

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

GILCEMARA ALVES GAMA

**GERENCIAMENTO DE CRISE NA ASSESSORIA DE IMPRENSA:
CASO MARÍLIA MENDONÇA**

VOLTA REDONDA

2022

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**GERENCIAMENTO DE CRISE NA ASSESSORIA DE IMPRENSA:
CASO MARÍLIA MENDONÇA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno: Gilcemara Alves Gama

Prof. Ms.: Rebeca Baltazar Chaves

**VOLTA REDONDA
2022**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado GERENCIAMENTO DE CRISE NA ASSESSORIA DE IMPRENSA: CASO MARÍLIA MENDONÇA, elaborado por Gilcemara Alves Gama, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

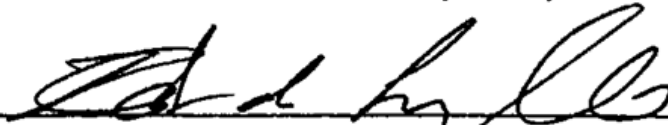
Aprovado em 04 de novembro de 2022.

Banca Avaliadora:

RebChaves

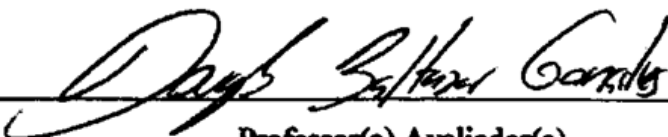
Professor(a) Orientador(a)

Rebeca Baltazar Chaves, Mestre, UniFOA



Professor(a) Avaliador(a)

Heitor da Luz Silva, Doutor, UniFOA



Professor(a) Avaliador(a)

Douglas Baltazar Gonçalves, Mestre, UniFOA

Dedico este trabalho ao meu pai que abraçou esse sonho comigo e me apoiou de todas as formas para que eu concluísse essa etapa.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus e minha família que sonharam comigo e foram fundamentais para a conclusão desse sonho. Agradeço meus professores pela dedicação em sala de aula e por contribuírem para a formação da profissional que sou. Agradeço também a minha orientadora, Rebeca Baltazar, pela paciência e parceria no último ano e durante a graduação.

RESUMO

A gestão da comunicação durante os períodos de crise é uma das funções do profissional de Assessoria de Imprensa, sendo este responsável por conduzir a situação para que versões e seus desdobramentos não afetem o futuro da organização. Mediante esse contexto, o presente trabalho analisou o gerenciamento de crise por parte da Assessoria de Imprensa da cantora Marília Mendonça, da empresa PEC Táxi Aéreo e da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig), no caso do acidente aéreo, em 5 de novembro de 2021, que ocasionou a morte da artista, seu produtor, Henrique Ribeiro; seu tio e assessor, Abicieli Silveira; o piloto e o copiloto da aeronave. Para isso, foram analisadas as publicações realizadas sobre o acidente nas redes sociais oficiais das empresas e as notícias divulgadas pelo portal de notícias G1, no período de 5 a 8 de novembro de 2021, em busca de pronunciamentos com posicionamento das assessorias de imprensa envolvidas para compreender se elas seguiram os protocolos de contingenciamento de crise indicados nos manuais teóricos. Ao todo, 16 matérias foram analisadas. A análise das publicações confirma a hipótese inicial de que nem todos os passos foram seguidos e que a assessoria que teve problemas com maiores repercussões nesse sentido foi a da Marília Mendonça em função da falta de veracidade das informações.

Palavras-chave: Assessoria de Imprensa. Gerenciamento de Crise. Marília Mendonça.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	08
2 ASSESSORIA DE IMPRENSA.....	11
2.1 Aspectos históricos da Assessoria de Imprensa.....	11
2.2 Assessoria de Imprensa no Brasil.....	12
2.3 Funções e produtos da Assessoria de Imprensa.....	16
2.4 O papel do assessor de imprensa.....	18
3 GERENCIAMENTO DE CRISE.....	20
3.1 Conceitos de Crise.....	20
3.2 Tipos de Crise.....	21
3.3 Gerenciamento de Crise.....	22
4 GERENCIAMENTO DE CRISE NA ASSESSORIA DE IMPRENSA: CASO MARÍLIA MENDONÇA.....	25
4.1 Acidente Aéreo em Caratinga.....	25
4.2 Análise.....	26
4.2.1 Matérias divulgadas na imprensa no dia 5 de novembro de 2021.....	26
4.2.2 Matérias divulgadas na imprensa no dia 6 de novembro de 2021.....	34
4.2.3 Matérias divulgadas na imprensa no dia 7 de novembro de 2021.....	35
4.2.4 Matérias divulgadas na imprensa no dia 8 de novembro de 2021.....	36
4.2.5 Publicações nas redes sociais oficiais.....	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
6 REFERÊNCIAS.....	46

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Primeira publicação no G1 sobre o acidente no dia do ocorrido.....	27
Figura 2: Publicação no G1 sobre a repercussão do acidente no Twitter.....	28
Figura 3: Hiperlinks para matérias sobre o acidente com a cantora Marília Mendonça.....	29
Figura 4: Publicação no G1 com horários das atualizações das informações.....	30
Figura 5: Notícia sobre a investigação do acidente pela aeronáutica.....	30
Figura 6: Aeronáutica investiga possibilidade avião ter atingido cabos de uma torre.....	31
Figura 7: Cemig informa que bimotor atingiu um cabo de uma torre de distribuição.....	31
Figura 8: Cemig informa que 31 mil clientes estão sem energia elétrica devido ao acidente.....	32
Figura 9: Mãe de Marília Mendonça passa mal com a notícia da morte da filha.....	32
Figura 10: PEC Táxi Aéreo se pronuncia sobre o acidente.....	33
Figura 11: Família diz que piloto do avião deveria estar de férias.....	34
Figura 12: Cemig afirma que linha de distribuição está fora da zona de proteção do aeroporto da cidade.....	35
Figura 13: Especialistas buscam compreender motivos do avião estar voando baixo até bater.....	36
Figura 14: Documentos e amostra de combustível são coletados na sede da empresa PEC Táxi Aéreo.....	36
Figura 15: Assessoria de imprensa da artista se pronuncia sobre equívoco na data do acidente.....	37
Figura 16: Avião envolvido no acidente foi propriedade da dupla Henrique e Juliano.....	38
Figura 17: Cabo é encontrado enrolado em hélice de avião.....	38

Figura 18: Imagem postada no Instagram e Twitter da artista no dia do ocorrido.....	39
Figura 19: Pronunciamento da empresa que administrava a carreira de Marília Mendonça.....	40
Figura 20: Imagem que acompanhou a nota da empresa proprietária do avião.....	41
Figura 21: Cemig esclarece que torre está fora da área de proteção.....	41
Figura 22: Demonstrativo da posição da Linha de Distribuição da Cemig.....	42

1. INTRODUÇÃO

A assessoria de imprensa é conceituada por Ferraretto e Ferraretto (2009, p. 21) como “a necessidade de divulgar opiniões e realizações de um indivíduo ou grupo de pessoas a existência das instituições conhecidas como meios de comunicação de massa”, intermediando a relação entre o assessorado e os veículos de comunicação. Dentre as funções do assessor de imprensa estão o “relacionamento com os veículos de comunicação; realização da clipagem; organização e constante atualização do *mailing list*, [...] elaboração de outros produtos jornalísticos e participação no estabelecimento de estratégias de comunicação” (FERRARETTO E FERRARETTO, 2009, p. 14).

O papel do assessor é “facilitar a relação entre o seu cliente – empresa, pessoa física, entidades e instituições – e os veículos de comunicação”. Dentre as situações com as quais a Assessoria de Imprensa precisa lidar está o gerenciamento de crise, sendo este responsável por conduzir a situação para que versões e seus desdobramentos não afetem o futuro da organização. Uma crise pode ser considerada como “qualquer coisa negativa que escape ao controle da empresa e ganhe visibilidade” causando repercussão e a necessidade de respostas sobre o evento (LOPES *apud* FORNI, 2010, p.388).

Um caso recente que ilustra esse contexto, e que foi selecionado como objeto desta pesquisa, é o acidente aéreo que ocasionou a morte da cantora Marília Mendonça, seu produtor, Henrique Ribeiro; seu tio e assessor, Abicielei Silveira; o piloto e o copiloto da aeronave, envolvendo diretamente três assessorias de imprensa, sendo elas, da artista, da empresa PEC Táxi Aéreo e da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig), responsável pela linha de distribuição atingida pela aeronave.

A pesquisa delimita-se em analisar o gerenciamento de crise por parte das Assessorias de Imprensa envolvidas no caso do acidente aéreo com vítimas fatais no dia 5 de novembro de 2021. Considerando as informações anteriores, pretendeu questionar se as assessorias envolvidas no caso selecionado para essa análise seguiram os protocolos de contingenciamento de crise indicados nos manuais teóricos. Acredita que nem todos os passos foram seguidos e que a assessoria que teve problemas com maiores repercussões nesse sentido foi a da Marília Mendonça em função da falta de veracidade das informações.

O objetivo geral é fomentado em discutir o papel da Assessoria de Imprensa em momentos de crise com caso de morte. Para isso, é necessário descrever as ações tomadas pelas assessorias envolvidas diante do acontecimento; analisar os procedimentos de gerenciamento de crise realizados pelas Assessorias de Imprensa; apresentar as características de um plano de contingenciamento de crise e indicar possíveis intervenções que as assessorias poderiam ter realizado para o contingenciamento.

Perante o exposto, a pesquisa justifica-se pela frequência de acontecimentos trágicos envolvendo organizações, empresas e figuras públicas que ganham repercussão, em virtude da cobertura jornalística dos veículos de comunicação nas mídias digitais e tradicionais, e a intensa reprodução pelos indivíduos nas redes sociais, gerando a necessidade de um contingenciamento de crise por parte dos envolvidos.

O objeto em análise torna-se um exemplo para aprofundamento do assunto, uma vez que trata de três assessorias de imprensa com assessorados envolvidos em um acidente aéreo com mortes, sendo uma das vítimas, uma das assessoradas. Para a execução desse trabalho foi realizada uma pesquisa preliminar e não foram encontrados artigos que abordem o tema com esse enfoque, analisando as três assessorias envolvidas, o que indica o ineditismo deste recorte.

