

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS – UNIS/MG

JORNALISMO

ALISSON MARQUES DA SILVA

**ASSESSORIA DE IMPRENSA NO FUTEBOL: a importância desta área em clubes
brasileiros durante a pandemia**

**Varginha
2022**

ALISSON MARQUES DA SILVA

**ASSESSORIA DE IMPRENSA NO FUTEBOL: a importância desta área em clubes
brasileiros durante a pandemia**

Monografia apresentada ao Centro Universitário do Sul de Minas Unis/MG, como parte integrante dos requisitos para a obtenção do grau ao curso de Comunicação de Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em jornalismo. Orientador: Prof. Marco Antônio Leite.

**Varginha
2022**

ALISSON MARQUES DA SILVA

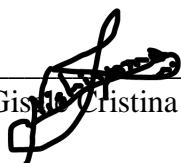
ASSESSORIA DE IMPRENSA NO FUTEBOL: a importância desta área em clubes brasileiros durante a pandemia

Monografia apresentada ao Centro Universitário do Sul de Minas Unis/MG, como parte integrante dos requisitos para a obtenção do grau ao curso de Comunicação de Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em jornalismo. Orientador: Prof. Marco Antônio Leite.

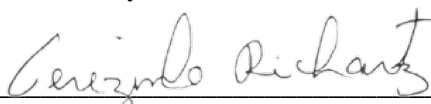
Aprovado em: 21/11/2022



Prof. Marco Antônio da Silva Leite



Prof. Gisela Cristina Nishiyama



Prof. Dra. Terezinha Richartz

OBS.:

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por sempre me capacitar; depois, aos meus pais, que me incentivaram a estudar e buscar um futuro melhor. Agradeço, também, as pessoas que acreditaram em mim, em especial, alguns familiares que me apoiaram. Por fim, não poderia deixar de esquecer aqueles que me deram oportunidades de trabalho e estágio

O que é nascido de Deus vence o mundo; e esta é a vitória que vence o mundo: a nossa fé. Quem é que vence o mundo? Somente aquele que crê que Jesus é o Filho de Deus. (1 João 5:4-5)

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho, de forma prioritária, a Deus por ter me capacitado sempre, por ter me dado força e resiliência para batalhar e nunca desistir. À minha família, por muitas das vezes, segurar minha mão e ser meu porto seguro. Sempre lembro do dia em que ouvi meus pais falando de um sonho, algo que parecia distante há um tempo atrás, mas que hoje está virando realidade – ver um filho formado na faculdade -. Não poderia deixar de mencionar outras pessoas importantes nesta caminhada, como, por exemplo, meu tio Arilson que, em determinado momento, me ajudou de forma financeira para que eu não desistisse do curso. Agradeço, ainda, aquelas pessoas que abriram espaço pra mim desde o início da faculdade. Em nome da querida Renata Veloso, diretora do Jornal Podium, onde foi meu primeiro estágio após entrar na faculdade. Jocsã Naves, que me proporcionou atuar durante um tempo em uma empresa júnior. Ao Diário Regional Correio do Sul, jornal que trabalhei durante três anos e cresci muito, como pessoa e profissional. Serei sempre muito grato aos diretores Antônio Campos e Guilherme Paiva Campos pela oportunidade dada a um jovem acadêmico. As equipes de rádios, nas quais sempre atuei de forma voluntária, buscando o aprendizado. Aqui menciono, de forma especial, os amigos José Aladir e Henrique Lemes em nome de toda Rádio Melodia. O grande comentarista Renato Brás, que abriu espaço em seu programa semanal de esportes na Rádio Clube. Meus amigos locutores Marcelo Gonçalves e Mariano Amanaká, pelo espaço cedido na Rádio Web Mais Você, local onde pude realizar diversas coberturas de grandes campeonatos, destaque para a Copa do Brasil e o Campeonato Brasileiro Séries C e D. Deixo, também, em nome do gestor Alexis Rodrigues, meu abraço e minha menção honrosa à Associação Varginhense de Futsal, onde atuei como assessor de imprensa. Por fim, agradeço ao Professor Cleiton Oliveira por ter aberto espaço para trabalhar em sua equipe de comunicação através de seu gabinete na Assembleia Legislativa de Minas Gerais; aproveito para deixar um abraço a todos que fizeram e ainda fazem parte desta grande equipe, em especial, a Julianne Aparecida, pessoa que me escolheu para integrar a assessoria de comunicação. Em nome da querida Thaís Lima, agradeço a todos os meus amigos pela força, apoio e motivação para seguir. Aqui, também, não poderia deixar de mencionar minha namorada Giovanna Emídio por todo suporte dado durante esses quatro anos. Aos professores do Grupo Unis, em nome do meu amigo e orientador, professor Marco Antônio da Silva Leite, meu muito obrigado por tudo durante esses quatro anos! A vocês, minha eterna gratidão! *“Eu sei que toda glória será dada a Deus, mas não posso esquecer daqueles que me deram a mão, daqueles, porque foi mais de um, sem eles, lugar nenhum”*.

