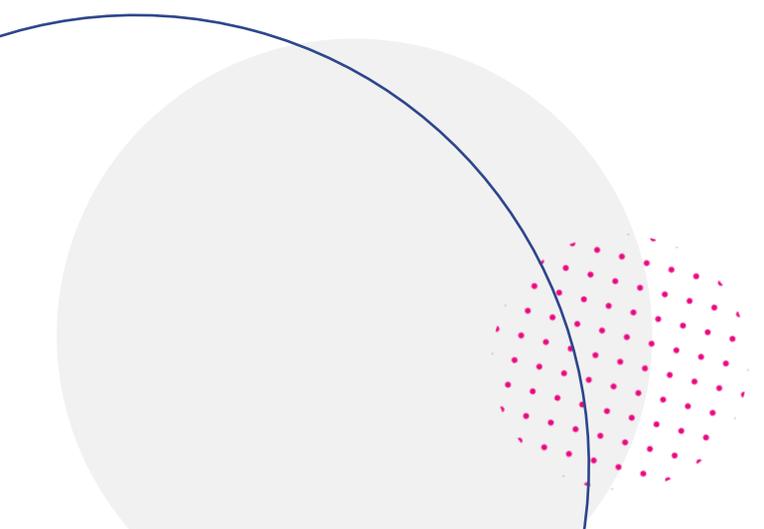


# Media Day Unoeste

Unoeste





# • sumário

**Media Day Unoeste: o vídeo case**

---

**Media Day Unoeste: descritivo do case**

---

Cliente

---

Desafio

---

Solução

---

Treinamento

---

Resultados

---

Depoimento

---

Equipe

---



CLIQUE ABAIXO PARA VER O VÍDEO CASE:

[HTTPS://DRIVE.GOOGLE.COM/FILE/D/1FJ138RUQFKICRDEOWLP7J-KWLRM3U AF/VIEW?USP=SHARING](https://drive.google.com/file/d/1FJ138RUQFKICRDEOWLP7J-KWLRM3U/view?usp=sharing)



NOS PRÓXIMOS SLIDES, O DESCRITIVO DO CASE



## Sobre a Unoeste

A Unoeste – Universidade do Oeste Paulista – foi fundada em 1972 em Presidente Prudente, na região oeste do Estado de São Paulo, pelo casal de professores Agripino de Oliveira Lima Filho e Ana Cardoso Maia de Oliveira Lima.

Após 52 anos de história, mantém sua sede naquela cidade e é responsável por centenas de cursos de graduação, pós-graduação e cursos técnicos. Os cursos da Unoeste são ministrados tanto na modalidade presencial quanto na de Ensino à Distância (EAD).

A Unoeste é avaliada pelo Ministério da Educação (MEC) com nota máxima. É considerada a segunda maior universidade do Estado de São Paulo. E possui campi também nas cidades paulistas de Jaú e Guarujá.

Por meio de EAD, a Unoeste está presente em todas as regiões do Brasil e fora do país, nos Estados Unidos e Japão.





## O desafio

Ao solicitar à Truly uma proposta para o desenvolvimento de um media training, a Unoeste tinha os seguintes desafios:

- Necessidade de atualização de dez gestores localizados em diferentes campi para **atuarem no relacionamento e atendimento às demandas de imprensa**;
- Necessidade de sensibilizar e atualizar o grupo em relação a como se **posicionar nas redes sociais**, cujo impacto hoje é tão grande ou maior do que o da imprensa na gestão da marca e da reputação da universidade;
- Dificuldade de **conciliar as agendas** dos líderes e tê-los disponíveis durante um tempo suficiente para o desenvolvimento do treinamento.

Aos desafios do cliente, somou-se um outro geográfico: a equipe de treinamento da agência, assim como seus parceiros técnicos para laboratórios de rádio, TV e podcast, atuam predominantemente na capital paulista. E o treinamento aconteceria na sede da universidade, em Presidente Prudente.

