



# Manual de Relacionamento com a Imprensa

[www.udesc.br/politica-de-comunicacao](http://www.udesc.br/politica-de-comunicacao)



**Reitor**

Marcus Tomasi

**Secretário de Comunicação**

Luiz Eduardo Schmitt

**Secretaria de Comunicação da Udesc**

comunicacao@udesc.br | (48) 3664-8009

# Manual de Relacionamento com a Imprensa

**Coordenação**

Celia Penteado

**Colaboradores**

Carlito Costa e Thiago César Augusto

**Revisão**

Rodrigo Brüning Schmitt

**Edição Gráfica**

Gustavo Cabral Vaz e Fê Pimentel Teixeira

Este manual integra as iniciativas previstas  
na Política de Comunicação da Udesc

# Sumário

Apresentação .....	4
Funções da Secom.....	5
O que faz a Assessoria de Comunicação?.....	5
O que é notícia? .....	6
Notícia é diferente de reportagem.....	6
Por que a Udesc deve estar na mídia? .....	6
Por que a imprensa abre menos espaço para certos assuntos? .....	7
O que faz o Media training?.....	7
Quem fala pela instituição?.....	8
A entrevista .....	8
Regras básicas .....	9
Conclusão .....	10
Evite .....	11
Dicas para a imagem.....	12
Diante das câmeras .....	12
É importante lembrar .....	13
Mídias sociais .....	14
Como sugerir pautas .....	14
Centros com jornalistas .....	15



# Apresentação

Em linhas gerais, o Manual de Relacionamento com a Imprensa apresenta algumas das atividades realizadas pela Secretaria de Comunicação (Secom), da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc), junto aos jornalistas.

O guia é dirigido aos servidores da instituição, uma vez que a compreensão dos critérios utilizados pelos jornalistas, assim como da sua rotina de trabalho, é um fator decisivo para um bom relacionamento com a mídia.

Vale lembrar que, por meio da mídia, a universidade presta contas à sociedade e a transparência é um dos princípios que deve reger o dia a dia dos servidores públicos.

Neste manual, o leitor terá oportunidade de compreender quais são as atividades de uma assessoria de comunicação; o que é notícia; os critérios utilizados pela mídia e orientações para entrevistas, entre outros tópicos.

Vale destacar que este manual integra as iniciativas previstas na Política de Comunicação da Udesc.

**Secretaria de Comunicação da Udesc**

# Funções da Secom

- ▶ A Secom propõe e implementa estratégias de divulgação que favoreçam o diálogo com a comunidade acadêmica, ampliando a inserção da Udesc na mídia.
- ▶ Buscando integrar públicos interno e externo da universidade, a Secom coordena as atividades relacionadas à comunicação da instituição e responde pela Política de Comunicação da Udesc;
- ▶ A Secom trabalha de forma conjunta com as assessorias de Comunicação das unidades e com as rádios Udesc FM.

## O que faz a Assessoria de Comunicação?

- ▶ Identifica o que é de interesse público e o que pode ser aproveitado como material jornalístico;
- ▶ Desenvolve uma relação de confiança com os jornalistas da imprensa (jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e portais de notícias);
- ▶ Dissemina as atividades produzidas pela comunidade acadêmica da Udesc que sejam de interesse público por meio dos veículos de comunicação institucionais e as divulga à imprensa;
- ▶ Elabora ações de comunicação interna e externa, usando os meios de comunicação da universidade;
- ▶ Cria canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da instituição e suas atividades;

# O que é notícia?

Notícia, em geral, é um relato de fatos atuais que tenham interesse público.

