

Assessoria de Imprensa para a ong “A Escrita Da Luz”¹

Ione Queiroz Moedinger MORENO²

Carla Liliane Costa da SILVEIRA³

Leila Ronize Moraes de SOUZA⁴

Centro Universitário do Norte - UNINORTE, Manaus, AM

RESUMO

Com o crescimento de atividades relacionadas à fotografia na cidade de Manaus faz-se necessária maior divulgação sobre o assunto. Este trabalho apresenta os resultados da implementação do projeto de implantação de Assessoria de Imprensa para o Fotoclube “A Escrita da Luz”, cujo objetivo é esclarecer o que é o movimento e ampliar as informações sobre as ações desenvolvidas pelo grupo. Dessa maneira, buscou-se destacar para a população a contribuição social e cultural que o Fotoclube vem disseminando, principalmente através do Festival de Fotografia Manaus Bem na Foto, movimento pioneiro que divulga o trabalho de profissionais e amadores da fotografia na capital amazonense.

Palavras-Chaves: Fotografia, Assessoria de Imprensa, Manaus Bem na Foto.

1 – INTRODUÇÃO

O homem sempre teve a necessidade de se comunicar. E na pré-história, através das pinturas rupestres, trocava mensagens, passava ideias, transmitia desejos e necessidades. A arte de registrar imagens nas paredes das cavernas evoluiu, passou pela pintura e chegou à fotografia. “Imagens têm sido meios de expressão da cultura humana desde as pinturas pré-históricas das cavernas, milênios antes do aparecimento do registro da palavra pela escritura” (SANTAELLA e NÖTH, 2005, p.13).

Considerada uma das maiores invenções humana, a fotografia teve o reconhecimento oficial em 07 de janeiro de 1839, na França, quando o físico e litógrafo Joseph Nicéphore Niépce e o cientista e político François Arago anunciaram para a academia de Ciência da França a descoberta da fixação da imagem.

As informações sobre o daguerreótipo chegam ao Brasil em 1 de maio do mesmo ano por uma matéria publicada no Jornal do Comércio, do Rio de

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso Jornalismo, email: ioneview@gmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso Jornalismo, email: carlalilianesilveira@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Jornalismo, email: leila.ronize@gmail.com.

Janeiro. Onde destacava-se não apenas o realismo da fotografia, mas, ainda a “suprema perfeição”. Na escrita da luz “a própria luz foi a pintora”, e ao fotógrafo cabia apenas o manuseio dos seus equipamentos que captam as formas e proporções dos objetos com uma precisão quase matemática. (MAGALHÃES e PEREGRÍNO, 2004, p. 22)

As autoras ainda apresentam um fato curioso da história pesquisada, trazendo informações que colocam o Brasil no marco da história da fotografia e de sua descoberta (MAGALHÃES e PEREGRÍNO, 2004).

A história da fotografia no Brasil começou a se desenhar em 1833, seis anos antes do anúncio oficial da descoberta da Fotografia na França. Hercule Florença (1804-1879) foi definitivamente um precursor. Aos 29 anos, este jovem francês radicado no Brasil realizava na vila de São Carlos, hoje Campinas (SP), experiências pioneiras como processo fotográfico. (MAGALHÃES e PEREGRÍNO, 2004, p. 16 -17)

O fotógrafo Florence já usava o vocabulário *Photografia* e o verbo *Photographier* para nominar suas experiências com o material fotossensível utilizado para fixar a imagem em chapas de cobre. Além disso, Florence foi certamente o primeiro a utilizar comercialmente a fotografia, executando uma série de exemplares em papel fotossensível de rótulos de farmácia e diplomas de maçonaria.

Entretanto, Hercules Florence não consegue o reconhecimento do seu invento uma vez que a qualidade das cópias obtidas com o processo além de dagueótipo tinha uma tal qualidade das cópias que não deixava margem a qualquer comparação. (MAGALHÃES e PEREGRÍNO, 2004, p. 20)

A sociedade, de um modo geral, acredita que o repórter fotográfico possui o dom de transformar o mundo por meio das imagens. Momentos de angústia, dor, de sofrimento humano, do mórbido são exemplos das fotos de imprensa mais premiadas. Os grandes prêmios de fotojornalismo, geralmente, contemplam imagens chocantes como a guerra, tragédias, cataclismos, tumultos, conflitos sociais e o racismo.

