



Projeto da Assessoria de Imprensa local da América Latina Logística em Mato Grosso¹

Diego da Silva²
Márcia Marques Dótolli³
Marli Barboza/Orientadora⁴
Universidade do Estado de Mato Grosso

Propor a criação de assessorias de imprensa local para empresas multinacionais com sedes em Mato Grosso é um dos objetivos do trabalho, pois além de proporcionar maior contato com jornalistas e veículos de comunicação que se interessam por informações da empresa, aumenta a visibilidade da instituição quanto à sociedade. Essa afirmação é possível diante a experiência resultante da união de estagiários da UNEMAT, da Webcomtexto e da ALL, que se utilizaram de métodos tecnológicos para promover e trazer à tona informações relevantes referente à maior companhia ferroviária brasileira e suas ações. Todo o trabalho é amparado pelas teorias de Paulo Nassar, Figueiredo Rubens e Jorge Duarte.

Palavras-chave: ALL; Assessoria de imprensa local; Estágio; Webcomtexto.

1 INTRODUÇÃO

Participar com influência das atividades acadêmicas talvez não seja suficiente para a conclusão de um curso de ensino superior, faz-se necessária a prática ou mesmo o acompanhamento dela. Oportunidade vista nas grades curriculares dos cursos de Comunicação Social do Brasil, por meio da disciplina de Estágio.

No desenvolvimento do Estágio da Universidade do Estado de Mato Grosso, são dadas oportunidades aos acadêmicos de mostrarem suas idéias e participarem do desenvolvimento de projetos de comunicação de jornais impressos, rádios, sites e assessorias de imprensa e comunicação.

Em uma dessas oportunidades, de aliar o conhecimento teórico com a prática profissional de uma assessoria, fez-se a união da Webcomtexto, uma empresa de comunicação corporativa de Cuiabá-MT, da América Latina Logística (ALL), de Curitiba-PR, com sucursais e obras em Mato Grosso, e a UNEMAT, campus de Alto Araguaia-MT. Essa tríade promoveu a abertura de mais uma campo de estágio na cidade de Alto Araguaia,

¹Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa;

² Estudante de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UNEMAT, campus de Alto Araguaia, e-mail diego.press@hotmail.com;

³ Estudante de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UNEMAT, campus de Alto Araguaia, e-mail marciadotoli@hotmail.com;

⁴ Orientadora Mestre Marli Barboza, docente da UNEMAT, campus de Alto Araguaia, e-mail marlibarboza@gmail.com;



de 14.314 habitantes (Censo, 2010) e viabilizou a criação da assessoria de imprensa local da multinacional.

1.1 - Webcomtexto

A Webcomtexto é uma empresa de comunicação corporativa que atua diretamente no mercado mato-grossense desde 2002. Está entre as ações da empresa o quadro “Estágio Com Texto”, que como parte da política de Responsabilidade Social, abre espaço para o aprimoramento dos jovens acadêmicos. A empresa vê no estágio a melhor oportunidade para que os acadêmicos vivenciem a rotina, o ritmo e o ambiente de uma assessoria de imprensa. Além de objetivar a integração de pessoas dinâmicas, obstinadas pelo conhecimento e pela comunicação.

A Webcomtexto é uma das maiores agências de assessoria do centro-oeste brasileiro e tem clientes de reconhecimento nacional, bem como: Sadia, Pantanal Shopping, Universidade de Cuiabá, rede de supermercados Modelo, Grupo Iuni Educacional, Cuiabá Lar Shopping, Café Brasileiro, Natura, Todimo, América Latina Logística e outros.

Para o estágio vigorado no semestre 2010/2, a Webcomtexto cedeu aos discentes da Universidade do Estado de Mato Grosso, campus de Alto Araguaia, aluno do 7º semestre, a propriedade de desenvolver atividades exclusivamente junto à empresa América Latina Logística (ALL), que possui terminal no município de Alto Araguaia-MT. Toda atividade foi desenvolvida com certa atenção voltada para o Projeto Expansão Malha Norte, que trata das obras em andamento que ampliam em 250 quilômetros de malha ferroviária, dentro do Estado de Mato Grosso, passando pela cidade de Itiquira, até Rondonópolis.