RESUMO

Este trabalho busca analisar e demonstrar o papel primordial da assessoria de imprensa de um clube de futebol em tempos de pandemia. Tal abordagem se faz necessária tendo em vista que nos anos de 2020 e 2021 a rotina do mundo todo mudou devido à pandemia da Covid-19, o que não foi diferente no esporte. O Brasil, país apaixonado por futebol, que emprega milhares de pessoas direta ou indiretamente – seja nos próprios clubes ou nos veículos de comunicação que realizam essa cobertura, a assessoria de imprensa passou a ser ainda mais importante. Com entrevistas presenciais suspensas, jogos sem torcida e, no início da pandemia, também sem profissionais da imprensa, a pessoa que atua na comunicação do clube precisou se reinventar para abastecer, não somente os meios de comunicação, mas também torcedores que sempre buscam informações sobre o time do coração. A análise evidencia, através de estudo bibliográfico em sites, revistas, livros e artigos, somado a entrevista com o assessor da Associação Atlética Caldense, como este profissional teve de se readaptar nos últimos anos. O trabalho de ser ‘ponte’ entre clube, imprensa e torcida foi ainda mais notado.

Palavras-chave: Assessoria. Imprensa. Futebol. Pandemia. Covid-19.

ABSTRACT

This work seeks to analyze and demonstrate the primary role of the press office of a football club in times of pandemic. Such an approach is necessary considering that, in the years 2020 and 2021, the routine of the whole world changed due to the Covid-19 pandemic, which was no different in sports. In Brazil, a country passionate about football, which employs thousands of people directly or indirectly - whether in the clubs themselves or in the press vehicles that carry out this coverage, the role of the press office has become even more noticed and requested. With interviews suspended, games without fans and, at the beginning of the pandemic, also without press professionals, the person who works in the club's communication had to reinvent himself to supply, not only the media, but also fans who are always looking for information about their heart team. The analysis shows, through a bibliographic study, how this professional/area had to readapt during pandemic times. The work of being a 'bridge' between club, press and fans was even more noticeable at this time.

Keywords: Advice. Press. Football. Pandemic. Covid-19.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
2 ASSESSORIA DE IMPRENSA NO BRASIL.....	10
3 ASSESSORIA DE IMPRENSA NO FUTEBOL.....	11
4 CHEGADA DA PANDEMIA E MUDANÇAS NA ROTINA DE TRABALHO.....	13
5 GERENCIAMENTO DE CRISES COM ATLETAS NA PANDEMIA.....	15
6 PANDEMIA REDUZ FINANÇAS E ASSUSTA CLUBES DO INTERIOR.....	16
7 ADAPTAÇÃO DA COMUNICAÇÃO EM TIMES DO INTERIOR NA PANDEMIA.....	17
8 A PANDEMIA NO BRASIL E A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO.....	19
9 A LUTA PELA VERDADE E A DOR DA PERCA	21
10 VISÃO DOS JORNALISTAS SOBRE OS ASSESSORES DE IMPRENSA NA PANDEMIA.....	22
11 CONCLUSÃO.....	23
REFERÊNCIAS.....	25

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho enfatiza a importância do trabalho da assessoria de imprensa de um clube de futebol durante a pandemia. O acesso às informações, que antes se conseguia indo em treinos, à famosa “zona mista” após os jogos e entrevistas no campo, durante pouco mais de dois anos, deixou de existir devido à Covid-19, evidenciando ainda mais o trabalho do assessor de imprensa, que passou a ter um papel vital.

Neste momento de crise, o papel da assessoria de imprensa se torna ainda mais importante e fundamental. As redações estão cada vez mais enxutas e, agora, com uma demanda extremamente alta. Por isso, o abastecimento por parte das assessorias é primordial para que os colegas de imprensa consigam otimizar tempo e transmitir informações factuais (MORAES, , 2020, s. p.).

A comunicação, seja em qualquer meio ou área, é de suma importância. No futebol, principalmente em tempos de pandemia e de fake news, a informação coerente e coesa aparece como necessária e fundamental para combater qualquer tipo de especulação, boatos ou até mesmo mentiras. Mas como fazer isso quando o acesso aos treinos e jogos foi proibido?

