

**GUIA PRÁTICO DE
RELACIONAMENTO
COM A IMPRENSA
PARA PROFISSIONAIS
DA SAÚDE DO CEARÁ**

APRESENTAÇÃO

O Guia Prático de Relacionamento com a Imprensa para profissionais da Secretaria da Saúde do Ceará (Sesa) tem a finalidade de orientar gestores e técnicos quanto ao diálogo da pasta com veículos de comunicação e outros interlocutores, aperfeiçoando o vínculo entre ambos e dando transparência às ações promovidas pelo órgão. Construir um relacionamento de confiança e sólido com esses atores fortalece a imagem institucional da Sesa diante da sociedade cearense.

Este documento de leitura didática, portanto, especifica o papel da Assessoria de Comunicação e Eventos (Ascom) e detalha o fluxo de informações destinadas à imprensa. Além disso, o Guia destaca a importância de porta-vozes embasados nos valores da instituição e capacitados para entrevistas.



1. FLUXOS DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

O setor de Imprensa funciona como uma célula da Ascom, desenvolvendo um trabalho contínuo de relacionamento com veículos de comunicação a fim de promover a imagem e dar transparência às ações da Sesa para a sociedade. Diariamente, o núcleo pauta jornalistas de Fortaleza e do Interior com conteúdos positivos sobre a Saúde do Estado, atuando como um intermediador no repasse de informações. A equipe é responsável por levantar dados junto a áreas técnicas, articular fontes para entrevistas e gerenciar crises que possam impactar na reputação da instituição.

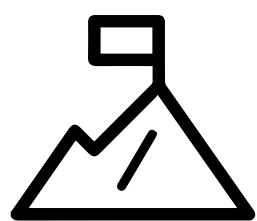
2. A IMPORTÂNCIA DO PORTA-VOZ

Na rotina das atividades de imprensa, são delimitados porta-vozes (entre gestores e técnicos). Estes devem estar aptos a falar sobre determinados temas, conforme a demanda. Personalizar entrevistas com representantes treinados traz credibilidade e humaniza a imagem da Sesa.

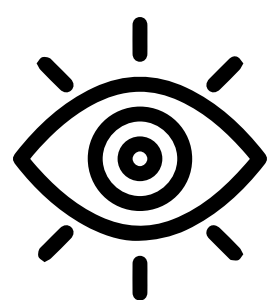
A conduta ética dos profissionais, especialmente dos porta-vozes, deve estar alinhada aos valores da instituição.

3

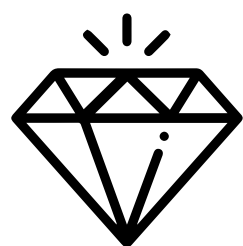
VALORES DA SESA



Missão: Promover saúde individual e coletiva para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.



Visão para 2023: Ser referência aos cidadãos como sistema de saúde acessível, sustentável e de equidade, gerador de conhecimento e inovação.



Valores:

Resultado centrado no cidadão

Conhecimento e inovação

Humanização do atendimento

Transparência

Valorização das pessoas



4 ● PREPARANDO-SE PARA FALAR COM A IMPRENSA

Organize-se

Revise os dados e pontos que podem ser abordados com antecedência, mesmo que tenha domínio sobre o tema.

Pense

“O que é essencial comunicar?”. Construa mensagens-chave, informações que devem ser captadas pelo público, e as insira em seu discurso de forma natural.

Antecipe-se a polêmicas

busque mapear fragilidades relacionadas ao tema e articule um posicionamento sob orientação da Ascom.

Lembre-se

pode não se ter domínio das perguntas, mas se tem controle sobre as respostas.

