

MINIGUIA DE RELACIONAMENTO
COM A IMPRENSA



UnB | Secom

Reitora

Márcia Abrahão

Vice-reitor

Enrique Huelva

Decano de Ensino de Graduação

Sérgio Antônio Andrade Freitas

Decana de Pós-Graduação

Helena Eri Shimizu

Decana de Pesquisa e Inovação

Maria Emília Machado Telles Walter

Decana de Extensão

Olgamir Amancia Ferreira

Decano de Assuntos Comunitários

André Luiz Teixeira Reis

Decano de Gestão de Pessoas

Carlos Vieira Mota

Decana de Administração

Maria Lucília dos Santos

Decana de Planejamento, Orçamento e Avaliação Institucional

Denise Imbroisi

Secretária de Comunicação

Thaís de Mendonça Jorge

Edição: Helen Lopes

Redação (texto e organização): Shirley Gonçalves

Revisão: Karin Ventura

Projeto Gráfico e diagramação: Gabriel Pereira

MINIGUIA DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Fundação Universidade de Brasília
Secretaria de Comunicação (Secom)

1ª Edição Brasília – DF – 2018

SUMÁRIO

- 5** **Apresentação**
- 6** **Preparação para a entrevista**
 - 6 Antes
 - 7 Diante do repórter
 - 8 Depois
- 8** **Jornais e Revistas**
- 9** **Rádio**
- 10** **Televisão**
- 12** **Sites**
- 13** **Coletivas de imprensa**
- 14** **Gestão de crise**

APRESENTAÇÃO

A qualidade do ensino e a produção científica deram à Universidade de Brasília visibilidade e respeito junto à sociedade brasileira.

A divulgação dos serviços e das pesquisas da instituição faz parte do compromisso da UnB, como forma de dar retorno à comunidade, e atende a um dos pressupostos da democracia, o direito à informação.

A Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília (Secom/UnB) atua, neste sentido, para facilitar o acesso a essas informações e cultivar o bom relacionamento com os veículos de comunicação.

Este Miniguia pretende auxiliar as fontes da Universidade – professores, técnicos, estudantes e gestores – a construir e manter interação positiva com jornalistas e representantes da imprensa, com o objetivo de consolidar a imagem da instituição e projetar a produção científica.

As orientações a seguir foram elaboradas por meio da prática diária da Secom/UnB e estão respaldadas em estudos e manuais de assessoria de imprensa. Este material tem como objetivo servir de apoio no contato com os jornalistas, evitando problemas e promovendo o diálogo proveitoso.

Equipe da Secom/UnB

PREPARAÇÃO PARA A ENTREVISTA

Repórteres são curiosos, ousados, apressados, e têm grande fascínio por uma coisa: notícia. Quanto mais complexo for um assunto, mais exigirá a explicação de um professor, técnico, pesquisador ou representante da administração superior no momento de dar uma entrevista, comunicar os resultados de estudos, explicar o desenvolvimento de um projeto, trocar em miúdos uma pesquisa complicada e falar sobre acontecimentos e medidas importantes da Universidade.

Antes

- **Disponibilidade** – reserve sempre um tempo para falar com os jornalistas. Não adianta divulgar sugestões de pauta se as fontes indicadas não puderem atender aos veículos.
- **Prazos** – os repórteres precisam cumprir prazos para o fechamento da edição. Trabalham com informações atuais, factuais; por isso, é comum que as entrevistas sejam marcadas de última hora, sem aviso e com caráter de urgência. Responda às solicitações com a maior brevidade possível.
- **Colabore** – seja simpático, pontual, claro e objetivo em relação às declarações.
- **Atrasos** – caso ocorra algum atraso, avise o jornalista ou faça contato com a equipe da Secom/UnB.
- **Material de apoio** – tenha em mãos textos, gráficos, tabelas e números que julgar pertinentes para auxiliar o trabalho profissional de imprensa na preparação da matéria.



- **Distanciamento** – não fale com o repórter de maneira descomprometida. Ele não é uma pessoa próxima, não é um amigo.
- **Disposição** – a demora demasiada em atender à imprensa pode comprometer a imagem da instituição. A matéria será veiculada mesmo sem a sua entrevista.