1.2 - América Latina Logística

Maior empresa independente de serviços de logística da América Latina e maior companhia ferroviária do Brasil, a ALL – América Latina Logística – possui uma malha de 21.300 mil quilômetros de extensão, que abrange os estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, no Brasil, e nas regiões de Paso de los Libres, Buenos Aires e Mendoza, na Argentina.

Opera uma frota de 1.095 locomotivas, 31.650 mil vagões e 700 veículos rodoviários, entre próprios e agregados, e conta com unidades localizadas em pontos



estratégicos para embarque e desembarque de carga. Fundada em 1997, com a concessão da Rede Ferroviária Federal (RFFSA), para atuar na malha sul do país, vem ampliando sua atuação em um histórico sem precedentes de expansão e aquisições no setor de logística brasileiro.

A tríade formada pela Webcomtexto, a América Latina Logística e a UNEMAT, proporcionou o desenvolvimento e a criação da Assessoria de Imprensa local da ALL em Mato Grosso. Antes da união, toda vez que necessário, os veículos de comunicação que dependiam de informações da companhia, ao chegar no terminal de Alto Araguaia, recebiam um e-mail e um telefone da capital paranaense, Curitiba, cidade onde se localiza a matriz da ALL, para que tirassem suas dúvidas. Raramente era permitida a gravação de entrevistas com os colaboradores, e quando se tratava de algum grande evento, fazia necessário o deslocamento dos responsáveis pela comunicação da empresa até a sucursal de Alto Araguaia.

A Regionalização é também uma divisão do todo em partes, obedecendo a critérios geográficos. A extensão do território brasileiro e os diversos brasis existente dentro do Brasil fazem com que a regionalização ganhe relevância numa estratégia em Assessoria de Imprensa, sobretudo para temas de alcance nacional com desdobramentos regionais. (DUARTE, 2010, p.250).

Participação em reuniões, preparação dos colaboradores para concederem entrevistas, elaboração de releases, envio de releases à toda imprensa da região e de Cuiabá-MT, foram algumas das ações que tiveram retorno imediato, com a implantação da assessoria local. Com maior visibilidade na imprensa, a comunidade passou a formular maiores e melhores críticas positivas em relação à assessorada.

2 OBJETIVO

O objetivo principal não é defender a companhia e sim trazer à tona. Uma companhia com sucursais em seis Estados brasileiros, e na Argentina, não possuía a visibilidade necessária no Mato Grosso. Até que implantamos a assessoria local e notamos a necessidade da descentralização desse serviço nas demais empresas multinacionais ou “multi-estaduais”.

2.1 - Objetivos Gerais

- Viabilizar a assessoria de imprensa local da América Latina Logística no



estado de Mato Grosso;

- Assimilar teoria estudada enquanto acadêmicos de Comunicação Social da UNEMAT, na disciplina de Assessoria de Imprensa e de Estágio Supervisionado I, à prática da assessoria de imprensa da América Latina Logística e auxiliar o crescimento profissional e acadêmico com experiências vivenciadas no decorrer do estágio supervisionado;

2.2 - Objetivos Específicos

- Acompanhar a elaboração de materiais que estimulem positivamente a imagem da empresa assessorada e disponibilizar para veiculação na imprensa local;
- Fazer clipping do material divulgado relacionado a América Latina Logística e descrição detalhada de cada matéria divulgada, seja em mídia impressa, online, TV ou rádio, por meio de clipping;
- Aprender como se processam as relações interpessoais no espaço profissional, compartilhando experiências com o supervisor de campo e acadêmico.

3 JUSTIFICATIVA

A ALL raramente divulgava suas ações sociais realizadas no Mato Grosso por conta dos demais terminais, em outros Estados, e por outros programas e assessoria e marketing interno na matriz da companhia que exigiam maior dedicação da equipe. Até que em Março de 2010 iniciamos as atividades da assessoria no Mato Grosso e passamos a divulgar todas as ações dos diversos setores.

A melhor maneira de começar uma assessoria de imprensa é planejar tendo como base um diagnóstico das dimensões das necessidades, em relação a suas funções, adequando- a ao tamanho do orçamento disponível para implementar o projeto. Nem todas as empresas e instituições precisam de assessoria de imprensa, mas precisa de um profissional de comunicação, o melhor é adequar a assessoria à realidade de cada caso (DUARTE, 2010, p.201).

