

GUIA DE BOLSO

Relacionamento com a Imprensa



Para assessores e
equipes de comunicação



SUMÁRIO INTERATIVO

**Clique no menu e navegue
pelas editorias**



5

Apresentação

7

Qual o papel da Imprensa?

9

Conheça o seu assessor de imprensa

11

O que pode ser notícia

14

Dicas para gravação de entrevista em casa (virtual)

23

O que é uma crise de imagem

Expediente

União Brasileira de Educação Católica-UBEC

Presidente do Conselho de Administração

Pe. Geraldo Adair da Silva

Diretor Geral

Artur Nappo Dalla Libera

Coordenação Corporativa de Comunicação e Marketing

Coordenador Geral

Hilton Osório Torres

Coordenadora Executiva de Comunicação

Francisca Francinella da Silva

Coordenador Executivo de Marketing

Paulo Henrique Martins de Jesus

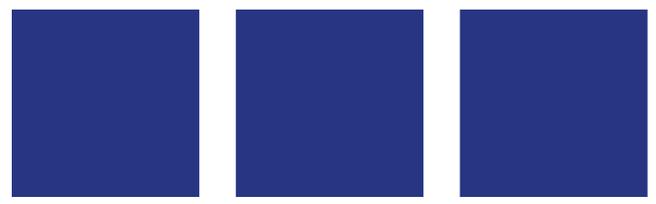
Produção textual

Chirliana de Souza Rodrigues

Gabrielle Garcia Soares

Produção, revisão e diagramação

Coordenação Executiva de Comunicação



Apresentação

O contato com a imprensa é fundamental para a propagação do negócio, e saber estabelecer uma relação amigável e entender elementos que auxiliem o diálogo entre as partes é de extrema importância. Por isso, para atuar de maneira estratégica e preventiva e estar preparado para atender aos jornalistas, elaboramos esse Guia de Bolso **de Relacionamento com a Imprensa e de Crise de Imagem**, para que os assessorados tenham sempre em mãos importantes orientações e dicas sobre como atender e se portar diante de solicitações de entrevistas.

Este Guia integra o conjunto das **Diretrizes de Assessoria de Imprensa do Grupo UBEC**, criadas para aprimorar o relacionamento diário com as redações dos principais veículos de comunicação, que resulte em uma relação de parceria e cooperação mútua entre os jornalistas e os assessores de imprensa dos Colégios e Instituições de Ensino Superior.

Vale reforçar que a qualidade da relação estabelecida entre a instituição e a imprensa é fator decisivo para assegurar uma boa gestão de crise de imagem e reputação, especialmente sobre temas delicados que afetam a credibilidade da marca e a reputação das uni-



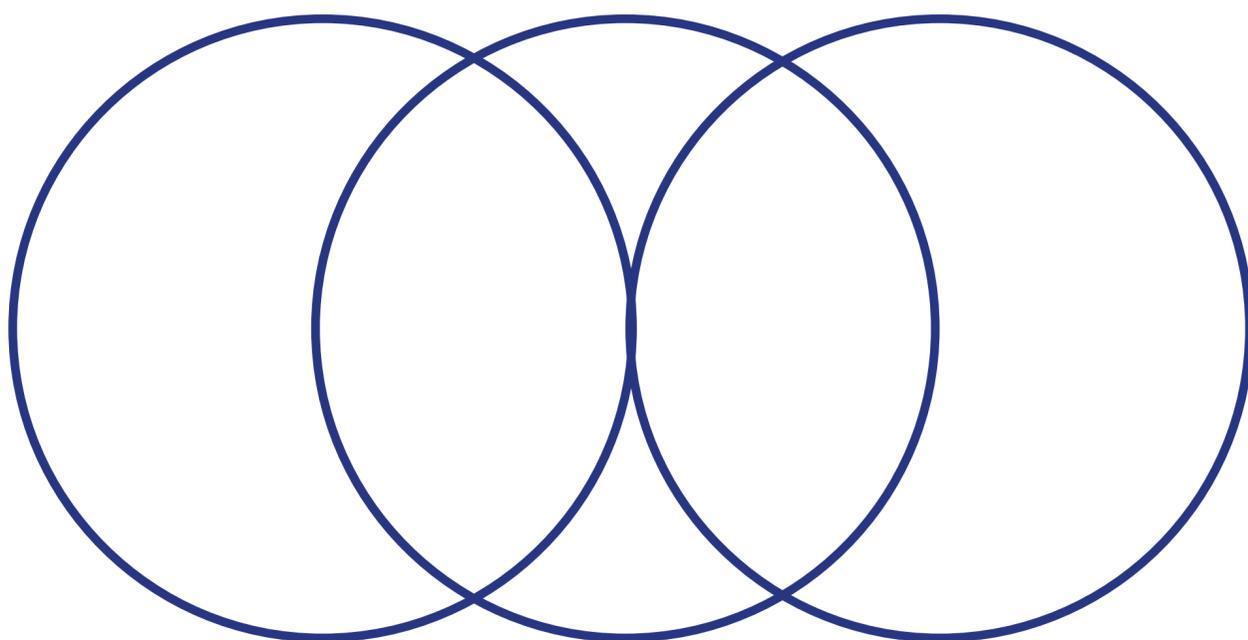
dades de missão da UBEC. E no momento da crise, o relacionamento deve ser mais cuidadoso. Gestos e palavras, quando envolvem a exposição pública frente à sociedade, merecem atenção especial por parte das fontes que falam em nome da instituição.