A escolha do caso ocorre devido à relevância nacional da cantora Marília Mendonça e a repercussão do acontecimento nas mídias tradicionais e digitais, exigindo ações proativas das assessorias de imprensa envolvidas, sobretudo pelo fato de a assessoria da cantora ter cometido um equívoco, divulgando que todos os envolvidos no acidente foram resgatados com vida e estavam bem, gerando uma repercussão ainda mais comovente e delicada. Com base nisso, acredita-se que uma pesquisa com este ângulo contribua para a atuação dos profissionais de assessoria de imprensa diante de um cenário de crise, permitindo compreender as etapas para um contingenciamento de crise e devida reflexão sobre o papel da Assessoria de Imprensa em momentos de crise com caso de morte.

A monografia tem como base uma pesquisa bibliográfica de caráter descritivo dos autores da temática abordada e metodologia de pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa permite a observação do pronunciamento e as atualizações divulgadas pelas três assessorias de imprensa aos veículos de comunicação e a análise dos

conteúdos possibilita a compreensão dos métodos de gerenciamento de crise utilizados por cada uma averiguando a problemática dessa pesquisa.

A coleta de dados para a análise do caso ocorre por meio da apuração do material divulgado na internet pelo portal de notícias G1 sobre o acontecimento em ordem de publicação a partir do dia 5 de novembro de 2021 ao dia 8 de novembro de 2021. Além das notícias selecionadas, ocorre a coleta de dados publicados sobre o ocorrido nas redes sociais oficiais dos envolvidos no acidente: cantora Marília Mendonça e das empresas PEC Aviação e Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig).

O trabalho é formado por três capítulos. O primeiro contextualiza a Assessoria de Imprensa, com aspectos históricos, suas funções em uma organização e a reflexão do papel do assessor. Já o segundo aborda o conceito de crise, seus tipos e a importância do gerenciamento de crise. Por fim, o terceiro capítulo conta brevemente a história do acidente que ocasionou a morte da cantora Marília Mendonça e todos os presentes na aeronave. Além disso, contextualiza o envolvimento de cada organização no episódio e analisa as publicações realizadas sobre o ocorrido pelo G1 e as publicações sobre o ocorrido nas redes sociais oficiais dos envolvidos no acidente.

2 ASSESSORIA DE IMPRENSA

Este capítulo aborda os aspectos históricos da assessoria de imprensa, apresentando o seu surgimento através do jornalista americano Ivy Lee. Em seguida discorre sobre os primórdios desta atividade no Brasil. Por fim, o capítulo apresenta as funções exercidas pelos profissionais da área dentro de uma empresa, organização ou instituição, os produtos produzidos por ela e uma breve reflexão sobre o papel do assessor de imprensa.

2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

A relação das organizações com a imprensa como um tema de atenção é uma questão existente há séculos, mas a atividade especializada em lidar com essas relações foi criada por um jornalista americano chamado Ivy Lee no ano de 1906. A atividade denominada assessoria de imprensa surgiu “com um bem-sucedido projeto profissional de relações com a imprensa, a serviço de um cliente poderoso” (CHAPARRO, 2010, p.4) por meio desse projeto, Ivy Lee ganhou o título de fundador da assessoria de imprensa, berço das relações públicas.

O primeiro escritório de relações públicas, no mundo, foi fundado no mesmo ano por Ivy Lee, em Nova York. O jornalista iniciou prestando serviços para o empresário magnata norte-americano, dono da refinaria de petróleo, *Standard Oil Company*, John Rockefeller, “à época o mais impopular homem de negócios dos Estados Unidos” com o desafio de transformar a imagem do “velho barão do capitalismo selvagem, de odiado, passasse a ser venerado pela opinião pública” (CHAPARRO, 2010, p.4).

Assumindo Rockefeller como primeiro cliente, o jornalista Ivy Lee percebeu a excelente oportunidade para abrir um negócio: prestar assessoria que auxiliasse os empresários a corrigir a imagem que deles fazia a opinião pública (CHAPARRO, 2010, p.4).

Ivy Lee iniciou sua atuação na atividade também denominada assessoria de imprensa (AI) com a divulgação de informações favoráveis de John Rockefeller para a imprensa, com assuntos de interesse do público, para “serem divulgadas jornalisticamente, não como anúncio ou matéria paga.” Em seguida, Ivy Lee criou “uma declaração de princípios, em forma de carta aos editores” (CHAPARRO, 2010,

p.6) contendo algumas regras para orientar a atuação da AI e o seu relacionamento com a imprensa, indicando que a assessoria fornece notícias ao veículo e está à disposição dos jornalistas, sempre que necessário.

"Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na seção comercial, não o usem. Nosso assunto é exato. Maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente. E qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas, com absoluta franqueza, à imprensa e do público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público" (IVY LEE apud CHAPARRO in DUARTE, 2010, p.6).

Colocando em prática um dos seus objetivos expostos em sua “declaração de princípios”, Ivy Lee se comprometeu a criar fatos noticiáveis sobre John Rockefeller contribuindo para a formação de uma nova imagem de seu cliente para a opinião pública “Ivy Lee não se limitou a cuidar bem do relacionamento com a imprensa. Homem de comunicação, sabia que a imagem das pessoas, como a das instituições, não se muda com conversa fiada e notas em jornais” (CHAPARRO, 2010, p.8).

Em 1929, diante da maior crise econômica da história dos Estados Unidos da América, uma nova fase da AI estava para surgir com a demissão de muitos trabalhadores, onde os proprietários dessas empresas “passaram a ser hostilizados, por empregados e desempregados. E odiados por acionistas” (CHAPARRO, 2010, p.9). Esse cenário exigiu uma grande demanda de informações, para a compreensão do que estava acontecendo, principalmente, pelo parecer das organizações que atuaram como fontes. “E a demanda social de informação foi devidamente aproveitada pelas relações públicas” que a partir desse momento entravam em uma era de inovação e crescimento alcançando também os meios acadêmicos formando especialistas na área pelas Universidades de Yale, Harvard e Columbia.

A autoridade das relações públicas nos Estados Unidos cresceu aceleradamente nas décadas de 1950 e 1960. E, segundo Chaparro (2018, p.9) os países que copiaram o modelo norte-americano seguiram o crescimento veloz dessa área, entre eles o Brasil, conforme será exposto no próximo tópico.

2.2 ASSESSORIA DE IMPRENSA NO BRASIL

No Brasil, o marco do surgimento da atividade da assessoria por meio do fornecimento de informações à imprensa ocorre ligada ao poder público na presidência de Nilo Peçanha, em 1909, com a criação da “Seção de Publicações e Biblioteca para Integrar Serviços de Atendimento, Publicações, Informação e Propaganda” dentro do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. O setor era o responsável por repassar as informações com características noticiosas à imprensa e todos que solicitassem. (DUARTE, 2010, p.50)

O poder público foi precursor da atividade no país abrindo o caminho para o seu desenvolvimento em outros setores. Com isso, o aeronauta Santos Dumont com intuito de saber o que a imprensa europeia falava sobre ele, contratou o serviço de clipping, ainda, na primeira década do século XX (DUARTE, 2010, p.53). Em seu processo de expansão no setor privado, a concessionária da iluminação e do transporte coletivo da capital do estado de São Paulo, a *The Light and Power Co. Ltda*, criou, em 1914, um departamento para intermediar as relações com os órgãos de imprensa e os poderes públicos. (DUARTE apud ABRP, 2010, p.53)

Na política, Getúlio Vargas foi um personagem importante no que se diz respeito ao uso da imprensa como voz do governo:

Com a revolução de 1930 e a chegada de Getúlio Vargas ao poder, logo o Brasil assistiria ao maior esforço até então realizado para unir práticas de relações públicas e de assessoria de imprensa com o objetivo de erguer a imagem pública ou um governante. A Voz do Brasil, que conhecemos até hoje, por exemplo, foi criada nessa ocasião, mais especificamente em 1934, para reforçar a estratégia personalista de poder (MAFEI, 2008, p.35).

O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) foi criado em 1939, com total autoridade sobre as publicações da mídia, sendo assim, somente o autorizado pelo departamento poderia ser publicado (RESENDE, 2003, p.26). Na mesma linha, também existia a Agência Nacional de notícias, ligada ao DIP atuando “com equipes de reportagem e um sistema de difusão de material jornalístico para todo o Brasil” (DUARTE, 2018, p.52). Em seguida, no ano de 1945, foi criado o Departamento Nacional de Informações, substituindo o DIP, porém, o departamento foi extinto em setembro de 1946.

Nas organizações do setor privado, a atividade com ênfase na “divulgação institucional” estabeleceu-se de acordo com Duarte na década de 1950, por meio das empresas estrangeiras do ramo de petróleo e eletricidade com influência de seus

países que já tinham experiência com essa atividade. Ainda, por volta de 1950, a Esso, localizada no Rio de Janeiro, criou um departamento de Relações Públicas, que continha uma assessoria de imprensa que segundo Duarte (2018, p.54) “monitorava as relações com a imprensa, divulgava assuntos institucionais [...], editava duas publicações, [...], e preparava textos e pronunciamentos.”

A Esso se destacou como inovadora na atividade da AI no Brasil e Duarte contextualiza essa interpretação:

Embora existisse um conjunto de ações de comunicação desenvolvidas por agências de publicidade e setores de relações públicas que praticavam ações de comunicação, divulgação jornalística e produziam publicações, uma área específica de relacionamento com a imprensa era novidade. A prática mais comum era o encaminhamento de textos às redações por meio dos departamentos comerciais dos veículos, o que gerava atritos, já que nunca foi pacífica a tentativa de ingerência do setor comercial na produção editorial (DUARTE, 2018, p.54).

Além disso, a Esso criou o “Prêmio Esso de Reportagem” e um programa de oportunidades de estágio em importantes jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo para os jornalistas do interior com foco em aprimorar o relacionamento da assessoria com os repórteres. Apesar de sua importante contribuição na profissionalização da profissão, a Esso não foi a única a voltar ver a importância da AI. Duarte (2018, p.55) também atribui à Volkswagen o pioneirismo da AI no Brasil, em 1961, com a participação do jornalista Alaor Gomes e Reginaldo Finotti, para criação de um “setor específico para ligação com a imprensa.”

