



RHI MAGNESITA

CASE RHI MAGNESITA - PREMIO JATOBÁ 2021

IMPRESA DE BRUMADO (BA): UMA ESTRATÉGIA
DE APROXIMAÇÃO E RELACIONAMENTO QUE
REVERTEU RESULTADOS NEGATIVOS



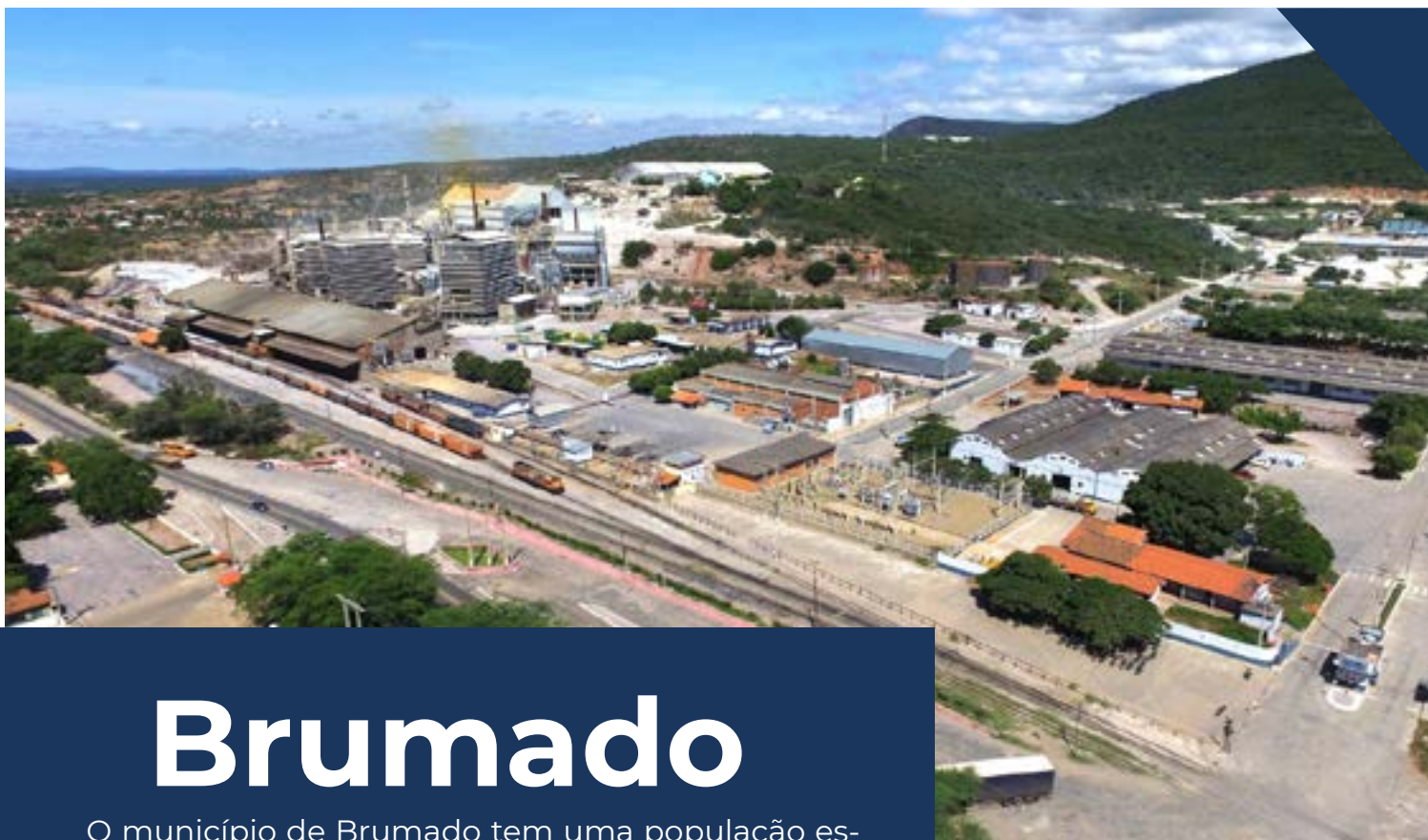


A RHI Magnesita

Líder global em seu setor de atuação, a empresa possui um alto nível de diversificação geográfica, **com mais de 14 mil funcionários em 35 unidades produtivas e mais de 70 escritórios ao redor do mundo.** No Brasil, as principais atividades da Companhia estão concentradas nos estados de Minas Gerais e Bahia. O município de Brumado, localizado na região sudoeste da Bahia, é sede de uma das principais plantas de mineração da empresa e onde a Companhia nasceu. A cidade tem importância histórica para a empresa e a RHI Magnesita tem uma relevância de décadas para a economia local, gerando centenas de empregos e renda para toda a região. Além disso, a companhia adota uma ativa política de responsabilidade social na cidade e comunidades ad-

