



**FACULDADES INTEGRADAS IPITANGA - UNIBAHIA**

**ALICE GABRIELA COSTA RODRIGUES TEIXEIRA**

**MARCELA SAMPAIO DA CUNHA**

**PAULO ANTONIO MANEIRA**

**CLIP ALL – CLIPPING DIGITAL**

Lauro de Freitas – BA  
2006

ALICE GABRIELA COSTA RODRIGUES TEIXEIRA  
MARCELA SAMPAIO DA CUNHA  
PAULO ANTONIO MANEIRA

CLIP ALL – CLIPPING DIGITAL

Memorial Descritivo apresentado às Faculdades Integradas Ipitanga, como requisito para obtenção do certificado de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

**Orientador:** Uélber Reis

**Co-orientador:** Lício Ferreira

---

Prof. Uélber Reis

UNIBAHIA – Unidade Baiana de Ensino Pesquisa e Extensão  
Faculdades Integradas Ipitanga

---

Prof. Lício Ferreira

UNIBAHIA – Unidade Baiana de Ensino Pesquisa e Extensão  
Faculdades Integradas Ipitanga

---

Pro. José Péricles

UNIBAHIA – Unidade Baiana de Ensino Pesquisa e Extensão  
Faculdades Integradas Ipitanga

*“Mesmo em outro plano espiritual, meu avô Manoel Ribeiro Costa continua muito presente na minha vida, por isso dedico este projeto a ele, que foi um exemplo de sabedoria, afetividade e educação para mim. Em especial, à minha mãe Zulma e à minha querida avó Zuzu, duas pérolas preciosas que me inspiraram a ser a pessoa que sou hoje”.*

**Alice Gabriela Costa**

*“Dedico este projeto a meu pai Alvaro Cunha e aos meus irmãos Maria Eduarda e Maurício por estarem sempre comigo. Em especial à minha mãe Ana Cristina e a minha avó Neusa, por todo amor que me deram”.*

**Marcela Sampaio da Cunha**

*“Dedico meu curso ao meu avô Maneira e as minhas avós Francelina e Generosa. Pessoas que foram fundamentais para a minha existência e que presentes ou não, colaboraram com a minha formação. A meu afilhado Rafael Maneira Knittel que de forma involuntária me motivou a seguir sempre em frente”.*

**Paulo Maneira**

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos às pessoas importantes que fazem parte de nossas vidas e aos nossos familiares que, presentes ou não, nos ajudaram muito nessa trajetória acadêmica.

Aos nossos namorados (Matheus, Mateus e Luciana), aos amigos, em especial a Gustavo Pereira dos Santos, pela grande ajuda concedida na elaboração deste projeto.

Aos nossos mestres e professores, em nome do nosso orientador Uélber Reis e do co-orientador Lício Ferreira.

À instituição Unibahia, pela formação que nos foi dada, e a todos os nossos colegas de curso pela troca de aprendizado.

Continuaremos contando com a ajuda de todos vocês durante essa longa caminhada de nossas vidas profissionais que estão apenas começando.

## RESUMO

O *Clip All* é uma ferramenta importante e inovadora para o mercado de assessoria de imprensa. Esse serviço conta com um novo sistema avançado de clipagem digital de notícias jornalísticas e agrega valor à atividade do profissional de comunicação, utilizando tecnologia de última geração.

Todas as informações do interesse dos nossos clientes, divulgadas na mídia impressa, on-line, na rádio e na TV, serão monitoradas e armazenadas nos nossos servidores, ficando disponíveis para a consulta em nosso *site*. Para maior comodidade, o conteúdo clipado também será enviado diretamente por correio eletrônico.

## ABSTRACT

*The Clip All* is an important and innovator tool for the communication market. This service have with a new advanced system of digital storing of news and add value to the activity of the communication professionals, using the latest technology.

All information that is important to our clients, revealed in the midia (news papers, magazines, on-line, radios stations, TV channels) will be monitored and stored in our servers, everything will be available for consulting in our web site. For more confort, the stored content will also be sent directly to our client's email.

## 1 – Introdução

Uma das principais características da comunicação moderna é a velocidade com que as informações são transmitidas, razão pelo qual muitas vezes elas podem passar despercebidas, atrapalhando o desempenho do profissional de assessoria de comunicação no monitoramento das notícias. Ao lado desta característica, encontra-se a qualidade que o cliente contemporâneo exige. Com tudo isso, nos dias atuais se faz necessário um maior acompanhamento das notícias veiculadas agregado à rapidez e qualidade.

Foi pensando em dar um maior suporte a esse processo de modernização da comunicação que surgiu o projeto do “Clip All – Clipping Digital”. Uma ferramenta inovadora e moderna no serviço de clipagem de notícias, que dará um melhor apoio não só para assessores de imprensa, mas também para assessorias e departamentos de comunicação, em especial na Bahia.

A idéia inicial foi fornecer, através de um *site*, na Internet, o *clipping* das notícias monitoradas para o cliente. Porém, ao tomar conhecimento de como o processo de clipagem é realizado em nosso estado, decidimos modernizar, digitalizando todo o conteúdo e trabalhando em um processo 100% digital. Com isso, atenderemos os nossos clientes e suas principais necessidades, oferecendo um produto com rapidez e qualidade.

## **2 – Pré – Projeto**

### **2.1 – Pesquisa exploratória**

Partimos da idéia de criar uma empresa de assessoria de comunicação que utilizasse a Internet como ferramenta de otimização do seu trabalho. Ao discutirmos o tema, chegamos à conclusão de que deveríamos ser uma empresa parceira desse segmento, não atuando como concorrente.

Tomando conhecimento de que a maioria das assessorias de comunicação realiza a clipagem de suas notícias de forma antiquada, optamos por criar um produto que auxiliasse esses profissionais no monitoramento e organização do *clipping* nas assessorias de imprensa.

Tendo como objetivo constatar a realidade do mercado local, resolvemos realizar uma pesquisa para obtermos maiores informações sobre o serviço de clipagem nas assessorias de imprensa. Foi feito o levantamento dos dados, através de uma análise de mercado com profissionais do ramo, no Estado da Bahia, além de pesquisas bibliográficas e em *sites* que oferecem serviços similares.

Houve muita dificuldade em encontrar informações sobre *clipping* digital para conteúdos jornalísticos, pois os já existentes são realizados através de captação dos conteúdos por gravadores analógicos e vídeo cassetes. Por muitas vezes, esse serviço é executado por profissionais sem capacitação, o que acaba por refletir no seu resultado e na insatisfação do cliente.

### **2.2 – Revisão bibliográfica**

O surgimento da Internet como nova tecnologia, provocou mudanças de hábitos e comportamentos na sociedade. De fácil uso, tornou-se uma das mais promissoras ferramentas de comunicação, tornando o mercado mais ágil e dinâmico.

A facilidade que a internet possui em atingir um grande número de pessoas fez com que os profissionais de comunicação utilizassem esse meio como mais uma forma de transmitir suas informações. Com o crescimento da informatização e a nova dinâmica no



mundo das comunicações, a internet tornou-se uma referência essencial na busca de qualquer tipo de informação.

A velocidade de disseminação da Internet em todo o mundo deve transformá-la efetivamente na decantada superestrada da informação. Oferecendo entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial ainda é um novo meio de comunicação que rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação. (J.B.PINHO, 2003, p. 49).

Segundo os indicadores mensais do Comitê Gestores da Internet no Brasil, mais de 467 milhões de pessoas em todo o mundo compartilham informações e recursos através da grande rede. Atualmente, o Brasil possui cerca de 13,43 milhões de usuários passando, em média, 19 horas e 25 minutos do dia conectados. No endereço virtual do comitê ( <http://www.nic.br> ) também é mostrado que a internet já está presente em 28,03% dos lares da Região Metropolitana de Salvador, ficando acima da média nacional, que é de 21,43%.

A internet nas assessorias de imprensa permitiu que os profissionais pudessem dinamizar os seus serviços, deixando para trás a utilização de equipamentos ultrapassados. O uso do correio eletrônico tornou-se o principal meio de propagação da informação, pois consegue atingir um maior número de pessoas em menor tempo.

O e-mail é instantâneo. Em minutos, pode atingir mil jornais e jornalistas. Se essa mesma operação fosse feita via fax, demoraria cerca de 50 horas e o custo seria pelo menos mil vezes maior. Se fosse papel, além de gastar mais tempo, também se gastaria mais com motorista e gasolina e/ou com os correios. (JORGE DUARTE, 2003, p.349)

O computador, agregado à Internet, consegue reunir vários elementos de segmentos diferentes do jornalismo num mesmo lugar. Desta forma, enxergamos que as informações podem ser capturadas diretamente do computador, eliminando os velhos equipamentos como gravadores analógicos e vídeo cassetes.

O computador, um facilitador da comunicação pessoal, com a miniaturização e a capacidade de processamento cada vez maior, tem a faculdade de executar tarefas repetitivas com grande velocidade e exatidão. Considerado como instrumento de comunicação o computador é uma tecnologia ainda no início de seu desenvolvimento. Ele cresce com a incorporação da multimídia e vai integrando diversos meios de comunicação, tirando proveito do que existe de melhor em cada um. (JORGE DUARTE, 2003, p.341)

O *clipping* é de extrema importância para a assessoria de imprensa. É através dele que se pode quantificar o trabalho do assessor. Com a utilização desse serviço, são verificadas quais as informações enviadas aos meios que foram veiculadas.

