

Universidade Nove de Julho
Curso de Comunicação Social - Jornalismo

Projeto Discente – Grupo Bandeirantes

São Paulo

2014

Universidade Nove de Julho
Curso de Comunicação Social - Jornalismo

Projeto Discente – Grupo Bandeirantes

Ismael Luís do Nascimento: 914121092

Patrícia Martins Buzaid: 313205803

Lucillo Jose Braga de Almeida: 913211425

Tatiane dos Santos Pereira: 913200185

Trabalho para apresentação do projeto discente da disciplina de Comunicação Institucional de Jornalismo, turno Manhã, da Universidade Nove de Julho ministrado pelo professor Flávio Mesquita.

São Paulo

2014

1 INTRODUÇÃO

Como pedido no manual de instruções do projeto discente, estudamos os meios de comunicação interna e externa da emissora Bandeirante, foram feitas pesquisas e entrevistas para determinar e poder citar as comunicações institucionais que a emissora possui, e nesse trabalho estarão citadas todas as ferramentas.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	3
2	HISTÓRIA DA EMISSORA BAND	5
3	MISSÃO, VISÃO E VALORES.....	6
4	LOCALIZAÇÕES E SEDES	6
5	GESTÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	7
6	COMUNICAÇÃO INTERNA	7
7	ORNOGRAMA DA ORGANIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO.....	8
8	COMUNICAÇÃO EXTERNA	11
9	DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DA ASSESSORIA DE IMPrensa	12
10	DIAGNOSTICO.....	13
11	PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO.....	13
12	REFERENCIAS:	14
13	CONCLUSÃO.....	15

2 HISTÓRIA DA EMISSORA BAND

A rede de rádio Bandeirante foi fundada no dia 6 de maio de 1937, por Paulo Machado de Carvalho, dono da rádio Record, ele vendeu sua rádio a Adhemar Barros, que ajudou o genro João Jorge Saad a fundar a emissora de TV Bandeirante em 1967. Na direção da emissora preside João Carlos Saad (Johnny), filho de João Saad.

Sua primeira transmissão foi ao ar no dia 13 de maio de 1967, após um discurso de Saad, falando sobre o novo canal que estava nascendo. No ano de 1969 o prédio da emissora que se localiza no bairro do Morumbi, sofreu um incêndio, onde grande parte de seus arquivos se perderam. A emissora bandeirante fez historia com suas transmissões avançadas, como a Copa do Mundo de 1970, a primeira transmissão colorida em 1980.

Ela foi à primeira emissora a produzir sua programação colorida, e com isso foi lançado o slogan: 'Bandeirantes, a imagem colorida de São Paulo'. Com o passar dos anos, ela se expandiu, comprando outras emissoras que se tornavam suas afiliadas e assim passando sua programação em outros estados.

O grupo Bandeirante lança o seu primeiro jornal impresso "Primeira Mão" em 1980. A rede Bandeirante foi a primeira emissora a transmitir um programa via Satélite da America do Sul.

A emissora Bandeirante é a única que possui um apelido carinhoso pelo publico "Band". No ano de 1996 foi fundada a maior torre de transmissão da America Latina. De 1999 a 2002 a emissora acabou perdendo suas afiliadas para outras emissoras como, "Rede Record" e "SBT", isso ocorreu por conta da qualidade da programação, que começou a declinar no final dos anos 90, porem ela conseguiu quase a mesma quantidade de afiliados.

Na década de 2000 chega á era digital na emissora, em 2001 é criada a primeira central de jornalismo da casa, e com isso estreia o programa "Brasil Urgente". No ano de 2003 vai ao ar o programa "Igreja Internacional da Graça de Deus", que exhibe o "Show da Fé".

Durante a copa do mundo em 2006 a primeira transmissão em HD vai ao ar. Em 2009 é fundado o portal eBand e em 2012 o grupo bandeirante anuncia parceria com o site UOL, que serve como hospedagem para o portal da Band. Assim todas as notícias e matérias que estão relacionadas com a Band estarão presentes no site da UOL.

