



# Guia de Relacionamento com a Imprensa

[www.treinamentodemidia.com.br](http://www.treinamentodemidia.com.br)



## Apresentação

Criar e manter uma imagem positiva para a sociedade é talvez o maior desafio profissional e pessoal de quem busca destaque, através da mídia. O caminho para alcançar esse objetivo é a C O M U N I C A Ç Ã O.

O uso correto das palavras, a organização das idéias, a postura e o conteúdo da fala são instrumentos fundamentais para o bom desempenho numa entrevista. Mas se você deseja resultados positivos nesse treinamento precisa também de determinação e treino.

Aprender a se relacionar melhor com jornalistas e aproveitar de forma produtiva o espaço que a mídia oferece são algumas das metas de quem deseja ter sucesso na carreira.

Faça boa leitura, aproveite as dicas e se transforme num entrevistado de sucesso.

## Como funciona a redação



A estrutura de uma redação de jornal, TV ou rádio tem quase as mesmas características, com pequenas diferenças. Existe a mesma hierarquia que encontramos, por exemplo, no setor administrativo de uma indústria.

O funcionamento, no que se refere a horários, é que não se parece nem um pouco com outras áreas. Os jornalistas dizem com freqüência que têm hora para entrar, mas nunca sabem em que horário vão sair.

## Quem é quem na redação



## De onde vem a notícia

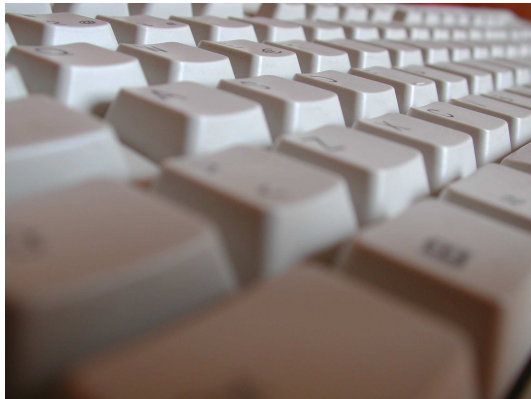


As redações recebem milhares de solicitações por dia. São reclamações, denúncias, sugestões de reportagens que chegam por telefone, fax, e-mail e pelas assessorias de imprensa.

Paralelamente ao atendimento feito ao leitor/ouvinte/telespectador/internauta, a redação tem uma postura pró-ativa na busca de notícias.

O contato freqüente com as fontes, a consulta às agências de notícias e o trabalho do departamento de rádio-escuta resulta numa grande oferta de assuntos.

## Como a redação escolhe a notícia



A notícia passa por diversas áreas de decisão antes que o jornalista opte por um determinado assunto para ser divulgado. É uma escolha subjetiva, porque depende do juízo de valor baseado no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do próprio jornalista.

Para organizar a cobertura dos principais eventos, as empresas de comunicação consideram: a atualidade, a distância da redação, o interesse da comunidade e a audiência.

## Por que se mostrar para a mídia



A sua empresa quer ter uma cara? Então comece a se livrar da modéstia. A organização em que você trabalha tem que se mostrar. E é sempre bom começar divulgando as boas ações praticadas pela corporação, enfocando a empresa como um todo e nunca um indivíduo isoladamente.

Boas pautas, além de contribuírem positivamente na relação com os jornalistas, são o caminho que sua empresa precisa seguir para ser reconhecida pela comunidade. Desta forma será mais fácil lidar com as situações difíceis.

## A relação empresa – imprensa



As relações com a mídia são a maior ferramenta de trabalho do assessor de imprensa. O grande desafio de uma Assessoria é reverter e minimizar situações de crise, transformando informações internas em notícias favoráveis à imagem de instituições públicas e privadas.

Saiba de que forma a informação pode ser aproveitada pela mídia:

- ♦ sugestão de pauta
- ♦ entrevista coletiva
- ♦ nota
- ♦ artigos

## Por que ser porta-voz



O interesse do jornalista pelo assunto da empresa gera o pedido de uma entrevista que deve ser concedida pelo porta-voz da instituição.

