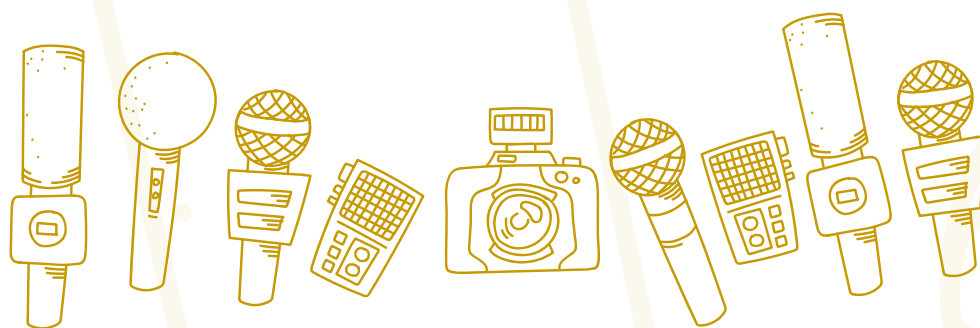


MEDIA TRAINING



CREA-PR

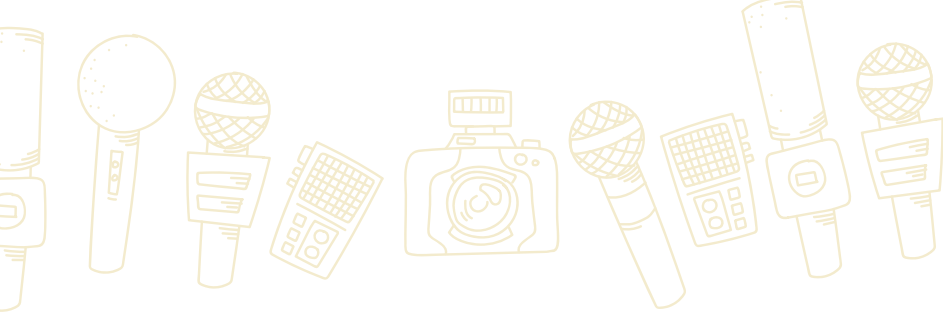
Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia do Paraná



APRESENTAÇÃO – A MÍDIA

Para a apresentação desse material é muito importante, antes de tudo, situar você a respeito de alguns conceitos básicos sobre mídias, jornalismo e assessoria de imprensa.

Em primeiro lugar, é importante lembrar as diferenças entre **mídia paga, mídia espontânea, assessoria de imprensa e o relacionamento com a imprensa.**



MÍDIA PAGA

É o espaço dedicado à divulgação comercial de um produto, serviço, governo, instituição ou empresa. Nesse caso, a responsabilidade da informação é do anunciante, e a natureza publicitária é identificada claramente pelo público. O anunciante tem controle sobre o destaque, tamanho, precisão e momento adequado para a divulgação da mensagem.

MÍDIA ESPONTÂNEA

É o espaço não pago pelas empresas ou instituições, sendo de responsabilidade completa do veículo de comunicação. Nesse tipo de mídia, as informações devem ser apuradas, checadas e de interesse público, visando fornecer informações verídicas e de qualidade ao público. O tamanho ou tempo dedicado a um assunto é determinado pelo veículo.

ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

O trabalho da **assessoria de imprensa** é conquistar o máximo de espaços possíveis na mídia espontânea, ou seja, em jornais, revistas, rádios, TVs, sites e blogs, para que o público seja informado sobre nosso trabalho. Por não haver ligação com o departamento comercial, a conquista do espaço é feita diretamente com os jornalistas por meio de informações corretas, precisas, ágeis e do senso de oportunidade da fonte. É preciso se mostrar disponível para comentar assuntos de relevância ao grande público, além de propor novas ideias que possam gerar interesse da sociedade. O oferecimento desses elementos traz um bom relacionamento com a imprensa e, com isso, aumentam-se as chances de ter a marca presente na mídia.

O **relacionamento com a imprensa** está ligado aos contatos diários para manter um bom relacionamento com os jornalistas. É importante estar disponível para comentar assuntos relevantes, propor ideias interessantes e oferecer elementos que despertem o interesse da sociedade. No entanto, a instituição ou empresa não pode exigir ou influenciar o destaque que imagina ou a forma como uma informação será divulgada, pois isso fica a critério do próprio veículo. Erros factuais podem ser corrigidos, mas a escolha editorial é de responsabilidade do veículo. Mas, a fim de evitar qualquer tipo de erro, é essencial que o porta-voz transmita um conteúdo muito claro e didático, especialmente pensando no público geral que irá recebê-lo. Mais detalhes sobre isso ainda serão abordados nesse manual.