A resposta é: sendo a fonte oficial. E quem é a fonte oficial, seja de uma multinacional, empresa e/ou clube de futebol? A assessoria de imprensa.

Segundo Duarte (2003. p. 1), a atividade de assessoria de imprensa pode ser conceituada como a gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e imprensa. Busca, essencialmente, atender às demandas por informações relacionadas a uma organização ou fonte em particular.

A finalidade deste trabalho é, justamente, destacar a necessária e radical mudança dentro da assessoria de imprensa de um clube de futebol durante a pandemia.

O propósito final deste trabalho é, mediante estudo bibliográfico, demonstrar, de forma prioritária, quais foram os impactos e as mudanças trazidas pela Covid-19 na assessoria de imprensa de um clube de futebol e, também, a questão financeira dos times brasileiros com a pandemia; o gerenciamento da carreira de atletas neste período e a importância do profissional de comunicação com a Covid-19 no país.

2 ASSESSORIA DE IMPRENSA NO BRASIL

Antes de falarmos sobre a assessoria de imprensa no Brasil, é importante frisarmos qual o principal objetivo desta área, que é: administrar, potencializar e elevar o relacionamento entre um clube, agremiação, empresa ou pessoa, à mídia de uma forma geral.

No Brasil, o início da história da assessoria de imprensa se dá no ano de 1909, quando o presidente da época, Nilo Peçanha, organizou o Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Foi neste momento que o chefe do Executivo também criou a Secção de Publicações e Bibliotheca visando integrar serviços de atendimento, divulgação, informação e propaganda.

Naquela altura, a Secção tinha como principal função divulgar notícias sobre o Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio à imprensa, e justamente por isso marca o início da assessoria de imprensa no país.

Sempre que falamos de assessoria de imprensa é importante citar Ivy Lee, considerado o pai desta área na comunicação. Lee, nascido nos Estados Unidos, foi o primeiro jornalista a trabalhar como assessor de imprensa, em 1906. Seu intuito era, basicamente, intermediar assuntos referentes à diversas empresas da época e levar para a imprensa, já que, naquela época, havia inúmeros questionamentos sobre a rotina destas empresas.

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na sessão comercial, não o usem. Nosso assunto é exato. Maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente. E qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta qualquer de declaração de fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e instituições públicas, com absoluta franqueza, à imprensa e ao público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público (CHAPARRO, 1996 apud DUARTE, 2006, p. 36).

No Brasil, a primeira empresa privada a usar a assessoria de imprensa foi a Volkswagen, em 1960. A ideia era ter uma relação mais sistematizada com os órgãos de comunicação.

3 ASSESSORIA DE IMPRENSA NO FUTEBOL

É importante dizer que, se em 1960 a Volkswagen percebeu a necessidade de se ter uma área de ligação com a imprensa, visando uma melhor comunicação, no futebol, a história foi pouco diferente.

No Brasil, o futebol, esporte de maior paixão e clamor público, viveu muito tempo às escuras. Isso acontecia porque gestores de diversos clubes do país viam o gasto com comunicação como algo desnecessário.

[...] por muito tempo a assessoria de imprensa foi vista como uma despesa (por vezes desnecessária) para muitos gestores esportivos, sejam clubes de futebol ou os atletas. Afinal, centenas de comunicadores esportivos trabalham incessantemente para reportar ao público o que acontece no universo esportivo do futebol, do tênis, do vôlei, do basquete, tanto em esfera local, como internacional (CARAVELAS COMUNICAÇÃO, 2020, s. p.).

Com o avanço da tecnologia, a informação, que passou a ser imediata, também precisava de uma ‘voz oficial’, tendo em vista que muitas vezes assuntos sigilosos de determinado clube eram vazados e chegavam até torcedores e à imprensa de uma maneira indesejada ou distorcida. A partir deste avanço a voz oficial do clube passa a ser, justamente, o assessor de imprensa.

[...] no caso específico do futebol, a fluidez da comunicação em tempos digitais diante da dimensão do mercado, a assessoria de imprensa se transformou em elemento fundamental no controle da narrativa do clube esportivo e dos atletas de futebol (CARAVELAS COMUNICAÇÃO, 2020, s. p.).

A paixão do brasileiro pelo futebol faz com que todos se tornem consumidores fiéis daquele produto, no caso, o clube daquele torcedor. Por isso o papel do assessor de imprensa se torna fundamental. E conforme o ex-assessor de imprensa do Grêmio, João Paulo Fontoura, é diferente de todas as áreas de atuação da assessoria. "A assessoria de imprensa exercida no futebol em nada tem a ver com a assessoria de imprensa comum, uma vez que no esporte se trabalha com a paixão". (apud, Caravelas Comunicação, 2020).