Rapidez no raciocínio, clareza de idéias, objetividade e jogo de cintura são características do porta-voz no contato com a imprensa. Saiba como desempenhar um bom papel com as dicas que vêm a seguir:

## Dicas práticas

1

**Sempre atenda um jornalista**, mesmo que seja para dizer que não tem as informações que ele deseja ou que não está autorizado a falar. Nesse caso, o encaminhe para a Assessoria de Imprensa que vai orientá-lo para o que precisa.

## Dicas práticas

2

**Cinegrafista e fotógrafo são os responsáveis pela sua imagem** portanto, dedique a eles o mesmo tratamento dado ao jornalista. É infeliz o comportamento de cumprimentar só o repórter, se esquecendo dos parceiros de trabalho como cinegrafista, iluminador ou motorista. Nem tente ser antipático com eles ou vão clicar um flagrante pouco atraente, como o dedo no nariz, meia furada e língua de fora.

## Dicas práticas

3

**Não misture anúncio com matéria.** O primeiro preenche o espaço publicitário dos jornais, revistas, emissoras de tv e rádio e sites e deve ser comprado. Você paga pelo espaço e divulga o que quiser. A matéria divulga algo de interesse da maioria. O espaço editorial dos veículos sérios não está à venda, portanto não tente comprá-los. O teor da matéria será divulgado da maneira como convier ao jornalista e ao jornal, sem a interferência direta de quem a sugeriu.

## Dicas práticas

4

**Tenha o bom senso de não “falar mais do que a boca”.** Informações confidenciais não podem ser divulgadas até que haja liberação. Não é porque você é porta-voz que pode sair falando tudo o que sabe. Diga só o que estiver autorizado. Lembre-se: estão em jogo a sua imagem e a da instituição que representa.

## Dicas práticas

5

**Esqueça os termos técnicos.** A linguagem rebuscada, com “palavras de dicionário”, pode transformar você num entrevistado arrogante. Ninguém é obrigado a saber o que você sabe. Não cobre do jornalista que ele saiba com maestria o que você levou anos para aprender. Quanto mais claro você for, a mensagem será entendida mais rapidamente pelo jornalista e pelo público que o veículo dele atende.

## Dicas práticas

6

**Não existe gafe maior de um entrevistado quando ele** desconsidera a presença do repórter de televisão e **responde a pergunta olhando para a câmera**, deixando o jornalista parecer um “segurador de microfone”. É errado achar que, pelo fato da câmera ser o olho de quem o assiste, você olha direto para o telespectador. O que ocorre naquele momento é uma conversa entre entrevistado e entrevistador. O telespectador apenas assiste; ele não faz parte da conversa.

## Dicas práticas

7

**Não pegue no microfone.** Leia de novo: não pegue no microfone. O aparelho é equipamento de trabalho do repórter e serve só para captar a sua voz.

Não cometa essa indelicadeza ou vai parecer apresentador de tv com o microfone na mão.

## Dicas práticas

8

**Para o homem** o ideal é usar gravata, mas nem sempre é necessário o paletó. Se a situação for mais informal, pode dispensá-lo. Nunca use camisa amassada ou com manchas de suor e tire os óculos escuros, mesmo que esteja debaixo do sol.

**Para a mulher** a dica é: NUNCA usar decotes chamativos, não queira ser o “bolo da noiva”. Sua marca deve ser a credibilidade, por isso não deve exagerar no visual.

## Dicas práticas

9

**Na escolha das cores** para se vestir para a entrevista, **esqueça o branco ou preto**. Camisas com listas ou xadrez são completamente inadequadas, porque provocam um efeito desagradável no vídeo chamado 'batimento', que causa embaralhamento das estampas, e não permite a definição das listras e cores.

## Dicas práticas

# 10

**Esqueça a “cola”.** Nada de levar texto escrito para a entrevista. Não vai pegar nada bem você abaixar a cabeça para ler o roteiro. 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.

## Dicas práticas

1 1

**O tempo médio de uma entrevista** editada na televisão é de 20 segundos, o suficiente para dizer cerca de 85 palavras, o que pode variar de acordo com a velocidade da fala.  
Ou seja, você tem que contar a história no tempo certo.  
Fale sem rodeios.