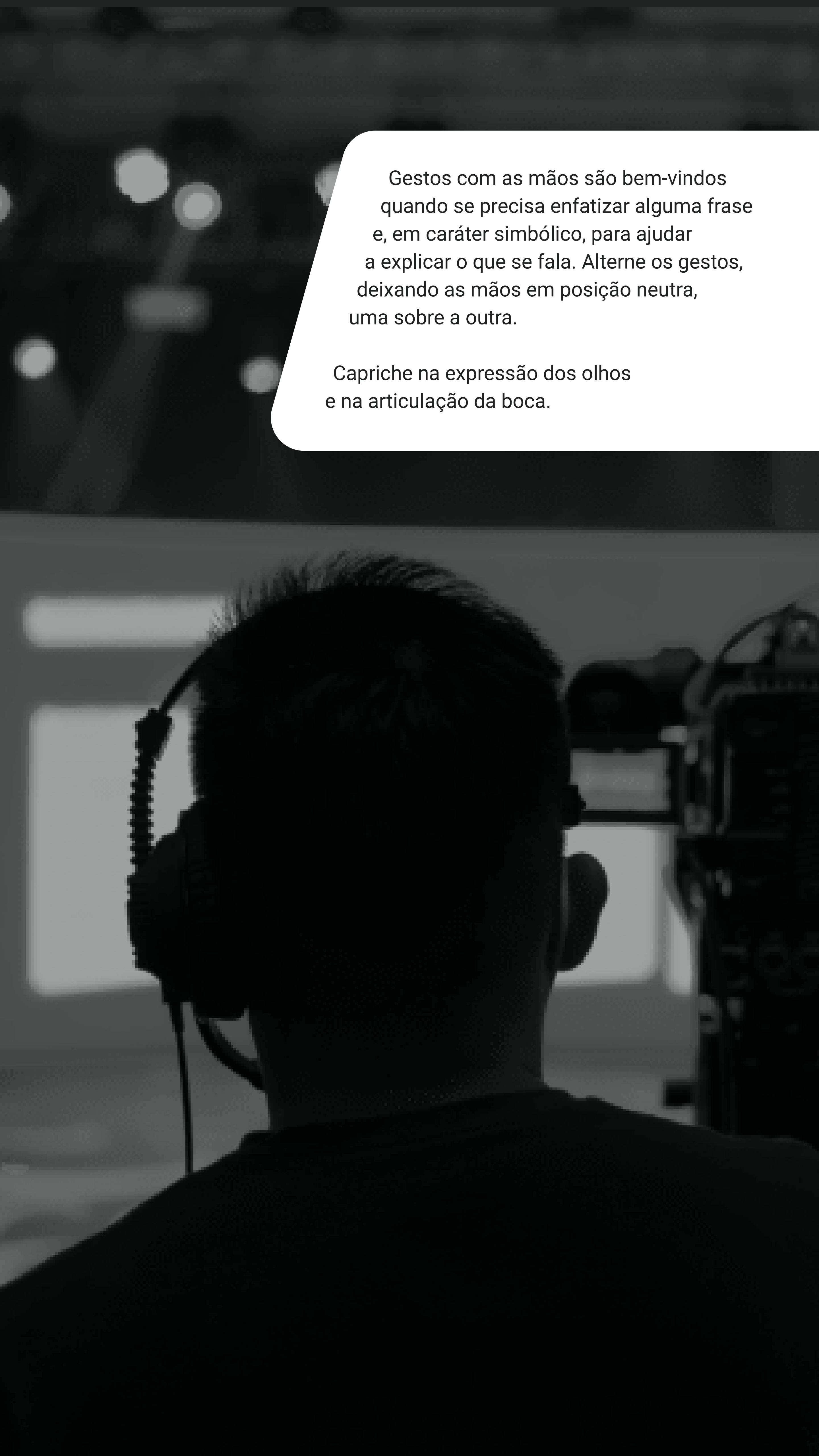
Sempre que puder, elabore um material escrito, com dados, gráficos e informações concisas e relevantes sobre o tema. Isso pode oferecer um conteúdo complementar ao jornalista.

DURANTE UMA ENTREVISTA

- Mantenha a calma. Seja receptivo(a) e atencioso(a) com o(a) jornalista e a equipe.
- Utilize linguagem simples, didática e, se preciso, ilustre com exemplos cotidianos para se fazer compreendido(a).
- Responda apenas o que lhe foi perguntado. Respostas precisas diminuem as chances de erros e más interpretações.
- Se estiver inseguro(a) em passar alguma informação, sugira passá-la posteriormente por meio da Ascom.
- Aproveite o fim da entrevista para reforçar as mensagens-chave.
- Coloque-se à disposição para sanar dúvidas após a entrevista.

ENTREVISTA PARA A TV

- Dê preferência a roupas leves, discretas e de boa aparência, evitando estampas e adereços que se sobressaiam. A atenção do espectador deve ser para a informação.
- Pergunte ao repórter ou ao cinegrafista sobre o posicionamento diante da câmera e acerte como será sua entrada (se é necessário se apresentar, cumprimentar o público ou apenas responder às perguntas).
- Se a entrevista é gravada e houver algum erro na resposta, peça para repetir ou recomeçar.
- Aproveite as pausas, respire; estes recursos permitem organizar os pensamentos e buscar palavras adequadas.
- Além de manter a postura ereta, gesticule com as mãos, de maneira natural, para não parecer robótico(a) ou desconfortável.
- Especialmente para coberturas ao vivo de rádio e TV, responda de forma precisa.