As assessorias de imprensa no Brasil são o resultado de um movimento relativamente novo em nosso mercado, em que os diversos segmentos da sociedade descobrem que “imagem” é o fator de vantagem competitiva e não cai do céu, mas se constrói com inteligência, informação, pesquisa, uso de técnicas de comunicação, ações coordenadas e muito profissionalismo. Essa é uma mudança de paradigma profissional relevante, nesse momento em que se discute a validade, a qualidade e a especificidade (ou não) dos profissionais e dos cursos de jornalismo (MARTINEZ, apud DUARTE, 2003, p. 210).

É importante enfatizar que a comunicação dentro de um clube, assim como em outras áreas, tem papel fundamental em ser um ‘escudo’ daquela agremiação. Isso pode ser exemplificado em gerenciamento de crises, divulgação de notícias oficiais, esclarecimentos à imprensa, entre outras.

É a experiência que permite avaliar quando a notícia é plantada por fonte. Quando a informação pode ser benéfica ou desfavorável a alguém nela envolvido. É a experiência que vai ensinar ao jornalista avaliar a importância da informação e definir qual tratamento dar a ela. E qual tratamento deve receber. E ao mesmo tempo vai fazê-lo não subestimar notícia aparentemente irrelevante (COELHO,, 2004, p. 45).

O assessor pode optar por diversas ferramentas englobadas à comunicação para realizar tal função, tais como releases, notas, press kit, etc.

Se até 2020, o papel do assessor de imprensa já era de suma importância dentro de um clube de futebol, o mesmo passou a ser ainda mais valorizado com a chegada da pandemia.

4 CHEGADA DA PANDEMIA E MUDANÇAS NA ROTINA DE TRABALHO

Outro aspecto de suma importância no presente trabalho é o surgimento da Covid-19, que surgiu na China ainda no final de 2019, e teve o primeiro caso confirmado no Brasil em fevereiro de 2020. A partir daquele momento tudo mudou, e na comunicação não poderia ser diferente.

Segundo Machado (2021, p. 14) “estar no meio de uma crise e se deparar com um desafio novo não é exclusividade das contas públicas. O jornalismo e a comunicação foram desafiados”.

Os desafios citados podem ser ilustrados no futebol. No início, com a chegada da pandemia, campeonatos de todo mundo foram paralisados. Com o passar do tempo, jogadores, comissão técnica, árbitros e todos os envolvidos nos jogos eram submetidos aos testes de Covid para que as partidas pudessem ser realizadas, ainda sem presença de público e de jornalistas.

Com o avanço da vacinação aos poucos os profissionais de imprensa voltaram aos estádios, no entanto com inúmeras regras, tais como o uso de máscaras, distanciamento, proibição de entrevistas, entre outras. Tudo isso fez com que o trabalho do assessor de imprensa de um clube de futebol se tornasse ainda mais importante, já que o profissional era o responsável por “municar” a imprensa com as informações.

“Eu sinto falta da rua, de entrar na viatura da TV com a minha equipe, sair e ir para o treino, ir ao jogo, para aeroportos, chegar na cidade, correr em direção hotel para registrar a chegada do time, ir até o estádio, fazer os jogos” (apud SOLITO; MEDEIROS, 2021). O relato é do jornalista Flávio Ortega, dos canais Disney, ao site da Revista Esquinas, da Faculdade Casper Líbero, em 2021. Tal fato deixa claro como os profissionais da área tiveram dificuldades para trabalhar durante a pandemia.

Com a imprensa vetada da cobertura rotineira dos clubes, coube ao assessor de imprensa levar conteúdo oficial aos meios de comunicação. A partir desse momento o profissional, antes habituado a enviar releases e organizar entrevistas, passou a executar uma função “multimídia”, com a produção de pautas diárias, captação e divulgação de vídeos de entrevistas e treinos. Naquele momento não era necessário apenas abastecer o torcedor do clube, mas, prioritariamente, os meios de comunicação.

Nesse contexto os assessores se tornaram verdadeiros “anjos da guarda” de setoristas, jornalistas que cobrem o dia a dia dos clubes, como relata Gabriel Amorim que acompanha o Palmeiras. Mesmo longe do Centro de Treinamentos e dos estádios, ele destaca a praticidade

do trabalho de casa. “Você só precisa do celular, do WhatsApp e do telefone para fazer contato com as pessoas do clube. Tendo isso, seu trabalho já está feito, porque o clube também disponibiliza bastante coisa” (apud SOLITO; MEDEIROS, 2021).