acentes. Somente nos últimos dois anos, foram investidos mais de **R\$ 10 milhões na execução de mais de 50 iniciativas de fomento ao desenvolvimento da comunidade local, beneficiando cerca de 12 mil pessoas.** A partir da fusão, em 2017, do grupo austríaco de materiais térmicos refratários RHI e da fabricante brasileira Magnesita, formando a RHI Magnesita, o relacionamento da empresa com a cidade de Brumado foi profundamente impactado.





Brumado

O município de Brumado tem uma população estimada de pouco mais de 67 mil habitantes, segundo dados de 2020 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A cidade é sede de uma das principais plantas de mineração da RHI Magnesita, onde está localizada a maior mina de magnésio da Companhia, da qual é extraído o produto de maior qualidade da empresa no mundo.



Cenário

Quando o trabalho de assessoria de imprensa e PR foi iniciado, em maio de 2019, a RHI Magnesita não mantinha um bom relacionamento com a imprensa local, que resistia em cobrir os assuntos ligados à Companhia em todos os vieses (social, institucional, econômico), ou divulgava as ações – positivas e negativas – sem ouvir a empresa ou buscar seus porta-vozes. O relacionamento entre empresa e imprensa era praticamente inexistente. Os veículos de comunicação não tinham respostas às suas demandas e não sabiam a quem recorrer para obter informações. Por outro lado, a Companhia também não tinha o hábito de pautar a imprensa ou receber e tratar suas demandas, o que acirrou os ânimos de ambas as partes ao longo dos anos.



Brumado: Mecânico da Magnesita tem 40% do corpo queimado com óleo

02/ Mai 2019 - 17:38h



Um acidente envolvendo um mecânico da empresa Magnesita, em Brumado, teve 40% de seu corpo queimado com óleo diesel. Segundo apurou o site Achei Sudoeste, o fato foi registrado no banco de dados do Sistema de Registro de Ocorrências (SRO), no departamento de segurança da empresa, localizada na Vila Presidente Vargas. De acordo com as primeiras informações, uma válvula de um equipamento que armazenava óleo diesel estourou e o combustível queimou de perto até as pernas do mecânico. O ferido foi socorrido e encaminhado para Hospital Professor Magalhães Neto, em Brumado. A unidade hospitalar ainda não divulga um boletim sobre o estado de saúde da vítima.

[LEIA A MATERIA COMPLETA](#)



Brumado: mecânico da RHI Magnesita que teve corpo queimado com óleo térmico morreu em Salvador

02/ Mai 2019 - 18:02h - 1 Rep. Jairo de Almeida - 1 Agora Sudoeste



Um mecânico da empresa RHI Magnesita, em Brumado, teve o corpo queimado com óleo térmico e morreu em Salvador, localizada na Vila Presidente Vargas. Segundo informações do...

[LEIA A MATERIA COMPLETA](#)

Cenário

A imprensa em Brumado é formada por veículos que atuam basicamente no formato on-line:



■ BLOG 97 NEWS

■ BRUMADO VERDADE

■ RÁDIO ALTERNATIVA

■ SE LIGA BRUMADO

■ ACHEI SUDOESTE

■ TRIBUNA DO SERTÃO/SERTÃO HOJE

■ AGORA SUDOESTE

■ DESTAQUE BAHIA

■ BRUMADO URGENTE

Era preciso agir para trazer os formadores de opinião de Brumado para junto da Companhia. Estabelecer uma conexão era imprescindível.



Desafio

Diante deste cenário era necessário um trabalho urgente de reestruturação do relacionamento da RHI Magnesita com a mídia local, já que o impacto negativo à sua imagem era visível. Nos primeiros 60 dias de atendimento da assessoria de imprensa, a mídia de Brumado gerou seis conteúdos sobre a empresa com teor negativo ou neutro, mas sem ter a companhia como uma das fontes de informação.