E como alerta João José Forni, especialista em Gestão de Crise de Imagem e Reputação: **“Não há nenhuma segurança de como a mídia irá tratar a empresa numa crise. Ela pode ajudar ou agravar”**. Porém, com boas orientações e atenção aos prazos de atendimento aos pedidos da imprensa, assessores e assessorados podem fazer dessa relação uma parceria de sucesso.

Esperamos que goste!

Boa Leitura

Coordenação Corporativa de Comunicação e Marketing



1

Qual o papel da imprensa



1. Qual o papel da imprensa

- ▶ A imprensa é responsável por publicar informações de interesse de uma sociedade e assume papel estratégico na formação da opinião pública.
- ▶ Deve ser imparcial ao noticiar um fato.
- ▶ Os jornalistas são públicos estratégicos responsáveis por divulgarem iniciativas de interesse público.
- ▶ É importante o assessorado se comprometer com as solicitações dos jornalistas.
- ▶ Se atente aos prazos do repórter, ele tem um *deadline* (prazo limite do jornal) a cumprir e quer nos dar o direito de voz.



2

Conheça o
seu assessor
de imprensa



2. Conheça o seu assessor de imprensa

- Cada colégio e instituição de ensino superior tem um profissional que cuida da assessoria de imprensa, vinculado a Coordenação Executiva de Comunicação do Grupo UBEC.
- Conheça o assessor da sua unidade, para que as demandas relacionadas a imprensa possam fluir da melhor forma.
- Os assessores de imprensa das unidades de missão do Grupo UBEC são responsáveis por gerar o vínculo de confiança entre os veículos de comunicação e a instituição.
- Sempre que for procurado para dar uma entrevista, questione o assessor de imprensa sobre o perfil do veículo para o qual concederá possível entrevista.
- Confie no seu assessor de imprensa. Dizer não, para alguns pedidos de entrevistas, é parte do processo do relacionamento com a imprensa. Mas é importante saber responder ao jornalista. Esse papel é sempre do seu assessor de imprensa.
- É importante construir uma relação de confiança com o seu assessor de imprensa. É esse profissional que irá assessorá-lo no relacionamento com a mídia.
- O assessor de imprensa que atua nas unidades de missão do Grupo UBEC é um profissional da informação, que detém o conhecimento técnico.

3

O que pode ser notícia





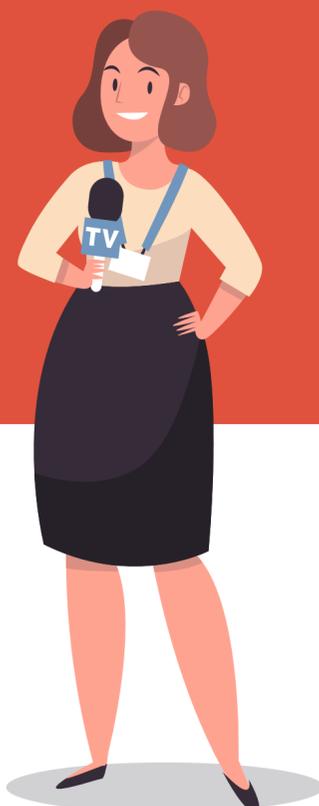
3. O que pode ser notícia

As sugestões de pauta surgem dos próprios jornalistas e editores e das assessorias de imprensa. De acordo com o pesquisador Nelson Traquina, podem ser considerado como notícia assuntos que se encaixam em critério de noticiabilidade, e podem ser divididos em:

- ◆ **Assuntos positivos:** notoriedade, proximidade, relevância, novidade, fator tempo, notabilidade, disponibilidade.
- ◆ **Assuntos negativos:** infração, escândalo, conflito, inesperado, controvérsia, morte, concorrência.