O CREA-PR e a Mídia

O bom relacionamento entre o CREA-PR e a imprensa é fundamental para que possamos divulgar nossas ações e informações e, por isso, procuramos sempre estabelecer uma sólida parceria com os jornalistas de todos os veículos em todas as regiões do Estado.

A imprensa pode ser uma poderosa sinalizadora do nosso caminho e da maneira como a sociedade nos enxerga. Ela pode elogiar quando há um acerto ou quando há uma rápida resposta em meio a uma crise. Mas também pode tecer críticas quando há erros ou demoras para ações ágeis em meio a essa crise.

Os diferentes interlocutores do CREA-PR – presidente, inspetores, gerentes, coordenadores de Câmaras Especializadas, assessores, analistas técnicos e agentes de fiscalização – devem colaborar, da melhor forma possível, com o trabalho da imprensa. Cabe a nós fornecermos informações sempre precisas sobre nossas atividades, assumindo uma postura firme diante de uma situação de crise e estando preparados para emitir opinião quando for necessário.

Quando fornecemos informações e opiniões relevantes para a sociedade, isso gera interesse da imprensa pelo Crea-PR, já que a boa informação é a matéria-prima do jornalismo. Se a imprensa encontra uma boa informação ela passa a se tornar mais “simpática” com a fonte. Se ela é atendida prontamente, tem acesso a dados relevantes e exclusivos e oferece uma resposta ágil (ainda que não imediata) às suas indagações, o jornalista pode se tornar uma espécie de “aliado” e transmitir uma boa impressão a seus chefes e à direção do veículo que representa. O jornalista também pode voltar a procurar mais vezes essa fonte, o que representará mais espaços para entrevistas e novas informações, em um círculo virtuoso muito positivo. Isso, porém, não representa que deve haver uma relação de cumplicidade entre a fonte e o jornalista. O compromisso do jornalista é com o seu veículo e com o seu público que exige a verdade e os fatos.

Nessa publicação, vamos trazer algumas orientações, dicas e exemplos práticos a respeito da mídia, do jornalismo, da assessoria de imprensa, do subsídio de informações, relação com fontes, entre muitos outros detalhes que visam proporcionar elementos para que o Crea-PR possa estabelecer uma relação ainda melhor com a imprensa e, dessa forma, com toda a sociedade.

A Assessoria de Comunicação Social do Crea-PR

A Assessoria de Comunicação Social do Crea-PR é o setor responsável por coordenar o atendimento à imprensa e trabalhar com a informação do Conselho junto aos veículos de comunicação externos. A equipe trabalha diversos materiais de comunicação que incluem site, redes sociais, boletins informativos e revista mas nesse manual vamos focar apenas na parte da assessoria de imprensa.

A Assessoria é composta por quatro profissionais presentes na sede do próprio Crea-PR em Curitiba além de outros oito jornalistas contratados por uma empresa terceirizada, a Savannah Comunicação, que atuam um em cada regional do Crea-PR ((Maringá, Londrina, Ponta Grossa, Pato Branco, Apucarana, Cascavel, Guarapuava e Curitiba) com o objetivo de disseminar as informações entre veículos de todos os cantos do Paraná.

Por conta da relevância do Crea-PR, muitos aspectos da atuação do Crea-PR podem ser explorados na mídia e é a isso que a nossa equipe de assessoria de imprensa se dedica. Essa equipe atua constantemente produzindo e divulgando materiais (antes de divulgados, todos os materiais são aprovados e validados pela Assessoria de Comunicação Social do Crea-PR e pelo próprio conselheiro envolvido) que chamem a atenção dos jornalistas e possam provocar seu interesse para a divulgação de materiais. Além disso, também cabe à equipe realizar um relacionamento duradouro com os jornalistas visando a obtenção de novos espaços e a conquista de espaços para entrevistas é parte primordial desse trabalho.

O atendimento imediato de uma demanda vinda por parte da Assessoria de Comunicação e dos assessores de imprensa é um ponto principal para que a informação ganhe espaço nos veículos de comunicação. Todos os membros da equipe são habituados ao dia a dia das redações e sabem da importância de ter em mãos a informação correta e em bom prazo. O horário e a rapidez na coleta da informação são armas fundamentais na disputa de espaço na imprensa.