Todavia, ainda durante a pandemia, surgiu um outro agravante para o assessor de imprensa do clube x. Foi necessário também se precaver de possíveis crises trazidas pela Covid-19. Em muitas das vezes, durante esses dois anos de pandemia, vimos notas oficiais de diversos times de futebol sobre ‘fugida’ de jogadores daquele elenco em tempos de pandemia, mais uma situação, está de crise, para o assessor também ter de resolver.

5 GERENCIAMENTO DE CRISES COM ATLETAS NA PANDEMIA

Para João Paulo Fontoura (2020), uma das grandes dificuldades na atividade de assessoria de imprensa no futebol é o uso correto das redes sociais dos atletas. Fica especialmente mais complicado quando se trata de atletas mais jovens, menos maduros e o trabalho da assessoria de imprensa envolve meios de divulgar o atleta ressaltando suas qualidades e, ainda, driblar polêmicas que possam repercutir negativamente para o atleta e o time.

Baseado no que disse Fontoura, a situação pode ser ainda mais grave quando um atleta infringe um protocolo de saúde, como por exemplo, o descumprimento do isolamento social durante a pandemia.

Em 2021 o jogador Guga, do Atlético-MG, foi flagrado em um restaurante, sem máscara, com aglomeração devido a um show de pagode que acontecia no local. Em nota divulgada pela assessoria de imprensa do clube, o Atlético-MG informou que o jogador estava fora da próxima partida, foi multado e teve que cumprir o isolamento social. Esse é um exemplo claro de gerenciamento de crise realizado pela assessoria de imprensa, que antes da pandemia, não acontecia de forma tão constante assim.

Já o caso do zagueiro Gustavo Henrique, que na ocasião defendia as cores do Bahia, foi ainda mais grave. O jogador foi visto numa praia durante o tempo em que cumpria o período de isolamento por ter contraído Covid-19. Na ocasião o Bahia divulgou uma nota dizendo que repudiava veementemente a postura do atleta e que medidas cabíveis seriam tomadas.

Ainda de acordo com João Paulo Fontoura (2020), a vida do atleta passa também por suas posições políticas e sociais. A carência de porta-vozes capacitados e a exigência dos brasileiros pela opinião de seus ídolos, é importante que esse ambiente seja controlado de maneira profissional, maximizando oportunidades e evitando tropeços desnecessários.

6 PANDEMIA REDUZ FINANÇAS E ASSUSTA CLUBES DO INTERIOR

Outro fator ocasionado pela Covid-19 diz respeito aos problemas financeiros dos times. Os clubes de maior poder aquisitivo sentiram muito com a falta de jogos, principalmente, por conta das bilheteiras. Essa situação, no entanto, foi ainda mais gritante nos clubes de menor expressão.

É o caso do Rolândia Futebol Clube, equipe do interior do Paraná, que com o avanço da pandemia teve de dispensar diversos funcionários e atletas. Ao Jornal EL País, o então gestor esportivo do clube, disse que a equipe teve que reduzir a folha de pagamentos de R\$ 87 mil para R\$ 17 mil e, mesmo assim, ainda seguia com dificuldades.

Em dado momento da pandemia, o presidente Jair Bolsonaro também se mostrou preocupado com as finanças dos clubes. Em um comunicado no Facebook, o chefe do Executivo disse “como vai se pagar sem que gere imagem (ilustrando sobre a falta de pagamento pelos direitos de transmissões dos jogos já que foram paralisados). Tem time aí, times de segunda divisão, que estão disputando divisões inferiores de seus respectivos estados, que irão decretar falência, não tem como”.

7 ADAPTAÇÃO DA COMUNICAÇÃO EM TIMES DO INTERIOR NA PANDEMIA

Se em clubes considerados grandes do futebol brasileiro, a comunicação ficou um pouco mais vedada à assessoria de imprensa com a chegada da pandemia, em times do interior a situação não foi diferente.

Segundo o assessor de comunicação da Associação Atlética Caldense, Renan Muniz, durante a pandemia, a redução de boatos em notícias envolvendo o clube foi muito grande, tendo em vista, principalmente, o isolamento social, o que não permitia a presença da imprensa a treinos e jogos do clube. “Tivemos um controle maior nas informações que saíam à imprensa. A gente (equipe de comunicação da Caldense) que produzia o conteúdo que era divulgado nos meios de comunicação.

Muniz também enfatizou a produção de conteúdo durante a pandemia. Conforme ele, o clube já produzia – antes da chegada da Covid-19 – materiais à imprensa, tais como, fotos, vídeos, releases, curiosidades e etc. No entanto, com a pandemia, seguida das diversas restrições, o clube aumentou este trabalho pensando, justamente, em ter conteúdo diário para ser divulgado. “Tivemos um retorno muito positivo neste tempo. Intensificamos o trabalho que já fazíamos e mantemos sempre contato com a imprensa através dos grupos de comunicação”.