As cidades de Alto Araguaia e Alto Taquari já possuíam terminais da ALL antes da implantação da assessoria local, logo, assim que implantada, foram as cidades de maiores divulgações, mesmo que com poucas mídias locais. Com o desenvolvimento do Projeto Expansão Malha Norte, que além de aumentar a linha férrea no Estado, criará mais dois



novos terminais, sendo um Itiquira e outro em Rondonópolis, a necessidade de uma assessoria de imprensa local tende a aumentar e intensificar as notícias nesses ambientes, para que a população dessas cidades saibam o que está chegando em seu território e quais a vantagens dessa alternativa de logística férrea.

Ressaltando que atualmente a ALL é responsável pela logística de mais de 80% da produção agrícola mato-grossense, transportando de Mato Grosso ao Porto de Santos (SP) e Porto de Paranaguá (PR) a soja do estado, o milho, farelo, combustíveis e refrigerados. E com os dois novos portos, com previsão de funcionamento para junho de 2012, passará a transportar ainda a madeira de reflorestamento e outros produtos, aumentando assim gradativamente o interesse dos jornalistas ambientais, revistas especializadas, e programas de áudio e vídeo com temas voltados à agricultura e responsabilidades socioambientais, como as preconizadas pela companhia durante a construção da ferrovia, diante a liberação do IBAMA, Instituto Brasileiro de Meio Ambiente.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Salientamos a utilização de ferramentas virtuais que muito colaboram para uma assessoria local, no sentido de que aumenta a produtividade, pois passamos a utilizar esse ambiente com intuito de melhorar a produtividade. Externamente, ainda há a possibilidade da utilização desses meios em entrevistas, pesquisas de satisfação dos clientes e outros.

Não existe relação direta entre obter alta eficiência no trabalho de assessoria de imprensa e a quantidade ou sofisticação dos instrumentos à disposição do profissional. O fundamental para quem deseja instalar uma assessoria é primeiro definir os objetivos (particularmente a longo prazo) que se quer alcançar. Isso deve ser feito com base na identificação das expectativas da organização ou fonte (um bom levantamento de dados ajuda, mas um conversa franca tende a atingir um resultado melhor) e de um diagnóstico da área de comunicação, incluindo ações desenvolvidas anteriormente, cultura organizacional, relacionamento atual com a imprensa e outros públicos de interesse, possibilidades de investimento e atuação. Somente com bases nessas determinações é que é possível elaborar um planejamento, que inclua a seleção de um conjunto apropriado de produtos e serviços e a definição clara de metas e formas de avaliação. (DUARTE, 2010, p.276).

Dentre outras técnicas utilizadas na assessoria de imprensa local da América Latina Logísticas podemos citar:

- Inicialmente a elaboração de um mailing local;
- Elaboração de releases referente às ações e os números da ALL na região;
- Elaboração do documentário “Estratosférica” para explanações referentes às obras do Projeto Expansão Malha Norte;



- Envio dos releases aos veículos de comunicação de Alto Araguaia, Alto Taquari, Itiquira, Rondonópolis e Cuiabá. Que acabam sendo veiculados também em mídia nacional;
- Seleção de fotografias para envio junto aos releases;
- Cobertura dos eventos da ALL e posterior elaboração e envio de releases sobre o evento;
- Clipping dos veículos que divulgaram informações referente a ALL, em pdf;
- Relatórios de ações desenvolvidas com resultados mensais, em Power Point;

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A função da assessoria de imprensa é apresentar soluções de comunicação para seus clientes e prepará-los para o relacionamento com a mídia. Para isso, utiliza princípios jornalísticos para criar estratégias de comunicação que melhorem e consolidem a imagem de seu assessorado, produção de releases que contenham informações interessantes e, principalmente, verdadeiras para pautar a imprensa e colocar seu cliente na mídia. “As estratégias e ações de implantação, o gerenciamento e as articulações da comunicação ao longo do tempo devem contribuir para o alcance das metas e objetivos da instituição, considerando sua missão e visão”. (RIZZO, SCHAUN, 2008, p. 33)