A rede Bandeirante possui mais meios de comunicação do que apenas a rádio Bandeirante e a emissora, eles contam com o portal, redes sociais, canais afiliados em vários estados, o canal 21, a rádio Sul America Transito, canal BandNews, Band Internacional, o Jornal Metro, Primeira Mão, e a TV minuto. No seu canal principal “Bandeirante” já contou com a participação de vários apresentadores conhecidos, como também apresentou muito programas de audiência, desde a sua fundação em 1967.

3 MISSÃO, VISÃO E VALORES.

A rede Bandeirante possui como missão, levar informações e notícias para seu público, seja nas rádios, televisão ou na internet. Para cada programa, uma informação diferente é compartilhada com o seu publico. Ela tem como visão se tornar uma emissora conhecida por todos, que a noticia seja entregue para seu público em tempo real, e que o mesmo aumente. Os valores que ela possui são conteúdo esportivo, jornalístico, de entretenimento, notícias e que são prestativos e verdadeiros com seu telespectador quando vão compartilhar uma noticia, ou matéria.

4 LOCALIZAÇÕES E SEDES

O grupo Bandeirante possui uma sede e um estúdio em São Paulo, no bairro do Morumbi. Ela possui também cinco canais irmãos: Rede 21,

BandNews TV, BandSport, Terra Viva e Arte 1. O grupo também possui emissoras próprias as: Band São Paulo, Band Campinas, Band SP Interior, Band Vale, Band Rio de Janeiro, Band RJ Interior, Band Minas, Band Triângulo, Band DF, Band RS, Band Curitiba, Band BA, Band Natal, Band AM, Band Palmas e as TVS : TV Minuto, TVO, NextMídia e Mão Dupla que são as TVs que o transporte público tem acesso, como metros e ônibus.

5 GESTÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/ OU AMBIENTAL

A emissora Bandeirante possui parceria com a Fundação Itaú Social para com um projeto chamado “Escola Voluntária” onde tem como objetivo incentivar e reconhecer instituições de ensino, responsáveis por projetos sociais que promovam o trabalho voluntário entre os alunos, a ação deve ser em prol de uma comunidade e com a participação de alunos do 9º ano do ensino fundamental, ou ensino médio, já esta na sua 14ª edição, com mais de 400 escolas inscritas. Ela possui também outro projeto com o grupo Abril titulado “Educar para crescer” que é um projeto de longo prazo, e não possui nenhum fim lucrativo, seu objetivo é conscientizar a população sobre a importância de uma educação de qualidade para o desenvolvimento individual e também do país. Ambos os projetos são feitos por parcerias, sendo assim o grupo Bandeirante não possui nenhum projeto de responsabilidade social ou ambiental, na verdade ela não possui um departamento para cuidar de tal atividade.

6 COMUNICAÇÃO INTERNA

De acordo com a Débora, representante da comunicação institucional da TV Band, a emissora em sua sede em São Paulo no bairro Morumbi, possui uma comunicação interna como qualquer outra instituição, que possuem seis

ferramentas: 1- Email Corporativo: onde são enviados para os funcionários, horários, e sorteio de um determinado show. O departamento de RH e o de Marketing que possuem acesso ao email corporativo, e assim enviam para todos os funcionários que possuem um email. 2- Mural: são dois murais na emissora, ambos localizados onde os funcionários tem mais acesso, eles são pensados exclusivamente para os funcionários que não trabalham em escritório, e lá são publicados o mesmo conteúdo que do email corporativo. 3- Painel: onde são publicados as novas campanhas, e lançamentos da TV aberta, TV fechada e a rádio. 4- Wallpaper: sua finalidade é mostrar os novos programas, ou com maior audiência na tela do computador do funcionário. 5. Intranet: é acessada via internet pelos funcionários, a partir do portal na Band, onde eles têm acesso a holerites, e etc. 6. Totens: são dois totens localizados no pátio, onde os funcionários que não trabalham em frente de computadores, podem acessar a intranet e seu email.