Diante do Repórter

- **Perguntas** – fale com empenho. É importante ter um bom relacionamento com os veículos de comunicação.
- **Paciência** – muitas vezes o jornalista não teve tempo de se inteirar do assunto. Responda com calma e boa vontade.
- **Termos técnicos** – evite termos muito técnicos. Se houver necessidade, explique cada termo.
- **Autenticidade** – fale apenas sobre o assunto referente à sua área de domínio. Caso o repórter insista em saber a opinião sobre um tema diferente, diga que prefere não se pronunciar sobre algo que não é de sua competência.
- **Sinceridade** – você não é obrigado a responder se não quiser, não puder ou não souber. Seja sincero, fale que prefere não responder. No caso de questões sigilosas, explique as restrições. Não minta. O jornalista irá checar as informações.
- **Fale só o necessário** – para evitar especulações, não responda além do que for perguntado, a não ser que sejam informações relevantes.
- **Armadilha** – caso o repórter faça uma pergunta embaraçosa ou com a intenção de irritar, não caia nessa armadilha. Responda com calma e seriedade.

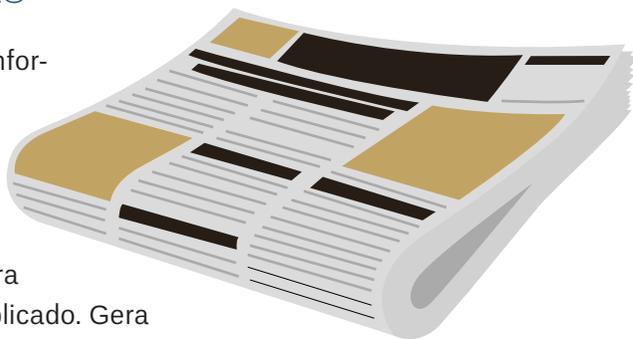
- **Evite falar de datas** – não se comprometa assegurando prazo ou datas para a realização ou conclusão de obras e serviços. O jornalista irá cobrar.

Depois

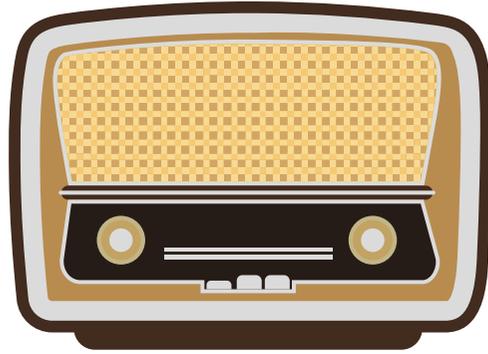
- **Encerramento** – não continue falando se já disse o que tinha para dizer, mesmo que ainda esteja com o microfone próximo à sua boca.
- **Edição** – o conteúdo produzido pelo jornalista será editado por outras pessoas, pode sofrer algumas alterações, e as falas longas serão reduzidas.
- **Publicação** – caso queira fazer alguma correção, entre em contato com o jornalista de maneira cordial ou com a Secom/UnB. Se não for relevante, desconsidere. Em algumas situações, a matéria pode não ser publicada ou ser adiada por diversos motivos.

JORNAIS E REVISTAS

- **Ao telefone** – repita as informações mais precisas. Fale com calma, clareza, e dê tempo para que o repórter faça as anotações.
- **Confiança** – não peça para ler o texto antes de ser publicado. Gera desconfiança.
- **Fotografia** – tente ficar à vontade. Quanto mais espontânea, mais bonita ficará a imagem. O fotógrafo explora vários ângulos até fazer o registro que será usado. Indique se você tem alguma preferência ou restrição.



