

PROGRAMA DE MIDIA TRAINING

BANCO CREFISUL - DIRETORIA DE NEGÓCIOS

Preparado por:
G&A Comunicação Empresarial Ltda.
Março, 1992.

ÍNDICE

| | |
|--------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 01 |
| 2. OBJETIVOS | 03 |
| 3. DEFINIÇÃO DO PROGRAMA | 04 |
| 4. CUSTOS | 10 |

1. INTRODUÇÃO

O relacionamento entre empresas e os meios de comunicação vem se tornando cada vez mais complexo, principalmente para as corporações que desempenham papel de destaque nos seus segmentos de mercado. Esta complexidade é motivada por dois fatores básicos: a necessidade da empresa se comunicar com os públicos de seu interesse, a fim de que estas conheçam seus objetivos globais de negócios, e a pressão por informações que a opinião pública exerce sobre a empresa.

Um dos instrumentos de comunicação das empresas com os grupos formadores de opinião, e consumidores finais de seus produtos e serviços, é a imprensa. Trata-se de um intermediário e aliado fundamental no processo de propagação de informação. A imprensa e aqueles que a fazem -- os jornalistas -- precisam ser conhecidos e administrados pelas empresas, tendo em vista a maximização de oportunidades de divulgação positiva e redução de eventuais frustrações e/ou tensões nesta relação.

A G&A desenvolve programa de treinamento de relações com a imprensa (midia training) que visa preparar executivos e porta vozes no trato com a imprensa. Nesse programa, os executivos conhecem a maneira como os jornalistas trabalham, suas atribuições e percalços; como funciona uma redação, e as maneiras pelas quais podem aumentar a frequência de boas experiências nos contatos com este público.

2. OBJETIVOS

- . Dar aos executivos da empresa uma visão ampla e acurada não só do papel, da estrutura e do funcionamento da imprensa, como também de seu próprio papel como entrevistado;
- . Otimizar os contatos com a imprensa através de treinamento, a fim de que os "porta-vozes" da empresa obtenham um rendimento máximo nas oportunidades de contato;
- . Eliminar preconceitos, temores ou inseguranças diante do jornalista, dos microfones e câmeras, através de atitudes e posturas adequadas.

3. DEFINIÇÃO DO PROGRAMA

3.1. Data de realização

A combinar.

3.2. Tempo de duração

Estimado em quatro horas e quinze minutos.

3.3. Local

Sala de reuniões do Banco (15o. andar) ou na G&A.

3.4. Participantes

De três a seis.

3.5. Horário

Das 8h30 às 12h45.

3.6. Monitores/apresentadores/debatedores

Além dos monitores da G&A -- Agostinho Gaspar e Rodolfo Guttilla -- o programa contará com a participação de Sergio Motta Mello, apresentador do programa "Gente que Faz", da TV Bandeirantes e diretor presidente da TV1; José Paulo Kupfer, Diretor de Redação do D.C.I.; e Fernando Vieira de Mello Filho, reporter da Jovem Pan.

3.7. Material de Trabalho

- . Apresentações,

- . Entrevistas práticas.

3.8. Material a ser distribuído

- . Programa,

- . Textos selecionados das apresentações.

3.9. Apoio

- . Retroprojctor, aparelhos de TV e VCR.

3.10. Tópicos a serem discutidos durante o programa

- . Posicionamento do executivo junto à imprensa.
- . A importância e a relatividade da informação que é concedida.
- . A obrigação da empresa em relação à imprensa.
- . A necessidade de separar notícia/informação de publicidade/propaganda.
- . Como ser uma fonte de informações confiável e válida.
- . Como ocupar espaços, para evitar que outros ocupem o seu; como esvaziar assuntos.
- . O "off" e o "sem comentários": excesso, superação, especulação.
- . Como separar o jornalista de seu veículo/o dono do jornal e o repórter.

- . Vantagens e desvantagens da entrevista em rádio, TV e jornais.

- . A inexatidão nas edições das entrevistas/o processo editorial.

- . Postura, linguagem e argumentação.

3.11. Programa básico

- 8h30-8h45 - . Abertura.
. Importância da preparação para falar com a imprensa.
Agostinho Gaspar
- 8h45-9h15 - . O que é uma redação.
. Por que acontecem equívocos no trabalho de imprensa.
Agostinho Gaspar
- 9h15-9h45 - . Como enfrentar o microfone.
Fernando Vieira de Mello Fo.
- 9h45-10h30 - . A função do jornalista e o que ele espera do entrevistado.
José Paulo Kupfer
- 10h30-11h30 - . Como se comunicar bem com a televisão.
Sergio Motta Mello
. Apresentação de vídeo.

11h30-12h30 -

. Entrevistas experimentais:

Imprensa: Agostinho Gaspar e

Rodolfo Guttilla.

Rádio: Fernando V. de Mello Fo.

Televisão: Sergio Motta mello.

4. CUSTOS

A realização do programa de mídia training está orçada em Cr\$ 6.950.000,00 (Seis milhões novecentos e cinquenta mil cruzeiros)/base março 1992, já incluídos os honorários de jornalistas convidados. Esta proposta é válida por 15 dias e será corrigida pela variação da TRD após esse período. O pagamento será feito após a realização do treinamento.

De acordo ___/___/___

São Paulo, 16 de Março de 1992.