De acordo com a representante de comunicações Débora, ela informa que quando um artista sai da emissora, não ha um informe formal, a noticia é passada por telefone para os funcionários da área da atuação do artista, ela também ressaltou que o departamento que cuida da área de comunicação interna é o RH e o Marketing, pois a emissora não possui um departamento para essa área, o que eles possuem são áreas que realizam essas ações, e apenas informa o que acham que é realmente necessário, e com isso a torna uma comunicação mista. Ela resalta também que muitas vezes os funcionários não leem o mural, pois as informações e as noticias na emissora vão de boca-a-boca, e que o mural acaba se tornando apenas uma confirmação de determinado assunto.

7 ORNOGRAMA DA ORGANIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO.

Como toda empresa de comunicação, o grupo bandeirante possui um ornoograma da organização, onde é categorizado cara meio de comunicação,

seja TV ou radio com os diretores do meio. Esses meios são o grupo Bandeirantes, o canal Bandeirantes, as rádios, o portal eBand, canais pagos e TV minuto/TVO/NextMídia/Mão Dupla

O grupo Bandeirante em seu departamento ele conta com o presidente do grupo João Carlos Saad, o vice-presidente executivo Walter Vieira Ceneviva, e os vice-presidentes Paulo Saad Jafet, Marcelo Meira, Marcelo Mairnadi, Frederico Nogueira, Mário Baccei e Antonino Rugiero.

O departamento do canal da Bandeirante conta com a Superintendência Op. Estrut. e Relações de Mercado Financeiro com José Carlos Anguita, Direção Geral de Conteúdo de Diego Guebel, Direção de Documentação e Assuntos Internacionais de Maria Leonor Saad, Direção de Recursos Humanos de Eleusa Zoca Strufaldi, Direção Jurídica Nacional de Juana Melo, Direção de Contabilidade, Auditoria e Facilities de Alessandra Mara Ribeiro, Direção de Planejamento, Orçamento, TI Corporativo e Suprimentos de Henrique Massa, Direção de Produção de Paula Cavalcanti, Direção de Programação de Fernando Sugueno, Direção Nacional de Jornalismo de Fernando Mitre, Direção Executiva de Jornalismo/Esporte de Valdir Zwetsch, Direção de Planejamento e Desenvolvimento Comercial de Glauce Montesso, Direção de Conteúdo Comercial de Rosangela Wicher, Direção de Tecnologia e Engenharia de Fernando Ferreira, Comercial TV de Sergio Sitchin e Márcio Curti, Diretoria de Controle de Emissoras de Marcondes Brito, Direção Comercial de Rede de Milton Tuolla, Diretoria Nacional de Rede de Televisão de André Aguera, Direção de Inteligência de Mercado de Gabriel Queiróz, Direção de Afiliadas de Antonio Carlos Borges, Direção de Eventos Corporativos de Rosana Saad e a Assessoria de Comunicação de Eliane Leme, André Cameira e João Raposo.

O portal da Band conta apenas com a direção executiva de Eliane Leme.

As rádios têm seus departamentos separados por rádios:

- **Radio AM:** Direção Comercial de Mauro Marraccini, e Direção de Jornalismo de José Carlos Carboni.
- **Radio FM:** Direção comercial de Pedro Luiz Micheloni,

Direção artística de Murillo Huada e a Rede de Roberto Rampásio.

- **Radio BandNews FM:** Direção de Jornalismo de André Luiz Costa e a Direção Comercial de Vanderley Camargo.

- **Radio Nativa:** Direção Artística de Marcelo Siqueira e a Direção Comercial de Pedro Micheloni.

- **Radio Sul America Transito FM:** Direção de Jornalismo de Felipe Bueno e a Direção Comercial de Davi Simões.

- **Radio Bradesco FM:** Direção de Jornalismo de Renata Vaneri e a Direção Comercial de Davi Simões.

Todos os canais pagos do grupo Bandeirante contam com a Direção Administrativa Financeira de Ricardo dias, Direção Comercial de Alexandre Bortolai, Direção de Desenvolvimento e Novos Negócios (Newco e Band Internacional) de Silva Saad Jafet e o Diretor de Marketing e Relações com Afiliadas de Newton Suzuki

O canal BandSporte (canal pago) conta com a Direção de Criação/Produção e a Direção Geral de Eduardo Ramos.

O canal BandNews TV (canal pago) conta com a Direção de Jornalismo de Fernando Mitre e a Direção Geral de Humberto Candil.