Além da nossa rapidez, a quantidade de informações também está relacionada com a conquista desse espaço. Quanto mais dados houver na matéria, mais chances de repercussão a informação terá nos veículos de comunicação. Por isso, é muito importante que haja a sintonia entre a equipe de assessoria de imprensa e os conselheiros, uma vez que eles serão a cara do Crea-PR na hora de realizar entrevistas, publicar artigos e outros materiais. Vale ainda lembrar que se o presidente, diretor, assessor, gestor ou conselheiro for contatado diretamente pela imprensa, ele deve procurar a Assessoria de Comunicação Social para que o assessor possa entrar em contato com o jornalista e alinhar o discurso. Essa colaboração entre as duas partes é essencial para um bom trabalho com a imprensa.



Porta-Vozes

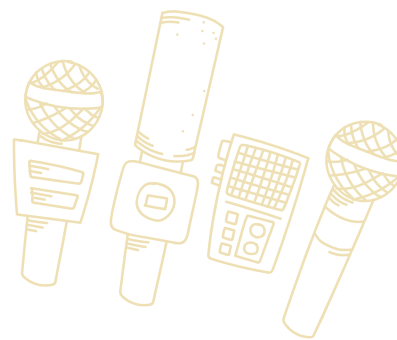
O principal interlocutor, ou como se diz no jargão jornalístico, porta-voz, de uma empresa, órgão ou instituição pública é sempre a sua autoridade máxima e, no caso do Crea-PR, é o seu presidente. Seja ao assinar um convênio, ao emitir uma opinião ou para se posicionar em momentos decisivos o presidente é sempre o nosso protagonista.

A hierarquia administrativa do Crea-PR também se aplica à divulgação de notícias na imprensa, o que significa que, a depender do assunto, devemos começar uma escala que começa com o presidente e passa por diretores, inspetores, coordenadores de Câmaras Especializadas, gerentes, assessores e analistas técnicos e agentes de fiscalização. Ou seja, para cada assunto deverá haver uma avaliação sobre qual profissional poderá ser o porta-voz para aquela região.

É sempre bom contar com mais uma ou até duas opções para o caso de haver alguma indisponibilidade da fonte para determinado dia ou horário para uma entrevista, por exemplo.

Vale lembrar que as solicitações de entrevistados serão feitas pela Assessoria de Comunicação Social ou pelos assessores de imprensa. É importantíssimo que os diferentes interlocutores se conscientizem quanto ao valor da informação da imprensa e quanto à disponibilidade do Crea-PR para a concessão de entrevistas. Estar disponível e apresentar informações claras e precisas é essencial para a boa imagem do Conselho junto à população.

As Entrevistas



As entrevistas desempenham um papel fundamental no jornalismo, fornecendo os elementos necessários para a produção de matérias informativas. Além disso, podem ser transmitidas na íntegra, sem edições.

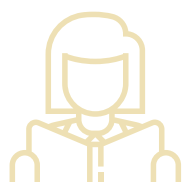
Além das entrevistas por escrito, que oferecem tempo para reflexão e respostas mais adequadas, é essencial estar preparado para outros formatos de entrevistas, como as realizadas por telefone, por chamadas de vídeo, rádio e televisão. Além do conhecimento técnico, é crucial ser claro, conciso e didático, garantindo que as informações sejam compreensíveis para o público.

No caso de entrevistas ao vivo, é necessário estar extremamente atento e preparado para evitar falhas. Caso ocorram, é importante manter o foco e seguir em frente. Abaixo, estão algumas dicas essenciais para conceder entrevistas e representar o Crea-PR:



POSTURA CORPORAL

Independente do veículo, seu papel é transmitir seriedade e credibilidade. Fique atento à sua postura corporal. Cuidado com as mãos e gestos bruscos.