Em 1967, a profissão de relações públicas foi regulamentada e a década de 1960 foi considerada, como afirma Duarte, a década do desenvolvimento dessa atividade. Diante desse cenário, no mesmo ano, se dá a origem da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), na época fundada como Associação de Editores de Jornais e Revistas de Empresa, “congregando as empresas que faziam uso da nova ferramenta de comunicação, estabelecendo uma ponte com a mídia” (RESENDE, 2009, p.28).

A imprensa, com o desenvolvimento do país, aumentou o seu interesse em pautas relacionadas à “economia, cultura e negócios” abrindo novas possibilidades para as organizações de influenciar a opinião pública (DUARTE, 2018, p.56). Visando o cenário e as necessidades das organizações que, Alaor Gomes e Reginaldo Finotti,

em 1971, fundaram a Unipress, em São Paulo, a primeira assessoria de imprensa no país no formato a qual conhecemos atualmente (RESENDE, 2009, p.27-28).

A empresa prestadora de serviços de comunicação distribuía materiais para os jornais, como uma agência de notícias e realizava a edição de publicações institucionais. A Unipress, em 1975, tinha dez clientes e cerca de quarenta profissionais de jornalismo contratados (DUARTE, 2018, p.56).

Entre o fim de 1970 e início de 1980, a imprensa era reconhecida por sua forte capacidade de influência na construção de uma imagem positiva e o investimento em comunicação, aliado à postura de organização aberta à sociedade, foi identificado como eficaz para trazer retorno em credibilidade, visibilidade e poderia ajudar na obtenção dos objetivos empresariais (DUARTE, 2018, p.57).

A comunicação deixa de ser 'perfumaria', ganhando as entranhas da administração pública e privada e extrapola os limites dos tradicionais 'jornalinhos' internos para assumir o status de um complexo poderoso, intrinsecamente vinculado à chamada estratégia negocial" (DUARTE, 2018, p. 57 apud BUENO, 1995, p. 9).

Diante desse cenário, na década de 1980, as organizações investiram em profissionais que pudessem lidar diretamente com a imprensa e "produzir instrumentos de comunicação, como boletins, jornais, revistas, vídeos." Nessa situação, os jornalistas aproveitaram para oferecerem os seus serviços, visto que, possuíam experiência com os profissionais da imprensa e a habilidade de identificar o que poderia ser uma informação de interesse público, sendo assim, encontramos "maior profissionalização dessas atividades e melhor entrosamento entre essas empresas e os grandes jornais" (DUARTE, 2018, p. 57).

Duarte (2018, p. 58) aponta que os jornalistas ao exercerem a intermediação entre as fontes e a imprensa, tornaram atuação dos profissionais de AI "efetivo ponto de apoio de repórteres e editores (como um tipo de extensão das redações), ajudando a implantar uma cultura de transparência nas relações entre a organização e a sociedade." Além disso, o autor aborda que a qualidade do serviço prestado pela AI aumentou com a execução por profissionais experientes em redação e disponíveis ao diálogo: "De um lado, auxiliavam os jornalistas, ao fornecer informações confiáveis e citáveis e facilitar o acesso. De outro, orientaram fontes na compreensão sobre as características da imprensa" (DUARTE, 2018, p. 58).

Apesar dos avanços, obter credibilidade permaneceu sendo um processo árduo dependendo não somente dos jornalistas, mas das “circunstâncias de cada profissional” em prol da conscientização do “papel e atribuições do assessor.” Dessa forma, para Duarte “ficam caracterizadas, assim, nos anos 1980, as possibilidades éticas e técnicas de a assessoria de imprensa ser um robusto e ativo suporte para informação da sociedade” (DUARTE, 2018, p. 58).

2.3 FUNÇÕES E PRODUTOS DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

Lopes (1994, p. 15-16) define que, as atribuições da assessoria de imprensa, resumidamente, são “administrar informações jornalísticas das fontes para os meios de comunicação e vice-versa nas áreas pública e privada”, mas o autor pondera que, existem ainda outras funções, inclusive, a participação nas “estratégias globais da administração” das organizações, assim como, o setor de Publicidade.

Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (Fenaj) a atuação da AI possui a competência de criar uma relação de confiança com os veículos de comunicação e consolidar uma imagem positiva do seu assessorado na sociedade. (FENAJ, 2007, p.7) Os autores Ferrareto e Ferrareto (2009, p.13) abordam que intermediar as relações entre o assessorado e os veículos de comunicação, é uma das atribuições fundamentais da AI. Para eles, “com a evolução da atividade e a ampliação das demandas de comunicação por parte daqueles que contratam seus serviços, diversas outras atividades foram sendo incorporadas ao dia a dia das assessorias” (FERRARETO; FERRARETO, 2009, p.14). Dessa forma, são considerados serviços da AI de acordo com Ferrareto e Ferrareto (2009, p. 14):

- a) relacionamento com os veículos de comunicação, abastecendo-os com informações relativas ao assessorado por meio de relises, *press kits*, sugestões de pautas e outros elementos;
- b) realização da clipagem, controlando e arquivando informações sobre o assessorado divulgadas nos meios de comunicação, bem como avaliando dados provenientes do exterior da organização que possam interessar aos seus dirigentes;

- c) organização e constante atualização de uma *mailing list* (relação de veículos de comunicação com seu expediente e formas de contato com eles);
- d) edição de *house organs*, periódicos destinados aos públicos externo e interno (boletins, revistas ou jornais), sejam eles impressos ou eletrônicos;
- e) elaboração de outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou televisão e material para divulgação no site da organização;
- f) produção de impressos variados, tais como fôlders, folhetos, manuais ou relatórios anuais, sempre que sua redação em linguagem jornalística puder facilitar a comunicação com determinados públicos;
- g) participação no estabelecimento de estratégias de comunicação.

Duarte defende que, nos últimos anos, alguns fatores passaram a exigir que as ações da AI sejam cada vez mais exigentes e complexas. São eles:

O ritmo acelerado de circulação das informações, a estrutura com base digital, a exigência de produção de conteúdo multimídia, a competição pelo fornecimento da melhor informação, as múltiplas fontes e demandantes, a responsabilidade por novas plataformas e públicos (DUARTE, 2018, p. 232).

O autor acrescenta que “a assessoria tem que atuar preventivamente para minimizar riscos, antecipar necessidades e ser proativa para criar oportunidades para informar a sociedade e levar a mensagem organizacional num ambiente competitivo” (DUARTE, 2018, p. 232). Perante o exposto, a AI assumiu novas responsabilidades, ampliando seus serviços e produtos. Duarte elenca algumas dessas atribuições mais comuns na rotina de um profissional de relações com as mídias na atualidade, são:

Acompanhamento de fontes e porta-vozes; Administração da AI; Análise do noticiário; Apoio a outras áreas; Apoio a outras áreas; Artigos; Auditoria de mídia; Avaliação dos resultados; Banco de informações; Briefing; Brindes; Capacitação de jornalistas; Clipping e análise do noticiário; Concursos; Consultoria; Contatos estratégicos; Curadoria de Conteúdo; Entrevistas coletivas; Fotos; Gestão das Mídias; Guia de Fontes; Jornal mural; Mailing de jornalistas; Manuais; Mapa de mensagens; Mapa de Influenciadores; Monitoramento; Pauta; Planejamento; *Press kit*; Publieditorial; Relatórios; Release; Sala de Imprensa; Textos; *Media training*; Veículos jornalísticos; Visitas dirigidas (DUARTE, 2018, p. 233-248).

Dentre as funções que a AI precisa exercer, Mafei (2012, p.86) considera que uma em especial representa a "cerimônia de batismo" de um assessor na profissão, sendo ela, o enfrentamento de crises de imagem. Para ela, “algumas funcionam como uma overdose de adrenalina, à qual você deve responder com agilidade, perspicácia

e segurança.” Sem essa atenção, os fatos podem ser mais ágeis gerando sequelas no assessorado (MAFEI, 2012, p.86). Dessa forma, quando uma crise de imagem surge está “nas mãos do assessor indicar se seu cliente precisa apenas encontrar a melhor forma de responder às críticas da imprensa ou se deve rever sua atuação por completo.” Após uma crise de imagem torna-se necessária a dedicação total da atenção para o conflito para que outras situações sejam evitadas por meio do plano de gerenciamento de crise que será acionado em determinados momentos (MAFEI, 2012, p.15).

2.4 O PAPEL DO ASSESSOR DE IMPRENSA

Duarte (2018, p. 49) afirma que o principal papel de um assessor de imprensa “é informar à sociedade sobre assuntos de interesse público com características noticiosas sobre os quais a fonte ou organização em que atua tem protagonismo ou interesse”. Para o autor, esse profissional, por meio do seu conhecimento técnico e a ética em sua atuação, é responsável por “agregar valor, criar e administrar produtos informativos”. O autor esclarece, ainda, que “por sua ação de mediador, o assessor pode não apenas aumentar a presença das fontes na imprensa, mas também democratizar o acesso da sociedade à informação de interesse público” (DUARTE, 2018, p. 233).

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007, p.2) reconhece que as atividades da AI podem ser exercidas por um jornalista atuando como assessor, porém, estabelece restrições. O Art. 7º proíbe o profissional de “realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, [...], nem utilizar o veículo para defender os interesses dessas instituições [...]”.

Em seu dia a dia, sendo um jornalista o assessor de imprensa, deve “pautar sua conduta pelo Código de Ética em vigor” no qual apresenta as normas para a atuação desses profissionais em suas relações de trabalho (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.30). Segundo Ferrareto e Ferrareto (2009), algumas dessas normas merecem maior atenção por parte do assessor de imprensa para que sua conduta não seja antiética. Dentre as ações que contraria o Código de Ética citados pelos autores, estão: “pressionar indivíduos ou instituições para que notícias a respeito do assessorado sejam publicadas, sonegar informações importantes,

divulgar inverdades e colocar os interesses do contratante acima dos da população” além de ter o compromisso com a verdade (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.30).