De abril a dezembro daquele ano, a imprensa de Brumado repercutiu 47 matérias sobre a RHI Magnesita, sendo 16 delas negativas, sem que a empresa fosse procurada para se posicionar.

O desafio da comunicação e da assessoria de imprensa era criar um novo relacionamento da empresa com a imprensa local. Era preciso agir de forma proativa, sistemática, consistente e transparente.



Estratégia

Muito mais do que se disponibilizar para a imprensa em Brumado, era preciso estabelecer um relacionamento de longo prazo e conquistar a confiança dos jornalistas e dos veículos locais. A RHI Magnesita entendeu que ser próxima significava também ser presente e ativa.

Para reverter a imagem negativa divulgada pela imprensa, que afetava a reputação da Companhia, foi desenvolvido o plano estratégico, cujos pilares fundamentais se baseavam na **proximidade, no relacionamento e na confiança.**

Ações

Tão importante quanto mudar o relacionamento com a imprensa era **preparar a equipe interna** e as lideranças – porta-vozes ou não – para esse novo momento da empresa. Assim, foi realizado um workshop de comunicação com todos os líderes locais. Todo o conteúdo foi voltado para a importância da comunicação com a sociedade, a relevância do trabalho da imprensa, as características do trabalho jornalístico, a identificação de notícias de interesse público, o papel da assessoria de imprensa e, como se comportar em situações adversas naqueles momentos em que a mídia tem o papel fundamental de noticiar temas que nem sempre serão positivos à imagem da RHI Magnesita.



Essa compreensão ajudou a assessoria a pautar a mídia local de maneira mais consistente e houve uma maior disposição da empresa para falar com os jornalistas.



Road Show

Era preciso abrir-se para as demandas e críticas da imprensa local. Com essa premissa, a assessoria de imprensa e um porta-voz da RHI Magnesita, realizaram uma série de reuniões e encontros de relacionamento com a mídia de Brumado. Era necessário apresentar a empresa e disponibilizar os porta-vozes. Mostrar-se aberta ao diálogo, ouvir as queixas e corrigir a rota do relacionamento. Todos os veículos foram visitados. Os encontros, algumas vezes tensos, permitiram à assessoria ouvir todas as demandas, as dificuldades dos jornalistas no acesso à empresa e suas dúvidas. Também foi importante para marcar e reiterar o novo modelo de relação que a empresa estabeleceria com esses profissionais a partir daquele momento.



Com base nos requerimentos, a equipe tinha em mãos a missão de transformar os pontos apresentados em um plano de ação contínuo. A partir daí, todas as ações visaram reverter a imagem negativa da RHI Magnesita junto à mídia e estabelecer uma nova relação, mais próxima e frequente com os veículos.

Um novo jeito de ser e agir

A partir das visitas às redações a empresa adotou uma nova postura, fomentando ações de relacionamento constantes com a imprensa local, indicando um canal aberto para esses jornalistas e colocando à disposição a assessoria da Companhia, bem como seus principais pontos de contato em Brumado.



Informação *just in time*

Atendendo a uma demanda dos jornalistas, a mídia local passou a ser acionada em todas as divulgações da RHI Magnesita. Para a divulgação das ações locais, um porta-voz era sempre disponibilizado. O objetivo era suprir a carência da imprensa por informações da empresa e demonstrar continuamente a importância da operação em Brumado.

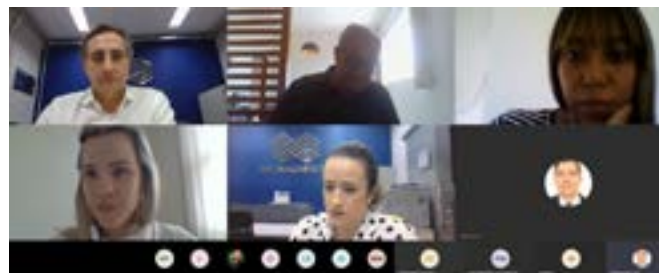
Essa estratégia garantiu que, ao longo de 2020, o volume de matérias divulgadas espontaneamente sobre as ações da Companhia saltasse 53%, sendo 100% das reportagens com teor positivo. Em comparação com o ano anterior, a empresa saiu de um total de 16 matérias negativas para 69 matérias positivas para sua imagem.