Nos dias atuais, a assessoria de comunicação do clube sabe que é preciso disponibilizar conteúdo para os mais variados meios de informação onde o time está veiculado. Com a pandemia, segundo Renan Muniz, a Caldense adotou a prática de divulgar as informações o mais rápido possível e para os mais variados nichos, o que conforme ele, foi muito bem aceito. “Tentamos disponibilizar todo material na maior velocidade possível. Assim que acabava os jogos, a gente já gravava com jogadores, treinador e já mandava nos grupos de comunicação. Chegávamos em casa e já subimos os vídeos para nossos canais, durante a partida já enviamos as fotos e o pessoal (imprensa) se acostumou e gostou disso”.

A adaptação na nova forma de trabalhar durante a pandemia foi bem aceita pela imprensa que cobre a Caldense. De acordo com Muniz, os resultados foram tão positivos que, pessoas (profissionais da imprensa) que antes da pandemia iriam até o CT, cobrir treinos, fazer fotos, entrevistas e ter seu próprio conteúdo, deixaram de ir porque a própria assessoria intensificou este trabalho e atendeu a todos.

Se por um lado, a pandemia prejudicou muito as finanças de quase 100% dos clubes, do outro, trouxe inovações que chegaram para ficar. É o exemplo das narrações dos jogos da Caldense, nos canais do clube, durante a partida. Com a restrição imposta pela Covid-19, o

clube de Poços de Caldas (MG) adotou essa prática visando estar mais próximo do torcedor, fato que deu certo e foi mantido mesmo após as liberações da volta dos torcedores ao Estádio.

8 A PANDEMIA NO BRASIL E A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO

Hoje, quase três anos depois da chegada da Covid-19 ao Brasil, já são mais de 700 mil pessoas mortas em decorrência do vírus.

Com o isolamento social todos passaram a acompanhar as notícias da pandemia pelos meios digitais, o que ressaltou ainda mais a importância das assessorias de imprensa e da comunicação num contexto geral.

A produção de notícias sobre a pandemia de Covid-19 acompanhou em intensidade e magnitude a escalada da propagação do novo vírus Sars-CoV-2. No mundo hiper conectado em tempo real, publicações das grandes corporações jornalísticas, de especialistas e instituições dos campos da ciência e da saúde circulam nas plataformas digitais, segundo lógicas algorítmicas, em paralelo a opiniões de indivíduos baseadas em suas experiências pessoais e profissionais. Essa pluralidade enunciativa marca um cenário de complexidade singular, próprio de sociedades midiáticas, e faz da comunicação dimensão central da pandemia, dada sua capacidade de interferir simbólica e materialmente no curso do evento sanitário, definido pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como “infodemia” (apud MATTA. et al, 2021, p. 221).

Programas de TV, rádio, sites e até mesmo as redes sociais passaram a ter um contexto todo voltado à pandemia.

Considerando o caráter de urgência e intensidade emocional, assim como a dimensão dramática das epidemias, interessa-nos compreender a construção discursiva do medo e da confiança em espaços midiáticos. Com esse fio condutor, acompanhamos o enredo tecido desde a aparição da Covid-19 na cena pública. Entendendo que emoções são socialmente construídas e atravessadas por relações de poder, hierarquias e concepções de moralidade que distinguem grupos sociais (apud MATTA. et al, 2021, p. 222).

Com a chegada da pandemia no Brasil, o aumento pela busca de informações sobre a doença subiu, o que refletiu na produção de pautas e materiais relacionados ao tema. Segundo dados do Canal Portal da Comunicação, a média de assinantes digitais subiu de 202 mil, em 2019, para 236 mil, em maio de 2020, época em que o auge da pandemia pairava sobre o país.

Entretanto, ao mesmo tempo que crescia a busca pelas informações, também aumentava o número de notícias falsas. De acordo com o secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres (2020), à medida que a pandemia se espalhou, se deu origem também a uma segunda pandemia de desinformação, desde conselhos prejudiciais à saúde até teorias conspiratórias ferozes. A desinformação de que fala o chefe da ONU é complexa e, apesar de não ser nova, ganhou evidência com os hábitos e as novas ferramentas da sociedade em rede (SIQUEIRA; MONTEIRO, apud. CASTELLS, 2000, p. 117).

Não foram dias, semanas ou meses, mas anos de uma cobertura diferente, traumática e assustadora sobre a Covid, conforme conta (LERNER; CARDOSO; CLÉBICAR, 2021, p. 224).