Mafei (2012, p.14) confirma que “um bom assessor de imprensa é aquele que reconhece os limites ético de sua atuação e não os ultrapassa. Não mente, não engana, não ameaça, não oferece vantagens a jornalistas” e que o seu compromisso “é sempre o de auxiliar o assessorado no contato com a imprensa, em busca da notícia correta” (MAFEI, 2012, p.14).

Duarte (2018, p. 233) explica que com o aumento de atividades voltadas ao relacionamento com a mídia o assessor de imprensa “deixa de informar apenas ao jornalista, mas passa a criar fluxos de comunicação com a sociedade, sem intermediários.” De acordo com o autor “o capital básico de um assessor é a credibilidade que possui com as fontes e jornalistas” e que mais importantes do que uma superestrutura são as qualidades: “transparência, objetividade, agilidade, iniciativa, capacidade de identificar e criar demandas e de apresentar alternativas para atendê-las” (DUARTE, 2010, p. 276).

O mercado de trabalho para um assessor de imprensa está cada vez mais exigente, requerendo que esse profissional jamais se acomode, sendo assim, “o assessor de imprensa que o mercado busca é aquele profissional inquieto e arrojado, capaz de antecipar cenários e de desenvolver prognósticos para os assessorados” (MAFEI, 2012, p.6). Para entregar um bom resultado, há alguns critérios além de um bom currículo: “é preciso ter muita garra, vontade de fazer o certo, de crescer, de construir uma carreira sólida e leal, [...] Ter iniciativa é indispensável: se não der por um lado, tente por outro; é melhor errar do que ficar parado” (MAFEI, 2012, p.6).

3 GERENCIAMENTO DE CRISE

O presente capítulo discorre sobre o conceito e definições de crise, com suas características e especificidades. Em seguida, apresenta os tipos de crise, seus elementos e classificações. Por fim, detalha a importância do manual de gerenciamento de crise, com o mapeamento de riscos e comitê de crise para as organizações em geral.

3.1 CONCEITOS DE CRISE

O conceito da palavra crise derivada do grego Krisis, significa distinguir, separar e decidir. Para Torquato (2012, p.273) essa “palavra indica certo grau de desordem. [...] Trata-se de um dos termos mais recorrentes para significar que as coisas estão fora de rumo”. Uma crise pode ser considerada como “qualquer coisa negativa que escape ao controle da empresa e ganhe visibilidade” causando repercussão e a necessidade de respostas sobre o evento (LOPES apud FORNI, 2010, p.388). Segundo Neto (2010, p.187), uma crise é um evento específico e inesperado, que gera a necessidade de respostas imediatas sobre as suas causas, seus efeitos e consequências. Além disso, o autor contextualiza que seu desfecho poderá ser determinado pela maneira como a empresa vai administrar a crise e sua comunicação (NETO, 2010, p.189).

Forni aponta que uma crise de imagem pode aparecer a qualquer momento, sendo causada por um fato negativo, exigindo ação proativa:

Crise é uma ruptura significativa com a normalidade, um fato negativo que estimula uma cobertura extensiva da mídia e exige pronta ação dos agentes responsáveis pelo fato negativo. Extrapola o controle, muitas vezes, e pode afetar o negócio, a segurança, a reputação e mesmo a vida das pessoas (FORNI, 2019, p.4).

Veras (2006, p. 32 apud OLIVEIRA, 2017, p. 24) corrobora, apontando que, a crise “pode provocar prejuízos significativos a uma empresa e, conseqüentemente, aos seus integrantes”. Diante disso, quando uma crise está instalada, há a necessidade de uma ação que siga os princípios e condutas de um plano de contingenciamento de crise eficaz para que a situação seja revertida, preservando, na medida do possível, a reputação da empresa.

A gestão da comunicação durante os períodos de crise é uma das funções do profissional de Assessoria de Imprensa, sendo este responsável por conduzir a

situação para que versões e seus desdobramentos não afetem o futuro da organização. Forni enumera atitudes que reforçam a necessidade de as organizações possuírem profissionais qualificados para atuar em possíveis situações de crise. Entre as ações que não são inteligentes diante de uma crise, estão: "entrar em pânico, imaginar ações mirabolantes, aguardar os acontecimentos [...] ou até mesmo fingir-se de morto", pois, a crise de imagem pode afetar a reputação de uma organização e do produto ou serviço que ela oferece (FORNI, 2019, p.4).

Quando se está dentro de uma crise sem saber o que fazer, é quando, infelizmente, muitos se dão conta da importância de agir antes em tempos de normalidade para que o cenário de crise não estivesse acontecendo, defende Rosa (2001, p.21). Segundo o autor, grandes danos não são consequências diretas apenas do fato negativo, mas também do modo como o fato é conduzido, podendo ampliar ou reduzir esse impacto. Argenti (2006, p.259) ratifica esse pensamento ao dissertar que, a perda da credibilidade de uma organização ou outros danos de reputação podem ser consequência da resposta em relação à crise existente.

Uma única crise pode envolver diversos atores, empresas e instituições. Desse modo, cada qual precisa elaborar formas de gerenciar a situação e buscar, lidar de forma mais favorável ao seu assessorado, porém, nem sempre esse objetivo é cumprido.

3.2 TIPOS DE CRISE

Todos os dias, as organizações e os indivíduos estão sujeitos a vivenciarem problemas, entre eles: "Incidentes operacionais, pessoais, questões de mercado, dificuldades financeiras. Problemas com fornecedores, clientes, acionistas, empregados, patrões" (FORNI, 2017, p.3). Cada crise apresenta características próprias e, por isso, não podem ser classificadas da mesma maneira.

Torquato (2012, p.275) classifica as crises em três tipos: tempestivas, crônicas e ciclótica. As crises tempestivas são as "inesperadas, imprevisíveis, decorrentes de fenômenos naturais (terremotos), acidentes (incêndio, desastres de avião, vazamentos químicos)". As crônicas, conforme o autor, podem ser consideradas distorções que se acumulam ao longo do tempo, "cujas consequências se fazem sentir

no plano da credibilidade”. As cíclicas são crises que “vão e voltam”, ou seja, aparecem e desaparecem, com certo grau de previsibilidade.

Para Faria (2006, p.), “identificar quais são os tipos de crise que provavelmente podem afetar a instituição é importante para definir quais as áreas envolvidas nas ações comunicativas e o nível de preparo da organização”. Apesar de não sabermos quando uma crise irá se manifestar, é possível em tempos de normalidade preparar possíveis ações e posicionamentos para enfrentá-la através do mapeamento de vulnerabilidades, definição de soluções e diretrizes de atuação no gerenciamento das crises.

3.3 GERENCIAMENTO DE CRISE

Uma crise de imagem pode ser superada seguindo os princípios básicos de gestão de crise. Esse chamado contingenciamento de crise é composto por “princípios, normas de conduta, ações proativas que poderão reverter situações críticas e difíceis, preservando a reputação da organização” (FORNI, 2009, p.389).

Para Teixeira (2013, p.108) os profissionais levantam “os planos de ação de todas as etapas e, quando uma crise se desencadeia, passa a se chamar gerenciamento de crise”, ou seja, quando coloca em prática as medidas que foram planejadas para conter a situação.

Um plano de contingência de crise ajuda a organização a prevenir e, se for inevitável, enfrentar as crises. Para Martinuzzo (2013, p.8), nem tudo está sob controle quando se trata de uma organização, mas a antecipação e a ação para eliminar ou abrandar os fatores de risco ajuda preservar a reputação da organização. Ele defende que um plano de contingência de crise deve “contemplar seções de diagnóstico, mapeamento de procedimentos e definição de ferramentas para prevenção, o enfrentamento e a superação de crises” (MARTINUZZO, 2013, p.95).

O autor define que, na fase do diagnóstico para o plano de contingência de crise, é necessário definir fatores de risco potencial, classificar tipos de crise, definir qualificações de possíveis crises e elencar públicos-alvo. Já nos procedimentos, deve definir medidas para eliminação de fatores de risco (caso seja possível), definir procedimentos básicos para cada fator de risco que, em situação de crise, irá garantir a superação do problema com o menor prejuízo, criar comitê de crise e roteiro de

ações com a imprensa detalhado, como notas e entrevistas (MARTINUZZO, 2013, p.95).

Rosa (2007) indica que o comitê de crises deve:

Se dedicar a uma sistemática de treinamento interno para situações desse tipo, o que implica fazer auditorias regulares de crise, avaliações sobre os erros e acertos de crises passadas e a formulação de sistemas que permitam a detecção de crises (ROSA, 2007, p.231).

Caponigro (apud FORNI, 2002, p. 421) relata os principais mandamentos da comunicação durante a crise e recomenda que sejam identificados “todos os públicos que podem ser afetados” e que “prove que você identificou o problema e está fazendo algo sobre ele”, além disso “comunique somente o que pode ser confirmado com absoluta certeza” (CAPONIGRO apud FORNI, 2002, p. 421). Sendo assim, também informar rapidamente as ocorrências, contribui para o controle das informações, “acalma o público atingido e mostra respeito pelo consumidor, acabando com os boatos e restaurando a confiança” destaca Forni (2003, p. 383).

Para Martinuzzo, diante de uma crise precisa-se convocar o comitê de crise imediatamente, definir o porta-voz, identificar a origem e a natureza da crise, verificar se a organização é agente ou vítima, diagnosticar os danos, identificar os públicos-alvo, reunir as informações e criar mensagem clara, objetiva e precisa, contendo o acontecido, as providências e a prevenção. É proibido esconder partes do problema, pois, essa conduta pode gerar revelações, aumentando o período de crise. Ele destaca que é importante “escrever e publicar em diversos meios” (MARTINUZZO, 2013, p.100).

A definição do porta-voz é de extrema importância para que a comunicação da organização seja centrada:

O porta-voz nomeado geralmente é o presidente ou diretor da área do assunto que está em crise. O comitê de crise deve saber quando o presidente ou outro diretor é necessário para se pronunciar, pois não convém expor a figura do primeiro desnecessariamente (TEIXEIRA, 2013, p.99).

O porta-voz precisa estar preparado para lidar com os veículos da imprensa. Para isso, é desejável a realização de um media training, “uma parte teórica, [...] sobre o funcionamento da imprensa, [...] dicas de postura, fonoaudiologia. E a parte prática, com entrevistas simuladas de mídia impressa, televisão, rádio e Internet” (FORNI 2015, p.215).