Toda fotografia foi produzida com certa finalidade. Se um fotógrafo desejou ou foi incumbido de retratar determinado acontecimento, documentar o andamento das obras de implantação de uma estrada de ferro, ou os diferentes assuntos que por uma razão ou outra demandaram sua atuação, esses registros foram produzidos com uma finalidade documental. (KOSSOY, 2001, p. 46).

Henri Cartier-Bresson, considerado um dos mais importantes fotógrafos do século XX, trouxe à fotografia o “Instante Decisivo”. A frase ganharia vida em 1931, ao registrar três jovens negros correndo em direção ao mar.

A partir daí, nascia a carreira de Bresson, filho de um industriário têxtil e de família de classe média; o jovem rapaz, que fez da fotografia seu principal *hobby*, foi morar na África aos 22 anos de idade. A segunda guerra mundial foi o cenário de grandes fotos. Com isso, criou a agência *Magnum* e ganhou o mundo com suas imagens. Bresson é apontado como o pai do fotojornalismo.

O jornalista, no papel do assessor, se encaixa nesse perfil por meio de suas funções, desenvolvidas em uma assessoria de imprensa, conseguindo sensibilizar a sociedade para a apreciação da produção artística e histórica que o fotógrafo e os fotoclubes realizam com suas ações coletivas e culturais por meio da fotografia. O que é e como funciona uma assessoria de imprensa é o que propomos abordar no próximo capítulo.

2 – OBJETIVO

- **Objetivo Geral:** Implantar uma Assessoria de Imprensa para o Fotoclube A Escrita da Luz, ampliando a divulgação de sua programação e as atividades inseridas no evento, com a finalidade de esclarecer o que é o movimento.
- **Objetivos Específicos:**
 - Divulgar Informações do evento através de *releases*, coletiva de imprensa e entrevistas;
 - Aproximar a sociedade manauense das atividades desenvolvidas pelo grupo;
 - Atender a demanda da imprensa com sugestão de pautas e *press kits*;
 - Esclarecer à população e à imprensa o que é o movimento e suas atividades.

3 - JUSTIFICATIVA

Queremos mostrar a importância social e cultural que o Fotoclube A Escrita da Luz tem na cidade de Manaus. Fundado no ano de 2005, em outubro deste ano completará sete anos. Com isso, um catálogo será lançado contanto a trajetória do grupo e uma exposição será realizada para aproximar o público das atividades do movimento.

Considerado o movimento pioneiro na capital amazonense, surge assim, a necessidade de criar uma Assessoria de Imprensa para a produção de campanhas sobre as principais informações das atividades, promoção e propaganda do evento. Esclarecendo a sociedade e o público sobre a história, as atividades e objetivos desde a sua criação, bem como a programação do evento.

4 – MODELOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Para a implantação da assessoria de imprensa serão necessários métodos de abordagem específicos. Através da pesquisa Levantamento, analisaremos os relatórios dos anos anteriores das exposições, para observar as mudanças a serem feitas este ano na forma de divulgação. Já a pesquisa Bibliográfica, por meio das opiniões dos autores deve-se entender melhor como a Assessoria de Imprensa vai auxiliar na divulgação do movimento.

O Manual de Assessoria de Comunicação e Imprensa define a diferença entre Assessoria de Imprensa e Assessoria de Comunicação. Enquanto Assessoria de Imprensa é o serviço prestado a instituições públicas e privadas que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas para os veículos de comunicação e que permite à empresa criar vínculo de confiança com a mídia, por meio da Assessoria de Comunicação, o profissional jornalista torna-se gestor da comunicação e passa a atuar em áreas estratégicas da empresa na elaboração de planos de comunicação mais abrangentes que vinculem a imagem da instituição, por exemplo, as ações de ética e responsabilidade social, comprometidas com os valores da sociedade junto aos seus diferentes públicos.

