



GUIA PARA PORTA-VOZES

CARTILHA DE MEDIA TRAINING





GUIA PARA PORTA-VOZES

Este Guia para Porta-Vozes tem o objetivo de orientar os porta-vozes do Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE-GO) para que estejam preparados para eventuais entrevistas e participações em programas de rádio, televisão e web. Também pretende explicar termos próprios da atividade jornalística e fornecer dicas para se comunicar de maneira mais efetiva com a imprensa e o público.



“Com grandes poderes vêm grandes responsabilidades”

O exercício de um cargo público impõe o dever de lidar com o público. Como não há como fugir desse encargo, é necessário se preparar.

Todo fato tem diferentes pontos de vista, sendo importante que uma instituição apresente o seu para evitar distorções ou ficar refém de versões alheias.





Glossário midiático

Jornalista: profissional que apura, investiga e apresenta informações de interesse público em notícias, reportagens, artigos ou entrevistas. Termos como blogueiro, colaborador, repórter, colunista, articulista, comentarista, âncora, apresentador, radialista, link, editor ou produtor podem designar profissionais de comunicação em funções mais específicas.

Veículo: empresa de comunicação que atua em um determinado meio. Exemplo: o Jornal O Popular é um veículo de comunicação que atua no meio impresso.





Glossário midiático

Fonte: quem fornece informação a respeito de um fato ou assunto. Exemplos: porta-voz de uma empresa ou instituição, cientista, autoridade, acadêmico e especialista.

Personagem: pessoa que se relaciona de forma direta com o tema abordado, como um consumidor, um usuário de serviço público ou um cidadão impactado por uma política pública

Sonora: trecho de entrevista que, após edição, vai ao ar em reportagem de áudio ou vídeo.





Jornalista não é amigo, mas também não é inimigo

Fonte e jornalista devem ter relação cordial, transparente e republicana. Como em qualquer relacionamento, confiança e reciprocidade precisam ser construídas.

É preciso entender que um não faz favor ao outro. A imprensa precisa das informações e da expertise da fonte, que, por sua vez, precisa da credibilidade e do alcance da imprensa.





Entrevista não é ringue

Tenha domínio do conteúdo e se expresse com tranquilidade e segurança.

Quem define quando, como e onde será divulgado é o veículo, não a instituição. Portanto, não peça prioridade nem cobre que uma fala esteja no texto, por exemplo.

No máximo, seja claro quanto à urgência da pauta e, se algo for publicado de forma distorcida ou equivocada, peça uma retratação/errata. Não solicite ler o texto antes da publicação.





Mantenha a objetividade

Uma “sonora” para TV não costuma passar de 20 segundos. Uma sonora para rádio costuma ter até 40 segundos.

As outras informações passadas na entrevista poderão ser aproveitadas para a construção da matéria, mas não necessariamente serão utilizados trechos da fala da fonte. Frases de impacto, com boa capacidade de síntese, têm maior chance de entrar na edição final.

Vídeos em que a fonte parece ler ou ter decorado texto não são adequados. É preciso falar com naturalidade e segurança para transmitir domínio do conteúdo e credibilidade.





Entrevistas ao vivo

Não se preocupe em demonstrar intimidade com o entrevistador. Não é preciso decorar o nome do repórter ou agradecer pelo espaço, bastando uma saudação genérica e, ao final, se mostrar disponível para outros esclarecimentos.

Não faça autopromoção nem promoção explícita da instituição. Limite-se a repassar a informação.

Ainda que o entrevistador provoque, evite adotar um tom agressivo.

Mantenha uma postura ereta e cruze as pernas em ângulo oposto à câmera.

Deixe o celular no modo silencioso.





Entrevistas gravadas ou por videoconferência

Procure um ambiente com bom isolamento acústico e sem riscos de interferência.

Fique atento às informações do cenário, evitando elementos que passem uma imagem controversa.

Para TV, grave sempre com a câmera na horizontal. Para redes sociais, prefira utilizar a câmera na vertical.



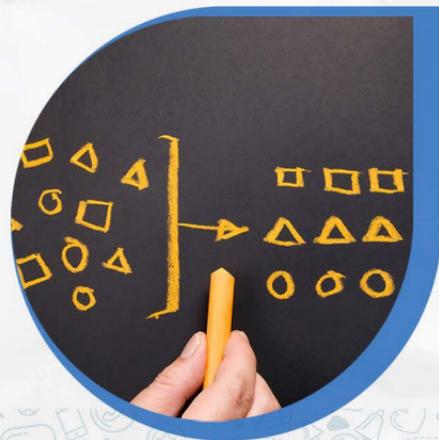


Linguagem simples

Evite linguagem rebuscada e termos técnicos. Se precisar usá-los, explique o que significam logo em seguida.

Indique seu nome e pelo menos um sobrenome ao jornalista. Preferencialmente, repasse seu nome escrito para garantir a grafia correta. Se entender necessário, encaminhe áudio com a pronúncia correta do seu nome.

Caso o jornalista erre a pronúncia do seu nome ao vivo, evite corrigi-lo. O constrangimento desviaria as atenções do assunto, que é prioridade.





Pontos de atenção

Cuidado com o que fala antes ou após a entrevista, pois o som do microfone pode estar vazando ao público.

Olhe para o repórter/apresentador quando for respondê-lo. Evite olhar para a câmera, exceto se você estiver dirigindo sua resposta a alguém no estúdio ou telespectador.

Caso fique na dúvida, peça orientação ao jornalista antes de a entrevista começar.

Repita informações importantes, como telefones e sites. Não pegue o microfone do repórter.

Mantenha-se hidratado.





O que vestir

Não use óculos de sol, camisa listrada/xadrez ou todas as peças nas cores branco ou preto.

Evite decotes ou roupas que se destaquem demais.

Se possível, utilize broches, uniformes e elementos que remetam à instituição.





Menos é mais

Gesticule com moderação e evite gestos indelicados com as mãos. Tenha as mãos sempre à frente, na linha do umbigo (uma caneta ajuda a manter a postura). Não cruze os braços, pois demonstra que a pessoa está em posição de defesa.

Faça pausas entre as frases para melhorar a compreensão. Evite muletas de linguagem (ahn, né, humm etc.).

Evite respostas como "nada a declarar" e "sem comentários", prefira justificar porque não pode dar as informações.





GUIA PARA PORTA-VOZES

CARTILHA DE MEDIA TRAINING