Isso exigiria um esforço logístico grande e de alto custo, além de prejudicar a curva de aprendizado necessária para a personalização do treinamento – além da imersão nos assuntos do cliente, adaptação da equipe audiovisual às condições técnicas presentes.

## Media Day Unoeste: uma solução integrada e personalizada

A solução proposta pela Truly aos desafios apresentados pela Unoeste, assim como ao da distância geográfica, foi **integrar as equipes de comunicação** da própria universidade ao programa de treinamento.

A Truly também propôs que os estúdios de TV da faculdade de jornalismo do campus de Presidente Prudente fossem o palco dos **exercícios práticos**.

Assim, os módulos teóricos sobre como **lidar com a imprensa** e sobre como se **posicionar nas redes sociais** seriam ministrados por dois consultores da agência que se deslocariam para Presidente Prudente.

E as entrevistas individuais de TV, assim como a **coletiva de imprensa**, seriam executadas pelos profissionais responsáveis pela própria assessoria de imprensa e redes sociais da universidade, sob orientação da equipe de consultores.

Além da integração entre o time da agência e o da universidade, a solução proposta pela Truly foi extremamente **personalizada**, como destacou a cliente Aline Blasechi, Coordenadora de Conteúdo e Comunicação Institucional da Unoeste.

***“A personalização é uma marca dos treinamentos da Truly. Percebemos isso desde as primeiras reuniões, antes mesmo de firmarmos a parceria. Nós vivemos uma realidade complexa, a da educação. E o time da Truly se integrou à nossa realidade, ao mesmo tempo em que manteve o distanciamento necessário para apontar aspectos que não enxergávamos, apresentando insights que agregaram valor ao nosso dia a dia.”***

A solução integrada e personalizada apresentada pela Truly foi batizada pelo grupo de **“Media Day Unoeste”** e aconteceu em 26 de janeiro de 2024, em Presidente Prudente.

## O treinamento: preparação e execução

Após algumas reuniões de *briefing* por videoconferência e entendimento mútuo da solução proposta pela Truly, o Media Day Unoeste aconteceu em duas etapas na cidade de Presidente Prudente:

- **Dia 1 (25 de janeiro)/preparação:** reunião das equipes da Truly e Unoeste para alinhamento do conteúdo programático; agenda do dia; distribuição de papéis; aprofundamento de temas sensíveis a serem considerados nos exercícios práticos e *cases* apresentados durante os módulos teóricos;
- **Dia 2 (26 de janeiro)/execução:** execução do treinamento, conforme agenda detalhada nos próximos *slides*.

Entre os profissionais da universidade que participaram, estavam jornalistas e assessores atuantes em diferentes campi, um professor da faculdade de jornalismo e uma aluna de dramaturgia, que atuou como influenciadora digital na simulação da entrevista coletiva de imprensa.



*FOTOS: À esquerda: equipes da Truly e Unoeste reunidas na Escola de Comunicação & Estratégias Digitais da Universidade, na etapa de preparação do Media Day Unoeste (Dia 1).*

*À direita: equipe integrada durante simulação de entrevista coletiva (Dia 2). Aline Blasechi (em pé), Coordenadora de Conteúdo e Comunicação Institucional da universidade; Jéssica Corte (com celular), profissional de mídias sociais e aluna de dramaturgia se passando por influenciadora digital; Ricardo Nóbrega (sentado ao centro), Líder de Social & Training da Truly, e Homéro Ferreira (camiseta preta), professor da faculdade de jornalismo.*

## O treinamento: agenda detalhada (parte 1: manhã)

O treinamento teve oito horas de duração no dia 26 de janeiro, com a seguinte agenda:

**8h45** – Chegada dos participantes e café de boas-vindas

**9h00 a 9h50** – Exercícios práticos individuais (estúdio): cada porta-voz foi chamado para uma experiência “surpresa” no estúdio da faculdade da TV. Ao chegarem lá, eram abordados por um (ou uma) “repórter” (interpretado/a por um dos assessores da universidade), que se passava por representante de um veículo específico.