Ainda no sétimo semestre do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, os discentes tendo de elaborar uma peça audiovisual durante a disciplina de documentarismo, viram a possibilidade da prática da interdisciplinaridade, unindo essa matéria ao estágio supervisionado I. Elaboraram então o documentário “Estratosférica” com a seguinte sinopse:

O filme retrata o desenvolvimento do “Projeto Expansão Malha Norte”, construção da ferrovia no Estado de Mato Grosso, no percurso Alto Araguaia – Itiquira - Rondonópolis. Os 750 milhões investidos pelo BNDS além de custear toda infraestrutura da nova estrada de ferro, beneficiará a economia brasileira e tende a gerar 1.800 empregos no Estado durante a obra e mais de 700 após o término. Grãos, madeira, combustível, serão 12 milhões de toneladas de produtos transportados nesse trajeto diariamente à aproximadamente 85km/h. Relatos de colaboradores da ALL, maior companhia ferroviária brasileira, responsável pela obra, expressam todas as etapas da construção, suas dificuldades e os cuidados quanto ao meio ambiente.

O documentário foi exposto no anfiteatro da universidade, vimos no audiovisual uma forma atrativa de sanar dúvidas e saciar curiosidades da comunidade acadêmica de Alto Araguaia. Levando sempre em consideração a afirmação de Jorge Duarte, “a Assessoria de Imprensa não deve prescindir da inovação e da criatividade, pois essas são características que contribuem para que ela seja relevante, diferenciada e atraente”. (DUARTE, 2010, p.220).



“Uma boa comunicação empresarial é a condição primária para uma boa imagem institucional da empresa”. (NASSAR; FIGUEIREDO, 2005, p.24)

A América Latina Logística muito se preocupa com a comunicação organizacional. A cada mês, junto ao holerite de pagamento, cada colaborador recebe uma edição da Revista “Sem Fronteira”, que em outubro alcançou sua 129ª edição, e que há 70 meses vem acompanhada de uma mini-revista, a “ALL em Família”, destinada à família dos colaboradores, contendo fotos de seus recém-nascidos, uma receita mensal indicado pelos contribuintes, breves informações de saúde e ainda brincadeiras educativas para as crianças.

Além de toda comunicação interna, a companhia ainda disponibiliza um press-kit a cada evento organizado por ela, contendo vídeo institucional, mapas explicativos, folders e release.

Alto Araguaia possui 7 grandes empresas, entre multinacionais e “multi-estaduais”, dentre essas podemos citar a “Cargil”, “Mosaic” e “Louis Dreyfus Commodities” com suas matrizes em São Paulo, capital, a “Bunge” de Gaspar-SC, “Amaggi”, Cuiabá-MT; a “Galvani” de Paulínia-SP e a “América Latina Logística” com matriz em Curitiba-PR. Dessas grandes empresas, todas possuem o setor de comunicação, porém seis focalizam a comunicação interna e relacionamento com a imprensa apenas em suas matrizes, somente a ALL possui Assessoria de Imprensa local, devido ao projeto proposto pela tríade comunicacional.

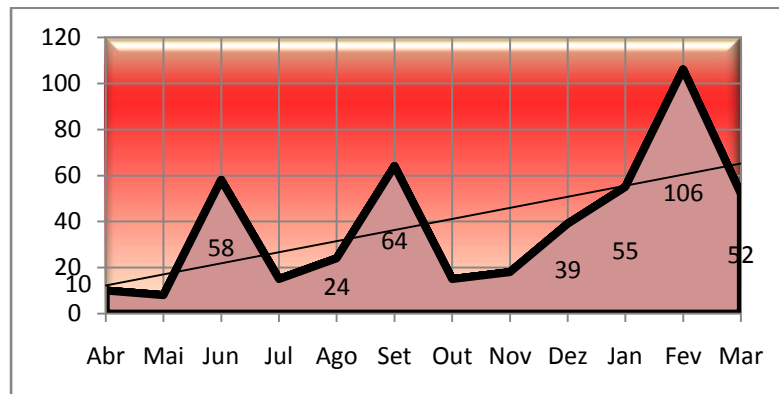
Já no mês setembro encaminhamos release à imprensa intitulado “ALL prorroga inscrição para programa Trainee 2011”, veiculado no “Plantão News” de Cuiabá e elaboramos o release referente a visita do Ministro de Transportes às obras do Projeto, após isso confirmamos a presença da imprensa, organizamos a recepção e orientação de mais de vinte jornalistas no evento, dentre assessorias, TVs, Rádios, Sites e impressos de todo Estado de Mato Grosso, como: 24 Horas News, André FM, Arenápolis News, Aurora FM, Diário de Cuiabá, Expresso MT, SECOM-MT, Olhar Direto, RD News e outros.