Os principais critérios de noticiabilidade:

- ▶ Atualidade;
- ▶ Impacto;
- ▶ Importância;
- ▶ Raridade;
- ▶ Interesse humano;
- ▶ Utilidade pública;

As assessorias de Comunicação trabalham para aumentar a visibilidade das instituições e para ampliar a presença editorial da organização nos veículos de comunicação. Para atingir esses objetivos, é necessário produzir textos informativos para divulgação jornalística, tais como: sugestões de pauta, releases, informes oficiais e comunicados;

As assessorias de Comunicação têm a capacidade de detectar o que é e o que não é notícia em uma instituição. Por isso, recomenda-se que, ao ser contatado pelo veículo de comunicação, o professor/técnico/aluno fale com a Secom para que ela acompanhe o processo, orientando o entrevistado e assessorando a mídia;

## Notícia é diferente de reportagem...

Toda reportagem é uma notícia, mas nem toda a notícia é uma reportagem. Em uma reportagem, existe um esforço maior de apuração por parte dos jornalistas, que envolve mais fontes e nem sempre trata de um assunto factual. A reportagem gira em torno de um assunto, ainda que esse assunto tenha sempre ligação com alguma realidade atual. A notícia gira em torno de fatos, acontecimentos pontuais.

## Por que a Udesc deve estar na mídia?

A imprensa oferece uma oportunidade de prestação de contas à sociedade sobre assuntos de relevância pública. Por meio dessa visibilidade, é possível conquistar a opinião pública e conseqüentemente melhorar a imagem da Udesc junto à coletividade. A Udesc só tem a ganhar com um bom relacionamento com a imprensa.

# Por que a imprensa abre menos espaço para certos assuntos?

Ao contrário do que muitas pessoas pensam, a escolha do que vai ser ou não publicado na imprensa e a forma como as informações aparecem no jornal, rádio, TV ou internet não são uma escolha totalmente subjetiva dos jornalistas. Existem critérios técnicos para definir se um fato é ou não notícia – em outras palavras, se determinado órgão de imprensa vai ou não publicar algo sobre o assunto e com que destaque. Isso explica porque jornais concorrentes dão frequentemente quase a mesma manchete de primeira página. Obviamente eles não combinaram isso – são concorrentes. Mas compartilham os mesmos critérios jornalísticos.

Esses critérios levam em consideração ainda o público a que determinado órgão de imprensa se dirige. O que é relevante para um jornal ou programa de TV pode não ser para outro porque os dois falam para públicos diferentes.

É comum que a fonte da informação e a imprensa tenham visões diferentes sobre a relevância de um assunto – justamente porque não usam os mesmos critérios. Você pode estar certo de que determinado fato é extremamente importante para sua área, mas deve lembrar que a imprensa tem seus próprios critérios para determinar o que é importante. Se ela não fizer isso, não atinge seu próprio público.

## O que é o media training?

É um treinamento para aprender a se relacionar adequadamente com a imprensa. Conhecendo o funcionamento do trabalho jornalístico nas redações, o porta-voz, ou seja a pessoa que representa a instituição, sente-se mais confortável para lidar com os veículos de comunicação em entrevistas, programas de televisão e abordagens de repórteres.

# Quem fala pela instituição?

A instituição deve determinar quem fala por ela. No aspecto institucional, de preferência, deve falar o reitor ou o vice-reitor. No caso de um assunto mais técnico, de uma pesquisa, estudo, trabalho ou atividade específica, o responsável pela área poderá dar entrevista, com prévia orientação.

## A entrevista

- ▶ Quando o jornalista vier até à Udesc, é importante que a assessoria ou o entrevistado o recepcionem e o levem até o local da entrevista;
- ▶ Quando estiver acompanhado pela imprensa, o entrevistado deve evitar falar ao telefone ou manter conversações com outras pessoas pelo caminho;
- ▶ O ambiente deve estar arrumado para receber a imprensa;
- ▶ A partir da entrevista, o jornalista reúne informações para desenvolver a reportagem com as declarações do entrevistado entre aspas;
- ▶ A entrevista é uma conversa com a finalidade de obter histórias, dados, declarações e informações a partir das fontes;
- ▶ O entrevistado deve compartilhar informações e não ostentar sabedoria;
- ▶ As fontes devem estar preparadas para responder o que for questionado, respondendo de forma objetiva e clara;
- ▶ O jornalista pode contestar informações fornecidas pelo entrevistado, isso não quer dizer necessariamente que o repórter queira confrontar o entrevistado;
- ▶ As pessoas por quais os jornalistas tomam conhecimento de informações, opiniões ou dados são chamadas de fontes. E as fontes confiáveis são as que se preparam para colaborar com o trabalho de esclarecimento do público;
- ▶ Porta-vozes e fontes com conteúdo e credibilidade são reconhecidos com o tempo e geralmente são indicados por gestores e pela assessoria de comunicação;
- ▶ A ideia é expandir a informação de forma natural, com espontaneidade. A fonte não deve “representar” um papel quando estiver concedendo a entrevista ao repórter;