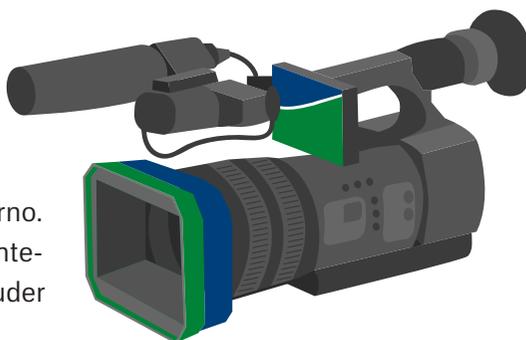
RÁDIO



- **Alcance** – no rádio, o alcance da fala é amplo e imediato. Vá direto ao assunto, fale pausadamente e repita as informações principais. Evite termos técnicos e dê exemplos práticos.
- **Ao vivo** – fale com naturalidade, cumprimente o ouvinte. Ainda que domine o assunto, imprevistos podem acontecer. Consulte o repórter antes de iniciar a entrevista. Seja conciso e direto nas respostas, comece pelo fato mais contundente. Procure responder às perguntas em, no máximo, 30 segundos.
- **Citações** – evite iniciar as respostas com expressões, como “ontem”, “como havia dito”, “repetindo”, “novamente”, “evidente”, “com certeza”. Fuja também de jargões e gírias.
- **Dicção** – fale devagar e aguarde cerca de cinco segundos para responder à próxima pergunta.
- **Empatia** – seja simpático e utilize uma linguagem agradável. Adote o ponto de vista do público. O ouvinte pode se dispersar com facilidade caso a entrevista seja monótona e sem entusiasmo.
- **Estrangeirismos** – evite ao máximo o uso de palavras estrangeiras.
- **Números, siglas e cifras** – no rádio, as informações mais importantes são sempre repetidas. Repita as cifras, que necessariamente precisam ser exatas, e identifique as siglas (UnB – Universidade de Brasília). Procure arredondar cifras e números para facilitar a compreensão do ouvinte. Use dados comparativos para mostrar a dimensão da informação.

- **Discurso** – não seja prolixo. Utilize ordem direta, frases curtas e poucos adjetivos. Dê entonação mais forte às informações estratégicas. Tente aproximar o assunto do ouvinte. Cuidado com o tom: não seja irônico nem agressivo.

TELEVISÃO

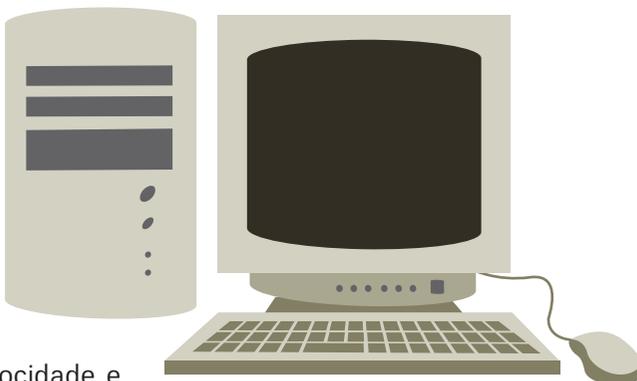


- **Ao vivo** – cumpra o horário determinado pelo repórter para não causar transtorno. Avise, com o máximo de antecedência possível, se não puder mais dar a entrevista.
- **Gravação** – se for necessário, antes da entrevista, passe as perguntas com o jornalista para se preparar melhor.
- **Câmera** – esqueça a câmera, aja naturalmente. O repórter dirá o que deve ser feito. Olhe para o jornalista enquanto ouve a pergunta. Durante a resposta, alterne o olhar entre o interlocutor e o espectador, ou seja, a câmera.
- **Clareza e concisão** – seja conciso, sua entrevista será editada. As falas (no jargão televisivo, “sonoras”) têm geralmente oito segundos. Tente responder em, no máximo, 30 segundos a cada pergunta. Dê prioridade às informações mais importantes, expondo as ideias de forma clara.
- **Estúdio** – antes de iniciar uma gravação, espere que a equipe dê orientações quanto aos procedimentos a serem tomados antes da entrevista (preparação de câmera, microfone).
- **Gestos** – evite gestos amplos. Deixe os braços sobre o colo. A linguagem corporal pode indicar mais do que o necessário.

