



ASSESSORIA DE IMPRENSA E MEDIA TRAINING NO GERENCIAMENTO DE CRISES

CAMILA DI ASSIS, CAROLINA ZAFINO ISIDORO

camiladiassis@hotmail.com

Introdução: a presente pesquisa investiga a necessidade e importância de um assessor de imprensa e de um media training em uma crise institucional. Com a globalização e a velocidade da informação, as instituições não podem omitir fatos, principalmente em meio a crises, pelo contrário, as informações devem ser passadas ao público de uma forma clara e coerente, levando em consideração os valores dessas organizações. **Objetivo:** analisar o pensamento de autores da comunicação como Torquato, Rosa, Lucas, Barbeiro e Duarte sobre gerenciamento de crise e entender as ações desses profissionais para que a organização enfrente melhor uma situação de conflito. **Método:** pesquisa bibliográfica e, para a realização dessa, foram levadas em consideração as seguintes etapas operacionais: levantamento bibliográfico, análise e interpretação dos textos reunidos, seleção do material bibliográfico, construção preliminar do trabalho e redação final do estudo. Inicialmente realizou-se um levantamento bibliográfico de textos relacionados à temática do trabalho proposto, para tanto se utilizou o acervo pessoal das pesquisadoras e artigos on-line. Uma vez concluído o levantamento bibliográfico procedeu-se a análise e interpretação dos textos reunidos a partir de uma leitura atenta e minuciosa que possibilitou a seleção do material bibliográfico relacionado ao objetivo da pesquisa proposta. **Resultados:** os estudos mostram que uma empresa ou instituição pode ser sólida e ter uma boa reputação, mas isso não quer dizer que está imune a uma crise. Para que ela seja positiva, são necessários investimentos pesados na construção de bons relacionamentos com os funcionários, clientes e mídia. Esse é um dos papéis da comunicação, que tenta também minimizar a exposição negativa de uma organização para que os negócios não sejam atingidos. Nas situações de crise, o assessor de imprensa deixa de ser um jornalista para se tornar um comunicador, um estrategista e empreendedor. É ele quem prepara as fontes para que atendam os meios de comunicação de uma forma eficiente e ágil, que faz parte do Comitê de Crise e apura as informações. O trabalho de media training é tão importante quanto o de um assessor de imprensa. Capacitar fontes e porta-vozes com o objetivo de fazê-los entender como a mídia funciona e a forma de interagir com jornalistas permitem criar e fortalecer a cultura de comunicação que deve estar presente em toda empresa. Dessa forma, um plano de gerenciamento se torna essencial e esse deve estar atrelado ao planejamento estratégico da organização. As situações de crise devem ser pensadas antes de acontecerem, ou seja, é necessário detectá-las e depois planejar soluções possíveis para resolvê-las. Ganha-se uma boa reputação quando se assume uma postura responsável, ao corrigir um erro e ao advertir a população para algum risco com o uso de algum produto ou serviço oferecido pela empresa. **Conclusão:** uma organização se torna diferenciada quando mostra que é capaz de lidar com seus pontos frágeis com um bom planejamento prévio. Sendo assim, um plano de gerenciamento de crise será eficiente se o profissional de comunicação levar em consideração a opinião do público atingido e as ações propostas corresponderem aos valores da organização, informando com transparência e agilidade o que realmente



aconteceu e o que será feito para acabar com a crise e resguardar as pessoas envolvidas.

Palavras-chave: Comunicação. Assessoria. Media Training. Crise. Estratégia.