A black and white photograph of a person wearing a headset, likely in a call center. The person is seen from the back and side, looking towards the right. The background is slightly blurred, showing what appears to be a computer monitor and other office equipment. The lighting is soft, creating a professional atmosphere.

Gestos com as mãos são bem-vindos quando se precisa enfatizar alguma frase e, em caráter simbólico, para ajudar a explicar o que se fala. Alterne os gestos, deixando as mãos em posição neutra, uma sobre a outra.

Capriche na expressão dos olhos e na articulação da boca.

O QUE SE DEVE EVITAR

Termos técnicos e científicos, jargões ou estrangeirismos que dificultem a compreensão do público.

Expressões preconceituosas e capacitistas: “fingir demência”, “dar uma mancada”, “não ter braço para alguma coisa”.

Conversas de bastidores. **Não existe “off” para jornalistas.** Tudo o que se fala, mesmo nos bastidores, poderá ser considerado na produção da notícia.

Passar contato ou e-mail pessoal para o jornalista. Toda a articulação deve ser feita pela Ascom da Sesa.

5.

EXERCÍCIOS PRÁTICOS

Estude o conteúdo por meio de tópicos (a técnica melhora a memorização).

Respire profundamente por alguns minutos e alongue os membros superiores, com poses de expansão para manter a postura ereta.

Massageie a testa, o rosto e suas expressões. Os olhos (no plano superior) e a boca (plano inferior) captam maior atenção das lentes.

Faça exercícios básicos para a voz: estalar a língua com a boca aberta; fazer leitura em voz alta, alternando entre um tom muito alto e outro muito baixo, um ritmo mais acelerado e outro menos; praticar expressões exageradas também ajuda.

Faça um ensaio mental, visualizando toda a ocasião.

6. GLOSSÁRIO

ASPAS

reprodução literal de trechos de falas de pessoas que compõem uma matéria jornalística.

BARRIGADA

expressão que define quando um veículo divulga uma informação equivocada.

BRIEFING

conjunto de informações que servem de subsídio para a produção de determinado conteúdo ou para uma entrevista.

CLIPPING

produto gerado a partir do acompanhamento das notícias publicadas em meio físico ou eletrônico.

CRÉDITOS

identificação dos profissionais que participam da produção de um material jornalístico.

DEADLINE

prazo para finalização de matérias e produtos jornalísticos.

FONTE

pessoa que fornece uma determinada informação ao jornalista.

FURO

notícia dada em primeira mão.

LIDE/LEAD

primeiro parágrafo da notícia. o lide/lead apresenta a informação central e objetiva, devendo responder a cinco questões: o que, onde, quando, por que, como.

MEDIA TRAINING

treinamento de mídia direcionado para fontes e profissionais que precisam estar habilitados a se relacionar com a imprensa.

OFF

parte da reportagem gravada na voz do repórter. Também se refere a uma informação confidencial.

RELEASE

texto jornalístico redigido pela Assessoria de Comunicação para informar veículos sobre determinados assuntos.

SONORA

fala de um entrevistado registrada por meio de equipamento de gravação.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KYRILLOS, Leny; SARDENBERG, Carlos Alberto. Comunicação e Liderança. 2ª edição. São Paulo: Editora Contexto, 2019.

KOVALICK, Roberto et all. Seja inesquecível - Acabe com o medo, domine a linguagem corporal e verbal e use a neurociência para expressar ideias e encantar qualquer público. 1ª edição. São Paulo: Editora Gente, 2020.

Senado Federal. Manual de Comunicação da Secom. Disponível em:
<<https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/glossario/?limit=30&offset=150> >

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).
Manual de Media Training. Disponível em:
<<https://drive.google.com/drive/folders/10JisdXGJCFnmaFwO-mXnhsAfNqEI1Tlv>>

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Manual de Relacionamento com a Imprensa. Disponível em:
<<https://www.unicamp.br/unicamp/manual-de-relacionamento/o-que-fazer-se-algum-jornalista-contata-lo-diretamente>>.

Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). Manual de Relacionamento com a Imprensa. Disponível em:
<https://www.udesc.br/arquivos/udesc/documentos/0_84932800_1476204660.pdf>



CEARÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA SAÚDE

www.saude.ce.gov.br

 /saudeceara

Realização

Secretaria da Saúde do Ceará

Produção

Guto Castro Neto e Mariane Dantas

Edição e revisão

Caio Faheina e Helga Rackel

Diagramação

Josias Jeronimo