Assim, outros assuntos, que afetam diretamente a rotina das unidades de missão do Grupo UBEC, podem se transformar em uma pauta na imprensa local ou nacional ou gerar uma crise de imagem. Veja a seguir alguns assuntos relevantes:

Temas positivos	Temas negativos
Eventos pedagógicos ou acadêmicos públicos	Manifestações.
Lives e/ou palestras com convidados renomados	Greves.
Pesquisas científicas realizadas por docentes	Acidentes.
Prêmios (concurso de redação, olimpíadas, GPTW)	Assédios.
Programas e projetos socioambientais (arrecadação de alimentos, consultas gratuitas, atendimento jurídico, usina fotovoltaica);	Bullying/cyberbullying.
Excelentes resultados nos diversos certames (ENEM, PAS, primeiras classificações);	Mau atendimento.
Resultado esportivos de atletas;	Problema de sistema.
Cursos livres e gratuitos;	Ideologia política.
Parceria público-privado com as IES.	Maus tratos.
	Uso adequado de imagem.
	Reajuste de mensalidade.
	Denúncias



4

Dicas para uma
boa entrevista



4. Dicas para uma boa entrevista

O jornalista, ao procurar uma fonte para falar em nome do Grupo UBEC/Unidade de Missão, já terá uma pauta definida. Por isso, a objetividade e celeridade no atendimento são imprescindíveis. Neste momento, o jornalista está em busca de tema relevante para alcançar o maior número de audiência e pessoas.

Alguns cuidados especiais

- ▶ Antes da entrevista, discuta a pauta com o seu assessor de imprensa e atualize-se com dados, números e materiais de consulta.
- ▶ Mantenha a tranquilidade ao responder qualquer tipo de pergunta. Caso não tenha resposta para alguma pergunta, já solicite ao seu assessor de imprensa retorno da informação.
- ▶ Seja ágil no retorno a solicitação da imprensa e evite termos técnicos ou jargões da sua área e expressões como “eu acho”, “eu creio”.
- ▶ Mantenha o ambiente onde será realizada a entrevista organizado e proporcione um momento agradável ao jornalista e ofereça água e café se a entrevista for presencialmente.
- ▶ Procure responder pausadamente, com didática, clareza e nitidez, seja assertivo, e nunca agressivo.

- ▶ Procure falar números redondos, exceto quando a precisão for fundamental.
- ▶ Quando estiver na presença do jornalista, tome cuidado para não emitir frases ou opiniões que não gostaria de ver divulgadas.
- ▶ Se ocorrer uma falha na publicação da notícia, que comprometa sua entrevista, a imagem da empresa, a sua integridade moral ou profissional, procure a assessoria de imprensa, que discutirá a melhor forma de agir.
- ▶ Durante uma entrevista, observe se há na mesa documentos que não possam ser registrados.
- ▶ Conheça os jornalistas que cobrem sua área de responsabilidade, ajude-os com suas matérias e conquiste o respeito deles.
- ▶ Tenha um relacionamento amistoso com os repórteres.



4.1 Antes da entrevista

- ▶ Contate a assessoria de imprensa para saber informações sobre a pauta.
- ▶ Saiba para qual mídia, veículo e jornalista será concedida a entrevista.
- ▶ Seja fiel aos prazos para retorno e confirmação.
- ▶ Faça simulação de perguntas e respostas com a assessoria e crie um roteiro mental lógico/sequencial das informações.
- ▶ Cumprimente e seja cordial com repórter e cinegrafista (lembre-se que eles serão os profissionais responsáveis por sua imagem pelos próximos minutos). Se possível, memorize o nome do repórter e cumprimente-o pelo nome.
- ▶ Tome água, para evitar pigarros na hora da entrevista.
- ▶ Esqueça o externo (celular e o que acontece lá fora) e concentre-se no conteúdo que irá apresentar na entrevista.

4.2 Durante a entrevista

- ▶ In loco: atenda o jornalista em um lugar silencioso, se possível.
- ▶ Mantenha o foco do assunto em questão.
- ▶ Seja direto e evite ser prolixo.
- ▶ Evite falar em off, isso significa autorizar o repórter divulgar uma informação sem citar seu nome.