Atendimento de 100% das demandas locais

A empresa, por meio da assessoria de imprensa, se disponibilizou para os veículos e atendeu 100% das demandas locais, além de acionar a mídia de Brumado para inclusão de posicionamentos em matérias sobre a Companhia. Essa atitude, vista a princípio, com uma certa desconfiança por parte dos profissionais de imprensa locais, aos poucos foi se mostrando bastante eficiente. Ao perceberem a intenção da RHI Magnesita em dialogar, houve uma mudança no relacionamento: os jornalistas passaram a buscar a empresa cada vez mais. Foi uma mudança de ambas as partes, um ganho real no relacionamento com a imprensa.

Coletiva de imprensa direcionada

Pela primeira vez, o presidente regional da RHI Magnesita falou com a imprensa local de Brumado. Para anunciar o aporte de R\$ 180 milhões nas operações da Companhia na Bahia, foi realizada uma entrevista coletiva exclusiva para os profissionais locais com o executivo, em agosto de 2020.



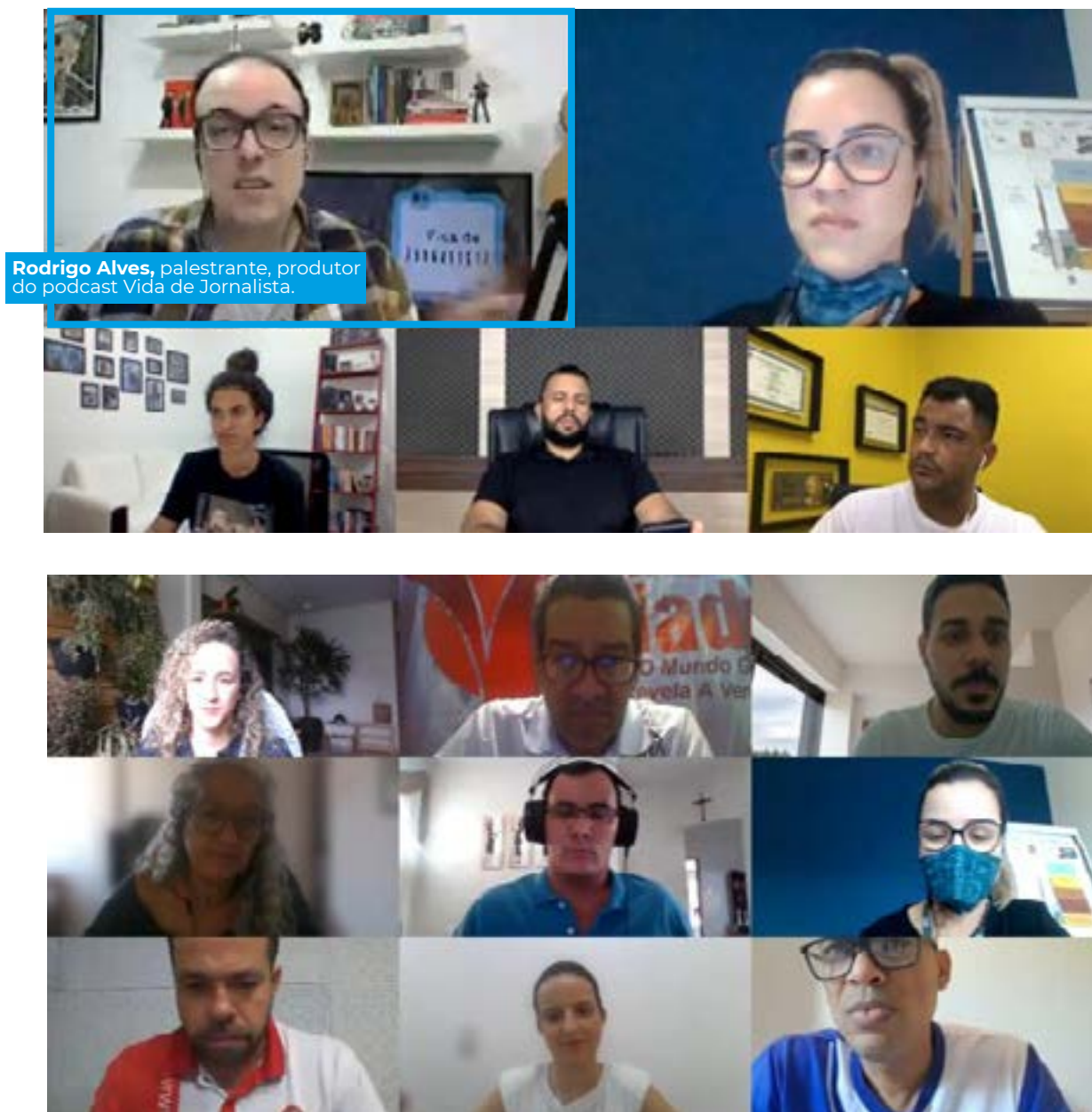
Devido à pandemia, o evento foi estruturado no formato on-line. Foram convidados os jornalistas de Brumado, Salvador e cidades polo vizinhas à região da mineração. A imprensa local repercutiu o investimento após a coletiva virtual, com a marca de 100% de inserções positivas sobre o assunto, destacando o quanto a RHI Magnesita acredita em Brumado e o valor que a Companhia dedica às suas operações na cidade. No **Anexo I** deste case, o relatório com as principais inserções nacionais, incluindo, os destaques da mídia de Brumado.