Diante do exposto neste capítulo sobre o contingenciamento de crise, é possível resumir os passos desse gerenciamento em algumas ações, sendo elas: “apurar, resolver, punir, evitar e comunicar sempre, on e off-line” (MARTINUZZO, 2013, p.100).

4 GERENCIAMENTO DE CRISE NA ASSESSORIA DE IMPRENSA: CASO MARÍLIA MENDONÇA

No último capítulo dessa pesquisa, será contada brevemente a história do acidente que ocasionou a morte da cantora Marília Mendonça, seu produtor, Henrique Ribeiro; seu tio e assessor, Abicieli Silveira; o piloto e o copiloto da aeronave. Além disso, se contextualizará o envolvimento de cada organização no episódio, além da empresa que administrava a carreira da cantora, estão envolvidas, a PEC Táxi Aéreo e a Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig). Em seguida, buscando compreender as estratégias e os comportamentos adotados pelas assessorias de imprensa das empresas envolvidas após o acidente, serão analisadas as publicações realizadas sobre o ocorrido pelo portal de notícia G1, no período de 5 de novembro de 2021 ao dia 8 de novembro de 2021. Além das notícias selecionadas, ocorre a análise das publicações sobre o ocorrido nas redes sociais oficiais dos envolvidos no acidente.

4.1 ACIDENTE AÉREO EM CARATINGA

Na tarde de 5 de novembro de 2021, a queda de uma aeronave de pequeno porte, modelo Beech Aircraft, na cidade de Piedade de Caratinga, no Vale do Rio Doce, no oeste de Minas de Gerais (MG), resultou na morte da cantora Marília Mendonça; seu produtor, Henrique Ribeiro; seu tio e assessor, Abicieli Silveira Dias Filho; o piloto e o copiloto da aviação.

A cantora viajava no bimotor Beech Aircraft da empresa PEC Táxi Aéreo, para cumprir sua agenda de show em Caratinga/MG na mesma data. O avião decolou de Goiânia e caiu em uma área de cachoeira por volta de 15h30. A informação de que a cantora estava na aeronave e que ela estava entre as vítimas fatais foi confirmada pelo Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais. Já a Polícia Militar informou que as cinco pessoas que estavam no bimotor vieram a óbito.

De acordo com o G1¹, os Investigadores do Terceiro Serviço Regional de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (Seripa 3), foram chamados para iniciarem as ações de investigação do acidente envolvendo a aeronave de matrícula PT-ONJ e a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) informou que a aeronave, de

¹ Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2021/11/05/acidente-com-aviao-de-marilia-mendonca-sera-investigado-pela-aeronautica.ghtml>.

acordo com o Registro Aeronáutico Brasileiro (RAB), estava com o Certificado de Verificação de Aeronavegabilidade (CVA) válido até 01 de julho de 2022, com autorização para fazer táxi-aéreo.

Por volta das 16h30 da tarde, a assessoria de imprensa da cantora Marília Mendonça enviou um comunicado aos veículos de comunicação, declarando que a artista e todos que estavam no bimotor teriam sido resgatados e estavam bem. O Corpo de Bombeiros que estava no local não confirmou a informação da assessoria de que todos foram resgatados. Somente às 17h45, a AI informou em nota oficial que a cantora morreu.

Na noite do dia 5 de novembro, a Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) disse que o avião atingiu um cabo de uma torre de distribuição de energia, em Piedade de Caratinga. Segundo o G1², meses antes do acidente, pilotos já haviam relatado aos órgãos aéreos que os fios elétricos poderiam atrapalhar o pouso no aeródromo de Caratinga.

4.2 ANÁLISE

Com base nos temas conceituados ao longo da pesquisa, analisa-se as publicações realizadas sobre o acidente nas redes sociais oficiais das empresas e as notícias divulgadas pelo portal G1, no período de 5 a 8 de novembro de 2021 com o posicionamento das assessorias de imprensa envolvidas diante do acidente com cinco vítimas fatais.

A intenção é analisar os procedimentos de gerenciamento de crise realizados pelas Assessorias de Imprensa após o acidente para lidar com a repercussão do acontecimento nas mídias tradicionais e digitais. Será sintetizado o conteúdo das publicações no período que apresentem informações relevantes sobre o caso e o pronunciamento das assessorias envolvidas.

4.2.1 Matérias divulgadas na imprensa no dia 5 de novembro de 2021

² Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2021/11/05/cemig-confirma-que-aviao-com-marilia-mendonca-atingiu-cabo-de-torre-de-alta-tensao-antes-de-cair-em-mg.ghtml>.

Os veículos de comunicação assim que receberam a informação que havia acontecido um acidente com a aeronave que a cantora Marília Mendonça estava, imediatamente, começaram a noticiar e aguardar mais informações sobre o estado de saúde da artista e todos que estavam no avião.

O G1 é um portal de notícias com redações em diversas regiões do país. Conseqüentemente, a notícia pode ser publicada mais de uma vez no portal, cada matéria de uma região diferente. A primeira publicação do G1 foi realizada no dia do ocorrido, às 16h13, informando sobre um acidente com a aeronave que transportava a cantora Marília Mendonça. Uma das características do webjornalismo é a instantaneidade que permite a atualização da informação em tempo real. Dessa forma, com a atualização das informações na redação, a matéria era alterada até que noticiou a morte de todos os presentes no avião, como exposto na figura 1.

Figura 1: Primeira publicação no G1 sobre o acidente no dia do ocorrido.



Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2021/11/05/aviao-de-pequeno-porte-cai-perto-de-cachoeira-no-interior-de-mg-ainda-nao-ha-informacoes-sobre-feridos.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

A notícia inicial sobre o acidente envolvendo a cantora repercutiu rapidamente nos veículos de comunicação e nas redes sociais. Os fãs e admiradores aguardavam mais informações e esperavam um pronunciamento da cantora em algum momento por acreditarem na primeira informação passada pela assessoria para os veículos de comunicação de que ela havia sido resgatada e estava bem. Essa foi uma prática inadequada conforme mencionado por Martinuzzo (2013, p.100) que aponta no comportamento diante de uma crise que a assessoria de imprensa não deve esconder partes do problema, evitando revelações que prolonguem a crise. Infelizmente, a conduta inicial da AI omitiu que a “fonte” não estava no local do acidente para que pudesse afirmar que todos estavam bem e acabou apresentando informações

conflitantes sobre as consequências do episódio. A falta de veracidade gerou uma repercussão ainda maior quando a informação da morte da artista foi confirmada. Conforme a figura 2, por volta das 16h54, o G1 publicou uma matéria que abordava a repercussão do acidente no Twitter, isso poucos minutos após a primeira notícia sobre o acidente. Consequentemente, a matéria foi atualizada com as informações.

Figura 2: Publicação no G1 sobre a repercussão do acidente no Twitter.



Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/11/05/marilia-mendonca-e-o-assunto-mais-comentado-no-twitter-do-brasil-apos-acidente-de-aviao.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Após a atualização das informações a matéria informa claramente que “a princípio, a assessoria de imprensa da cantora Marília Mendonça havia informado que ela havia sido resgatada e que estava bem”. Diante de uma crise existe o “tempo” de ação da assessoria para o contingenciamento, quanto maior for a espera do pronunciamento oficial, mais boatos podem ser gerados. Porém, em nenhuma hipótese esse pronunciamento pode estar errado. A conduta escolhida pela AI nos minutos iniciais da crise também fere o princípio de comunicar somente o que pode ser confirmado com absoluta certeza (CAPONIGRO apud FORNI, 2002, p. 421).

Pouco tempo depois da informação errada, a equipe confirmou, em nota, a morte da cantora. Nesta notícia estava presente no corpo do texto a nota da assessoria:

Com imenso pesar, confirmamos a morte da cantora Marília Mendonça, seu produtor Henrique Ribeiro, seu tio e assessor Abiceli Silveira Dias Filho, do piloto e copiloto do avião, os quais iremos preservar os nomes neste momento. O avião decolou de Goiânia com destino a Caratinga/MG, onde Marília teria uma apresentação esta noite. De momento, são estas as informações que temos.

Neste caso, a preocupação da AI com o tempo de resposta para a imprensa não aconteceu somente com o pronunciamento oficial sobre o acidente e o estado de

saúde das vítimas, mas também com o tempo para corrigir a informação oficial passada anteriormente.

Como mostra a figura 3, no corpo da matéria, apesar da atualização da informação que todos morreram no acidente, segue-se apresentando hiperlinks para outras notícias com o título que frisava a informação passada inicialmente pela assessoria de imprensa da cantora.

Figura 3: Hiperlinks para matérias sobre o acidente com a cantora Marília Mendonça.

LEIA TAMBÉM:

- **[Avião que levava Marília Mendonça cai perto de cachoeira no interior de MG; cantora está bem, diz assessoria](#)**
- **[Marília Mendonça é o assunto mais comentado no Twitter do Brasil após acidente de avião](#)**
- **[Avião com Marília Mendonça cai em MG; assessoria diz que cantora está bem](#)**

Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/11/05/marilia-mendonca-e-o-assunto-mais-comentado-no-twitter-do-brasil-apos-acidente-de-aviao.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Uma das matérias indicadas para leitura (Figura 4) apresenta os horários que cada informação foi passada para o veículo, inclusive destacando que a informação inicial da assessoria de imprensa da Marília Mendonça não foi confirmada pelo Corpo de Bombeiros.

Segundo o G1, por volta das 16h30, a assessoria confirmou o acidente, mas informou que a cantora e todos presentes no avião estavam bem. Por volta das 16h50, o G1 voltou a procurar a assessoria, que reafirmou a informação de que todos tinham sido resgatados. Já por volta das 17h15, a AI disse que não estava mais conseguindo falar com o empresário da cantora que passou as informações iniciais. Somente às 17h45, a assessoria informou em nota oficial o falecimento da artista.

Chama a atenção o fato de que as informações segundo a publicação foram passadas pelo empresário da cantora para a AI, mas que o Corpo de Bombeiros que estava no local não foi considerado como fonte primária para informações sobre o estado de saúde das vítimas. Podemos perceber que a atuação da AI deixou brechas para questionamentos desde o início, mesmo que a informação estivesse correta, a equipe mostrou não estar preocupada

com o levantamento das informações sobre o ocorrido, uma das ações indicadas por Martinuzzo (2013).