O fator surpresa foi garantido ao direcionarmos para cada porta-voz um assessor atuante em campus que não o dele – dessa forma, todos os porta-vozes foram entrevistados por “repórteres”/assessores que não conheciam, mantendo a “veracidade” dos veículos a que pertenciam.

**10h00 às 10h50** – Palestra media training partes 1 e 2 (ministrada por Renata Saraiva, Fundadora e CEO da Truly):

- Mix de comunicação e tipos de mídia;
- Mídia brasileira e dinâmica jornalística e de assessoria de imprensa;
- Introdução à teoria dos sete tipos de influenciadores e ao ambiente das redes sociais.

**10h50 às 11h00** – Break

**11h00 às 11h50** – Palestra media training partes 3 e 4 (Renata Saraiva):

- Técnicas de entrevista e exercício de casa de mensagens
- 11h50 às 12h30** – Exercício prático coletivo: simulação de uma entrevista coletiva.

## O treinamento: agenda detalhada (parte 2: tarde)

**13h30 às 14h30** – Social Media Training Parte 1 (ministrado por Ricardo Nóbrega, Líder de Social & Training da Truly):

- Cenário das plataformas de redes sociais: públicos, bolhas, algoritmos, *fakenews*, rastros na web, leis (LGPD, CLT e Marco Civil da Internet);
- A partir de estudos de casos, despertar o pensamento crítico em relação às publicações em redes sociais.

**14:30 às 15:30** – Social Media Training Parte 2 (Ricardo Nóbrega):

- Ciclo das crises de imagem e Reputação nas redes: do off para o online, público vs privado, laços fortes e laços fracos, cenários em imagens;
- Humanização da empresa: Gestão de perfil do porta-voz, conexões e conteúdo
- Dinâmica e métricas para avaliação de perfil

**15:30 às 16h30** – Feedback dos exercícios individuais feitos em estúdio

**16h30 às 17h30** – Considerações finais

**18:00** – Fim do treinamento



*À direita, equipes da Truly e da Unoeste durante simulação de coletiva de imprensa.*

## O treinamento: exercícios práticos individuais e coletivos



cliente • desafio • solução • **treinamento** • resultados • depoimento • equipe

## O treinamento: módulos teóricos de media training e social media training



cliente • desafio • solução • **treinamento** • resultados • depoimento • equipe

## Resultados

“Os resultados do Media Day Unoeste foram muito relevantes e positivos”, de acordo com as palavras de Aline Blasechi, Coordenadora de Conteúdo e Comunicação Institucional da Unoeste.

A profissional destaca os seguintes efeitos imediatos:

- **Reflexão:** “O Media Day Unoeste proporcionou às equipes de comunicação da universidade uma reflexão sobre seus processos, assim como sobre os materiais de apoio aos porta-vozes então existentes: o manual de relacionamento com a imprensa e o manual de utilização das redes sociais.”
- **Insights:** “O treinamento também nos trouxe alguns *insights*, como a elaboração e uso da Casa de Mensagens, que possibilita, a partir de materiais pontuais e objetivos, localizar e sintetizar as principais mensagens da organização durante uma fala, discurso ou entrevista.”
- **Humanização:** “O fator da humanização tanto nas relações com a imprensa quanto no posicionamento nas redes sociais, apresentados pela Truly, colaboraram com a sensibilização dos porta-vozes, que se mostraram mais dispostos a encarar os desafios após o treinamento.”
- **Empoderamento:** “Pertencimento e entendimento dos porta-vozes de seu impacto, contribuindo para a reputação e imagem da universidade.”
- **Mobile:** “O modelo da Casa de Mensagens foi tão importante para nós, que após o treinamento fizemos uma versão mobile da Casa de Mensagens e pretendemos que ela se torne um aplicativo.”
- **Visão 360º:** “A forma harmoniosa com que a Truly trouxe seu olhar de consultoria externa nos mostrou a importância de nos abirmos para os olhares externos.”
- **Posicionamento:** “De maneira geral vimos os porta-vozes evoluindo seu posicionamento na imprensa e mídias sociais após o treinamento.”