Fizemos ainda o repasse de informações referente a história da ALL em Alto Araguaia e de sua situação atual, para a formanda em jornalismo, Queila Carmo, que elabora um livro-reportagem sobre a economia local.

Foram cerca de 250 ações da Assessoria de imprensa local da ALL em 2010, dentre reuniões, coletivas de imprensa, elaboração de releases e publicações nas mais diversas mídias mato-grossenses referente à ALL, no período de nove meses de estágio. Por curiosidade incluímos dados dos três primeiros meses de ações de 2011, que somadas já

ultrapassam o número de 213. Uma linha de tendência perpassa pelo gráfico indicando uma média de produções e as vantagens dos números indicados.

Gráfico 01- Ações da AI de 2010 e os três primeiros meses de 2011



6 CONSIDERAÇÕES

A conclusão à qual chegamos ao final deste trabalho foi que a implantação de um planejamento estratégico de comunicação promove o cliente, não apenas diante suas concorrências, perante à mídia e consumidores de informação.

Grande parte das empresas tem, em suas paredes, quadros que divulgam sua missão (a razão de sua existência) e os valores que norteiam a sua atuação. O bom gestor de Comunicação tem como papel principal disseminar esses conceitos, introjetá-los no DNA da organização, afim de torná-los vivos, práticos e reais. Quando isso acontece, o próprio quadro estático da parede ganha vida; sem isso ele é inútil, melhor nem existir. (DUARTE, 20120, p.222).

Concluimos por fim, que o assessor de imprensa utiliza os princípios jornalísticos para manter todos os públicos informados sobre os acontecimentos referentes a seus clientes, é responsável em manter um bom relacionamento com os jornalistas, apresentar seus assessorados à mídia e torná-los fontes confiáveis e procurada pelos profissionais de jornalismo que trabalham nos mais distintos meios de comunicação.

E como o mercado varejista vem crescendo durante os últimos anos, esse é um vasto campo para os jornalistas atuarem, pois com um bom planejamento estratégico de comunicação, os proprietários dos pequenos varejos ganham espaço no mercado e se diferenciam de seus concorrentes. “Uma boa comunicação empresarial é a condição primária para uma boa imagem institucional da empresa”. (NASSAR; FIGUEIREDO, 2005, p.24).



7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto. **Você na telinha** - como usar a mídia a seu favor. São Paulo: Futura, 2002.

DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FONSECA, Maria Tereza de Azevedo da. **Realização e recepção**: um exercício de leitura. In: *Comunicação & Educação*. São Paulo: Moderna, 1998.

NASSAR, Paulo e FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial?** São Paulo, Brasiliense, 1995.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

PENAFRIA, Manuela. **Perspectivas de desenvolvimento para o documentarismo**, 1999.

ROSSETTI, Fernando. **Mídia e Escola**: Perspectivas para políticas públicas. São Paulo: Unicef/Jogos de Amarelinha, 2005.

SCHAUN, Angela, RIZZO, Esmeralda e FERREIRA, Dina (Org.) **Estratégias**: comunicação e gestão. São Paulo. Expressão e Arte. 2008.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**, 2 ed. São Paulo: Sum

*Ações da Assessoria de Imprensa ALL-MT

*Plantão News - Cuiabá

Mais vez

Trabalhadores manifestam otimismo com construção do terminal ferroviário em Itiquira

Enquete

Quais desses secretários o governador Silval não deveria ter no staff?