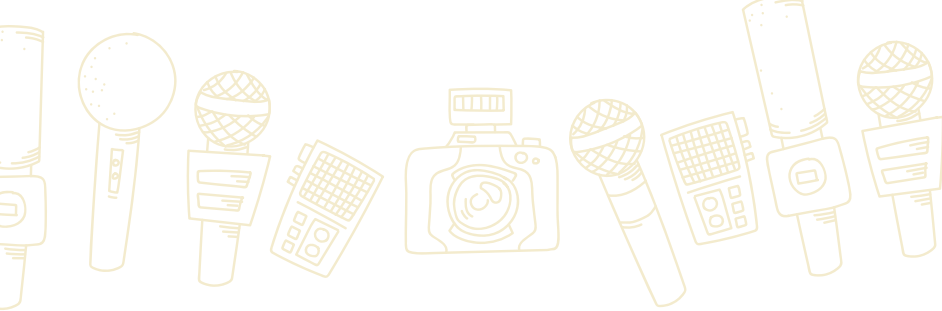
DOMÍNIO DO CONTEÚDO

Informe-se bem sobre o tema, levante dados e informações de credibilidade e esteja preparado para responder de forma clara sobre o assunto. Se for relacionado a um caso recente, procure estar em dia com as atualizações referentes ao tema. Se necessário, poderá ter em mãos algumas anotações principais.



OFF

Nunca dê entrevista em off, ou seja, nunca forneça uma informação que não possa ser publicada ou veiculada. Pense que tudo que você falar pode ser utilizado pelo jornalista, para o bem e para o mal.

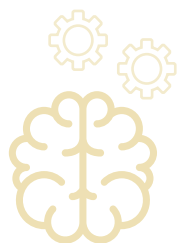


OBJETIVIDADE



Vá direto ao ponto e responda todas as perguntas feitas. Não é preciso responder com apenas uma frase, mas procure não se alongar muito nas respostas. Nem tudo precisa ser explicado nos mínimos detalhes. Algumas entrevistas podem ser conduzidas de forma mais casual, como se fossem uma conversa. Quanto mais objetivo, claro e preciso for, mais fácil será inserir conteúdo de seu interesse. Também é válido, antes da entrevista começar, qual será o tempo da entrevista para se programar a respeito das respostas.

CLAREZA



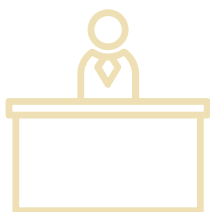
Em qualquer entrevista, é preciso esclarecer os assuntos, por mais complexos que sejam, da forma mais didática e coesa possível. Evite termos técnicos, expressões internas, vícios de linguagem, siglas ou expressões em língua estrangeira que podem confundir o público. Além disso, nunca use palavrões. Pense que você falará a um público amplo, então todos precisam entender a sua mensagem. Utilizar exemplos claros com elementos próximos da realidade do público pode ajudar nesse sentido.

CONFIANÇA DAS INFORMAÇÕES

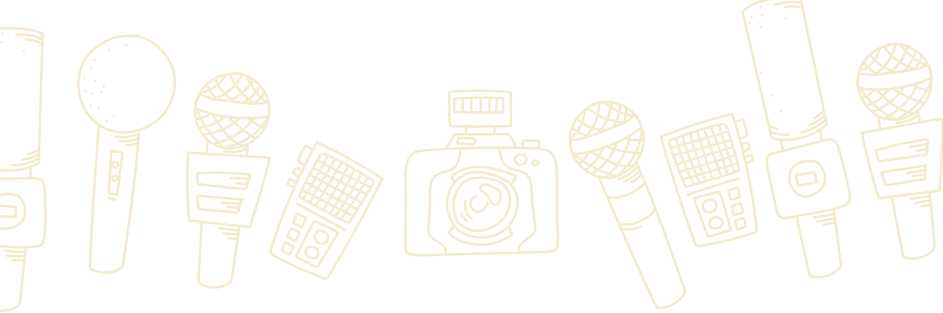


Em tempos de fake news, tome muito cuidado com as informações que repassará na entrevista. É preciso ter total confiança nos dados apresentados, uma vez que uma informação incompleta ou errada pode comprometer a credibilidade do entrevistado e do próprio Crea-PR.

PEÇA ORIENTAÇÃO AO ASSESSOR DE IMPRENSA



Antes da entrevista se informe com o assessor responsável qual será o direcionamento pensado para a matéria, quais dados e informações podem ser utilizados, além de possíveis posicionamentos a serem tomados no caso de temas polêmicos. Também é válido conhecer a linha editorial do veículo e seu público-alvo para se preparar a determinadas posições e abordagens. O assessor poderá auxiliar em todos esses pontos. Se necessário, também poderá marcar um ensaio da entrevista com o próprio assessor.



