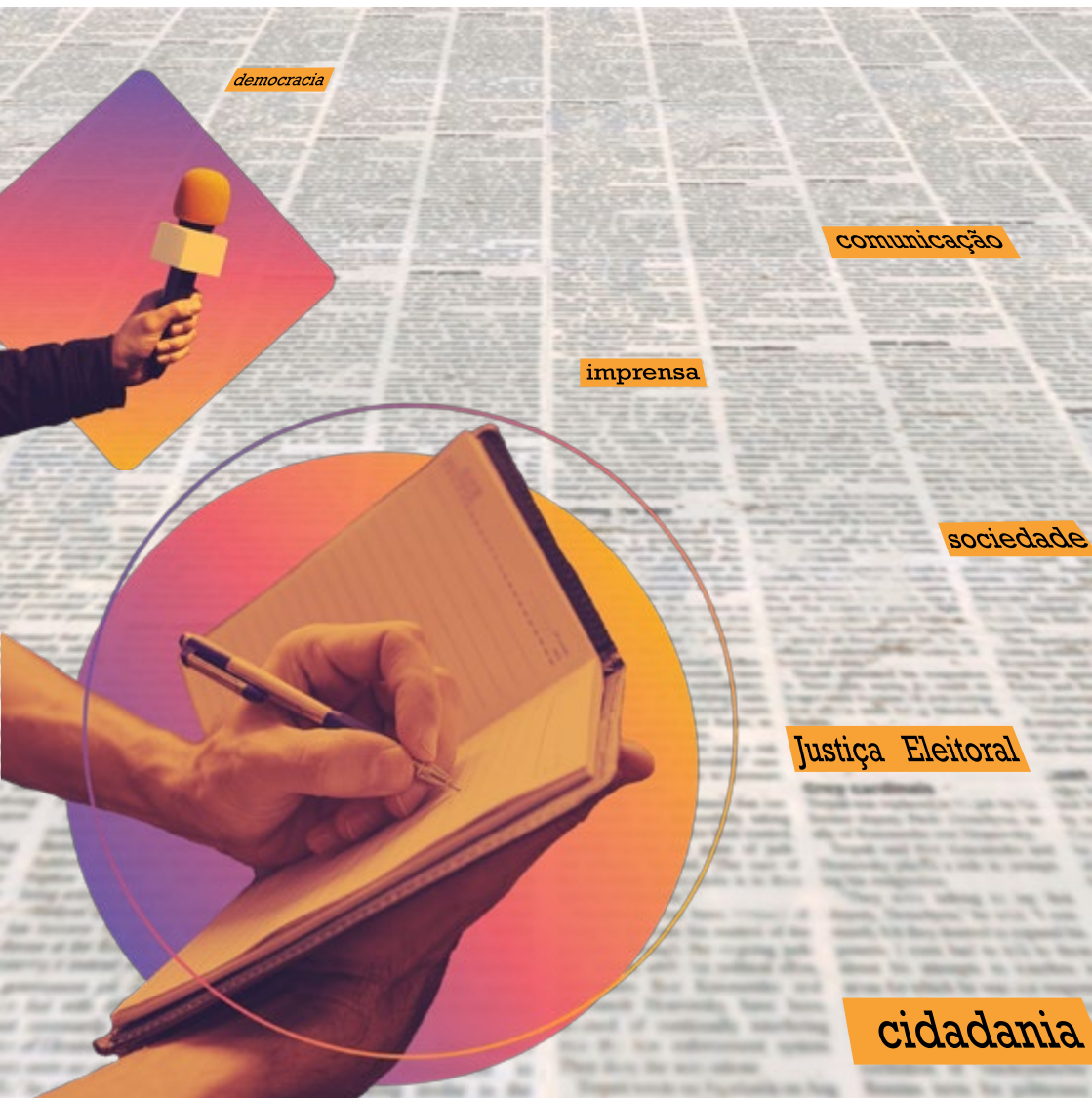


Guia Prático de RELACIONAMENTO com a imprensa



Tribunal Regional Eleitoral
do Paraná



COMPOSIÇÃO TRE-PR

Desembargador Tito Campos de Paula - Presidente
Desembargador Vitor Roberto Silva - Vice-Presidente e Corregedor
Desembargador Roberto Antonio Massaro - Desembargador Substituto
Desembargador Fernando Ferreira de Moraes - Desembargador Substituto
Doutor Rogerio de Assis - Juiz de Direito Efetivo
Doutor Carlos Alberto Costa Ritzmann - Juiz de Direito Efetivo
Doutor Marcos Vinicius da Rocha Loures Demchuk - Juiz de Direito Substituto
Doutor Tiago Gagliano Pinto Alberto - Juiz de Direito Substituto
Doutor Thiago Paiva dos Santos - Classe de Advogado Efetivo
Doutor Roberto Ribas Tavarnaro - Classe de Advogado Efetivo
Doutor Marcio Tadeu Brunetta - Classe de Advogado Substituto
Desembargador Fernando Quadros da Silva - Juiz Federal Efetivo
Desembargador Luiz Fernando Wowk Penteado - Juiz Federal Substituto
Doutora Eloisa Helena Machado - Procurador Efetivo
Doutora Monica Dorotea Bora - Procurador Substituto
Doutor Valcir Mombach - Diretor Geral

CRÉDITOS

Conteúdo

Rubiane Barros Barbosa Kreuz - Coordenadora de Comunicação Social
Melissa Diniz Medroni - Seção de Produção Jornalística

Revisão

Assessoria Jurídica da Presidência
Domício Prates Ribeiro - Seção de Cerimonial

Diagramação e impressão

Simone Hembecker - Seção de Design Visual
Thiago Miquelleto Tolotti - estagiário da Seção de Design Visual

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G943 Guia prático de relacionamento com a imprensa / Tribunal Regional Eleitoral do
Paraná. – Curitiba: TRE-PR, 2020.

54 p.

1. Comunicação Social. 2. Relações Públicas. I. Tribunal Regional Eleitoral do Paraná.

CDD 352.748

GUIA PRÁTICO DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

2020

MENSAGEM DO PRESIDENTE DO TRE-PR

Caríssimas Juízas e Servidoras e Caríssimos Juízes e Servidores da Justiça Eleitoral do Paraná.

Em rápidas palavras gostaria de falar sobre a importância da interação que, em nosso sentir, deve haver entre aqueles que atuam na Justiça Eleitoral e os meios de comunicação de uma forma em geral.