- Paulo Lessa - Justiça
- Pedro Henry - Saúde
- Eder Moraes - Casa Civil
- Telê Bezerra - Turismo
- Pedro Nader - Ind e Comércio
- Eliene Lima - Saúde
- Todos os nomes acima
- Está enquete é injusta. Eles são bons.

Votar Resultado

Tempo Agora

15°C
MAX. 23°C

o patrão da empresa. Eton Souza Dias, Genilson Ferreira Coelho, Romário Santos e outros três colegas em trabalho oportunizado em Itiquira. (Foto: Valéria de Paula/Pantofletas/Itiquira)

ALL antecipa nota à imprensa sobre manifestação de caminhoneiros

Diego Silva
Deise Silveira

tecnologias que permitiram diminuir a capacidade de descarga, agilizando o processo de recepção das cargas e reduzindo o tempo médio de permanência dos motoristas no terminal para 6,6 horas. Também foram construídos novos banheiros com chuveiros e água aquecida além de um restaurante, visando diretamente o benefício dos motoristas que descarregam no terminal.

Atendendo às reivindicações atuais, estão sendo realizadas obras de pavimentação com tachão e pó de brita na via frontal do restaurante, localizado no pátio, e na sua extensão, até a entrada dos boxes e pátio de manobra e na entrada para a classificação das cargas. A via de acesso entre os terminais será asfaltada. A previsão é de que estas obras estejam concluídas em até 120 dias. O Terminal de Alto

Araguaia movimentará atualmente cerca de 600 caminhões e toda a operação, inclusive as manobras de chegada das cargas, terminam em 24 horas. Já o terminal de Alto Itiquira, que recebe atualmente cerca de 60 caminhões, tem as manobras programadas entre 15h e 20h. Esta horário é de congestionamento dos transportadores, sindicatos e motoristas, que podem alterar antecipadamente carregamentos e chegada nos terminais, evitando congestionamentos.

Quando ao movimento para a paralisação dos terminais, a ALL esclarece que a interrupção por parte dos motoristas - representados pelas entidades acima não se resolve a garantia constitucional ao direito de greve, uma vez que a ALL não é sua empregadora, e sim proprietária dos terminais utilizados pelos motoristas para o descarregamento dos caminhões, não mantendo com estes qualquer relação empregatícia, comercial ou de outra natureza.

Deste modo, eventualmente paralisações ocorrerão a bordo das providências judiciais cabíveis para responsabilização de todos os envolvidos, a fim que resguardar os direitos fundamentais de propriedade da ALL e de liberdade daqueles que não fazem parte do movimento, ambos previstos constitucionalmente.

A ALL reitera que permanece aberta ao diálogo e repudia qualquer iniciativa que possa prejudicar a população da região, como a paralisação das rodovias, bem como a logística para o escoamento da produção do Estado, um dos principais produtores de grãos do país, tanto no porto de Santos,

*Folha do Estado - Cuiabá

Folha do Estado

economia

Começam obras de novo trecho

Construção do terminal de Itiquira teve início este mês, mas lançamento aéreo só em fevereiro

INVESTIMENTO 750 milhões

Projeto para construção já conta com R\$ 800 mi. Previsão é de conclusão da obra em 2014.

O

Entrevista com Diego Silva, representante dos motoristas.

*Entrevista – Jornal da Globo/ TV Centro América

*Notícia Agora – Alto Araguaia



*Folha do Trabalhador – Cuiabá



*Círculo – Evento Interno



ALL oferece mais 10 vagas de emprego no Mato Grosso



31/08/2010 9:08:07 A - Economia
A maior companhia ferroviária do Brasil, América Latina Logística (ALL), está contratando 10 operadores de produção para os terminais de Alto Araguaia e Alt...

Terminal da ALL bate recorde em julho com movimentação da safrá de milho



A América Latina Logística (ALL) bateu recorde no mês de julho na descarga no Terminal Ferroviário de Alto Araguaia (MT), atingindo um volume de 695 carretões descarregados em um único dia. A média diária de descarga saíu de 500 carretões no primeiro trimestre deste ano, para 600 neste período de safrá de milho e agora atingiu um recorde histórico de movimentação.



*Araguaia Online – Alto Araguaia

*Diário Regional - Rondonópolis

Coletiva de Imprensa – Projeto Expansão Malha Norte