## Dicas práticas

# 12

**Nunca diga à sua assessoria de imprensa que não quer dar entrevista.** Por mais incrível que pareça, isso é comum. Cansadas do assédio da imprensa e da visibilidade proporcionada pelas entrevistas, algumas fontes pedem um basta aos assessores. A negativa atrapalha o trabalho da Assessoria de Imprensa e coloca em risco a relação com os jornalistas de redação.

## Dicas práticas

# 13

Depois de adquirir prática de dar entrevista, **controle-se para não virar “papagaio de pirata”**. O termo, muito popular entre os jornalistas de televisão, é uma forma de ironizar o cidadão que, no desejo de aparecer na telinha de qualquer jeito, permanece atrás do entrevistado para garantir seus quinze segundos de fama.

## Dicas práticas

14

**Seja pró-ativo quando houver situação de crise.** Não espere a iniciativa da imprensa, vá atrás dos jornalistas, chame-os para uma entrevista coletiva e esclareça todas as dúvidas sem nunca esperar o dia de amanhã, porque depois que a notícia for divulgada será muito mais complicado remediar. E outra: o leitor presta muito mais atenção na manchete de hoje do que na seção “erramos” de amanhã.

## Dicas práticas

15

**Se a articulação das palavras**

**atrapalha você** na hora de se expressar, procure um fonoaudiólogo. O profissional especializado em voz saberá corrigir as falhas com treinamento.

A dicção difícil pode comprometer a sua imagem enquanto profissional e atrapalhar a edição da sua fala. Fale devagar, sem ser monótono, mas firme, sem titubear.

## Dicas práticas

16

**Frases mal construídas** e/ou complexas são difíceis de ser entendidas.

Esqueça as grandes construções de linguagem.

A fala, durante a entrevista, deve ser prática e objetiva, com frases curtas e palavras simples.

## Dicas práticas

17

**Seja claro ao conversar com o jornalista** e nunca duvide da capacidade de entendimento dele. Caso perceba que não está sendo compreendido, se coloque a disposição para esclarecer melhor. Nem todos os jornalistas são humildes o bastante para perguntar novamente o que não entenderam. Então, tome a iniciativa para não arriscar a publicação de algo errado amanhã.

## Dicas práticas

# 18

### **Cuidado com as informações em *off*.**

O jargão é usado para definir depoimentos que não podem ser publicados. Há inúmeros casos de fontes que deram entrevistas em *off* e que se tornaram campeãs de audiência, portanto tome cuidado com o que disser. Ou você fala, porque entende que o jornalista precisa de tal informação para enriquecer a matéria, ou guarda até que possa divulgá-la com mais segurança.

## Dicas práticas

19

**Nunca**, nunca, mas nunca mesmo, ou melhor, de jeito nenhum, **ofereça propina para a publicação** de alguma reportagem, mesmo que não seja dinheiro. A troca não vale a pena. Se amanhã, você ou a empresa em que trabalha estiverem envolvidos em algum caso escuso, esse mesmo jornalista não hesitará em publicar a reportagem.

## Dicas práticas

20

**A divulgação é a alma do negócio,** portanto para divulgar o assunto que deseja é melhor contratar um assessor de imprensa. Ele faz o “meio de campo” entre a instituição e a redação na tentativa de conseguir espaço para a notícia. Quando o dono da empresa liga para a redação e pede a publicação de uma notícia, isso cheira a tentativa de vantagem comercial. Você corre o risco de ouvir como resposta: “Quer anúncio? Liga para o departamento comercial”.

## Créditos



Layout e conteúdo:

### **Escritório de Comunicação**

---

#### **São Paulo**

Av. Paulista, nº 509, conj. 506  
Bela Vista - São Paulo - SP  
CEP 01311-000  
(11) 3014.2001

#### **Campinas**

Rua Joaquim Gomes Pinto, nº 11 (travessa  
da Rua Coronel Quirino)  
Cambuí - Campinas - SP  
CEP 13025-010  
Pabx: (19) 3232.0950

[www.treinamentodemidia.com.br](http://www.treinamentodemidia.com.br)