Figura 4: Publicação no G1 com horários das atualizações das informações.



Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/11/05/marilia-mendonca-e-resgatada-apos-aviao-em-que-a-cantora-estava-cair-em-mg-diz-assessoria.shtml>. Acesso em 15 set. 2022.

A notícia da figura acima também esclarece que, a Agência Nacional de Aviação (Anac) informou que o avião que transportava a artista estava em situação regular com autorização para fazer táxi aéreo. Por volta das 18h50, o G1 divulgou sobre as investigações (Figura 5). É importante destacar que até esse momento a empresa proprietária da aeronave não havia se pronunciado sobre o acidente, o que dificulta sua participação na narrativa sobre a crise que segundo Martinuzzo (2013) é um dos passos fundamentais em um cenário de crise.

Figura 5: Notícia sobre a investigação do acidente pela aeronáutica.



Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2021/11/05/acidente-com-aviao-de-marilia-mendonca-sera-investigado-pela-aeronautica.shtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Poucos minutos após a notícia que a aeronáutica seria responsável por apurar o acidente, o G1 (Figura 6) informou que uma das primeiras hipóteses era de que a aeronave atingiu um cabo de alta tensão próximo ao local. Existiam relatos de pilotos que sobrevoaram o local sobre a possibilidade de o avião ter atingido os fios ligados a uma torre.

Figura 6: Aeronáutica investiga possibilidade avião ter atingido cabos de uma torre.

VALES DE MINAS GERAIS 

Aeronáutica investiga se avião com Marília Mendonça bateu em cabo de alta tensão antes de cair em MG

Relatos de pilotos e moradores da região indicam rompimento de fios perto da pista de pouso de Caratinga. Aeronave teria perdido motor. Cemig confirma que avião rompeu fios.

Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2021/11/05/aeronautica-investiga-se-aviao-com-marilia-mendonca-bateu-em-torre-de-alta-tensao-antes-de-cair-em-mg.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Minutos após a notícia, a Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) informou que o bimotor atingiu um cabo de uma torre de distribuição da empresa, na altura de Piedade de Caratinga. Nesse momento, a atuação da companhia foi proativa como indica Forni (2009, p. 389), se posicionando antes mesmo que o nome da organização seja citado pela imprensa. Segundo a notícia (Figura 7), já existiam comentários de que os fios elétricos poderiam atrapalhar o pouso na região. O portal não divulgou em anexo para os leitores a nota realizada pela empresa.

Figura 7: Cemig informa que bimotor atingiu um cabo de uma torre de distribuição.

MINAS GERAIS

Avião com Marília Mendonça atingiu cabo de torre de distribuição antes de cair em MG, diz Cemig

Relatos de pilotos e moradores da região indicaram rompimento de fios perto da pista de pouso de Caratinga. Aeronave teria perdido motor.

Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2021/11/05/cemig-confirma-que-aviao-com-marilia-mendonca-atingiu-cabo-de-torre-de-alta-tensao-antes-de-cair-em-mg.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Devido ao rompimento do cabo da torre de distribuição de energia atingida pelo avião, cerca de 31 mil clientes da Cemig ficaram sem energia elétrica (Figura 8), sendo eles moradores dos municípios de: Ipanema, Conceição de Ipanema, Taparuba, Pocrane, Mutum e São José do Mantimento. A Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) comunicou que os municípios foram afetados pela falta de energia e que o restabelecimento de energia elétrica estava previsto para o fim da noite. É preciso destacar, nesse

momento, que a assessoria seguiu a recomendação dos autores que indicam oferecer atenção à imprensa, comunicando sempre as questões descobertas (MARTINUZZO, 2013, p.99). Inicialmente informou que o avião atingiu o cabo da torre e no decorrer do dia foi atualizando a imprensa com as informações novas e relevantes sobre o caso que tenha seu envolvimento.

Figura 8: Cemig informa que 31 mil clientes estão sem energia elétrica devido ao acidente.



Disponível em: https://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2021/11/05/acidente-com-aviao-que-matou-marilia-mendonca-deixou-cerca-de-33-mil-clientes-sem-energia-eletrica-diz-cemig.ghtml?fbclid=IwAR34RzOcekeWIWk6wdGidgbOgMoDE3-RHn0Q3kFI6gnMZb2muDtl_z0tkQA. Acesso em 15 set. 2022.

Em publicação às 20h48 da noite (Figura 9), o G1 afirma que a mãe da artista passou mal ao saber da morte da filha. O portal também informa que após a informação do acidente, a repórter da TV Anhanguera Patrícia Bringel conversou com a mãe de Marília, por telefone. Na ligação, ela disse que ainda não tinha nenhuma informação, mas que todos estavam bem, como a assessoria de imprensa havia informado. O texto mostra que além de contribuir para uma repercussão mais comovente que gerou expectativa nas pessoas, o pronunciamento da assessoria também foi o mesmo compartilhado com a família da artista, que seguiu no aguardo de mais informações positivas do seu estado de saúde.

Figura 9: Mãe de Marília Mendonça passa mal com a notícia da morte da filha.



Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/11/05/mae-de-marilia-mendonca-passa-mal-apos-saber-da-morte-da-filha.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Em notícia publicada por volta das 21h da noite (Figura 10), o G1 apresenta o pronunciamento da empresa PEC Táxi Aéreo afirmando que o avião estava em situação regular e que os funcionários da empresa que estavam responsáveis pelo transporte eram experientes e habilitados para executarem as funções atribuídas a cada um deles. O comunicado da empresa foi o mesmo publicado em suas redes sociais às 19h27.

Figura 10: PEC Táxi Aéreo se pronuncia sobre o acidente.



Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/11/05/piloto-e-copiloto-que-morreram-em-acidente-com-marilia-mendonca-eram-experientes-diz-empresa.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

No corpo do texto da notícia estava o pronunciamento da empresa de táxi aéreo na íntegra:

A PEC Taxi Aéreo lamenta profundamente o acidente trágico ocorrido na tarde dessa sexta-feira (05/11/2021) com sua aeronave, o qual ocorreu nas proximidades do aeroporto de Caratinga-MG. A empresa, assim que tomou conhecimento do ocorrido, acionou as autoridades competentes para a imediata promoção do resgate necessário.

Todos os ocupantes da aeronave (três passageiros(as) e dois tripulantes), lamentavelmente, vieram à óbito - sendo que a PEC se solidariza com os familiares e amigos das vítimas e lhes presta as sinceras condolências.

A respeito da operação, cumpre mencionar que: (a) o avião envolvido no acidente era devidamente homologado pela ANAC para transporte aéreo de passageiros e estava plenamente aeronavegável; (b) a tripulação engajada na operação tinha grande experiência de voo o também estava devidamente habilitada pela ANAC, com todos os treinamentos atualizados; (c) as condições meteorológicas eram favoráveis.

As causas do evento ainda são incertas e serão devidamente apuradas pelas autoridades aeronáuticas. A PEC se coloca à disposição das autoridades e prestará os devidos auxílios nos familiares das vítimas (INSTAGRAM, 2021).

A empresa em seu único pronunciamento contextualizou o acontecimento e elencou possíveis pontos de questionamento sobre a organização e a aeronave envolvida. Apesar da demora em apresentar um pronunciamento permitindo que boatos surgissem, a nota oficial mostra que a AI em sua conduta pensou em uma

forma de minimizar maiores repercussões negativas com o seu nome ao elencar as questões importantes para conhecimento da sociedade sobre o avião e organização.

4.2.2 Matérias divulgadas na imprensa no dia 6 de novembro de 2021

No dia seguinte ao acidente, a família do piloto que estava no comando da aeronave e foi uma das vítimas fatais, se pronunciou afirmando que ele deveria estar em período de férias. Segundo a publicação do G1 (Figura 11), funcionários da organização pediram demissão e o piloto, de 56 anos, teve suas férias canceladas. A PEC Táxi Aéreo não se pronunciou com sobre as afirmações da família. O silêncio da organização diante de uma notícia como essa contribui para que as informações dos familiares sejam consideradas verdadeiras pelos leitores.

Figura 11: Família diz que piloto do avião deveria estar de férias.



Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2021/11/06/morte-de-marilia-mendonca-piloto-de-aviao-devia-estar-de-ferias-mas-substituia-colegas-diz-familia.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

No dia 6 de novembro, a Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) voltou a se pronunciar com relação a linha de distribuição atingida pela aeronave que caiu, informando que ela se encontrava fora da zona de proteção do aeroporto da cidade, nos termos da portaria do Departamento de Controle do Espaço Aéreo (Decea). Segundo o G1 (Figura 12), a Cemig afirmou que "segue rigorosamente as Normas Técnicas Brasileiras e regulamentação em vigor em todos os seus projetos" e que "as investigações das autoridades competentes irão esclarecer as causas do acidente". O pronunciamento ocorre devido às especulações de que os fios elétricos poderiam atrapalhar o pouso na região como relatado anteriormente na notícia da Figura 7.

Apesar de manter um relacionamento com a imprensa e ter apresentado uma ação proativa, como discutido a partir da notícia da figura 7, a empresa falhou ao não reunir o máximo possível de informações sobre o ocorrido e constituir uma mensagem

conclusiva, clara e precisa como indica Martinuzzo (2013). Nesse caso, a nota sobre a colisão deveria informar que a torre estava fora da área de proteção. A falta dessa informação no comunicado inicial gerou maiores questionamentos que acusavam a empresa de não ter sinalizado a torre.

Figura 12: Cemig afirma que linha de distribuição está fora da zona de proteção do aeroporto da cidade.

MINAS GERAIS

Linha de distribuição atingida por aeronave com Marília Mendonça está fora da zona de proteção do aeroporto de Caratinga, diz Cemig

Avião que caiu causando a morte da cantora e de outras quatro pessoas atingiu um cabo de uma torre de distribuição da companhia.

Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2021/11/06/linha-de-distribuicao-atingida-por-aeronave-de-marilia-mendonca-esta-fora-da-zona-de-protecao-do-aeroporto-de-caratinga-diz-cemig.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

A publicação (Figura12) também informa que o Departamento de Controle do Espaço Aéreo (Decea) afirmou que disponibiliza por meio de consulta às publicações oficiais as informações necessárias para o plano de voo e que havia o aviso de obstáculos de conhecimento obrigatório para os pilotos que pretendem operar no aeródromo de Caratinga, mas ressalta que os obstáculos que constam não são os cabos de alta tensão.