ATRASOS E CANCELAMENTOS

Caso haja qualquer atraso ou cancelamento para a realização da entrevista procure informar o assessor com o máximo de antecedência possível. Ele informará o repórter e tomará todos os procedimentos possíveis.



REFORÇAR A IMAGEM DO CREA-PR

Se você concede a entrevista como representante do Crea-PR, ainda que o assunto não trate diretamente disso procure falar sobre o trabalho e a atuação do Crea-PR de alguma forma, sem que pareça “forçado”. Afinal, é importante reforçar a imagem do Conselho.



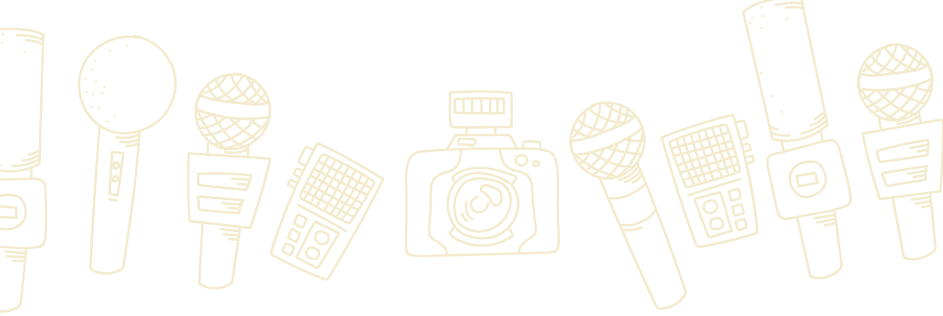
REVEZAMENTO ENTRE FONTES

É importante que as fontes possam variar e que mais engenheiros estejam aptos a participar das entrevistas. É preciso estimular aqueles que ainda são pouco adeptos à imprensa. Começar por uma entrevista a um veículo impresso pode ser um bom início. A prática vai ajudar o aperfeiçoamento das entrevistas.



NÃO LER

Em entrevistas por telefone ou em gravação de áudios pelo whatsapp, é importante que o entrevistado não leia materiais. Uma fala muito mecânica pode causar incômodo e desinteresse no público. Atente-se para consultar um papel para apenas alguns números e informações básicas. A fala deve ser espontânea e natural.

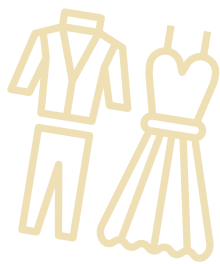


ATENÇÃO AO ENTREVISTADOR



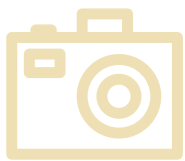
Seja simpático, educado e paciente com o jornalista. Preste atenção, prestigie a sua presença e sempre faça contato visual com ele. Antes da entrevista começar vale sempre uma conversa inicial para falar rapidamente sobre o tema e alinhar as expectativas para a conversa, especialmente para entrevistas ao vivo.

DRESS CODE



O vestuário, tanto em entrevistas presenciais quanto por vídeo, é um ponto essencial, já que representa a forma como o Crea-PR será visto pelo público. É recomendado utilizar uma roupa discreta, evitando decotes e transparências. Para as mulheres são indicados terninhos, tailleurs e blusas/camisas de cores neutras e sóbrias e maquiagem suave enquanto para os homens são indicados ternos de cores neutras ou calça e camisas discretas (evitar estampas e listras).

CUIDADO AO AMBIENTE NO VÍDEO

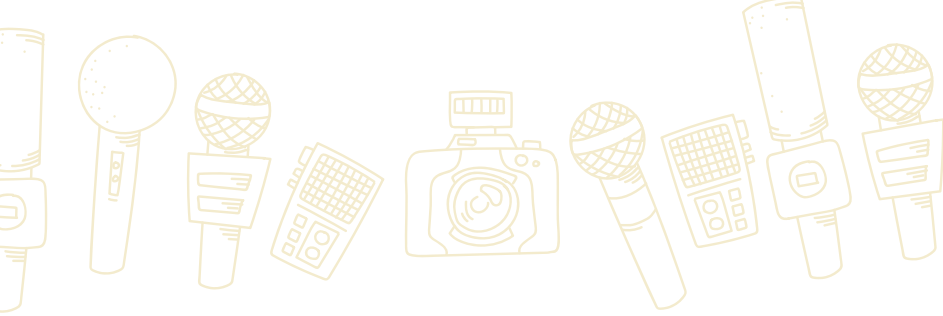


Com as entrevistas por chamadas de vídeo, é preciso ter cuidados com o fundo das imagens. Procure ambientes mais “limpos”, cuidado com os objetos ao fundo. Também procure espaços tranquilos, sem interrupções, onde o entrevistado se sinta à vontade.