# Regras básicas

- ▶ Conheça bem o tema para falar com o público;
- ▶ Saiba qual é o assunto da entrevista antes de concedê-la. Se o repórter mudar a pauta durante a conversa, informe que prefere não tratar do tema apresentado, mas que poderá encaminhá-lo para o porta-voz adequado;
- ▶ Ouça, pense e responda. Se não entender a pergunta, peça ao jornalista para repetir;
- ▶ Responda com clareza e objetividade e cuidado para não falar mais do que o necessário;
- ▶ Verifique se o repórter compreendeu o que foi dito;
- ▶ Procure responder cada pergunta utilizando no máximo 10 a 20 segundos se for entrevista para televisão;
- ▶ Facilite o acesso às informações e disponha o tempo suficiente para atender o jornalista;
- ▶ Para dar mais credibilidade ao discurso, ilustre-o com exemplos de ações concretas realizadas;
- ▶ Aja com naturalidade e busque ser compreensível;
- ▶ Mantenha o foco;
- ▶ Tenha paciência;
- ▶ Não chegue atrasado e nem faça o jornalista esperar na sua sala. Se possível, chegue 20 minutos antes de começar. Converse, sinta o ambiente. Agindo dessa forma, os riscos de algo dar errado diminuem bastante;
- ▶ Respeite a autonomia do jornalista.

# Conclusão

- ▶ Em entrevistas para programas de TV e rádio, cumprimente o entrevistador com um cordial “Bom dia”, “Boa tarde” ou “Boa Noite”. Nada de “É um prazer estar no seu programa” ou “Olá telespectadores”;
- ▶ Responda somente depois de terminada a pergunta;
- ▶ Evite interromper o repórter durante o questionamento;
- ▶ Quando houver mais de um assunto em uma pergunta, responda cada um separadamente;
- ▶ Fale naturalmente. É a melhor maneira de se sair bem, especialmente quando se trata de um diálogo ao vivo para televisão;
- ▶ A linguagem rebuscada, com palavras “de dicionário”, pode transformar você num entrevistado arrogante. Quanto mais claro você for, a mensagem será entendida rapidamente pelo jornalista e pelo público;
- ▶ Não use termos muito técnicos, “traduza” para a linguagem coloquial, pense no público que vai receber a informação;
- ▶ Mantenha uma garrafa de água próxima a você durante toda a entrevista, pois ela ajuda a refrescar as cordas vocais e a manter o timbre da voz;
- ▶ Cinegrafistas e fotógrafos são responsáveis pela sua imagem, portanto, dedique a eles o mesmo tratamento dado ao jornalista;
- ▶ Entrevista em rádio: a voz é a principal arma para que sua imagem “soe” positiva;
- ▶ Atenção à norma culta da língua portuguesa;
- ▶ Salve os e-mails trocados com jornalistas;
- ▶ Ao responder uma pergunta, concentre-se nos principais argumentos, falando objetivamente, sem se alongar. Com respostas curtas, você pode abordar mais tópicos se a entrevista for ao vivo e terá menos falas editadas (cortadas para caber no tempo da entrevista) se for gravada, aumentando assim seu controle sobre o que irá ao ar.