Mafei (2010) destaca os instrumentos usados no dia-a-dia pelo profissional:

- *Press-kits*: Pasta ou um arquivo eletrônico contendo os textos principais sobre o seu assessorado, o conjunto de informações básicas sobre sua performance, ações de responsabilidade social e outros;
- *Follow-up*: É a ação que visa a obter retorno, por telefone, do envio de *press releases*, distribuição de material de apoio ou de convocação de coletivas à imprensa;
- *Mailing List*: Trata-se de uma lista que contém a relação dos veículos e dos jornalistas contatados para divulgação, com dados básicos, como o nome completo, cargo, editoria, número de telefone e fax, e-mail e endereço;

- *Press Release*: É o símbolo por excelência da assessoria de imprensa, cujo primeiro parágrafo deve concentrar as informações que o repórter ou editor publicariam;
- *Clipping*: Reúne matérias veiculadas, de interesse do assessorado. Ajuda a avaliar a exposição dos concorrentes e do setor de atuação, evidencia a imagem do cliente na mídia, com as devidas percepções de quando e por que ela se altera.

Regina Villela reforça o papel da assessoria e do assessor de imprensa:

Uma assessoria de comunicação pode ser administrada por um jornalista, um publicitário ou relações públicas e vai ajudar você ou sua empresa a organizar um projeto que possa definir toda uma política de comunicação. (VILLELA, 2008, p. 53)

De acordo com Villela, o despreparo para enfrentar a mídia e os meios de comunicação afastam oportunidades valiosas para atrair a mídia favoravelmente. Por isso, é fundamental saber ao máximo o objetivo do assessorado e o interesse do jornalista.

A notícia depende de acontecimentos, fatos atuais, de interesse e importância para a comunidade, seja em âmbito local, nacional ou internacional. Quando mais exclusiva for a informação, melhor para o jornalista. (VILLELA, 2008, p. 06).

A assessoria deverá estar preparada também para os tipos de entrevistas descritas por Villela: **Noticiosas** – extraem do entrevistado, pessoas de destaque ou não, informações de fatos que se tornaram notícias; **Opinião** – onde o ponto de vista do entrevistado sobre determinado assunto é o mais importante.; **Perfil** – é para mostrar os aspectos biográficos e pessoais do entrevistado. Procurar descrever as ideias opiniões, projetos, comportamentos, hábitos, gostos, e traços individuais do perfilado; **Enquete** – resposta de várias pessoas, de níveis culturais, sociais e econômicos diferentes que opinam sobre determinado assunto. Em televisão é conhecido como “o povo fala”; **Exclusiva** – entrevista concedida apenas a um repórter e/ou veículo de comunicação; **Coletiva** – é quando a imprensa, convocada em conjunto, entrevista uma personalidade ou pessoa que estejam envolvidas em assuntos que serão ou já tem destaque no noticiário.

5 – DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para o crescimento das atividades relacionadas à fotografia faz-se necessária maior divulgação e esclarecimento sobre os eventos. Uma Assessoria de Imprensa vai auxiliar na divulgação e, paralelamente, no conhecimento dos trabalhos desenvolvidos pelo Fotoclube “A Escrita da Luz”, considerado movimento pioneiro na capital amazonense, informando a sociedade e o público sobre a história, as atividades e objetivos desde a sua criação, bem como a programação do evento.

Em 2012, o Fotoclube “A Escrita da Luz” completa sete anos. E para comemorar a data, foram realizados o lançamento de um catálogo com a trajetória do grupo e uma exposição fotográfica. A ideia foi relatar ao público as atividades desenvolvidas pelo movimento e chamar a atenção da população para as atividades relacionadas à fotografia.

O movimento, iniciado em abril de 2005, foi pioneiro na cidade através do “Pinhole Day”, idealizado pelos fotógrafos Alexandre Fonseca e Ione Moreno. A partir daí, surgiu a oficina “A Escrita da Luz”, direcionada às crianças e adolescentes dos bairros populares. O projeto durou cerca de um ano. Com o fim da oficina, Alexandre e Ione reuniram ex-alunos e profissionais de fotografia no aniversário de Manaus, em 24 de outubro de 2006, para a jornada “Manaus Bem na Foto.” Nesse momento consolidava-se “A Escrita da Luz”, tornando-se o principal mentor de atividades de amadores e profissionais da fotografia.

Com o passar dos anos, esse projeto foi ganhando maturidade e transformou-se no maior festival de fotografia do Norte do Brasil: “Manaus Bem na Foto – Festival Amazonas de Fotografia”, com atividades como exposições, palestras, oficinas, jornadas fotográficas e muitas outras iniciativas, realizadas num período de cinco a dez dias, colocando o projeto na lista dos melhores festivais de fotografia do Brasil, inclusive com a realização do “I Encontro de Produtores Culturais da Fotografia no Norte” e a criação da Rede Amazônia de Fotografia, em 2010.