4.2.3 Matérias divulgadas na imprensa no dia 7 de novembro de 2021

No decorrer dos dias, os veículos de comunicação aguardavam as informações das investigações no qual o avião seria totalmente retirado do local no dia 8. No dia 7 de novembro de 2021, o G1 publicou como mostra na figura 13 que a equipe do jornal nacional conversou com especialistas que buscavam compreender o que teria contribuído para o avião voar em baixa altura até bater em um dos cabos da torre da Cemig.

Figura 13: Especialistas buscam compreender motivos do avião estar voando baixo até bater.

Especialistas tentam entender o que fez o avião de Marília Mendonça voar tão baixo

O JN ouviu especialistas, que analisam o que fez o avião voar tão baixo até bater na linha de transmissão. O estado da aeronave depois do choque com o chão também chamou a atenção de profissionais.

Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/11/07/especialistas-tentam-entender-o-que-fez-o-aviao-de-marilia-mendonca-voar-tao-baixo.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

Segundo o G1 (Figura 14), como parte da investigação, uma equipe da Força Aérea Brasileira (FAB) esteve na sede da empresa PEC Táxi Aéreo. O Serviço Regional de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (Seripa 6) coletou documentos de manutenção, registros operacionais dos tripulantes e amostra de combustível. O G1 tentou contato com a empresa para mais informações sobre a vistoria, mas não recebeu retorno. Percebe-se, portanto, que a assessoria preferiu se omitir diante das atualizações do caso. Para Martinuzzo (2019, p.100) é impossível “o nada a declarar” em uma crise.

Figura 14: Documentos e amostra de combustível são coletados na sede da empresa PEC Táxi Aéreo.



Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/11/07/seripa-coleta-documentos-e-amostra-de-combustivel-em-empresa-de-aviao-que-levava-marilia-mendonca.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

4.2.4 Matérias divulgadas na imprensa no dia 8 de novembro de 2021

O equívoco da assessoria de imprensa da cantora Marília Mendonça na tarde do acidente que ocasionou sua morte, gerou grandes questionamentos na imprensa e na população em geral. No dia 8 de novembro, três dias após o ocorrido, a assessoria divulgou uma nota para explicar o descuido na data. Conforme aborda a publicação do G1 (Figura 15):

Figura 15: Assessoria de imprensa da artista se pronuncia sobre equívoco na data do acidente.

Assessoria de Marília Mendonça afirma que 'fontes confiáveis' disseram que ela estava bem: 'Em nenhum momento o equívoco foi intencional'

Assessoria divulgou nota nesta segunda-feira (8) para explicar por que informou incorretamente a veículos de imprensa que cantora teria sido resgatada de avião e estaria bem após acidente na sexta-feira (5), antes de corrigir a informação e confirmar que ela morreu.

Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/11/08/assessoria-de-marilia-mendonca-afirma-que-fontes-confiaveis-disseram-que-ela-estava-bem-em-nenhum-momento-o-equivoco-foi-intencional.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

A nota de esclarecimento da assessoria de imprensa foi divulgada na íntegra no texto da notícia:

"Em conhecimento do acidente, a assessoria de imprensa da artista buscou informações de fontes confiáveis. Estas informaram que estaria tudo bem e que todas as pessoas estavam sendo conduzidas ao hospital, somente para realizar procedimento padrão. Passados menos de 20 minutos, as mesmas notificaram a equipe sobre a fatalidade. A notícia foi repassada, primeiramente, aos familiares das vítimas. Vale ressaltar que todas informações foram disponibilizadas sempre baseadas em fontes confiáveis. Em nenhum momento o equívoco foi intencional, sempre prezamos pela ética profissional e moral" (INSTAGRAM, 2022).

Na nota disponibilizada, a assessoria informa que “buscou informações de fontes confiáveis”, mas não aponta qual seria essa fonte. Neste momento, vale lembrar que, na notícia divulgada no dia 5 de novembro de 2021, às 16h34, abordada anteriormente na figura 4, o G1 apresenta os horários que esteve em contato com a AI da artista que declarou que foi o empresário da cantora que havia passado as informações iniciais. O posicionamento da assessoria pode ser compreendido como uma forma de culpar a fonte pela informação passada. Nesse contexto, a melhor conduta seria transformar a crise em um aprendizado, uma oportunidade de rever a postura da organização, como por exemplo, a AI repensando sua conduta podia ter avaliado que nos minutos iniciais, com o contato dos veículos de comunicação, confirmar a notícia do acidente e informar que estava apurando as informações era o melhor posicionamento. (MARTINUZZO, 2013, p.98).

Diante do caso, podemos destacar que a apuração das informações do acidente pela assessoria da artista ocorre à distância, um grande desafio para as AI com uma crise, pois o levantamento de dados pode atrasar e não apresentar veracidade nas informações passadas,

principalmente, com a disseminação de Fake News, o que exige ainda mais cautela das AI. O ideal é que somente comunique o que é possível afirmar com certeza. (CAPONIGRO apud FORNI, 2002, p. 421).

Na mesma data da publicação citada acima, segundo o G1 (Figura 14) a assessoria informou ao G1 que o avião envolvido no acidente era de propriedade da dupla Henrique e Juliano e foi vendido para a empresa PEC Táxi Aéreo em 9 de julho de 2020. Com base nas informações do acidente, essa não era relevante para pronunciamento por parte da assessoria da artista.

Figura 16: Avião envolvido no acidente foi propriedade da dupla Henrique e Juliano.



Equipe da rainha da sofrência conta que a venda foi feita pela dupla em julho de 2020. FAB coletou documentos e amostra de combustível na sede da PEC Táxi Aéreo.

Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/11/08/aviao-que-marilia-mendonca-viajava-era-de-henrique-e-juliano-antes-de-ser-vendido-a-empresa-de-taxi-aereo-diz-assessoria.ghtml>.

Acesso em 15 set. 2022.

No dia 8 de novembro, foi finalizada a coleta dos materiais para a perícia do acidente. De acordo com o G1 (Figura 17), a Polícia Civil encontrou um cabo enrolado em uma das hélices do avião, mas o delegado alegou que não é possível afirmar que o cabo é o que se rompeu na torre de transmissão de energia da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig), somente o laudo pericial poderá afirmar.

Figura 17: Cabo é encontrado enrolado em hélice de avião.



Segundo o delegado regional de Caratinga, Ivan Lopes Sales, não dá para afirmar que o cabo é o que se rompeu na torre de transmissão. Destroços da aeronave serão encaminhados ao Rio de Janeiro e os motores para Sorocaba.

Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2021/11/08/policia-civil-encontra-cabo-enrolado-na-helice-do-aviao-que-caiu-com-marilia-mendonca.ghtml>. Acesso em 15 set. 2022.

4.2.5 Publicações nas redes sociais oficiais

Os teóricos do contingenciamento de crise defendem que não se deve deixar a imprensa e a sociedade sem respostas sobre o acontecimento. Diante disso, Martinuzzo (2013, p.100) indica que utilizem das ferramentas digitais, como os perfis nas redes sociais para também comunicar sobre a crise. No perfil da cantora Marília Mendonça no Instagram e no Twitter a assessoria confirmou a morte da cantora com uma nota (Figura 18) acompanhada da seguinte legenda: “Com imenso pesar divulgamos essa nota. Desejamos muita força e luz para todos que ficam. Equipe Marília Mendonça”. Já na página do Facebook a informação não foi publicada como indicado por Martinuzzo (2013).

Figura 18: Imagem postada no Instagram e Twitter da artista no dia do ocorrido.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CV6SlxVvxPQ/>. Acesso em: 4 de abril. 2022.

A empresa que administrava a carreira da artista, Work Show, também publicou uma nota em seus perfis das redes sociais como mostra a figura 19. Confirma a morte da cantora e informa pausa na agenda de shows de todos os artistas administrados pelo escritório.

Figura 19: Pronunciamento da empresa que administrava a carreira de Marília Mendonça.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CV6QEzspyUV/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>.
Acesso em: 4 abril. 2022.

A PEC Aviação publicou no dia 5 de novembro às 19h27 em todas as suas redes sociais uma imagem (Figura 20) que representa luto acompanhada da legenda com o pronunciamento da empresa com relação ao acidente. Por meio da nota a empresa narrou o acontecimento, elencou as condições favoráveis do avião e se solidarizou:

A PEC Táxi Aéreo lamenta profundamente o acidente trágico ocorrido na tarde dessa sexta-feira (05/11/2021) com sua aeronave, o qual ocorreu nas proximidades do aeroporto de Caratinga-MG. A empresa, assim que tomou conhecimento do ocorrido, acionou as autoridades competentes para a imediata promoção do resgate necessário. Todos os ocupantes da aeronave (três passageiros[as] e dois tripulantes), lamentavelmente, vieram à óbito – sendo que a PEC se solidariza com os familiares e amigos das vítimas e lhes presta as sinceras condolências. A respeito da operação, cumpre mencionar que: (a) o avião envolvido no acidente era devidamente homologado pela ANAC para transporte aéreo de passageiros e estava plenamente aeronavegável; (b) a tripulação engajada na operação tinha grande experiência de voo e também estava devidamente habilitada pela ANAC, com todos os treinamentos atualizados; (c) as condições meteorológicas eram favoráveis. As causas do evento ainda são incertas e serão devidamente apuradas pelas autoridades aeronáuticas. A PEC se coloca à disposição das autoridades e prestará os devidos auxílios aos familiares das vítimas.

Figura 20: Imagem que acompanhou a nota da empresa proprietária do avião.



Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=668260851227950&set=pb.100063516972809.-2207520000>. Acesso em: 4 abril. 2022.

Apesar de manter sua comunicação com a imprensa, a Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) somente publicou em suas redes sociais sobre o acidente, no dia 6 de novembro. No comunicado exposto na figura 21, a assessoria se preocupa em esclarecer que a torre que teve o cabo atingido pelo avião não está presente na área de proteção do aeroporto. Esse pronunciamento ocorre diante da repercussão que gerou a notícia da colisão com o cabo da torre, gerando o questionamento se ela deveria estar sinalizada.