O assessor de imprensa tem, entre outras certezas, uma que é inexorável: tudo quase acaba no clipping. Impresso ou eletrônico, ele representa a etapa final de um esforço de comunicação, geralmente empreendido pelo assessor, e mediado pelos veículos (jornais, revistas, rádio, TV e, mais recentemente as publicações on line), tendo em vista divulgar fatos, informações, produtos etc., de interesse de uma empresa ou entidade. (JORGE DUARTE, 2003, p.389)

O monitoramento das notícias via web por uma empresa terceirizada é um agente facilitador para os profissionais de assessoria de imprensa na busca das matérias de seus clientes publicadas nos principais veículos de comunicação.

Diferentemente do clipping de jornais e revistas, o clipping de rádio e de televisão dificilmente pode ser feito sem o auxílio de uma empresa especializada. Afinal, nada justifica a mobilização de membros da assessoria de imprensa no trabalho de gravação e transcrição de fitas, durante o horário comercial e fora dele. Tampouco seria possível a assessoria monitorar o enorme número de rádios e TVs que existem no Brasil. Seria pura perda de energia e de recursos. (GILBERTO LOREZON ALBERTO MAWAKDIYE, 2002, p.53)

Reinventamos o *clipping* digital, uma ferramenta inovadora, capaz de otimizar o trabalho das assessorias de imprensa, dos assessores e departamentos de comunicação. Para isso, criamos o *Clip All* - clipagem eletrônica de conteúdos jornalísticos que são disponibilizados em um servidor na internet e acessados através de um endereço eletrônico.

## 2.3 – Pesquisa de campo

### 2.3.1 – Metodologia de pesquisa

#### 2.3.1.1 – Assessores

**Filtro:** selecionamos três assessores autônomos, com vasta experiência, que já atuaram na Bahia em, pelo menos, três distintas áreas, buscando o maior número de segmentos representados, para diversificar o conteúdo coletado. A escolha dos profissionais foi feita de acordo com o *know-how* que eles possuem diante do mercado local de assessoria de imprensa.

**Técnicas de coleta de dados:** após elaborar um roteiro com perguntas subjetivas, marcamos uma entrevista informal com os assessores para responderem o questionário de pesquisa. Optamos por registrar as entrevistas em um gravador, em seguida, todas as respostas foram transcritas e digitalizadas, com exceção da entrevista realizada com a jornalista Nádyá Argolo Pretto, que preferiu responder o questionário por e-mail.

**Tipo de amostra:** não probabilística, por representatividade.

**Amostra escolhida:** demos preferência por entrevistar os assessores pessoalmente para melhor aprofundarmos o conteúdo das respostas, além de manter um contato interpessoal com esses profissionais que convivem, diariamente, com as necessidades do produto que estamos desenvolvendo.

A primeira entrevista foi realizada com a jornalista Nádyá Argolo Pretto, que já atuou nas seguintes áreas: prestação de serviços, saúde e telecomunicações. Para enriquecer a nossa pesquisa, escolhemos a jornalista Mônica Carvalho, que trabalha no segmento de cultura, esporte e educação. Finalizamos com o depoimento da assessora de imprensa Marjorie Moura cuja especialidade é a área artística, com experiência no ramo gastronômico e museológico.

### **2.3.1.2 – Assessorias de Comunicação**

**Filtro:** tendo como referência cultural na Bahia a editoria do Caderno2, do Jornal A Tarde, escolhemos esse segmento de cultura para aplicar o questionário de pesquisa nas principais assessorias que atuem nessa área, no intuito de qualificar a nossa amostra.

**Técnicas de coleta de dados:** fizemos um censo das principais assessorias de imprensa e totalizamos uma lista com 13 nomes. Após contato telefônico com os profissionais responsáveis por essas empresas, enviamos, por e-mail, um questionário com sete perguntas objetivas (em anexo).

**Tipo de amostra:** não probabilística, por tipicidade.

**Amostra escolhida:** por ser um Estado rico em produção cultural, a Bahia possui diversas empresas que atuam na área cultural, dentre elas as seguintes assessorias de comunicação: Aquatro, AC, Caderno2, Cibernímia, Contraponto, Cannal, Comunic.Ativa, Darana, Dizer, Lume, Santa Clara, Varjão & Associados e Via Press.

A maioria das empresas foi solícita ao nosso pedido, respondendo o questionário em curto prazo. No período em que a pesquisa foi aplicada, a Lume Comunicação alegou problemas técnicos no seu correio eletrônico, após quatro tentativas de contato; a Dizer Assessoria não forneceu o número de telefone nem o e-mail do responsável pela empresa; a Cibernímia e a Caderno2 receberam o e-mail com o questionário, mas não retornaram.

### 2.3.1.3 – Departamentos de Comunicação

**Filtro:** selecionamos empresas das mais diversas áreas de atuação, vulneráveis a receber reclamações, sendo mais propícias à crítica nos veículos de comunicação. Foi realizada uma busca por instituições que possuem essas características e que, provavelmente, necessitam de um acompanhamento sobre a sua imagem nos noticiários jornalísticos.

**Técnicas de coleta de dados:** levantamos através de *sites* de busca na internet, o endereço virtual de 60 empresas. Foi enviado, para as mesmas, um questionário igual ao aplicado às assessorias de imprensa, através de e-mail e/ou pelos *links* de contato dos *sites*, sem que fosse realizado um contato direto com as instituições.

**Tipo de amostra:** não probabilística, por acessibilidade.

**Amostra escolhida:** selecionamos os segmentos de educação, saúde, telecomunicações, esporte e estabelecimentos comerciais. Dessa pesquisa, apenas oito empresas responderam ao questionário: Blue Life, Bompreço Supermercados do Nordeste, Colégio Anchieta, Faculdade Apoio, Fundação José Silveira, Home Doctor, Shopping Barra e Unimed Salvador.

### 2.3.2 – Relatório de Pesquisa

Depois de feito o levantamento da pesquisa exploratória e bibliográfica, vimos a necessidade de aplicar um questionário ao público alvo, consumidor do nosso produto.

A realização da pesquisa teve como objetivo a análise das reais necessidades e a aceitação dos nossos serviços pelo mercado baiano de comunicação. Foram aplicados questionários com os assessores, as assessorias de comunicação e os departamentos de comunicação.

#### **Assessores**

De acordo com a entrevista realizada com as jornalistas Mônica Carvalho, Marjorie Moura e Nádyá Argolo, constatamos que o serviço de clipagem é sempre utilizado por elas e é de grande valia, pois elas consideram que esse é o resultado do trabalho que desenvolvem com os seus clientes. Como ressalta Marjorie, “o clipping é importante para a gente dar um feed-back para o nosso cliente”.

Ao perguntar a Mônica se ela faz a clipagem de vídeo, ela respondeu que não realiza, mas que, “no futuro, seria maravilhoso ter uma empresa que prestasse esse serviço”. Ela e Marjorie disseram que não conhecem nenhuma empresa baiana totalmente especializada em clipagem digital e que não desempenhem o papel de assessoria de imprensa. E Nádyá não sabe informar se tem alguma empresa ou algum profissional de comunicação especializado em clipagem eletrônica.

A facilidade de ter todo o conteúdo clipado por meio de um *site* na Internet, aliado ao ganho de tempo que esses profissionais de comunicação iriam dispor ao contratar uma empresa 100% digital, seriam os pontos fundamentais segundo as três jornalistas. Os maiores motivos para dispor desse serviço seriam a rapidez, a eficiência e o ganho de tempo que elas iriam ter.

Quanto à periodicidade e o horário do recebimento das matérias clipadas, as opiniões variam: Mônica acha que fica a cargo da escolha do cliente, sendo indiferente quanto ao horário. “Quinzenalmente e pela manhã, por volta das 10 horas” são as opções de Marjorie. Para Nádyá, devem ser clipados, “diariamente, pela manhã cedo, às 8 horas, os jornais. E imediatamente, os demais meios (rádio, TV e net), minutos após sua veiculação”.

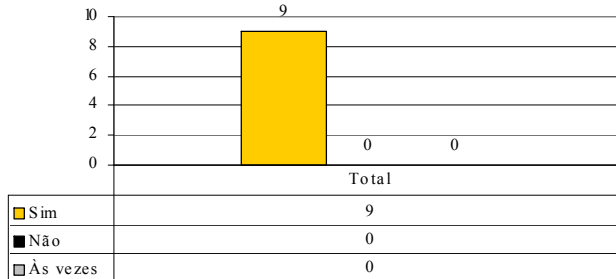
As três assessoras informaram que a melhor forma de recebimento do conteúdo clipado seria por e-mail, pela praticidade e agilidade que essa ferramenta dispõe. E no caso da periodicidade para contratar os nossos serviços de clipagem, por ter um cliente fixo, Mônica optaria por um contrato mensal ou de acordo com cada evento realizado. Para Marjorie, iria depender do contrato feito com o cliente. Nádyá disse que preferiria diariamente, “pois, nós jornalistas temos por obrigação ficar sempre bem informados e monitorados”.