- ▶ Coloque-se à disposição do jornalista para esclarecer qualquer dúvida.
- ▶ No momento da entrevista, não se deixe interromper pelo telefone ou por alguém. Isso demonstrará cuidado com a entrevista e com o jornalista e não atrapalhará a sua linha de raciocínio.
- ▶ Coloque-se no lugar do jornalista. Facilite o trabalho dele, seja paciente e simpático. Isso certamente trará benefícios para você e sua unidade.
- ▶ Seja gentil. Cumprimente todos que encontrar na redação, caso a entrevista seja no veículo - pauteiros, produtores, repórteres, estagiários, gerente de jornalismo.
- ▶ Postura: se for em pé ou sentado, busque uma posição que o deixe mais confortável, evite braços cruzados.
- ▶ Saudação inicial: provavelmente o repórter irá cumprimentá-lo (boa-tarde!). Inicie a conversa com “boa





tarde, fulano” (caso lembre o nome) ou apenas “boa tarde” e siga direto para a resposta.

▶ Não precisa cumprimentar quem está em casa (boa tarde, telespectador!), exceto se for entrevista para rádio. Neste caso (rádio), cumprimente os ouvintes.

▶ Cuidado com movimentos: evite movimentos como ficar rodando/se mexendo na cadeira, batendo com as pontas dos dedos nos braços da cadeira ou mesa, dentre outros cacoetes que desviem a atenção do público que está assistindo.

▶ Para onde olhar: fixe o olhar no repórter. Lembre-se: apesar de você estar naquele momento na casa de milhares de pessoas, a conversa é apenas com uma pessoa: com o entrevistador. Então toda a sua atenção é para ele, esqueça a câmera.

▶ Olhe apenas para o entrevistador e foque na conversa com ele. Porém, caso tenha alguma mensagem/recado que precise dar para o telespectador, apenas neste caso, olhe e fale diretamente para a câmera.

▶ Errei, e agora? Sem problemas! Se errou alguma palavra ou alguma informação, não precisa parar e pedir desculpas. Basta agir naturalmente e repetir a palavra/frase/informação que errou.

▶ E lembre-se: tente ser o mais natural possível na entrevista. Entenda como uma conversa e que as câmeras no espaço são apenas ferramentas para aumentar o poder de propagação da mensagem que você irá passar.



4.3 Após a entrevista

- ▶ Não espere que o veículo de comunicação publique a notícia do jeito que você gostaria.
- ▶ Não se decepcione se a pauta cair ou não tiver o destaque previsto.
- ▶ Não peça ao jornalista para ler o texto antes de ser publicado. Essa não é uma prática do jornalismo e, muitas vezes, pode gerar desconforto com o repórter.

4.4 Dicas para gravação de entrevista em casa (on-line/virtual)

Alguns jornalistas solicitam que o próprio entrevistado grave um vídeo ou áudio para encaminhar aos veículos. Nestes casos, além de retomar as orientações citadas anteriormente, fique atento às dicas a seguir:



▶ Escolha um lugar específico da sua casa ou trabalho para gravar o vídeo ou áudio. Um ambiente silencioso, tranquilo e com boa iluminação, no caso de vídeo, é o ideal. Evite locais de difícil concentração, como sala e cozinha.

▶ Para vídeo, confira o cenário. Antes de iniciar a entrevista, observe o ambiente ao redor. Verifique todos os elementos que estão a sua volta e se alguns podem tirar a concentração do telespectador. Se possível, escolha uma parede lisa como plano de fundo. Se estiver em dúvida sobre o enquadramento, ligue a câmera com antecedência para conferir e se preparar.

▶ Comunique as pessoas que moram ou trabalham com você sobre o horário de gravação da entrevista. Desta forma, evitará barulhos e interrupções que podem comprometer a sua concentração.

▶ Posicione a câmera de forma que o enquadramento fique centralizado (você no centro do vídeo) e da altura do busto para cima. E não esqueça de testar o microfone.

▶ Aguarde 30 segundos antes de iniciar sua fala. Esse tempo é necessário para o processo de edição do material que vai ar.

4.5 Que roupa usar

▶ Na escolha das cores para se vestir para a entrevista, esqueça o branco ou preto.

▶ Camisas com listas ou xadrez são completamente ina-

dequadas, porque provocam um efeito desagradável no vídeo chamado 'batimento', causa embaralhamento das estampas e não permite a definição das listras e cores.

- ▶ Se estiver de paletó, procure um fundo que seja contrastante com a cor da vestimenta. Sente-se sobre a barra do paletó, para não embolar as ombreiras.
- ▶ Verifique se os cabelos estão alinhados.
- ▶ Certifique-se de que a gravata não está torta.
- ▶ Divida o olhar entre o jornalista e a câmera filmadora, sem se preocupar com o microfone.
- ▶ Para as mulheres, evite roupas decotadas, estampadas ou de cores fortes. Bijuterias e joias com muito brilho provocam reflexos na câmera, sendo desaconselháveis.
- ▶ Tanto para homens, quanto para mulheres, dê preferência a roupas em tons pastéis.