- **Postura** – lembre-se que, enquanto estiver ao lado do repórter, a câmera registrará seus movimentos.
- **Imagem** – você representa a Universidade. A responsabilidade vem atrelada a cada frase que disser. Procure se posicionar de forma estratégica diante das câmeras e de objetos que tenham a imagem da marca UnB.
- **Microfone** – não segure o microfone que está na mão do repórter.
- **Voz** – use um tom moderado e, se possível, mantenha um copo d'água sempre por perto.
- **Visual** – homens e mulheres devem evitar roupas claras (o branco deve ser evitado por causar luminosidade excessiva) e cores fortes, camisas com listras ou xadrezes. Dê preferência às cores escuras e lisas.
- **Homens** – devem usar o paletó do terno abotoado. Recomenda-se usar ternos de cores sólidas, como cinza ou azul-marinho, com camisa de cor clara.
- **Mulheres** – manter os cabelos alinhados, além de ter atenção à maquiagem e aos acessórios, que devem ser discretos e leves.

SITES

- **Rapidez** – a internet veicula com muita rapidez as informações e faz atualizações constantes de assuntos que estão em evidência no mundo. O jornalista precisa alimentar os sites de notícias com muita velocidade e, por isso, a urgência em entrevistar os especialistas é muito comum. Em geral, não existe a possibilidade de marcar para outro dia e, muitas vezes, é necessário atendê-lo na hora.
- **Correções** – matérias on-line são mais flexíveis e abertas a correções. Como tudo ocorre em tempo real, mudanças têm efeito automático. Caso haja algum erro de informação, procure o jornalista ou a equipe da Secom/UnB para correção.
- **Material de apoio** – na internet, a imagem é muito importante para ilustrar a matéria. Ofereça, sempre que puder ou couber no assunto, gráficos, mapas, fotos, vídeos, apresentações de slides e tabelas ao jornalista.



COLETIVAS DE IMPRENSA

- **Assunto relevante** – a coletiva deve ser convocada somente quando o assunto for de relevante interesse público e não puder ser transmitido de outras maneiras, como por comunicados e notas oficiais. Caso contrário, resulta em desperdício de tempo, dinheiro e descrédito sobre a importância dos temas das próximas coletivas.
- **Local** – é necessário que o local escolhido seja amplo, capaz de comportar equipamentos de TV e jornalistas convidados com conforto. O local deve ter tomadas elétricas suficientes para microfones, câmeras e laptops e, de preferência, disponibilidade para recursos audiovisuais.
- **Respostas** – é importante preparar bem as declarações e fazê-las de maneira objetiva e direta. Se for conveniente, utilize recursos visuais para ilustrar a mensagem. Dê o mesmo tratamento a todos os repórteres, independente do veículo que representam. A coletiva não deve se alongar além de 45 minutos.
- **Após** – para terminar, diga simplesmente “obrigado(a) a todos(as)” e levante-se. Ao final da coletiva os repórteres de rádio e TV procuram as fontes para gravar entrevistas.



GESTÃO DE CRISE



- a. Planejamento e prevenção são as melhores medidas para evitar crises:
- A equipe de comunicação, com representante da administração, deve identificar temas de risco, apontando abordagens recorrentes na mídia;
 - A administração deve manter relatórios e dados atualizados, para que possam subsidiar situações de risco.
- b. Durante a crise:
- Criar comitê com membros da administração superior, pessoas ligadas diretamente ao tema em discussão, assessor jurídico (se for o caso) e assessor de imprensa;
 - Responder sempre que possível. O silêncio nesse momento é a pior opção;
 - Expor a posição da Universidade com clareza, objetividade, segurança e rapidez;
 - Ressaltar as providências tomadas. Quais e como serão executadas as medidas para sanar os problemas;
 - Evitar mudança de porta-voz. Uma só pessoa fala até que o assunto saia da mídia. Isso evita o risco de declarações desencontradas;
 - O porta-voz deve dominar o tema e ter desenvoltura, mas também conhecimento mais amplo da Universidade.





UnB | Secom

Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília
Campus Universitário Darcy Ribeiro
Prédio da Reitoria, 2º andar
Asa Norte, Brasília – DF, Brasil
CEP: 70.910-900
Telefone: +55 61 3107-0214
www.unb.br / secom@unb.br