A Justiça Eleitoral, diferentemente dos outros ramos do Poder Judiciário, tem a maior parte de suas atribuições, de natureza administrativa e operacional, ao passo que nos demais ramos do Judiciário prevalece a natureza jurisdicional.

Por tais razões, principalmente nos anos em que são realizadas as eleições, os Servidores e os Juízes Eleitorais, precisam, e muito, interagir com os diversos meios de comunicação, dando entrevistas para Rádio, TV, blogs, etc. Para tanto, é importante que tenhamos a consciência de que “nós” (Justiça Eleitoral), precisamos muito mais dos meios de comunicação do que “eles” de “nós”. Em sendo assim, é importante que nos esforcemos ao máximo para dar sempre um bom atendimento à imprensa, tratando os profissionais da referida área, indistintamente, com cordialidade, nos adaptando aos horários dos veículos de comunicações que, não raramente, possuem horários diferentes dos nossos horários.

Podem ter certeza que o tempo despendido com o atendimento à imprensa reverterá em inúmeros benefícios para a imagem da Justiça Eleitoral e consequentemente de todos nós, seres humanos, que somos a Justiça Eleitoral e, o mais importante, ganhará o cidadão eleitor que terá acesso ao importantíssimo direito à informação.

Muitos poderão pensar, mas eu não sei falar com a imprensa, tenho medo, nunca falei. Ainda que tudo isso seja ver-

dade, nada melhor do que começar a falar e, com o tempo, virá a experiência e o nosso “eu” será vencido.

Dessa maneira, sem dúvida alguma, a cartilha informativa realizada pela Comunicação Social do TRE-PR será ferramenta indispensável para todos aqueles que atuam na Justiça Eleitoral.

Forte abraço a todos.

Desembargador Tito Campos de Paula
Presidente do TRE-PR

MENSAGEM DO VICE-PRESIDENTE E CORREGEDOR

Na era da informação nunca foi tão importante comunicar-se. E mais: comunicar-se bem, seja para que o destinatário compreenda de forma precisa o significado da mensagem, seja para corrigir informações falsas, ainda mais em tempos de tanta desinformação.