O canal Terra Viva (canal pago) conta com Direção Executiva de Eduardo Ramos, Direção de Jornalismo de Humberto Candil e a Área Comercial de Maria Cristina Bertelli.

O canal Arte 1 (canal pago) conta com a Direção de Produção de Eduardo Ramos e o Núcleo de Criação de Rogério Gallo.

O canal SexPrivê Brasileirinhas (canal pago) conta com Direção Geral de Eduardo Ramos e a Programação de Fabio costa.

Já o departamento da TV Minuto/TVO/Nextmídia/Mão Dupla conta com Direção Executiva de Marcos Amazonas, Consultora de Programação de Marcia saad, Direção de Conteúdo de Catarina Casanova, Direção Financeira de Caio Hermann e Direção de Tecnologia de Lyzbeth Cronenbold.

8 COMUNICAÇÃO EXTERNA

As ferramentas que o grupo possui para sua comunicação externa são: o Portal da Band, que tem os principais assuntos que interessa ao público, ficam em destaque, bem no início da página, assuntos como: notícias, esporte, entretenimento, viva bem, vídeos, e Grupo Bandeirante; e acessando as editorias, que são bem organizadas, o internauta pode escolher o que mais o agrada, e com apenas um clique, pode ter mais acesso ao universo para qual pretende se informar.

O site da TV Band promove duas ferramentas fundamentais para haver o diálogo mais aberto com os internautas, como: fale conosco e contato da empresa. O link fale conosco e contato, tem a mesma finalidade, promover um cadastro, que permite que o internauta possa transmitir a sua crítica, mensagem, elogio ou sugestão.

O Portal Band, utiliza o Facebook e o Twitter, para se comunicar com os internautas, e quase todos os programas da TV Band, utilizam o facebook e poucos o Twitter.

A TV Band não possui perfil institucional, no portal eBand, possui seu perfil no Facebook e no Twitter, cada programa de TV e seus apresentadores tem seu perfil nas redes sociais. Nelas possuem informações da programação, vídeos dos programas e um relato da entrevista indicando link do mesmo conteúdo para o site da Band. O programa “Agora é tarde”, por exemplo: Possui em seu perfil no Facebook 1,9 milhões de curtidas. Enquanto o perfil do apresentador Rafinha Bastos possui 3.107,795 curtidas, 192.820 falando sobre a página, que divulga com maior frequência os artistas que serão entrevistados, ou uma gravação de programa.

No Portal da Band, a equipe que produz conteúdo, aproveita matérias dos programas da Emissora, e muito pouco é produzido, e quem administra o site é assessoria de imprensa, que fica atenta sobre o que outras mídias falam sobre Grupo Bandeirante (redes sociais, rádio, tv), diante de uma informação negativa, para que assessoria saiba responder e esclarecer o público: “*Temos*

um serviço de clipagem e recebemos dois relatórios diariamente” destaca André Rizzatto, da assessoria de comunicação.

9 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

A equipe de trabalho da Assessoria de imprensa é composta por 5 profissionais; 1 coordenador; 2 assistentes para a TV aberta; 1 para as emissoras de rádio e 1 para o canal Arte 1.

O agendamento das entrevistas com algum artista do Grupo Bandeirante é realizada por meio de uma solicitação, que é recebida por e-mail, e agendada de acordo com a disponibilidade do artista. O assessor de imprensa acompanha a conversa entre jornalista e um artista, e grava a conversa.

No caso da morte do jornalista esportivo “Luciano do Valle”, foi feito um anúncio durante a transmissão do “Brasil Urgente”. O André Rizzatto, da assessoria de comunicação, destaca: *“Assim que soube, vim para a emissora para atender as demandas da imprensa (principalmente pedidos de fotos e informações sobre velório e sepultamento).”*

Não existe um controle de quantos releases são produzidos: *“É difícil mensurar, depende da demanda. Releases são textos mais longos, normalmente usados no lançamento de novos programas. Notas são textos mais curtos e usados diariamente”*, afirma o assessor.