### **Assessorias de Comunicação**

- ✓ Todas as assessorias já utilizam um serviço de clipagem, mas gostariam de ter acesso diário ao seu conteúdo clipado através de um site.
- ✓ Para 78% delas, esse serviço é fundamental e a rapidez é o maior motivo dessas empresas buscarem esse produto, seguidos por comodidade e informação.
- ✓ Quanto ao horário limite para envio de matérias, 67% preferem que o clipping esteja disponível até às 8 horas da manhã.
- ✓ A metade das empresas prefere receber o conteúdo via *e-mail*, e o restante via cd-rom ou *site* na internet.
- ✓ 66% das assessorias dão preferência ao clipping impresso em imagem (formato JPEG ou PDF).
- ✓ A periodicidade da assinatura de contrato desse serviço é inconstante e vai depender da demanda do mercado.

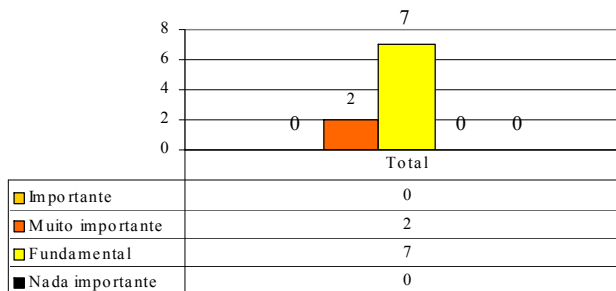
**Gráficos – Assessorias de Comunicação**

**1. Você utiliza serviço de clipagem em sua empresa?**



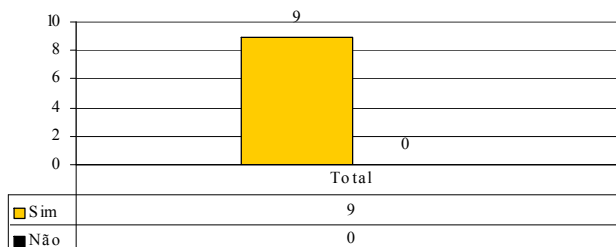
*Gráfico 01*

**1.1. Se sim, qual importância que você dá a clipagem de conteúdos jornalísticos?**



*Gráfico 02*

**2. Você gostaria de ter acesso a todo conteúdo, de interesse da sua empresa, clipado, por meio de um site da internet?**



*Gráfico 03*

**2.1 . Se você gostaria de dispor desse serviço, qual seria o maior motivo?**

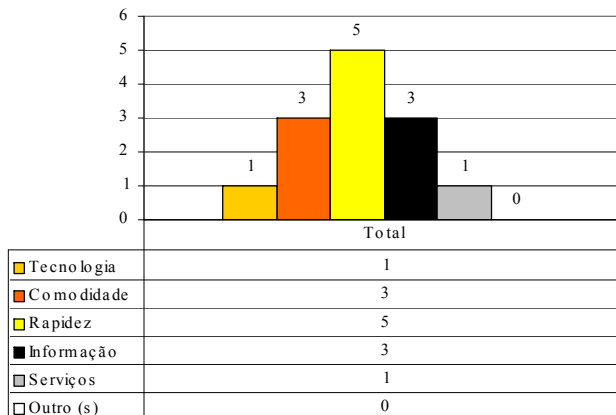


Gráfico 04

**3. Qual a periodicidade que você gostaria de receber essas matérias clipadas?**

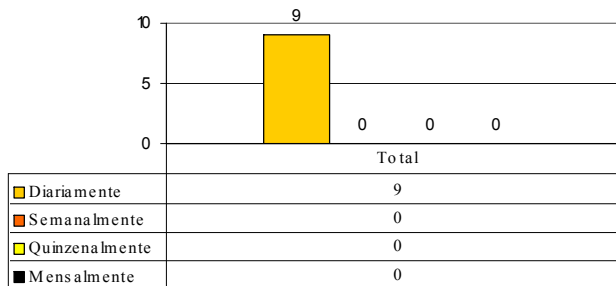


Gráfico 05

**4. Qual o horário de preferência para o recebimento do clipping?**

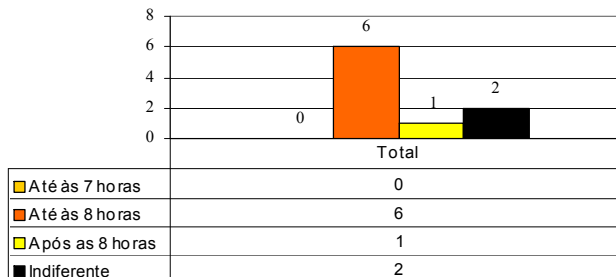
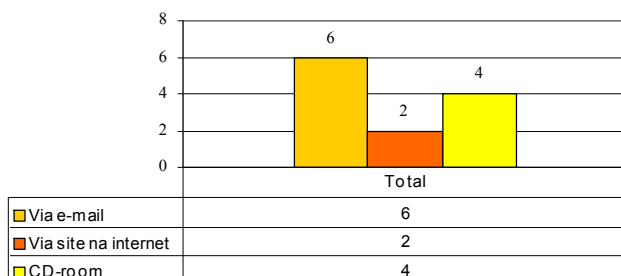


Gráfico 06

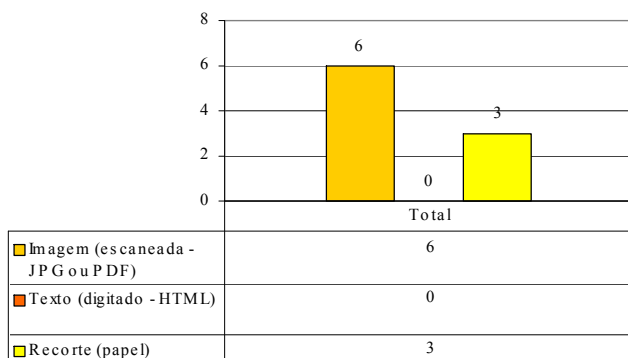


**5. De que forma você gostaria de receber o conteúdo clipado?**



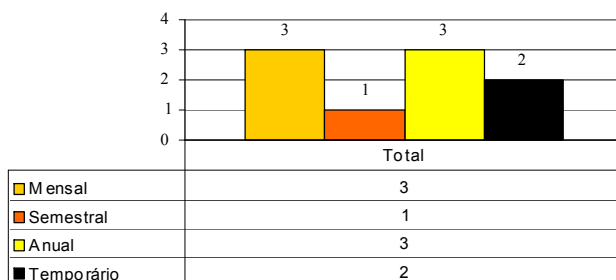
*Gráfico 07*

**6. No caso do conteúdo impresso, qual a melhor opção para a visualização do material?**



*Gráfico 08*

**7. Qual a periodicidade que você gostaria de contratar o serviço de clipagem?**



*Gráfico 09*

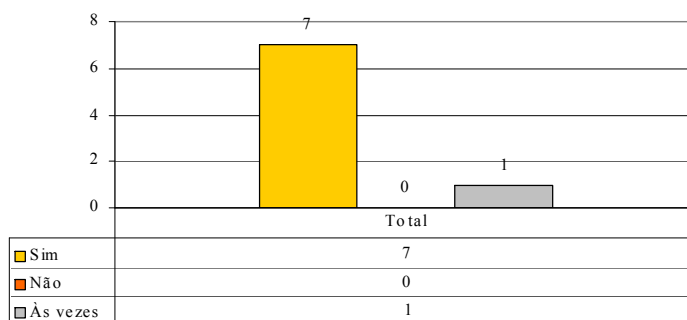
**Departamentos de Comunicação**

- ✓ Apenas um departamento, às vezes, utiliza o serviço de clipagem.

- ✓ Todos os clientes acham importante, muito importante e fundamental o serviço de clipagem e gostariam de ter acesso ao conteúdo clipado através de um site.
- ✓ O maior motivo para a aquisição desse serviço é a tecnologia, seguida pela informação, comodidade e rapidez.
- ✓ 87% dos entrevistados optaram por receber, diariamente, o clipping de suas matérias.
- ✓ 37% escolheram o recebimento do clipping diário até as 8 horas da manhã e o mesmo percentual optou por após às 8 horas.
- ✓ 87% gostariam de receber o seu conteúdo via e-mail.
- ✓ 74% preferem que o formato seja visualizado em JPEG ou PDF.
- ✓ A metade das empresas gostaria de contratar, anualmente, o serviço.

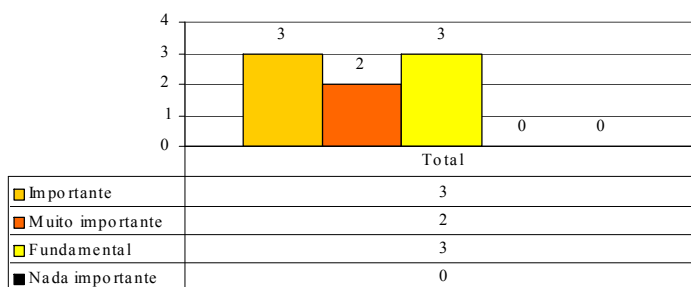
### ***Gráficos – Departamentos de Comunicação***

