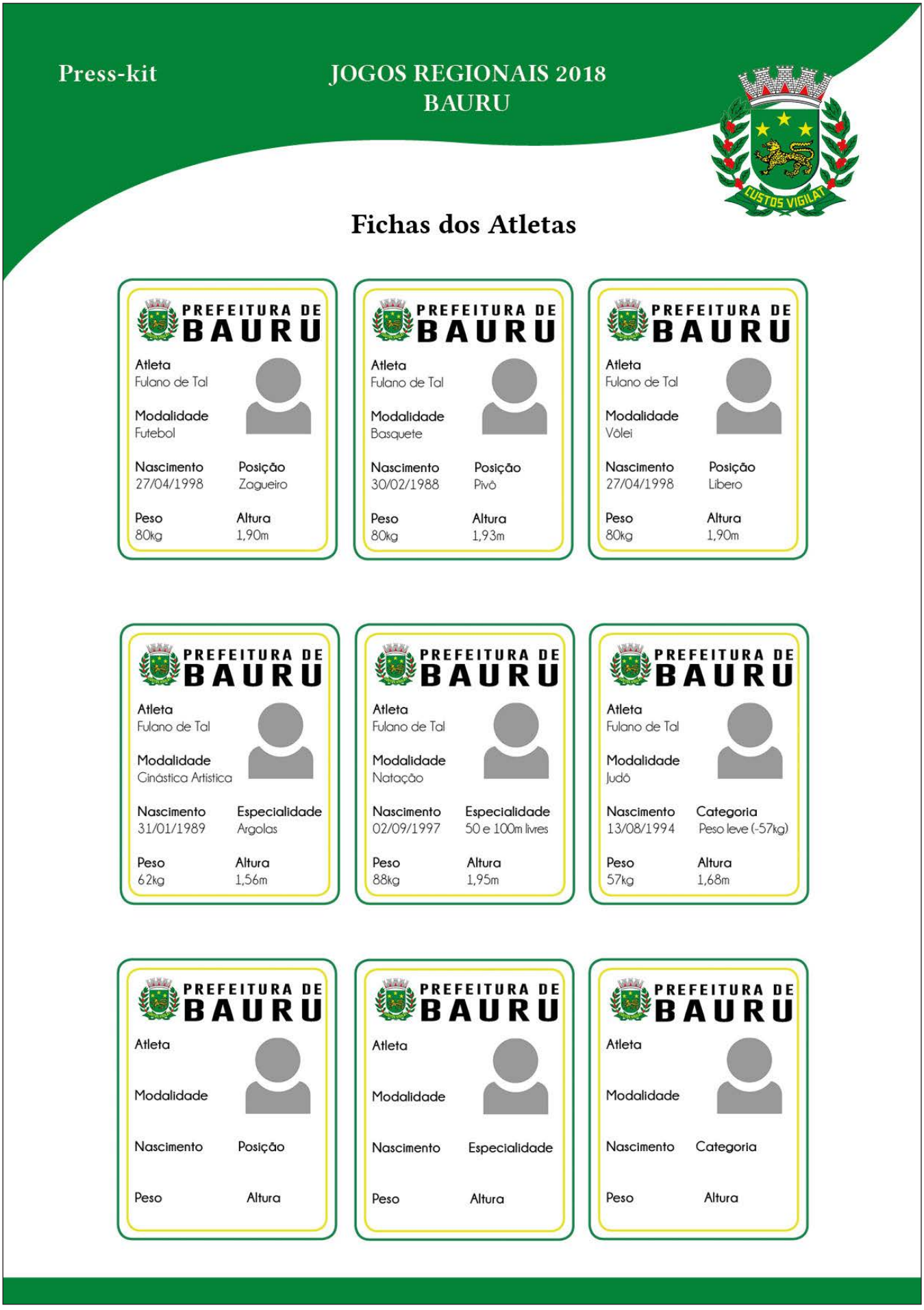
Em 2015, entretanto, o desempenho de Bauru na competição rendeu 188 pontos e apenas a 5ª colocação. No ano seguinte, a cidade melhorou sua classificação, subindo para o 4º lugar.

Em 2017, no entanto, Bauru voltou não apenas a ocupar o pódio na classificação geral dos Jogos Regionais, mas fez isso do ponto mais alto. No melhor desempenho da cidade na competição na última década, Bauru conquistou 332 pontos, o que lhe rendeu o 1º lugar, à frente de Piracicaba (com 267 pontos) e São Carlos (com 263 pontos).