Em primeiro lugar, como episódio traumático cuja decorrência – sofrimentos e mortes – mereceria compaixão. O conceito de trauma refere-se a situações nas quais membros de uma coletividade “sentem que foram sujeitos a um evento terrível que deixou marcas permanentes na consciência grupal, marcando as suas memórias e mudando sua identidade de grupo.

A Covid-19 mostrou, dentre diversas situações, a importância da comunicação seja qual for o meio em que ela esteja empregada. Afinal, não se briga com a notícia.

9 A LUTA PELA VERDADE E A DOR DA PERCA

Outro fator trazido pela pandemia dentro do jornalismo foi a dor da perda de diversos colegas de profissão. Segundo levantamento da Federação Nacional dos Jornalistas, no final de janeiro de 2021, 94 jornalistas haviam morrido em decorrência do vírus.

À Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), jornalistas revelaram suas rotinas diárias após a chegada da pandemia.

"A pandemia nos afetou, de forma geral, com sobrecarga de trabalho. Para o jornalista de forma geral, não só para a mulher jornalista, a questão do não ir à campo afetou diretamente o trabalho e a nossa saúde mental. A pandemia agravou isso e ao mesmo tempo nos deu subsídios financeiros para manter a nossa estrutura de alguma forma e agora estamos na luta para manter e ampliar, porque quando chegamos em um lugar de financiamento de uma equipe nós não queremos retroceder. E a realidade está de mal a pior, a situação no Brasil hoje é caótica, é de medo. Eu tenho sentido muito medo, porque o cerco está se fechando cada vez mais. Mesmo que o jornalismo tenha sido visto como atividade prioritária e essencial, nós não tivemos uma diferenciação, principalmente agora na hora da vacina. Nós não somos considerados do grupo prioritário mesmo estando na linha de frente. E a pandemia traz isso, essa urgência de sobreviver ao vírus e sobreviver fazendo o nosso trabalho. É uma luta diária manter uma mídia independente em que a gente coloca o nosso corpo na linha de frente para o trabalho". (Guimarães, 2021, s. p.).

O relato acima é da jornalista Paula Guimarães, cofundadora do Portal Catarinas. Além dela, diversos jornalistas relataram sua rotina diária – nos mais variados nichos de trabalho –. Fato é que, para todos, os dias de trabalho durante a pandemia podem ser resumidos em “dias de batalhas individuais”.

"No início da pandemia, as redações prepararam um grupo de repórteres para cobrir a pandemia da covid-19 e sua repercussão, mas ninguém nunca iria imaginar o número de casos, mortes e a tremenda polarização que ocorreu na política e na própria sociedade. Com o avançar da pandemia, as consequências econômicas e sanitárias causadas pelo vírus começaram a afetar a estabilidade emocional de jornalistas. No entanto, diante da ‘cobertura da guerra’, a saúde mental passou a ser tratada como algo secundário, não por causa das empresas, mas por causa da velocidade da informação. A prioridade, no jornalismo, é sempre a notícia. É uma profissão essencial neste momento, porque informação é essencial, mas há uma violência contra jornalistas que contam o que realmente está acontecendo durante a pandemia. Esses ataques vêm de autoridades e por parte da sociedade. É um desafio, o que nos resta é torcer e continuar trabalhando". (Menezes, 2021, s. p.).

Além de toda a dificuldade em exercer a profissão durante o auge da pandemia, os profissionais de comunicação, em especial, jornalistas e assessores, tiveram de se redobrar para levar a informação séria, correta e coesa ao seu público.

10 VISÃO DOS JORNALISTAS SOBRE OS ASSESSORES DE IMPRENSA NA PANDEMIA

A pandemia também estreitou os laços entre jornalistas e assessores de imprensa. De acordo com um levantamento realizado pelo *Portal Comunique-Se*, 65,8% dos jornalistas que participaram do estudo afirmaram que o trabalho dos assessores de imprensa foi importante e muito importante para atuação deles nas redações neste período de Covid-19. Enquanto outros 27,9% alegaram que não houve nenhuma mudança na relação e apenas 6,3% (arredondando) considerou ruim e muito ruim.



Mediante o levantamento realizado, é possível afirmar que o papel da assessoria de imprensa foi e segue sendo de suma importância para o trabalho de jornalistas, não somente os esportivos, mas todos num contexto geral.

11 CONCLUSÃO

No final deste trabalho é oportuno ver como a assessoria de imprensa tem fundamental importância dentro de qualquer instituição, não somente no futebol. Neste trabalho em questão foi enfatizado o futebol, esporte de maior paixão e clamor público no Brasil, o que o diferencia e faz com que o *modus operandi* desta profissão seja único.