#### **1. Você utiliza serviço de clipagem em sua empresa?**



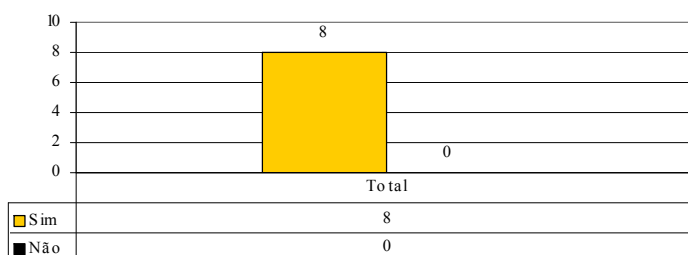
*Gráfico 10*

**1.1. Se sim, qual importância que você dá a clibagem de conteúdos jornalísticos?**



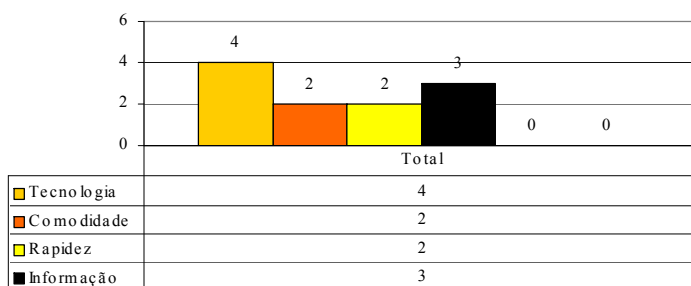
*Gráfico 11*

**2. Você gostaria de ter acesso a todo conteúdo, de interesse da sua empresa, clipado, por meio de um site da internet?**



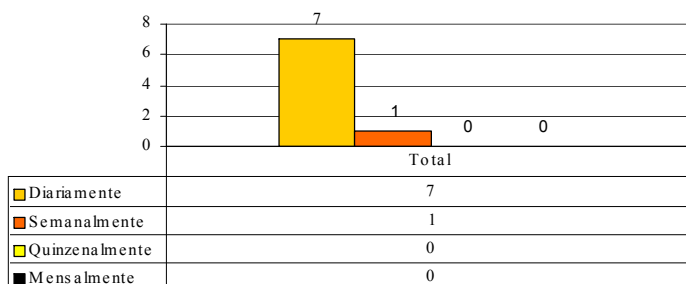
*Gráfico 12*

**2.1 . Se você gostaria de dispor desse serviço, qual seria o maior motivo?**



*Gráfico 13*

**3. Qual a periodicidade que você gostaria de receber essas matérias clipadas?**



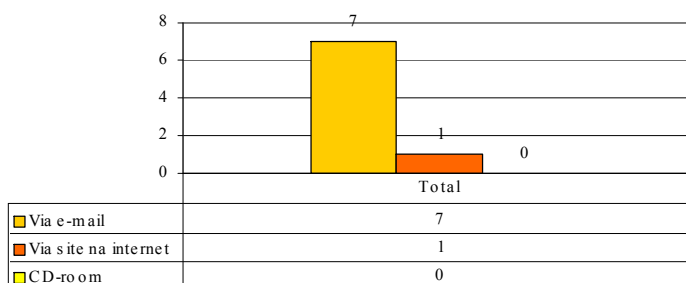
*Gráfico 14*

**4. Qual o horário de preferência para o recebimento do clipping?**



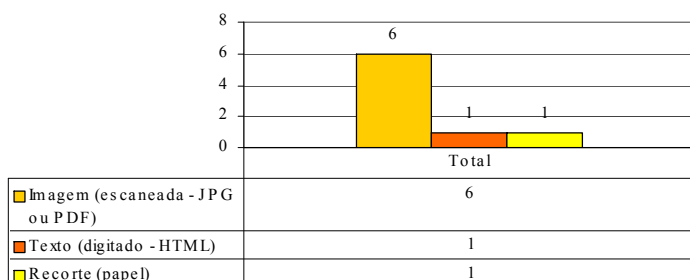
*Gráfico 15*

**5. De que forma você gostaria de receber o conteúdo clipado?**



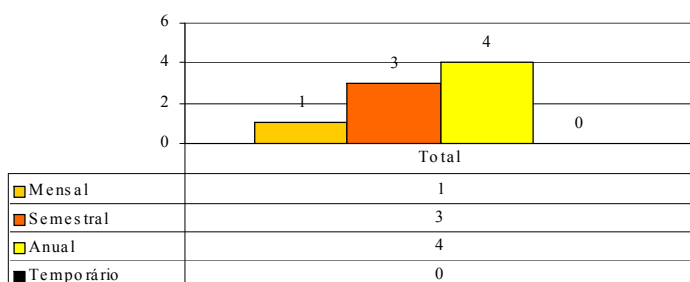
*Gráfico 16*

**6. No caso do conteúdo impresso, qual a melhor opção para a visualização do material?**



*Gráfico 17*

**7. Qual a periodicidade que você gostaria de contratar o serviço de clipagem?**



*Gráfico 18*

### 3 – Memorial descritivo

#### 3.1 – Apresentação

A oferta de um serviço qualificado de clipagem de informações e notícias não condiz com a realidade atual das assessorias de comunicação no mercado baiano, que cada vez mais buscam aprimorar seus serviços e aperfeiçoar a sua mão de obra. Com o crescimento da informatização e a nova dinâmica no mundo das comunicações, a Internet se tornou uma referência essencial para os profissionais de comunicação.

Depois de constatada, através de nossas pesquisas, a aceitação do serviço de clipagem no mercado soteropolitano de comunicação, decidimos focar os nossos estudos no

serviço de clipping, adotando, de maneira moderna e inovadora, a digitalização dos conteúdos para melhor atender ao público consumidor desse serviço.

Identificamos então a necessidade de trazer esse serviço para a *web*, disponibilizando uma ferramenta que poderá ser consultada em qualquer lugar onde se tenha acesso à Internet. Dessa forma, estaremos auxiliando todas as pessoas interessadas no monitoramento de informações jornalísticas em *sites*, jornais, revistas, rádios e TVs.

Aliando o interesse acadêmico ao profissional, surgiu a idéia do Clip All, produto esse que foi elaborado como Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo das Faculdades Integradas Ipitanga - Unibahia. A intenção foi criar uma ferramenta eficaz no serviço de clipagem.

O aprendizado adquirido durante o nosso período acadêmico, aliado às experiências vivenciadas em nossos estágios, possibilitou a criação desse produto com propriedade e profissionalismo. Esperamos que o Clip All se consolide como a ferramenta essencial para o profissional de comunicação moderno e antenado.

### **3.2 – Produto**

O *Clip All - Clipping Digital* surge como uma ferramenta importante e inovadora para o mercado baiano de comunicação, pois agrega valor à atividade dos assessores, das assessorias e dos departamentos de comunicação. Apostando em tecnologia de informação, esse suporte multimídia facilitará o trabalho dos profissionais de comunicação no acompanhamento das principais notícias relacionadas aos seus clientes.

O *Clipping Digital* será o diferencial da nossa empresa, pois possibilitará o monitoramento e a pesquisa dos fatos noticiados nos meios de comunicação em tempo real, visando a clipagem das informações publicadas e pautadas pela mídia.

Esse serviço propiciará que os nossos parceiros caminhem lado a lado com a velocidade dos meios de comunicação, pois poderá antecipar soluções, prever focos de problemas, interagir simultaneamente com os veículos, evitando informações que agreguem valor negativo à imagem do cliente.

Todo o conteúdo jornalístico de interesse do contratante será selecionado, editado e arquivado em nossos servidores pelo período máximo de 90 dias. Esse material ficará

disponível no nosso *website*, por meio do endereço eletrônico ( <http://www.clipall.com.br> ), com acesso restrito aos usuários através de *login* e *senha*.

Para tanto, o clipping digital ficará restrito, apenas, ao conteúdo meramente jornalístico, excluindo-se o levantamento do material publicitário. O *Clip All* disponibilizará versões de todas as notícias nos formatos MP3 e DIVX, que serão encaminhadas à empresa no término de cada mês, após o fechamento de relatório qualitativo e quantitativo.

As reportagens divulgadas nas emissoras de rádio e TV serão enviadas via internet, imediatamente após a veiculação, num prazo máximo de duas horas depois de constatada a ocorrência. Um e-mail, notificando que o conteúdo foi cadastrado, será enviado para o correio eletrônico do cliente, que poderá visualizar as informações através do nosso *site*.

O material pesquisado do clipping impresso e on-line será enviado por e-mail, em formato JPEG. As notícias publicadas nos finais de semana e feriados serão disponibilizadas no primeiro dia útil seguinte para o cliente.

Para todo esse processo de monitoramento e arquivamento das notícias jornalísticas, o *Clip All* contará com profissionais qualificados, dotados de equipamentos de alta tecnologia, tais como computadores de última geração, scanners, gravadores de DVD e CD.

O *Clip All* contará com um quadro funcional de 12 pessoas, distribuído nos setores de sua gestão organizacional empresarial. A empresa será dividida em gestão comercial, gestão administrativa e gestão operacional, que será subdividida em clipping impresso e on-line, clipping de áudio e clipping de vídeo.

### **3.2.1 Clipping Impresso e On-line**

O *Clip All* oferecerá serviço especializado em clipping digital de notícias de jornais, revistas e *websites* locais. Todo o material clipado será disponibilizado pelo e-mail ou acesso ao servidor, através de *login* na página principal de nossa empresa.

As matérias serão publicadas, em nosso *site* de segunda a sexta-feira (exceto feriados), até às 9 horas da manhã. As notícias veiculadas nos finais de semana e nos feriados serão enviadas no primeiro dia útil seguinte.

Os arquivos ficarão armazenados em nossos servidores durante o período de 90 dias. Todas as informações serão disponibilizadas mensalmente ao cliente em CD-ROM, juntamente com o relatório mensal de clippagem.

### **3.2.2 Clipping de Áudio**

Através de sistemas avançados de gravação, o *Clip All* realizará registro e edição dos programas de rádio, dispensando a tecnologia analógica das fitas cassete. Dois computadores dotados de uma placa de áudio estarão monitorando os principais programas jornalísticos das emissoras mais importantes da região.