Workshop de comunicação para jornalistas

Dos encontros entre assessoria e imprensa de Brumado surgiu uma demanda vinda dos jornalistas: a realização de um workshop de comunicação, com conteúdo voltado para a capacitação desses profissionais. A ideia foi imediatamente aceita pela empresa. Inicial-

mente previsto para ser feito presencialmente em 2020, o evento acabou sendo realizado em 2021, em versão on-line. O que poderia ser uma perda, transformou-se em uma força, pois este formato per-

mitiu a participação de 100% dos convidados que permaneceram durante as 4 horas de evento conectados e participativos, demonstrando total satisfação e interesse nos conteúdos apresentados.



Mais do que aproximar, sensibilizar e atender a uma demanda, a RHI Magnesita mostrou aos jornalistas que a imprensa do interior tem papel fundamental na consolidação da imagem e reputação das empresas que atuam em sua região. O conteúdo do evento, totalmente voltado

para o conhecimento e a discussão sobre o futuro da comunicação e do jornalismo, agradou os participantes. Jornalistas e palestrantes elogiaram a iniciativa da empresa e se sentiram prestigiados. Fizeram questão de enaltecer também, a curadoria pelos palestrantes e temas abordados.



“Obrigado por ter fornecido tantos conhecimentos importantes. Valeu muito a pena! Foi bastante rico essa tarde do evento. Fiquei muito feliz!”

Beto Bonelly, radialista da Rádio Alternativa.

“Gostaria de agradecer pelo convite. Foi uma tarde muito interessante. Aprendemos muito! Já fizemos parcerias e continuamos à disposição.”

Wilker Porto, jornalista do portal Agora Sudoeste

Os palestrantes também exaltaram o evento e a disponibilidade da RHI Magnesita em promover um workshop com foco na imprensa.

“Espero que tenha ajudado com a minha participação. A proposta é ótima. Parabéns!”, Elias Santos, jornalista, professor universitário.

“Acho que vocês fizeram uma boa curadoria. Foi muito bacana”, Linda Bezerra, jornalista, editora do jornal Correio 24h, de Salvador.

“Foi ótimo o evento, parabéns! A dinâmica foi ótima”, Rodrigo Alves, palestrante, produtor do podcast Vida de Jornalista.

Resultados



O relacionamento com a imprensa de Brumado se mostrou muito mais fortalecido a partir da realização de uma série de ações de relacionamento ao longo de 2020 e 2021. Os press releases e demais ações da empresa não são mais ignorados: os veículos consideram a avaliação do conteúdo e a publicação das notícias compartilhadas, levando em conta a relevância para seus respectivos públicos. O caminho para reverter um cenário que se mostrava crítico foi a **aproximação estratégica**. A partir de um relacionamento aberto, as partes puderam se mostrar e dialogar, com entendimento mútuo da importância e coexistência da imprensa e da RHI Magnesita para Brumado e sua comunidade.

110 matérias positivas

- Entre abril e dezembro de 2019, a RHI Magnesita registrou 47 matérias publicadas por veículos de Brumado. Desse total, 16 eram negativas.
- Entre **janeiro de 2020 e julho de 2021**, a imprensa de Brumado publicou 119 matérias sobre a empresa, sendo 9 negativas e **110 positivas**.
- Do total de **releases, notas e conteúdos** divulgados pela assessoria de imprensa entre **janeiro de 2020 e julho de 2021**, **19 foram direcionados para Brumado**, uma média de um conteúdo por mês.



RHI MAGNESITA