Acesse a galeria de material audiovisaul da delegação de Bauru através do QR Code ao lado.

Anexo 6 - Modelo de Retrospecto de Bauru na competição (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.5.3 Modelo de fichas dos atletas



Anexo 7 - Modelo de Fichas dos Atletas (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.5.4 Modelo de cronograma das partidas de Bauru

Press-kit

JOGOS REGIONAIS 2018
BAURU

Cronograma de partidas de Bauru na competição

Dia 20/07
Quinta-feira

BASQUETE – 8ªS de finais
Bauru x Lençóis Paulista
- 13h
- Clube Esportivo Marimbondo (Av. Brasil, 1039)

GINÁSTICA RÍTMICA
- 09h
- Arena Alba (R. 13 de Maio S/N)

FUTEBOL - eliminatórias
São Carlos x Bauru
- 19h
- Estádio Municipal Zeferino Ribeiro Sobrinho (R. José Lourenço Silva, 300 - Alfredo Guedes)

VÔLEI – 8ªS de finais
Bauru x Agudos
- 15h
- Ginásio de Esportes Archangelo Brega – CSEC (R. 13 de Maio, 650 – Centro)

NATAÇÃO
- 100m
- 08h
- Arena ABDA (Avenida José Henrique Ferraz, 7-15 – Bauru)

Anexo 8 - Modelo de cronograma das partidas de Bauru nos Jogos Regionais. As informações apresentadas neste cronograma são meramente ilustrativas. Apesar dos locais listados terem sido utilizados nos Jogos Regionais de 2017, as partidas apontadas não existiram (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.6 Modelo de pauta

PREFEITURA DE BAURU

SECRETARIA MUNICIPAL DE ESPORTES E LAZER

Autor:
Telefone:
Endereço:

Data:
E-mail:

Tema: História dos Jogos Regionais

Encaminhamento: Abordar como se deu o início dos Jogos Regionais no Estado de São Paulo, como surgiu a ideia da competição, qual era o princípio original dos Jogos e se ele ainda se mantém. Narrar também qual foi a primeira cidade sede, quais municípios participaram e quais modalidades foram disputadas.

Sugestão de fontes: Atletas que participaram da primeira edição dos Jogos Regionais, membros do comitê organizador e da Secretária Estadual de Esporte, Lazer e Juventude e jornalistas que realizaram a cobertura do primeiro Jogos Regionais.

Sugestão de conteúdo audiovisual: Fotos, vídeos e áudios de coberturas radiofônicas da primeira edição dos Jogos Regionais

Anexo 9 - Modelo de pauta (Produção: Ana Carolina Ribeiro e Nathane Agostini)

8.7 Modelo de tabela

BAURU NOS JOGOS REGIONAIS DE 2018								
Modalidades		Categoria	Medalhas			Ponto de Participação	Ponto	Soma geral
			Ouro	Prata	Bronze			
1	Atletismo FEM	Livre						
2	Atletismo FEM ACD	Livre						
3	Atletismo MASC ACD	Livre						
4	Basquete FEM	Livre						
5	Basquete MASC	21 anos						
6	Bocha Masc	Livre						
7	Capoeira FEM	Livre						
8	Capoeira FEM	Livre						
9	Ciclismo FEM	Livre						
10	Ciclismo MASC	Livre						
11	Damas Misto	Livre						
12	Futebol FEM	Livre						
13	Futebol MASC	Até 20 anos						
14	Futsal Masc	Livre						
15	Futsal MASC	Livre						
16	Ginástica Artística FEM	Livre						
17	Ginástica Rítimica	Livre						
18	Handebol FEM	Livre						
19	Handebol MASC	Livre						
20	Judô FEM	Livre						
21	Judô MASC	Livre						
22	Karatê FEM	Livre						
23	Karatê MASC	Livre						
24	Malha MASC	Livre						
25	Natação ACD FEM	Livre						
26	Natação FEM	Livre						
27	Natação ACD MASC	Livre						
28	Natação MASC	Livre						
29	Skate Street MASC	21 anos						
30	Taekwondo FEM	Livre						
31	Taekwondo MASC	Livre						
32	Tênis de Mesa FEM	21 anos						
33	Tênis de Mesa MASC	Livre						
34	Tênis MASC	Livre						
35	Vôlei de Praia FEM	Livre						
36	Vôlei de Praia MASC	Livre						
37	Vôlei FEM	Livre						
38	Vôlei MASC	21 anos						
39	Xadrez FEM	21 anos						
40	Xadrez MASC	Livre						
Total de medalhas						Total de pontos		362