## Resultados

A parceria entre Unoeste e Truly ficou de tal forma marcada para ambos os lados, que a universidade produziu um **conteúdo mobile** a partir da Casa de Mensagens produzida pela agência (imagens ao lado). O “Guia”, de fácil acesso, serve como material de apoio aos porta-vozes.

A sensibilização quanto ao posicionamento nas redes sociais também fez com que a equipe de comunicação criasse e sugerisse aos porta-vozes **capas institucionais para seus perfis no LinkedIn, com o objetivo de tonar seu posicionamento na rede mais profissional.**

A pedido da Universidade, a Truly emitiu **certificados** de participação (para os gestores) e de apoio na execução do Curso (para os profissionais de comunicação), para serem considerados nos currículos de cada participante.





## Resultados

Os porta-vozes tiveram várias oportunidades para colocar em prática os aprendizados do Media Day Unoeste: **gravações de vídeos institucionais, entrevistas para a imprensa, aulas inaugurais, palestras, publicações nas redes** e outras, como nos exemplos a seguir.

Pró-reitor de Extensão e Ação Comunitária, Dr. Adilson Eduardo Guelfi, em entrevista à TV Fronteira, emissora afiliada à Rede Globo



“Voluntários arrecadam doações para vítimas das enchentes do RS”  
 Matéria completa no link:  
[https://drive.google.com/file/d/1ni0TcDIUH33vVwDysc6jM\\_vzxD4aA\\_lWz/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1ni0TcDIUH33vVwDysc6jM_vzxD4aA_lWz/view?usp=sharing)

Diretor de Marketing, Bruno Dias, em matéria da TV Fronteira, afiliada à Rede Globo.



“Feira de profissões começa em Presidente Prudente. Matéria completa em:  
<https://drive.google.com/file/d/15PWyatlmR8zWD0S2xGmi-jCoovJh7TaD/view?usp=sharing>



## O que disse a cliente

*“O treinamento foi intenso, muito prático e cuidadoso.*

*Verificamos uma verdadeira relação de parceria, em que os consultores da Truly se integraram totalmente à nossa realidade, mas ao mesmo tempo mantiveram o distanciamento necessário para trazer insights, exemplos, cases.*

*Sempre orientando cada porta-voz e trazendo considerações a partir da nossa realidade.”*

**Aline Blasechi, Coordendadora de Conteúdo e Comunicação Institucional da Unoeste**



## EQUIPE

Os profissionais envolvidos no Media Day Unoeste foram:

### DA TRULY:

Renata Saraiva – Fundadora e CEO da Truly

Ricardo Nóbrega – Líder de Social & Training da Truly

### DA UNOESTE:

Aline Blasechi – Coordenadora de Conteúdo e Comunicação Institucional da Unoeste

Emerson Sanchez – Profissional da Assessoria de Imprensa

Homéro Ferreira – Professor da Faculdade de Comunicação e profissional da Assessoria de Imprensa

João Paulo Barbosa – Profissional da Assessoria de Imprensa

Bárbara Camargo – Profissional da Assessoria de Imprensa

Bárbara Benites – Profissional de Redes Sociais

Jéssica Corte – Profissional de Redes Sociais

Giovanna Guessada – Profissional de Redes Sociais

Erika Foglia – Profissional de Comunicação Interna

# Obrigada!

**truly.**

**atitude  
que marca**



[agenciatruly.com](http://agenciatruly.com)



[truly\\_comunicacao](https://www.instagram.com/truly_comunicacao)



[Truly\\_Comunicação](https://www.linkedin.com/company/Truly_Comunicação)