# Evite

- ▶ Ser ou parecer arrogante. Seja firme se for o caso, mas sempre com cordialidade.
- ▶ Enrolar, mentir ou “fugir”. Quando não puder responder, diga isso claramente. Você pode dizer, de um jeito elegante, que não sabe, que não pode informar ou que tem dúvidas sobre o assunto. Credibilidade é ingrediente básico na relação;
- ▶ Divulgar informações confidenciais. Diga só o que você está autorizado. Lembre-se: estão em jogo sua imagem e a da universidade;
- ▶ Expressões em moda como: “com certeza”, “a nível de”, “sinalizar”, além de gírias;
- ▶ Qualificar produto ou serviço;
- ▶ Usar o gerúndio: “Vou estar falando, fazendo, levando”;
- ▶ Cuidado com expressões redundantes: “acrescentar mais um dado”, “voltar atrás na decisão”, “planejamento feito com antecedência”, “apresentar novidade inédita”, etc..
- ▶ Evite o “aannnn.... aannn” de uma frase para a outra e, no fim de cada uma, aqueles irritantes “né?” e ‘tá?” ou “tá entendendo?”. Para não dar branco, pense mais na linha de raciocínio, sem se preocupar demais com as construções de frases.;
- ▶ É preciso ter atenção aos comentários de bastidores. Mesmo que a entrevista não esteja formalmente em curso, registros serão feitos;
- ▶ Não se intimide com o jornalista mesmo que ele mantenha uma postura enérgica ou pareça armar ciladas;
- ▶ Se o jornalista pedir uma informação sigilosa ou em “off”, tenha cuidado, pois não há garantias de que esses dados não serão, de fato, utilizados.
- ▶ Não seja você o intimidador, tampouco busque desafiar a inteligência do jornalista;
- ▶ Não pegue no microfone. O aparelho é o equipamento de trabalho do repórter e serve apenas para captar sua voz;
- ▶ Tenha sempre em mente que você está respondendo para o leitor, telespectador ou ouvinte. Considere o público-alvo e comunique-se;
- ▶ Não retruque o repórter com perguntas pessoais, do tipo “No seu caso, o que você faria?”.

# Dicas para a imagem

▶ Não esqueça que, para TV, jornais e revistas (quando há fotos), a imagem está em exposição: mantenha uma postura elegante.

## Diante das câmeras

- ▶ Uma boa dicção é indispensável para ajudar a prender a atenção do interlocutor. Vale a pena ensaiar, quando há tempo, de frente a um espelho e diante de pessoas;
- ▶ A roupa deve ser discreta para não desviar a atenção do interlocutor;
- ▶ Leve em consideração, na hora de vestir-se para uma entrevista, qual o programa, o público-alvo do mesmo e até mesmo o horário;
- ▶ Na escolha das cores para se vestir, esqueça o preto e o branco;
- ▶ Evite usar listras ou xadrez inadequadas porque provocam um efeito desagradável de embaralhamento das estampas e não permitem a definição das listras e cores;
- ▶ Não use roupa amassada ou com manchas de suor e tire os óculos escuros, mesmo que esteja debaixo de sol;
- ▶ Evite usar joias chamativas, como também gravatas que chamem muito a atenção;
- ▶ Mulheres: evite usar roupas curtas ou com decote, quando estiver representando a universidade e participando de eventos;
- ▶ Cuidado com penteados e maquiagem. Evite o que chame a atenção ou seja exótico ou anticonvencional;
- ▶ Na dúvida, peça ao assessor de comunicação dicas para o que vestir;
- ▶ Homens devem ir barbeados para facilitar a maquiagem.
- ▶ Comece a responder a pergunta olhando para o entrevistador. A entrevista é uma conversa entre o jornalista e o entrevistado. O telespectador não faz parte do diálogo. Ele apenas assiste;
- ▶ Procure uma posição confortável, posicione-se na cadeira sem rigidez, mas com elegância. Coloque os dois pés no chão ou cruze as pernas. Evite as mãos nos bolsos e procure sorrir com naturalidade. Mantenha a cabeça levantada, mas sem exageros;
- ▶ Adote uma postura de disposição, mas não faça gestos bruscos, não fique balançando as pernas ou se mexendo de um lado para o outro.