Figura 21: Cemig esclarece que torre está fora da área de proteção.



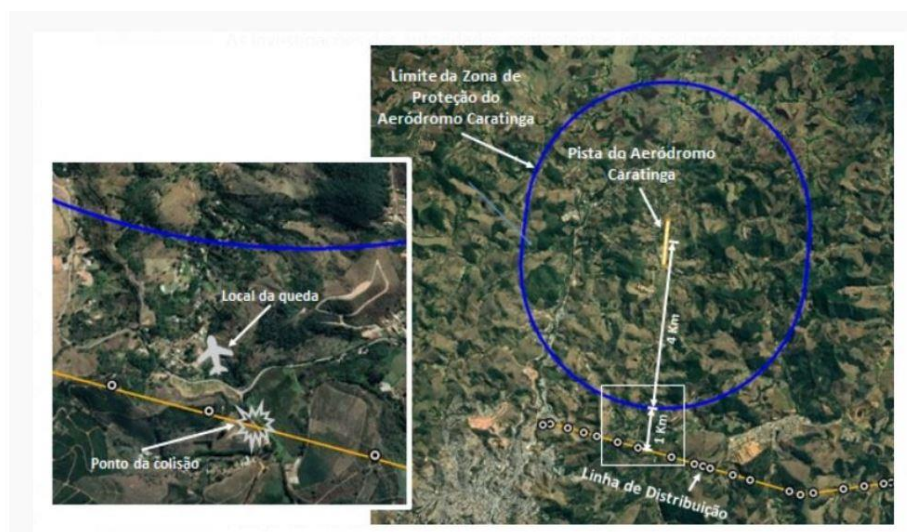
Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CV8y2fcM82u/>. Acesso em 4 abril. 2022.

A publicação foi acompanhada de uma legenda com mais esclarecimentos e um link que direcionava para o site da organização com uma nota oficial e um mapa da região para comprovar que a torre não estava na área. No texto de legenda da publicação posicionam que:

A Cemig esclarece que a linha de distribuição atingida pela aeronave prefixo PT-ONJ não está na zona de proteção do Aeródromo de Caratinga. As esferas de sinalização na cor laranja são exigidas em situações específicas, entre elas estar em zona de proteção de aeródromos, o que não é o caso da torre que teve seu cabo atingido. As investigações das autoridades competentes irão esclarecer as causas do acidente. A Companhia volta a lamentar o trágico acidente e mais uma vez se solidariza com parentes e amigos das vítima (INSTAGRAM, 2021).

A página no site apresentava um demonstrativo da posição da Linha de Distribuição, como exposto na figura 22. Havia um texto mais técnico citando que o avião estava “fora da zona de proteção do Aeródromo de Caratinga, nos termos de Portaria específica do Departamento de Controle do Espaço Aéreo (DECEA), do Comando da Aeronáutica Brasileiro.” O comunicado ainda reafirmou que a Cemig segue rigorosamente as Normas Técnicas Brasileiras e a regulamentação.

Figura 22: Demonstrativo da posição da Linha de Distribuição da Cemig.



Disponível em: <https://www.cemig.com.br/noticia/nota-de-esclarecimento-acidente-do-aviao-bimotor-em-linha-de-distribuicao-no-municipio-de-caratinga/>. Acesso em: 4 abril. 2022.

Os pronunciamentos apresentados no capítulo, mostra o comportamento de cada Assessoria de Imprensa no contingenciamento da crise gerada pelo acidente, essa que é classificada como tempestiva, sendo inesperada, um desastre com avião (TORQUATO, 2012, p.275). Apesar de seu grau de imprevisibilidade, a criação do plano de contingência de crise nas organizações tem como base justamente mapear os riscos antecipadamente com ações de prevenção, enfrentamento e a superação do episódio (MARTINUZZO, 2013, p.95).

Diante disso, é recomendado que toda empresa, figura pública e instituição tenha um esquema de ações emergenciais, visto que, automaticamente, uma crise altera a rotina organizacional e agir sem preparo pode gerar graves consequências para os envolvidos, afetando sua imagem e reputação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa discutiu a importância do profissional de assessoria de imprensa nas organizações sendo responsáveis pela comunicação em períodos de crise, principalmente, em casos de morte. Esse profissional é responsável pela elaboração do manual de contingenciamento de crise da organização e formação de um comitê. Conforme o levantamento bibliográfico, é de grande importância seguir os protocolos de contingenciamento de crise para evitar danos à imagem da organização, quando possível.

Diante disso, o trabalho abordou a crise que atingiu as assessorias de imprensa da cantora Marília Mendonça, da empresa PEC Aviação e da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig), em 5 de novembro de 2021. Um acidente aéreo que ocasionou a morte dos cinco presentes, inclusive, a cantora Marília Mendonça. Considerando as publicações realizadas pelo G1 no dia do acidente até 8 de novembro de 2021, foi possível discutir o papel da Assessoria de Imprensa em momentos de crise com caso de morte, descrevendo as ações e procedimentos de gerenciamento de crise realizados pelas assessorias.

Perante o exposto, a hipótese foi confirmada, visualizando que nem todos os passos dos manuais de contingenciamento de crise foram seguidos e que a assessoria que teve problemas com maiores repercussões nesse sentido foi a da Marília Mendonça em função da falta de veracidade das informações iniciais. A PEC Aviação apresentou demora em se pronunciar inicialmente, permitindo que outras organizações falassem pela empresa. Além disso, obteve apenas um pronunciamento que serviu para todos os públicos, sendo uma nota de esclarecimento que narra o acontecimento, elenca as condições favoráveis do avião e se solidariza. A Cemig apresentou uma boa comunicação com os veículos da imprensa, porém somente diante de uma alta repercussão sobre um comunicado realizado anteriormente, no qual informava que o avião atingiu o cabo de uma torre de distribuição de energia, que ela se pronunciou em suas redes e site apresentando todas as informações necessárias e sendo conclusiva. É notório que a assessoria apresentou respostas imediatas diante dos boatos gerados e permaneceu disponível para a imprensa. Dessa forma, o trabalho mostrou as diferenças no comportamento das assessorias diante de uma crise com caso de morte.

Por meio dessa pesquisa, foi possível identificar atitudes que as assessorias podiam ter realizado para evitar os eventuais descuidos que ocasionou em uma cobertura jornalística ainda mais comovente. Algumas dessas atitudes são: comunicar somente em caso de absoluta certeza das informações, sendo transparente com o público e com os veículos de comunicação; analisar a fonte antes de se posicionar e ser conclusivo, não deixando que outras instituições falem por você.

Para essa análise não foram considerados detalhes específicos do acidente, somente situações que exigiam um posicionamento das assessorias. Embora, a título de considerações finais, seja importante justificar que essa pesquisa é voltada para a atuação e o comportamento das assessorias das três empresas envolvidas. Devido seu ineditismo, é possível analisar outros aspectos e encontrar novos resultados a partir de outros trabalhos.

8 REFERÊNCIAS

ARGENTI, P. **Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CHAPARRO, M. C. **Cem Anos da Assessoria de Imprensa**. In: DUARTE, Jorge. *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Prática*. 3. ed. São Paulo: Atlas Ltda, 2009.

DUARTE, J. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – Teoria e técnica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

DUARTE, J. **Assessoria de Imprensa no Brasil**. In: DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica*. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas Ltda, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016147/cfi/6/32!/4/2/4@0:0>>. Acesso em: 16 abril 2022.

FARIA, A. **Crise em comunicação: o que é e como enfrentar**. Brasília, 2006.

FERRARETO, E. K. **A Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2009.

FERRARETO, L. A. **A Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2009.

FENAJ. **Manual de assessoria de comunicação imprensa**. 4. ed. Brasília: Fenaj, 2007.

FORNI, J. J. **Assessoria de imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas Ltda, 2002.

FORNI, J. J. **Gestão da Comunicação em Situações de Crise**. In: DUARTE, Jorge. *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Prática*. 3. ed. São Paulo: Atlas Ltda, 2009.

FORNI, J. J. **Gestão de Crises e Comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022971/>>. Acesso em: 25 maio. 2022.

LOPES, B. **O que é Assessoria de Imprensa**. 1. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia**. 4. Ed. São Paulo: Contexto, 2012. Disponível em: <<https://issuu.com/taidaquino/docs/assessoria-de-imprensa-como-se-rela>> Acesso em: 25 maio 2022.

MARTINUZZO, J. A. **Seis questões fundamentais de comunicação organizacional estratégica em rede**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2013.

NETO, B. **Comunicação Corporativa e Reputação**: Construção e defesa da imagem favorável. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

RESENDE, L. **Economia, valor notícia e assessorias de imprensa**. Monografia. Faculdade Cândido Mendes de Vitória. Vitória, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/resende-lino-economia-valor-noticia.pdf>> Acesso em: 20 maio 2022.

ROSA, M. **A Síndrome de Aquiles**: como lidar com crises de imagem. SP: Gente, 2001.

ROSA, M. **A reputação sob a lógica do tempo real**. Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 2007. Disponível em: <<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/110>> Acesso em: 30 setembro 2022.

SANTOS, D. **Comunicação interna e crise organizacional**: Reflexão breve sobre caso nas Obras Sociais Irmã Dulce. 2013. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/portal/wp-content/uploads/2014/09/Monografia-2013.pdf>>. Acesso em: 10 setembro 2022.

SAVERI, M.; MELANI, P. A. **Importância do Assessor de Imprensa no Gerenciamento de Crises Organizacionais**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-0951-1.pdf>> Acesso em: 13 março 2022.

TEXEIRA, P. **Caiu na rede e agora? Gestão e gerenciamento de crise nas redes**. 1. ed. São Paulo: 2013.

TORQUATO, G. **Cultura, poder, comunicação, crise e imagem: fundamentos das organizações do século XXI**. 1º ed. São Paulo: 2012.

VERAS, L. **CRISE**. In: Glossário de Comunicação Pública. Brasília: Casa das Musas, 2006. Disponível em: <<https://abcpública.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Glossario-Com-P%C3%BAblica-lesb-2006.pdf>> Acesso em: 15 outubro 2022.