Dessa maneira, os arquivos gravados diretamente para o disco rígido não sofrerão perda na qualidade sonora durante as transferências. Além disso, a alta compressão de arquivos sonoros possibilitará uma maior velocidade no envio das matérias por e-mail, mantendo a originalidade do áudio.

O cliente receberá mensalmente os seus arquivos em CD-ROM junto com o relatório com análises estatísticas – qualitativas e quantitativas - sobre as citações do período, conforme o seu interesse. Todo material será armazenado durante 90 dias.

### **3.2.3 Clipping de Vídeo**

O *Clip All* realizará apenas registro de programas de TV aberta, utilizando tecnologia digital, proporcionando o envio do arquivo editado via e-mail ou pelo *website*. A digitalização dos telejornais será realizada através da captação do sinal por dois computadores dotados de placa PC/TV. Dessa forma, os telejornais serão monitorados pela nossa empresa e os seus conteúdos armazenados diretamente em nossos discos rígidos.

Os materiais referentes aos nossos clientes estarão disponíveis em nossos servidores, uma hora após o fim da transmissão do programa e armazenados durante 90 dias. O cliente receberá mensalmente os seus arquivos em CD-ROM junto com o relatório com análises estatísticas – qualitativas e quantitativas - sobre as citações do período, conforme o seu interesse.



### **3.3 – Target**

O público-alvo deste projeto é o profissional da área de comunicação, tanto a pessoa jurídica quanto à pessoa física, que esteja inserido no mercado baiano nas suas diversas áreas de atuação do segmento. No entanto, daremos prioridade às assessorias de imprensa, bem como aos assessores e as empresas com departamento de comunicação.

O *Clip All* trabalhará dando suporte a esses profissionais, única e exclusivamente no serviço de Clipping Digital. Não será de competência da nossa empresa atuar em qualquer outro segmento do ramo de assessoria de imprensa.

### **3.4 – Objetivo**

O objetivo do produto é fazer com que o clipping digital venha agregar à atividade do profissional de comunicação um serviço de qualidade no monitoramento das informações, de interesse dos seus clientes, nos principais veículos de comunicação do Estado da Bahia.

### **3.5 – Linguagem de programação**

#### **3.5.1 – Fonte**

Na tipologia da nossa logomarca, utilizamos a fonte *Edition* nas cores preta e branca. No website da empresa, utilizamos a tipologia de nossa marca e nos textos da página, usamos a fonte *Book Antiqua* e *Verdana*, para facilitar a leitura e evitar qualquer conflito de fontes, uma vez que esta fonte é padrão da Internet e encontra-se instalada em praticamente todos os computadores, que rodam o navegador Internet Explorer e que funciona no sistema operacional Windows ®.

#### **3.5.2 – Layout Digital**

A página de abertura do *Clip All* apresenta uma imagem com animação em flash, através da qual o internauta será convidado a ter acesso ao *site* ao clicar *Entrar no Site*.

Ao entrar no *site*, o internauta visualizará o layout das páginas internas. Todas elas contarão com uma imagem retangular, de fundo preto, contendo a logomarca da empresa, além de um *banner* animado e uma figura ilustrativa.

No lado esquerdo das páginas, está organizado o menu vertical, com a área de acesso restrito. Na mesma posição, estão os botões que direcionam o internauta para as páginas e os *links* do nosso *site*.

### 3.5.3 – Links

**Acesso Restrito** – É através deste link que o cliente terá acesso, por meio de *login* e *senha*, a todo material clipado. O cliente terá disponíveis as informações sobre o seu plano e visualizará o seu conteúdo.

**empresa** – A primeira página, que será aberta no *site* após a imagem de apresentação, apresenta e descreve a empresa.

**produtos** – O canal de **produtos** descreverá os planos e serviços oferecidos pelo *Clip All*.

**clientes** – Na opção escolhida existirá uma lista com as logomarcas das empresas, direcionando o usuário à página.

**downloads** – No *link downloads* o internauta poderá baixar diversos programas, que serão úteis para abrir os arquivos que o *Clip All* estará enviando .

**mailing** – No **mailing** existe um lista com todos os veículos monitorados, com *link* de acesso para os *sites* dos mesmos.

**fale conosco** – Ao clicar no **fale conosco**, será aberta uma outra página com um formulário para envio de mensagem sem que seja preciso utilizar algum programa de e-mail. Através desse canal, será possível fazer solicitações, críticas e sugestões.

### 3.5.4 – Resolução

A resolução é o número de linhas de *pixels* distribuídos nas polegadas do monitor, ou seja, 800x600 significa 800 pontos na horizontal e 600 pontos na vertical. Optamos por essa resolução para que não houvesse problemas na navegação, já que a maioria das máquinas está na configuração mínima de tela.

### 3.5.5 – Programas

Para a construção de nossa página, foram utilizados os programas *Dreamweaver* e *Flash*, ambos da *macromedia*®. Toda a construção da página foi realizada através do *Dreamweaver*, utilizando os recursos do *Flash* apenas nas suas ferramentas de animação.

*Dreamweaver* é um editor de HTML para programação em *web*. Este programa é uma ferramenta fundamental para quem atua na área de internet, sendo considerado um dos softwares mais utilizados para desenvolver *sites* e ferramentas de otimização para a grande rede.

O *Flash* é um programa de animações para *websites*. A utilização dele faz com que alguns componentes se tornem mais dinâmicos e atrativos ao usuário. A escolha dessa ferramenta adequada à programação do *Dreamweaver* tornou a página mais dinâmica e atual.

### 3.5.6 – Edição do site

Para editar o nosso *website*, utilizamos a linguagem *HTML* (*HyperText Markup Language*) e a programação em *Asp*. O *HTML* é uma linguagem de formatação de documentos que é utilizada para descrever a estrutura geral de vários tipos de documentos e é um padrão mantido pelo *World Wide Web Consortium* (*W3C*) que integra empresas, universidades e institutos.

O *HTML* não é uma linguagem de programação. Para tanto foi necessária a utilização da linguagem de programação *ASP* (*Active Server Pages*), pois esta se executa a

partir de um servidor de *web*, antes de a página ser enviada ao computador. As páginas, que se executam no servidor, podem realizar acessos a bases de dados, conexões em rede e outras tarefas para a criação da página final que o usuário irá ver.

Para isso, tivemos que buscar maiores informações sobre as demais tecnologias para podermos optar pelas melhores na elaboração do nosso produto, a fim de disponibilizarmos as mais modernas ferramentas aos nossos clientes.

### **3.6 – Especificação técnica**

#### **3.6.1 – Estrutura de navegação**

Utilizamos para a navegação de nosso *site*, um menu vertical, à esquerda, contendo todos os *links* de nossa página. O menu estará presente em todas as nossas páginas. Dessa forma, o usuário poderá ir de uma página a outra, com apenas um *click*.

Na estrutura de nosso mapa, tornamos o conteúdo exclusivo restrito apenas aos assinantes de nossos produtos e serviços. Só será permitido ter acesso ao conteúdo restrito, através de *login* e *senha* do cliente para que ele possa visualizar o seu material arquivado em nossos servidores.



*Fi*

*gura 01 - Mapa do site*

### 3.6.2 – Mecanismos de interação

No *link* de produtos, o internauta poderá visualizar como funciona cada um dos nossos planos de serviços. Estará também estará acessível, ao internauta uma opção para visualizar a maneira que o conteúdo é armazenado.

Quem estiver navegando na página do *Clip All*, poderá ainda utilizar o *link fale conosco* para fazer contato com a nossa equipe comercial, tirar dúvidas ou marcar uma visita.

### 3.6.3 – Registro de domínio

Para colocar o nosso produto na grande rede, tivemos que escolher um endereço eletrônico e hospedar o conteúdo do nosso *site* em algum servidor e assim, podermos publicar o conteúdo produzido na internet.

Através do *site* Registro.br ( <http://registro.br> ) detectamos a disponibilidade do endereço ( <http://www.clipall.com.br> ) e efetuamos a compra do domínio do nosso *site*.

Hospedamos a nossa página no servidor MeuHost.net ( <http://www.meuhost.net> ). O valor para a hospedagem do *site*, no servidor da Internet, vai variar de acordo com a quantidade de arquivos publicados.

Para tanto, não será preciso obter um servidor exclusivo neste momento do projeto. Todavia, com o crescimento do número de informações e de arquivos, será necessária a utilização de um servidor exclusivo para o conteúdo do *Clip All*.

### 3.6.4 – Gestão comercial

O setor comercial será responsável pela prospecção de novos clientes. O profissional responsável deverá ter completo conhecimento na área de marketing e comunicação para apresentar o portfólio da empresa e os seus produtos.

As novas demandas de serviços deverão ser direcionadas aos setores administrativo e operacional. O serviço será autorizado após o conhecimento e aprovação dos demais setores.



Figura 02 -Fluxograma de Trabalho

O *Clip All* possui quatro pacotes de serviços que buscam atender a uma grande demanda de clientes.

### ***Clipping Digital – Impressos e On-line***

Serviço diário de monitoramento de notícias em sua versão mais básica. O plano oferece envio diário por e-mail das informações publicadas em jornais, revistas e *websites* a partir das 9 horas da manhã. E acesso a um banco de dados, através de um usuário e senha no site do *Clip All*.