IMAGEM E SOM NA CÂMERA



Preste sempre atenção à qualidade do vídeo. É preciso que a imagem seja nítida e o som esteja claro para o entrevistador. Faça testes com equipamentos antes, se necessário. Além disso, cuidado com o enquadramento para não “sumir” na imagem ou não colocar um foco muito grande. O ideal é que a pessoa tome uma boa distância e deixe um pouco de “teto” (espaço entre o final da cabeça e o topo da imagem) na imagem, mas não de forma exagerada.



PÓS-ENTREVISTA

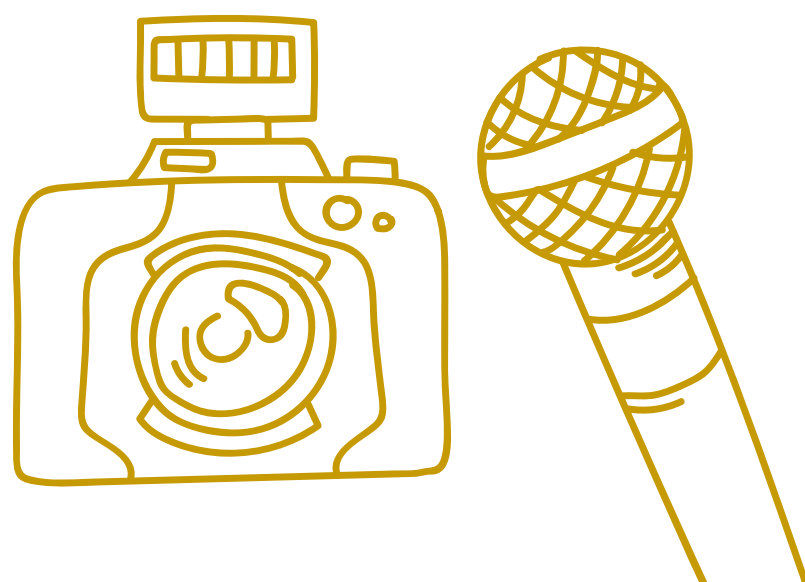


Não peça para o jornalista para ler/ouvir/ver a matéria antes de ser publicada ou veiculada. É algo que não pega bem. Caso o jornalista peça por informações ou esclarecimentos adicionais diga que o assessor os enviará diretamente. E além disso, não espere, especialmente no caso das TVs, que a entrevista tenha o seu conteúdo completo. É muito frequente que haja cortes e edições por conta do tempo exíguo existente nas emissoras.

Agradecemos a sua participação no treinamento e esperamos contar com a sua presença nas próximas atividades, entrevistas e materiais da comunicação. A sua participação e interação com a nossa equipe de assessoria de imprensa é muito importante para que a imagem do Crea-PR possa se desenvolver e evoluir cada vez mais.

Nossa equipe também se coloca à disposição para tirar dúvidas e realizar todos os esclarecimentos necessários.

Muito obrigado.



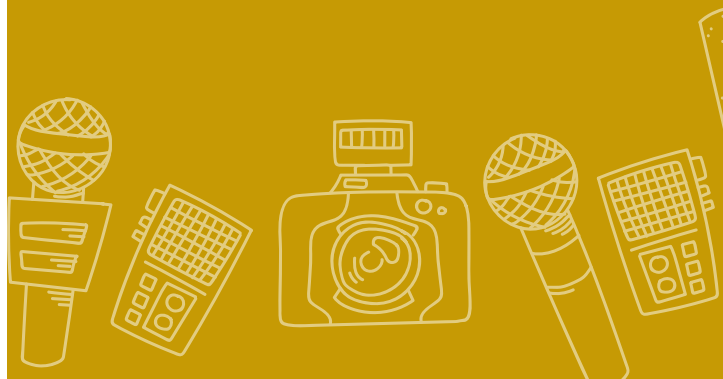


MEDIA TRAINING



CREA-PR

Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia do Paraná



Material elaborado pela assessoria
de imprensa Savannah Comunicação
Corporativa para o CREA PR,
em maio de 2023.

savannah
comunicação corporativa

savannah.com.br