# É importante lembrar

- ▶ Não evite uma entrevista a um veículo só porque ele não tem prestígio ou não é muito conhecido. Além disso, o repórter que trabalha hoje para um jornal menos expressivo pode, no futuro, trabalhar para um grande veículo de comunicação;
- ▶ Há sempre três lados: da fonte (você), do jornalista e da opinião pública;
- ▶ Não se exceda ao cumprimentar jornalistas em grandes eventos, assim como colegas e demais convidados;
- ▶ Esqueça a “cola”. Não pega bem você ler o roteiro durante uma entrevista. As respostas têm que ser espontâneas. Se você domina o conteúdo, relaxe. Uma explicação simplificada e objetiva é o que o entrevistador espera de você;
- ▶ Evite fazer “caras e bocas”, como balançar a cabeça positiva ou negativamente na hora da entrevista e também em fotos;
- ▶ Não peça para ver a matéria antes da publicação. Quando verificado algum erro, encaminhe à Assessoria de Comunicação da Udesc para que sejam tomadas as providências de correção;
- ▶ Não confunda anúncio com matéria. Você paga pelo primeiro e divulga o que quiser. Já a matéria divulga algo de interesse coletivo. O espaço editorial dos veículos sérios não está à venda, portanto, não tente comprá-los;
- ▶ Nem sempre as informações são apresentadas do jeito que gostaríamos. Elas são selecionadas, editadas e, às vezes, aproveita-se apenas uma frase;
- ▶ Se houver erro, uma boa estratégia é a assessoria entrar em contato com o jornalista e explicar, sem cobrar correção, salvo em situação mais graves. Insista apenas se for factual e relevante. O mais importante é manter canais abertos com a imprensa e um saldo médio positivo;
- ▶ Depois da conversa, agradeça a oportunidade e coloque-se à disposição do jornalista para esclarecimentos.

# Mídias sociais

- ▶ As mídias sociais são um espaço público. O que está na internet está no mundo. Por isso, tenha bom senso. Cada palavra, cada foto e cada link fazem parte de um perfil que você fornece publicamente;
- ▶ Não fale mal da empresa e de colegas de trabalho;
- ▶ Não poste fotos sensuais;
- ▶ Não poste assuntos sigilosos;
- ▶ Não poste frases do tipo “Ainda bem que hoje é sexta-feira”;
- ▶ Não publique fotos em que apareça em situações constrangedoras
- ▶ Não cometa erros de português;
- ▶ Referências sexuais e preconceituosas são proibidas.

## Como sugerir notícias e pautas

É importante fornecer informações básicas sobre a notícia a ser divulgada, como “quem participa”, “objetivos da iniciativa”, “de que forma ocorrerá”, “quando e onde será realizado”, etc. O texto de divulgação será elaborado por jornalistas que trabalham na Udesc.

Os setores da Reitoria e os centros de ensino que não têm jornalistas devem entrar em contato com a Secom e falar com um dos profissionais da secretaria:

- ▶ Celia Penteado
- ▶ Luiz Eduardo Schmitt
- ▶ Rodrigo Brüning Schmitt
- ▶ Valmor Pizzetti

O contato também pode ser por e-mail ([comunicacao@udesc.br](mailto:comunicacao@udesc.br)) e pelo telefone (48) 3321-8142 / 8143.

# Centros com jornalista

- ▶ **Udesc Ceart** • jornalista Laís Moser: (48) 3321-8350  
e-mail: comunicacao.ceart@udesc.br
- ▶ **Udesc Cefid** • jornalista Carlito Costa: (48) 3321-8622  
e-mail: comunicacao.cefid@udesc.br
- ▶ **Udesc Faed** • jornalista Carolina Hommerding: (48) 3321-8512  
e-mail: comunicacao.faed@udesc.br
- ▶ **Udesc Esag** • jornalista Gustavo Cabral Vaz: (48) 3321-8281  
e-mail: comunicacao.esag@udesc.br
- ▶ **Udesc Joinville** • jornalista Isabela Vargas: (47) 4009-7930  
e-mail: comunicacao.cct@udesc.br
- ▶ **Udesc Lages** • jornalista Tatiane Oliveira: (49) 3311-9300  
e-mail: comunicacao.lages@udesc.br

## Rádios Udesc FM

- ▶ Florianópolis 100,1.....(48) 3321-8081 / e-mail: radio@udesc.br
- ▶ Joinville 99,1.....(47) 3423-0900 / e-mail: radio@cct.udesc.br
- ▶ Lages 106,9.....(49) 2101-9134 / e-mail: radio@cav.udesc.br



Av. Madre Benvenuta, 2007 | Itacorubi | Florianópolis/SC  
CEP 88035-901 | Telefone: (48) 3664-8000  
[www.udesc.br](http://www.udesc.br) | [facebook.com/udesc](https://facebook.com/udesc) | [twitter @udesc](https://twitter.com/udesc)