O *site* armazenará o histórico por 90 dias. Além disso, o plano inclui o envio mensal dos arquivos do cliente em CD-ROM junto com o relatório.

Por este serviço será cobrado o valor de R\$ 1.000,00 (hum mil reais)

### ***Clipping Digital – Áudio e Vídeo***

Serviço diário de monitoramento de notícias 100% digital. Todas as informações serão captadas através de um receptor conectado diretamente ao computador. Dessa forma, eliminaremos os procedimentos analógicos de captação de áudio e vídeo.

O plano oferece envio diário por e-mail das notícias veiculadas nos principais programas jornalísticos a partir das 9 horas da manhã, e acesso a um banco de dados, através de um usuário e senha no *site* do *Clip All*.

O *site* armazenará o histórico por 90 dias. Além disso, o plano inclui o envio mensal dos arquivos do cliente em CD-ROM junto com o relatório.

Por este serviço será cobrado o valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais)

### ***All Clipping Digital***

Serviço completo e personalizado de informações. Este plano oferece todos os serviços contemplados nos demais planos (Clipping Impressos e On-line, Áudio e Vídeo). E a cobertura dos principais veículos de comunicação do Estado da Bahia.

Por este serviço será cobrado o valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais)

### ***Diferencial Clipping***

Assinando esse serviço, o cliente terá a possibilidade de adequar a sua necessidade com a nossa realidade, criando pacotes e planos diferenciados. O *Clip All* mantém parcerias com diversas empresas de outros estados do mesmo segmento, tornando viável a realização de outras demandas de serviços.

Valor do serviço: A combinar, conforme as exigências do cliente.

### **3.6.5 – Gestão administrativa**

Compete ao setor administrativo administrar os recursos da empresa, planejar futuros investimentos, fazer a contabilidade e o pagamento do quadro funcional.

### **3.6.6 – Gestão operacional**

Este departamento abrange os setores de Clipping Impresso - Online, Áudio e Vídeo.

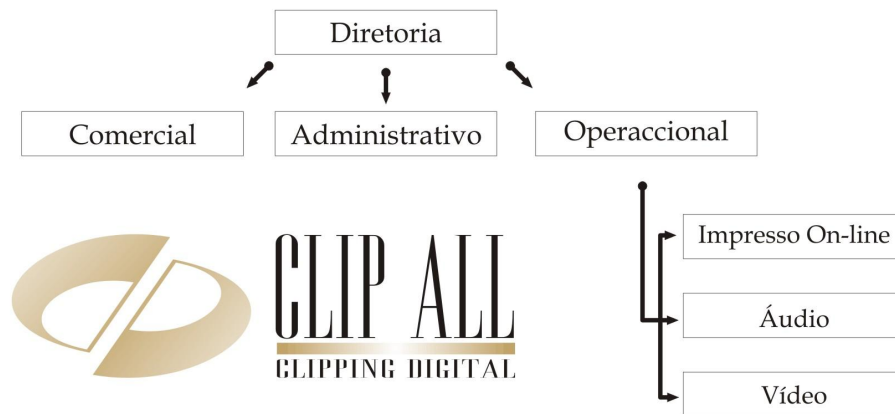
A equipe de Clipping contará com a seguinte estrutura:

- ✓ A equipe de monitoramento impresso e on-line será composta por dois estagiários da área de comunicação social, pelo período da manhã (6 às 11hs.). Para esse setor, serão disponibilizados 2 (dois) computadores com scanners.
- ✓ A equipe de monitoramento de áudio será composta por três profissionais, se revezando durante o dia (6 às 20hs.). Para esse setor, serão disponibilizados 2 (dois) computadores com equipamento de áudio.
- ✓ A equipe de monitoramento de vídeo será composta por dois profissionais, se revezando durante o dia (6 às 20hs.). Para esse setor, serão disponibilizados 2 (dois) computadores com equipamento de tv/vídeo.
- ✓ Todos os setores serão coordenados pelo profissional responsável pelo departamento operacional.



### 3.6.7 – Organograma da empresa

A diretoria da empresa estará dividida em três departamentos: Comercial, Administrativo e Operacional. Todas as medidas e soluções para a empresa serão compartilhadas entre todos os membros da diretoria, ou seja, deverá existir uma integração entre esses setores. Porém, cada um será responsável pela sua área de competência.



*Fi*

*gura 03 - Organograma da Empresa*

### 3.7 – Mecanismos de avaliação

No **link fale conosco** o usuário poderá tirar dúvidas, dar sugestões, fazer críticas e solicitações que serão respondidas, em um prazo máximo, de 24 horas.

Os nossos serviços serão avaliados semestralmente pelos nossos clientes, através de um questionário de pesquisa que será enviado por meio eletrônico. O resultado dessa pesquisa nos permitirá solucionar problemas e oferecer cada vez mais um serviço personalizado e de qualidade.

### 3.8 – Estratégias de divulgação

**Situação:** O *Clip All* é uma marca nova no segmento de clipagem. Estaremos lançando um novo produto, o clipping digital.

**Posicionamento:** Posicionar o *Clip All* como uma empresa inovadora, moderna e ágil no armazenamento e envio de notícias jornalísticas, por meio da Internet.

**Fundamentação:** Segundo a pesquisa realizada com profissionais da área de comunicação, a rapidez, informação, comodidade e tecnologia são os principais motivos que fazem com que eles procurem por esse produto.

**Conceito:** O *Clip All* é um produto inovador e moderno e precisa se enquadrar ao mercado como um serviço diferenciado de clipping de notícias.

**Linha da campanha:** Baseado nos principais conceitos da empresa, nós criamos a campanha de publicidade: “*Reinventamos a maneira de clipar as suas notícias*”. Dessa forma, estaremos mostrando ao público consumidor que existe um novo conceito na clipagem de conteúdos jornalísticos. A marca do *Clip All* estará agregada a esses novos conceitos.

**Público alvo:** Profissionais que trabalhem na área de assessoria de comunicação, sendo eles pessoas físicas e jurídicas.

As jurídicas (profissionais dos departamentos de comunicação e assessorias de imprensa). A publicidade será realizada de forma direta, pois se trata de um número menor de pessoas a atingir.

Já para as pessoas físicas, assessores de imprensa, a divulgação pode ser dividida em dois grandes grupos: por meio da utilização da mídia tradicional também conhecida como “comunicação de massa” e por meios direcionados de publicidade.

**Plano de comunicação:** Na divulgação do *Clip All*, nós faremos publicidade em diversos meios. Estaremos divulgando, através de *banners* em tamanho *full* (468x60 px), nos principais *sites* voltados para o mercado de comunicação (Ex.: Jornal da Mídia). Enviaremos material



### 3.9 – Cash Flow

Atividades	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Investimento
<b><i>Despesas Fixas</i></b>							<b>R\$ 44.100,00</b>
Aluguel							R\$ 3.000,00
Condomínio							R\$ 900,00
IPTU							R\$ 120,00
Telefone/Internet							R\$ 1.800,00
Água							R\$ 180,00
Luz							R\$ 600,00
Quadro Funcional							R\$ 36.000,00
<b><i>Assinaturas</i></b>							<b>R\$ 1.500,00</b>
Jornais							R\$ 1.000,00
Revistas							R\$ 500,00
<b><i>Compra de Equipamentos</i></b>							<b>R\$ 35.000,00</b>
Computadores e acessórios							R\$ 25.000,00
Móveis							R\$ 8.000,00
Instalações							R\$ 500,00
Eletrônicos							R\$ 1.500,00
<b><i>Publicidade</i></b>							<b>R\$ 10.500,00</b>
Outdoor							R\$ 4.000,00
Busdoor							R\$ 2.000,00
Internet							R\$ 3.000,00
Mala Direta							R\$ 1.500,00
<b>Total</b>							<b>R\$ 89.600,00</b>

#### 4 – Considerações finais

A realização deste projeto experimental prático foi muito mais difícil do que esperávamos, pois não encontramos nenhum modelo padrão para nos servir como uma espécie de guia. Mas isso foi um ponto positivo, pois, além de ter sido um exercício para comprovar os nossos conhecimentos, adquiridos ao longo de alguns anos de faculdade, este temido TCC não deixou de ser uma provação para todos nós.

Toda a experiência obtida foi gratificante e enriquecedora não só para as nossas vidas pessoais, como, principalmente, para as nossas vidas profissionais. Ao mesmo tempo, percebemos que ainda temos muito o que aprender. E que aprender, também é realizar. E que, realizar e concluir este projeto, foi apenas o começo do nosso futuro jornalístico no concorrido mercado de comunicação.

Acompanhar passo a passo as etapas produtivas, desde a concepção à finalização do nosso produto, é um percurso necessário que todo estudante de comunicação deveria ter antes de ingressar no mercado de trabalho.

Criar o *Clip All – Clipping Digital* possibilitou enxergar o serviço de clipagem com outros olhos. Concluímos que, cada vez mais, se faz necessário o acompanhamento diário de notícias jornalísticas, de todos os ramos, em todos os meios de comunicação. E que a clipagem com recortes de jornais e revistas, como também a clipagem analógica dos conteúdos veiculados em rádios e TVs, podem sim dar lugar a clipagem digital, uma ferramenta bem mais moderna e prática.

Até porque o contato com a Internet como mais um veículo de comunicação, mostrou que a rede ainda apresenta infinitas possibilidades de utilização e que o mercado se encontra aberto a novos *sites* de qualidade. Além do que, ao jornalista, que se insere no mercado a partir de agora, é imperioso estar habilitado a transitar entre os diversos meios, estando antenado com o ambiente digital, e aberto a novas tecnologias.