Nos últimos cinco anos, a cidade de Manaus ganhou uma nova visão fotográfica com iniciativas coletivas e individuais que colocaram a produção local como uma das mais ativas do país. O projeto vem contribuindo de forma significativa com toda essa transformação em como ver e fazer uma “nova fotografia no Amazonas”.

- **Proposta:** Este trabalho foi elaborado com o objetivo de analisar quais estratégias o assessor de imprensa deve utilizar no contato com a mídia para que tenha êxito na divulgação das atividades do Fotoclube “A Escrita da Luz”.

Nesse contexto, ressalta-se a importância do Fotoclube, dos projetos e programações que visam, não somente os profissionais de fotografia, mas as ações sociais desenvolvidas pelos profissionais que atuam nas atividades relacionadas às atividades do movimento.

Os detalhes sobre “A Escrita da Luz”: programação do evento, o que é o movimento, o início do grupo e os responsáveis por sua realização foram divulgados pela assessoria de imprensa de forma esclarecedora para que o objetivo do evento pudesse ser entendido pela imprensa e a população.

A ideia da assessoria de imprensa foi alcançar o público fora dos “padrões” profissionais e incentivá-lo a prestigiar as atividades do evento.

Assim, assumido o papel de porta-voz, cujo dever é estar preparado para falar em nome de quem representa, e com base no que foi pesquisado, compreendeu-se o papel da assessoria de imprensa e qual o objetivo a ser seguido.

- **Definição conceitual:** O Manual de Assessoria de Imprensa de Comunicação e Imprensa define a Assessoria de Imprensa como serviço prestado às instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas aos veículos de comunicação e que permite à empresa criar vínculo de confiança com a mídia. No nosso caso, desenvolvemos uma assessoria de imprensa para o Fotoclube A Escrita da Luz.
- **Descrição do produto:** Lançamento do catálogo contando a trajetória de 06 anos das atividades do fotoclube “A Escrita da Luz – Grupo de Fotografia de Manaus” para maior divulgação e esclarecimento sobre o movimento fotográfico que o grupo realiza. Dessa forma, a sociedade amazonense poderá conhecer a história do grupo, suas atividades e segmentos.
- **Viabilidade do projeto:** Encontrar apoio para o evento não foi tão difícil, pois o projeto engloba atividades de cunho social. Dessa forma, conseguimos muitos parceiros interessados na causa. Vale ressaltar que houve investimento financeiro por parte das acadêmicas, mas a maior parte dos custos foram mantidos por

patrocinadores a até mesmo voluntários. Os releases que constam no Plano de Assessoria foi enviado para os principais veículos de comunicação.

ENTREVISTA COLETIVA



6 – CONSIDERAÇÕES

Percebemos como é importante o trabalho realizado pela Assessoria de Imprensa, pois o relacionamento com a mídia ampliou a divulgação das atividades realizadas pelo grupo de fotografia “A Escrita da Luz.”.

Foram feitas pesquisas para podermos obter métodos de abordagem específicos durante o desenvolvimento do projeto, que nos ajudaram a conhecer como deve ser a atuação do assessor de imprensa nas diversas situações que a organização, instituição ou empresa a qual representa venha a enfrentar.

Acreditamos que atingimos o objetivo do projeto. A contribuição social e cultural do Fotoclube na cidade de Manaus foi disseminada entre os diversos públicos, que puderam conhecer a história, as ações e os segmentos do movimento através do lançamento do catálogo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSESSORIA DE IMPRENSA: HISTÓRIA E PRÁTICA. Artigo Identidade Científica. Disponível em: <<http://www.unoeste.br/facopp/revista_facopp/pdfs-ano2-n1/Artigo%202.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2012.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Manual de Assessoria de Comunicação e Imprensa. 4 ed. revista e ampliada. 2007. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf>> Acesso em: 06 set. 2012.

KOSSOY, Boris: Fotografia & Imagem. 3 ed. revista aplicada, Ateliê Editorial: São Paulo, 2001.

MAFEI, Maristela: Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia – Editora Contexto – São Paulo, 2010.

VILLELA, Regina: Quem tem medo da imprensa. Editora Ciência Moderna: São Paulo, 2008.