Demonstramos também como o papel da assessoria de imprensa passou a ser ainda mais importante durante a pandemia e as diversas mudanças trazidas pela situação. Se até 2020 o assessor e/ou a equipe de assessoria de imprensa/comunicação, já tinham um papel crucial, com a chegada do vírus, o trabalho deste profissional passou a ser ainda mais notado e requisitado. Com jogos sem torcida e imprensa, acesso a treinos proibidos e o isolamento social à porta, a assessoria de imprensa passou a ser ‘a ponte’ entre clube e os meios de comunicação. Podemos afirmar que nos dias atuais qualquer instituição que preze pela credibilidade, pela boa imagem e por uma boa reputação, precisa de uma assessoria de imprensa.

O presente trabalho buscou, ainda, relatos de profissionais da área, assessores e jornalistas ligados ao futebol, que trouxeram suas experiências dentro do tema; a situação financeira de clubes de menor expressão com a pandemia e, também, a comunicação – em âmbito geral – durante os tempos pandêmicos.

Este estudo enfatizou a assessoria de imprensa como via, praticamente única, de informação oficial entre clube e imprensa.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Júlio Gracco Melo de Souza. **Assessoria de imprensa em clubes de futebol: um estudo de caso do Botafogo F.R.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2014. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/4374/1/JAbreu.pdf>>. Acesso em: 18.out.2022
- CARAVELAS COMUNICAÇÃO. **A importância da assessoria de imprensa no universo do futebol.** 2020. Disponível em: <<https://www.caravelascomunicacao.com/blog/a-importancia-da-assessoria-de-imprensa-no-universo-do-futebol>>. Acesso em: 05.out.2022
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo.** 2.ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa no Brasil.** 2003. Disponível em: <<https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/repositorioa/Intranet/ideias/779.pdf>>. Acesso em: 18.out.2022
- GUIMARÃES, Paula. **Um ano depois da pandemia, jornalistas relatam desafios e danos à saúde mental.** 2021. Disponível em: <<https://www.abraji.org.br/noticias/um-ano-depois-da-pandemia-jornalistas-relatam-desafios-e-danos-a-saude-mental>>. Acesso em: 05 out. 2022
- LERNER; CARDOSO; CLÉBICAR. **Covid-19 nas mídias: medo e confiança em tempos de pandemia.** 2021. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/r3hc2/pdf/matta-9786557080320-21.pdf>>Acesso em: 08 out. 2022
- MACHADO, Laura Muller. **Legado de uma Pandemia.** Rio de Janeiro: Brava, 2021. Disponível em: <<https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2021/02/legadodeumapandemia-1.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2022
- MENESES, Maiá. **Um ano depois da pandemia, jornalistas relatam desafios e danos à saúde mental.** 2021. Disponível em: <<https://www.abraji.org.br/noticias/um-ano-depois-da-pandemia-jornalistas-relatam-desafios-e-danos-a-saude-mental>>. Acesso em: 05 out. 2022
- MARINHO, Renata Medino. **Assessoria de imprensa em times de futebol: um estudo de caso das equipes de Santa Maria – Inter SM e Riograndense.** Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2014. Disponível em: <<https://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/tfg-ii-renata-marinho-medina1.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2022
- MATTA, Gustavo Corrêa et al. Os impactos sociais da Covid-19 no Brasil populações vulnerabilizadas e respostas à pandemia. **SciELO**, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/r3hc2/pdf/matta-9786557080320.pdf>>. Acesso em: 18.out.2022
- MORAES, Alisson. **O papel da assessoria de imprensa em tempos de Covid-19.** 2021. Disponível em: <<https://www.comunique-se.com.br/blog/papel-da-assessoria-de-imprensa>>. Acesso em: 19 out. 2022
- PAULA, Ana Vieira de Souza. **Da assessoria de imprensa à comunicação integrada: estudos de caso sobre a evolução e os novos contornos da comunicação organizacional.**

Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/4296/5/TCCG%20-%20Jornalismo%20-%20Ana%20Paula%20Vieira%20de%20Souza.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2022

SOLITTO, Gustavo; MEDEIROS, Iuri. Longe das quatro linhas: setoristas de futebol explicam a rotina da profissão na pandemia. **Revista Esquinas**, 2021. Disponível em: <<https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/esportes/longe-das-quatro-linhas-setoristas-de-futebol-explicam-rotina-da-profissao-na-pandemia>>. Acesso em: 05 out. 2022

SIQUEIRA, Fabiana; MONTEIRO, Patrícia. **Jornalismo em tempos de pandemia**. UFPB, 2020. Disponível em: <<http://www.ccta.ufpb.br/ppj/contents/livros/jornalismo-em-tempos-de-pandemia.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2022