Quando os eventos internos do Grupo Bandeirante são abertos a convidados de outros veículos de comunicação, os jornalistas são informados para a coletiva de imprensa.

Assessoria de imprensa da Band tem como meta zelar pela imagem e reputação do seu cliente e os principais desafios é manter-se atento a tudo o que diz respeito aos veículos do Grupo. Também foi destacado pela assessoria, que o Grupo, nunca passou por um grande desafio que precisou de dias ou semanas para esclarecer o público, por conta da agilidade e rapidez das respostas.

10 DIAGNOSTICO

A comunicação interna da Band atende os requisitos básicos de uma empresa do porte dela, mas precisa melhorar e fortalecer os laços entre os setores de trabalho e criar mais ferramentas de interação com o colaborador, para que haja mais retorno.

Infelizmente não existe um plano integrado de comunicação interna da Band, sendo mista, cada departamento aproveita as ferramentas existentes do Grupo para informar os colaboradores, precisa fortalecer os departamentos, para que os informes sejam organizados e mais precisos. Segundo a Debora Ceron, da comunicação interna, a direção do Grupo Band, por enquanto, não pensa em investir na comunicação interna e nem externa.

Para perceber esta fragilidade, basta ver o portal da Band, a TV e o rádio, que faltam muitas informações e pouco retorno para quem consomem o produto Band, por exemplo: quem direciona as redes sociais de um determinado programa de TV, por exemplo, é a própria produção do programa, e dando a resposta de acordo com o tempo e disponibilidade.

O clima Organizacional e cultural da empresa, não é ruim, mesmo não sendo uma empresa modelo de salário, ela se preocupa pagar em dia os funcionários, e respeitando caso fiquem até tarde, com bônus horas e uma boa alimentação. Mesmo em 2013, onde a empresa passou por uma crise, e demitiu alguns funcionários, não faltou com os pagamentos.

11 PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO

A comunicação Vertical Descendente existe no Grupo Bandeirante, mas para melhorar a comunicação interna, acredito que a comunicação diagonal seria muito eficaz, para fortalecer as relações entre os setores e podendo até surgir sugestões de ideias para áreas diferentes.

Como a Band tem entre 3000 a 3500 funcionários, as ferramentas de comunicação interna é pouca, podendo criar mais outros espaços para colocar o Jornal mural, Totens e o Painel.

Na parte da assessoria de imprensa, seria importante contratar mais pessoas para integrar a equipe e fortalecer as ferramentas de comunicação tanto interna e externa da empresa.

Criar um controle de quantos releases são produzidos por dia, já que não existe um, para que no final do mês, possam saber quantos foram feitos.

Sorteios de convites de eventos musicais, teatro, cinema entre outros, muitas vezes são avisados em cima da hora e poucos funcionários participam. Fortalecer esta relação, avisando com antecedência, envolvendo não apenas e os colaboradores, mas os familiares, assim, sentirão mais respeitados e valorizados.

Que a diretoria do Grupo Bandeirante, não veja apenas a ferramenta interna apenas como mais um setor, mais um espaço que possa produzir benefícios para empresa e seus colaboradores.

A Band não tem uma revista institucional, sendo uma ferramenta com a finalidade de humanizar a empresa, poderia desenvolver uma, para informar os colaboradores e também o internauta, ouvinte e telespectador da Band, para que sejam sempre bem informados e possam conhecer cada produto e a sua proposta.

12 REFERENCIAS:

Entrevista com André Rizzato Cameira – assessoria de comunicação

Entrevista com Debora Ceron – assessoria de imprensa

<http://www.band.uol.com.br/grupo/quemfaz.asp>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Band.com.br>

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1171474-uol-e-band-fazem-parceria-em-conteudo-e-infraestrutura.shtml>

13 CONCLUSÃO

Com os estudos e as pesquisas feitas para elaborar esse trabalho foi concluído que a comunicação institucional, tanto externa quanto a interna precisam de melhoria, primeiramente possuírem um departamento apenas para essas áreas. a comunicação externa precisa de melhoria na parte de se comunicar ao publico, para se ter um papel na internet, um que não seja tão vago como esta sendo, e na interna uma melhoria para seus funcionários ficarem mais por dentro da empresa.