Decerto que o *Clip All* não se esgota com apenas a apresentação deste TCC. Muito pelo contrário, o prosseguimento deste trabalho acadêmico será de suma importância para a manutenção do aprendizado aqui iniciado.

## **Referenciais**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. 4. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. **Manual de Assessoria de Imprensa**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PINHO, J.B. **Relações Públicas na Internet: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse**. São Paulo: Summus, 2003.

ANEXOS

## **Anexo A**

### **ENTREVISTA 01 – MÔNICA CARVALHO**

Mônica Carvalho, trabalho com assessoria de imprensa. Comecei como colunista do site [espiando.com.br](http://espiando.com.br), com a coluna Soterópolis e através da Soterópolis eu consegui um estágio na assessoria de imprensa chamada [Qualidade.com](http://Qualidade.com), dentro dessa assessoria trabalhei como repórter e fotógrafa do jornal Gazeta do Comércio e como repórter e fotógrafa da Revista Educar, de educação. Dessa assessoria eu fui, e também através do site [espiando](http://espiando.com.br), contratada pela Via Press Comunicação porque eu fazia os eventos dele como jornalista e aí um dia eu resolvi mandar o currículo para as assessorias e para os jornais e, de repente, quando eu estava indo cobrir um evento deles com a imprensa inteira eles me avisaram que iam fazer um teste comigo. Fiz o teste e no outro dia já estava trabalhando com eles e dentro da Via Press fui crescendo e aprendendo. Porque era assim, eu era pau pra toda obra. Eu atendia todos os...porque lá é assim cada funcionário atende duas, três contas que a gente chama né, que são os clientes. E quando eu fiz quatro meses de Via Press eu recebi o meu primeiro prêmio que foi o meu primeiro cliente, a escolinha Arco-Íris. Aí eu comecei na área de educação infantil e aí, logo depois, eu ganhei a minha segunda conta que é a Academia de Pilates. Quando foi uns sete meses depois eu tava sentindo a necessidade de ir pra um jornal diário pra sentir a adrenalina. Botei os currículos, só que, de repente, também através do site [espiando](http://espiando.com.br), que eu continuei sempre no [espiando](http://espiando.com.br) com a coluna Soterópolis, eu fui no French Quartier fazer pro site. E aí, de repente, uma amiga minha que trabalhava como produtora, me convidou pra fazer um...falou sobre o meu trabalho com a dona do French Quartier e ela me convidou, não estava satisfeita com a assessoria, e de repente de chamou para fazer um evento. E desse evento eles gostaram e me contrataram. Seis meses depois uma amiga minha que fazia a produção do Rock in Rio...me joguei na cara e na coragem. Deu certo no primeiro evento, fiquei, e seis meses depois já tava com uma sala montada no Rio Vermelho com mais três jornalistas. Cada um com seu cliente, mas a gente dividia só o custo. Aluguel, tudo isso. E aí, seis meses depois que eu comecei mesmo sozinha, essa amiga me chamou no Rock in Rio pra eu fazer um evento do Rock in Rio, que era pra produzir o evento. Só que o Rock in Rio gostou do meu trabalho e me chamou pra fazer geral. Depois eu montei um escritório também com aqueles mesmos jornalistas, a gente mudou só de local. E continuei, deu certo e estou aqui. Já to com um ano e meio.



**1. Clip All - Agora eu vou para as perguntas. Você utiliza ou já utilizou serviço de clipagem para os seus assessorados?**

Mônica Carvalho - Sempre.

**2. CA - E qual a importância que você dá à clipagem de conteúdos jornalísticos?**

MC - Pra mim como assessora é meu grande trunfo, é meu presente assim...porque é a conclusão do meu trabalho, o resultado do meu trabalho. Por exemplo, quando eu acordo de manhã a primeira coisa que eu faço é olhar nos jornais para saber se saiu alguma coisa dos clientes. É uma grande satisfação. E quando eu vejo fotos, é aquela alegria. Você grita, você pula. Aí do jornal você vai para os sites, aí vê tudo o que saiu nos sites. Você pega todos os sites do seu mailing, vasculha tudo, vasculha no Google, coloca o nome do cliente do Google e arquiva pra no final do mês entregar tanto o clipping do impresso como o do site.

**3. CA - E no caso de vídeo, você também faz essa clipagem?**

MC - Não, com vídeo a gente não grava. Até porque eu tô sozinha agora e não teria tempo pra fazer tudo isso. No futuro seria maravilhoso uma empresa você ter todos...Tudo que sai na televisão é muito importante pra eles.

**4. CA - E em rádio também?**

MC - Em rádio também. Mas aí o que é que eu faço é...rádio é mais difícil da gente acompanhar porque toda hora sai em rádio. 'Ah! No French Quartier Festival de Fondue' e aí quase nunca a gente, eu assessora, a gente quase nunca ouve, mas através de um relatório, além da clipagem, a gente entrega um relatório mensal com tudo que a gente...todo o release, toda a nota está dentro desse relatório. Tudo o que a gente conseguiu através de cada release, de cada nota, toda a repercussão disso e as reuniões, tudo que saiu no impresso, na tv e na rádio no que dá pra fazer...na tv é mais fácil ainda do que na rádio pra acompanhar. E aí no fim do mês a gente entrega o relatório, a clipagem impressa mais o site.

**5. CA - Você conhece alguma empresa baiana, totalmente especializada em clipagem digital, que não desempenhe o papel de assessoria de imprensa e que seja parceira de empresas nacionais do mesmo ramo?**

MC - Não, nunca ouvi falar. Eu tenho uma menina que ela é contratada, eu terceirizo o trabalho dela e ela faz só...eu entrego os jornais toda semana, todo mês e ela corta e faz a centimetragem que é a parte que pede mais tempo e só isso. Mas não faz site, não faz nada disso, não é uma empresa, ela faz só a parte de colagem e centimetragem mesmo.

**6. CA - Você gostaria de ter acesso a todo conteúdo de seu interesse, clipado por meio de um site na internet?**

MC - Com certeza, seria muito mais fácil pra gente. Seria um adianto aos assessores de imprensa.

**7. CA - E você gostaria de dispor desse serviço? Qual seria o maior motivo? Por que?**

MC - O maior motivo é justamente...ia ser um adianto pra o nosso trabalho. Porque essa menina só faz o jornal e eu faço a clipagem do site, então, já com a empresa que engloba tudo eu não precisaria do trabalho dela e do meu, seria um trabalho só, a gente englobaria tudo numa empresa. Seria perfeito.

**8. CA - Qual a periodicidade que você gostaria de receber essas matérias clipadas e por que?**

MC - Tudo depende do cliente. Tem cliente que exige mensal, tem cliente que de dois em dois meses. Aqui no French Quartier como eu já estou um ano e meio com eles eu não tenho essa rigidez de ter que ser todo mês. Às vezes quando um mês sai menos, outro mês tem mais, sai mais reportagens no jornal. Eu junto de dois em dois meses, até de três em três meses não tem problema. Mas tudo depende do cliente.

**9. CA - E o horário de preferência para o recebimento do clipping? Qual seria ?**

MC - Pra mim tanto faz, isso é o mínimo.

**10. CA - E de que forma você gostaria de receber o conteúdo clipado? E por que dessa escolha?**

MC - O que saísse na internet e no site, eu poderia receber por e-mail, mas o clipping de jornal é impossível a gente receber por e-mail. Porque são matérias escaneadas.

**11. CA - Você prefere que escaneie e mande em um cd ou então que seja mesmo recorte de jornal?**

MC - Eu faço assim, todo o clipping eu faço uma xerox pra mim, eu tenho na empresa todo o clipping que eu já fiz até hoje. Até porque é importante para o meu trabalho, ele (ruído) do novo cliente, você mostrar tudo o que você já fez. Aí no caso o clipping que ficasse pra mim eu já não precisaria ter gasto com a xerox. Porque, às vezes, no Rock in Rio mesmo tem clippings muito gigantes. E aí é um gasto de xerox então o meu eu poderia receber por e-mail, mas eu acho que pro cliente é mais interessante receber aquele caderninho com capinha, tudo, como é que fala, encadernado, tudo bonitinho. Eu acho mais interessante.

**12. CA - E no caso (ruídos). E qual a periodicidade que você gostaria de contratar um serviço de clipagem? E por que?**

MC - Pra mim que tenho um cliente fixo eu ia ter que contratar sempre, geral, por mês, pagar mensal. Agora por evento não, aí a gente já fecharia...porque eu tenho, eu sempre to fazendo eventos separados, independentes, mas tenho (ruídos). Agora mesmo nesse final de semana eu to fazendo assessoria do Clube da Luta, que é o segundo Clube da Luta que eu faço. Faço evento de luta, já fiz evento da Bahia Méd, que é uma empresa de material cirúrgico. Fiz, pela Via Press que te falei, que foi a escola infantil Arco-Íris e academia de pilates. Mas, ultimamente, eu to mais ligada aos eventos de cultura. Até porque as pessoas já conhecem o meu trabalho e já me indicam. E é o (ruído) que tem mais haver comigo. Porque eu gosto de música, eu sou muito ligada à música, à cultura. Mas assim, a única coisa que eu não tenho tanta vontade é a política. Eu recebi até uma proposta de assessoria de político e não tive ainda aquela vontade

## **Anexo B**

### **ENTREVISTA – MARJORIE MOURA**

Marjorie da Silva Moura. Minha área de atuação é em assessoria com artistas. Eu sou assessora de Targino Gondim. No ano passado, eu atuei na Conferência Internacional do Café e também no Congresso Brasileiro de Algodão e também com entidades que trabalham com a formação do Museu Afro-Brasileiro Nacional.