5

O que é uma
crise de imagem



5. O que é uma crise de imagem

A crise é, segundo João José Forni, “uma ruptura significativa da normalidade, um fato negativo que estimula uma cobertura extensiva da mídia; extrapolar o controle e pode afetar o negócio, a segurança, a reputação e a vida das pessoas”. Assim:

- As crises afetam profundamente a reputação e desgasta a imagem da instituição.
- Grande parte das crises dão sinais de que irão ocorrer, exceto as relacionadas a fenômenos da natureza.
- Se você errou e não houve outra saída, reconheça o erro com sinceridade e peça desculpas. Evite fugir da responsabilidade procurando justificativas.
- É fundamental o envolvimento de líderes no gerenciamento de crise.
- Como assessorado e líder, assuma algumas atitudes:
- Esteja aberto, não se omita, é preciso dar explicações claras aos interessados;
- Se fortaleça para as pressões que poderão vir de todos os lados;
- Seja rápido nas ações e respostas;
- Faça a gestão da crise sempre com o suporte do assessor de imprensa da sua unidade.

5.1 Passo a passo para situações de crise

Surgiu uma crise! E agora, o que eu faço?

Em caso de crise de imagem e reputação, toda comunicação oficial deverá ser validada pela Coordenação Corporativa de Comunicação e Marketing do Grupo UBEC, e demais líderes de áreas estratégicas envolvidas no caso, que, juntos, formam o comitê de crise institucional.

Observe os passos a seguir durante uma situação de crise:

PASSOS	AÇÃO	PRAZOS
1º passo: Acionar o comitê de crises	Reitor ou diretor da Unidade de Missão aciona a Diretoria Geral do Escritório Central do Grupo UBEC e Coordenação Executiva de Comunicação, e instauram o Comitê de Crise e define participantes.	Imediato – até 1 hora
2º passo: Elaborar posicionamento	A Diretoria Geral e a área de Comunicação da Unidade de Missão acionam a Coordenação Executiva de Comunicação do Escritório Central para elaborar o posicionamento.	Imediato – até 1 hora
3º passo: Levantar todas as informações	Assessoria de Imprensa da Unidade de Missão, com o acompanhamento do Escritório Central, solicita informações as áreas envolvidas no caso.	De 30 minutos a 1 hora
4º passo: Escolher o Porta voz	Se prepara para falar com jornalistas, sob orientação do assessor de imprensa da unidade.	1 hora

PASSOS	AÇÃO	PRAZOS
5º passo: Mapear os públicos afetados	Assessoria de imprensa da Unidade de Missão e Coordenação Executiva de Comunicação do Escritório Central definem estratégias de comunicação para a gestão da crise considerando os diferentes perfis.	2 horas
6º passo: Responder à imprensa	Assessoria de Imprensa da Unidade de Missão atende aos jornalistas, de maneira individualizada.	Imediato – até 1 hora
7º passo: Fazer o clipping	Acompanhar o clipping das veiculações e enviar posicionamento quando o veículo não consultar a unidade do Grupo UBEC.	Iniciar a partir da primeira repercussão na imprensa
8º passo: Acompanhar e avaliar os impactos	Assessoria de imprensa levanta informações e mensura a repercussão.	48 horas após a repercussão da crise
9º passo Ações pós-crise	Comitê de Crise define e implementa ações	Em até um mês, após o início da crise

Importante:

- Comunicar apenas o que pode ser informado com certeza.
- Não mentir ou usar situações hipotéticas.
- Em momentos de crise, as notícias chegam de forma veloz e assustadora à internet. É preciso correr contra o tempo, ser ágil.
- Todo cuidado é pouco com fotos e vídeos que podem comprometer a sua imagem e da sua empresa.
- Não finja que a crise não existe.

5.2 O que não fazer durante a crise

- Negar o impacto da crise: a transparência vai ajudar na aceitação de algumas falhas e minimizar o impacto da crise junto à opinião pública.
- Descuidar da comunicação: utilizar adequadamente os recursos de comunicação, com foco nos diferentes stakeholders.
- Ter uma reação exagerada: agir com cautela na tomada de decisão e não criar uma “quebra de braço” com jornalistas.
- Não prever possíveis cenários: a instituição precisa imaginar como ficará a sua imagem e reputação após a crise diante dos públicos.
- Não quebrar paradigmas: mude hábitos, para não repetir os mesmos erros
- Aprenda com os erros: momentos de crise de imagem nos levam a analisar cenários e propor mudanças e melhorias dentro da instituição.