**1. Clip All - Então agora vamos para as perguntas. Você utiliza ou já utilizou serviço de clipagem para os seus assessorados?**

Marjorie Moura - Não, nunca utilizei não. Nunca fiz. Tenho (ruídos)... tudo por conta própria.

**2. CA - E por que você não utilizou esse serviço?**

MM - Não sabia que havia um especificamente. Eu conheço as assessorias que têm suas áreas de clipagem interna. Eu nunca ouvi falar em alguma que trabalhasse apenas com clipagem.

**3. CA - Mas você utiliza desses serviços com os seus assessorados? De você fazer a clipagem?**

MM – Faço sim, exatamente, eu uso sim. Agora eletrônico que é mais complicado né. Porque depende de certos tipos de equipamento, então eu não tenho essa disponibilidade.

**4. CA - Então você faz recortes, né?!**

MM - Isso, recortes.

**5. CA - E qual a importância que você dá à clipagem de conteúdos jornalísticos?**

MM - Olha, é importante pra gente dar um feed-back para o nosso cliente, né? De que maneira o trabalho (ruídos) está sendo acessado, de acordo (ruídos) estão sendo estabelecidos; e mostrar a eles...eu que tenho essa visibilidade, pois eu trabalho com assessoria e a clipagem.

**6. CA - E você conhece alguma empresa baiana, totalmente especializada em clipagem digital, que não desempenhe o papel de assessoria de imprensa e que seja parceira de empresas nacionais do mesmo ramo?**

MM - Aqui em Salvador eu não conheço não.

**7. CA - E você gostaria de ter acesso a todo o conteúdo de seu interesse, clipado por meio de um site na internet? Por que ?**

MM - Sim, porque valia uma etapa do meu trabalho. A minha empresa é pequena, então nós temos que nos desdobrar pra fazer várias atividades. Então se você puder delegar esse tipo de atividade a uma outra empresa, terceirizar isso, ganhamos tempo né?

**8. CA - (ruídos) Quantas pessoas trabalham com você?**

MM - Três pessoas. Eu, minha sócia e mais uma jornalista.

Ruídos...

**9. CA - Então, você gostaria de dispor desse serviço? E qual seria o maior motivo desse serviço de clipagem na internet?**

MM - Exatamente como eu disse, é uma questão de tempo né? Às vezes você não tem tempo para disponibilizar, pra poder fazer essa clipagem, principalmente eletrônica.

**10. CA - E no caso da periodicidade? Você gostaria de receber essas matérias clipadas, como?**

MM - Acho que quinzenalmente seria o ideal.

**11. CA - E o horário de preferência do recebimento do clipping?**

MM - Pela manhã, porque é quando eu disponho da atividade de assessora de imprensa.

**12. CA - Tem algum horário específico ou no decorrer da manhã?**

MM - É, por volta de 10 horas, acho que seria o ideal.

**13. CA - E de que forma você gostaria de receber o conteúdo, no caso, por e-mail?**

MM - Por e-mail, sim, eu acho que é mais prático.

**14. CA - Ou em CD?**

MM - Não, por e-mail. Eu gostaria de usar em um CD o que me interessasse. Porque pra gente também, por menor que seja um CD, se você for juntar (ruídos) você acaba fazendo um arquivo grande. Então, por e-mail e o que eu tivesse interesse eu pediria pra passar logo pra um CD.

**15. CA - E no caso do impresso? Qual a melhor opção para visualização do material?**

MM - Eu acho que é escaneado o material né? E também em um CD. Pode vim né? Como um arquivo do e-mail, e, posteriormente, ser transformado em um CD né?

**16. CA - E a periodicidade que você gostaria de contratar um serviço de clipagem?**

MM - Olha, tem muito haver com os contratos, né? Com a manutenção de contratos. Nessa área de assessoria, há um grande (ruídos) com os clientes. Então a periodicidade tem haver mais com o contrato fixo maior, de maior duração. Se você tiver um contrato de seis meses, por exemplo, eu acho que teria nesse período o interesse de ter a clipagem a partir de um determinado momento. Inicialmente, o material que será em texto é pequeno, a gente faz uma espécie (ruídos)...daquele material para depois você ir entregando aqui e ali o que vai ser (ruídos).

## Anexo C

### ENTREVISTA - NÁDYA ARGOLO

#### **1. Clip All - Você utiliza ou já utilizou serviço de clipagem para os seus assessorados?**

Nádyá Argolo - Sim... Diariamente, após ler os jornais, edito um boletim eletrônico e, em rede, distribuo por áreas de atuação. Ou seja, o diretor de obras, por exemplo, recebe informações do seu segmento, o de RH, do seu e aí por diante. Além disso, fica um boletim geral disponível na rede, caso alguém queira consultar.

#### **2. CA - Se sim, qual a importância que você dá a clipagem de conteúdos jornalísticos?**

NA - De extrema valia para começar o dia-a-dia do empresário/diretor. Com este resumo eletrônico as pessoas que “falam” na empresa podem atender a imprensa já monitorados das informações diárias.

#### **3. CA - Você conhece alguma empresa baiana totalmente especializada em clipagem digital, que não desempenhe o papel de assessoria de imprensa e que seja parceira de empresas nacionais do mesmo ramo?**

NA - Sabia que o jornalista João Leite, que foi professor da Unibahia, e trabalha atualmente na TV Educativa, tinha uma empresa nesse molde. Não sei se ainda tem.

#### **4. CA - Se sim, qual a empresa e como ela presta esse serviço?**

NA - Não sei o nome da empresa. Mas funcionava assim: Se contratava a empresa e ela fazia a clipagem eletrônica.

#### **5. CA - Você gostaria de ter acesso a todo o conteúdo, de seu interesse, clipado por meio de um site na internet? Por que?**

NA - Gostaria sim. Pela facilidade que este trabalho proporcionaria. As assessorias perdem muito tempo com a leitura diária dos jornais e o trabalho mecânico de recortar, colar e distribuir. Além do que ficaria mais fácil a localização da informação, no momento que se

necessitasse

dela.

**6. NA - Se você gostaria de dispor desse serviço, qual seria o maior motivo? Por que?**

NA - Rapidez e eficiência na localização de arquivos

**7. CA - Qual a periodicidade que você gostaria de receber essas matérias clipadas? Por que?**

NA - Diariamente, jornais. E imediatamente, os demais meios.

Por uma questão de monitorar estas informações e no caso das respostas, elas serem de imediato.

**8. CA - Qual o horário de preferência para o recebimento do clipping? Por que?**

NA - Pela manhã cedo... 8h os jornais e as demais (rádio, tv e net) minutos após sua vinculação.

**9. CA - De que forma você gostaria de receber o conteúdo clipado? Por que essa escolha?**

NA - Pela net. Agilidade e mais fácil de arquivar...

**10. CA - No caso do conteúdo impresso, qual a melhor opção para a visualização do material? Por que?**

NA - Também pela net. Não dá mais pra monitorar papéis.

**11. CA - Qual a periodicidade que você gostaria de contratar o serviço de clipagem? Por que?**

NA - Diário. Porque todo dia é dia de notícia, todo dia as coisas acontecem e, nós jornalistas, temos por obrigação ficar sempre bem informados e monitorados.



**Anexo D**

***QUESTIONÁRIO DE PESQUISA***

Nome da empresa:

Responsável:

Data:

**1. Você utiliza serviço de clipagem em sua empresa?**

Sim

Não

Às vezes

**1.1 Se sim, qual a importância que você dá à clipagem de conteúdos jornalísticos?**

Importante

Muito importante

Fundamental

Nada importante

Pouco importante

**2. Você gostaria de ter acesso a todo o conteúdo, de interesse da sua empresa, clipado por meio de um site na internet?**

Sim

Não

**2.1 Se você gostaria de dispor desse serviço, qual seria o maior motivo?**

Tecnologia

Comodidade

Rapidez

Informação

Serviços

Outro (s) \_\_\_\_\_

**3. Qual a periodicidade que você gostaria de receber essas matérias clipadas?**

- Diariamente
- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente

**4. Qual o horário de preferência para o recebimento do clipping?**

- Até às 7 horas
- Até às 8 horas
- Após as 8 horas
- Indiferente

**5. De que forma você gostaria de receber o conteúdo clipado?**

- Via e-mail
- Via site na internet
- CD-room

**6. No caso do conteúdo impresso, qual a melhor opção para a visualização do material?**

- Imagem (escaneada - JPG ou PDF)
- Texto (digitado - HTML)
- Recorte (papel)

**7. Qual a periodicidade que você gostaria de contratar o serviço de clipagem?**

- Mensal
- Semestral
- Anual
- Temporário (esporadicamente)

**Créditos:**



***Clipp All – Clipping Digital***

Projeto Experimental em Comunicação

Faculdades Integradas Ipitanga - Unibahia

**Realização:**

Alice Gabriela Costa, Marcela Sampaio e Paulo Maneira

**Orientação:**

Prof. Uelber Reis

**Co-orientador:**

Prof. Lício Ferreira

**Semestre:** 2006.1