Para tanto, é fundamental ter bom relacionamento com a imprensa, já que é inegável seu poder de penetração junto ao grande público. E o bom relacionamento não importa apenas em bem atender o profissional de imprensa, mas, sobretudo, transmitir-lhe a informação de forma clara. Isso contribuirá sobremaneira para que as funções e as atividades do Tribunal Regional Eleitoral do Paraná sejam conhecidas e bem compreendidas pela imensa maioria da população, destinatária final e principal dos serviços públicos. Contribuirá também, e em grande medida, para que a Corte atenda o princípio da publicidade, dever de toda Administração Pública, conforme estabelece o art. 37, caput, da Constituição Federal.

Veio em boa hora, portanto, o manual de atendimento à imprensa, elaborado pela Coordenadoria de Comunicação Social, que será, doravante, valioso instrumento para que este Tribunal cumpra, cada vez mais, a sua relevante função na concretização da democracia.

Que façamos bom uso de suas orientações e recomendações.

Desembargador Vitor Roberto Silva
Vice-Presidente e Corregedor do TRE-PR

MENSAGEM DO DIRETOR-GERAL

O trabalho dos magistrados, servidores e colaboradores da Justiça Eleitoral é contínuo, em ano com ou sem eleições. São diversas as atribuições realizadas, tanto em primeiro quanto em segundo grau, mas nem sempre a sociedade tem ciência de todas as atividades em curso, o que contribui para uma visão deturpada de parcela dos cidadãos sobre o processo eleitoral e sobre a importância da Justiça Eleitoral para a democracia do país.

Neste cenário, a imprensa tem papel fundamental para promover a devida publicidade, princípio constitucional da Administração Pública, de ações e campanhas desenvolvidas pela Justiça Eleitoral paranaense em cada uma de suas 186 zonas eleitorais e na sede. E, para levar a informação ao maior número possível de pessoas, a imprensa precisa de informações e da disponibilidade de autoridades e servidores para a prestação de esclarecimentos.

De modo a instrumentalizar seu quadro para realizar o atendimento das demandas de jornalistas, das mais diversas mídias, como TV, rádio, impresso e internet, e em qualquer situação em que essas solicitações se materializem – seja por e-mail, telefone ou ao vivo – o Tribunal Regional Eleitoral do Paraná lança, de forma inédita, o primeiro Guia Prático para Atendimento à Imprensa.

Esperamos que, após a leitura das orientações que constam nas páginas a seguir, magistrados e servidores sintam-se em plenas condições de fornecer dados e depoimentos tão caros ao trabalho da imprensa e para que a Justiça Eleitoral ocupe o espaço que lhe é necessário nos meios de comunicação, de modo a fazer cumprir de modo transparente e eficaz a sua missão institucional.

Dr. Valcir Mombach
Diretor-Geral do TRE-PR



| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| Introdução | 10 |
| Nota da autora - Rubiane Kreuz | 11 |
| Nota da autora - Melissa Medroni..... | 16 |
| Atendimento à imprensa | 18 |
| Comunicação pública e cidadania..... | 19 |
| Dos juízes eleitorais..... | 20 |
| Dos servidores..... | 21 |
| Imprensa | 22 |
| Por que falar com a imprensa?..... | 23 |
| O que interessa à imprensa?..... | 23 |
| Como funciona uma redação? | 24 |
| Entrevista | 26 |
| Antes da entrevista | 27 |
| Durante a entrevista..... | 28 |
| Depois da entrevista | 29 |
| Principais dicas | 30 |
| Gerenciando uma crise..... | 32 |
| Palavras estratégicas em uma entrevista..... | 33 |
| Como se vestir: sugestões para os homens..... | 34 |
| Como se vestir: sugestões para as mulheres..... | 34 |
| Tipos de entrevista | 35 |
| Para televisão..... | 36 |
| Entrevista em pé..... | 36 |
| Entrevista sentado | 36 |
| Coletiva | 37 |
| Entrevista para emissora de rádio | 38 |
| Ao vivo ou gravada em estúdio..... | 38 |
| Por telefone..... | 38 |
| Sonoras e vídeos..... | 39 |
| Entrevista para jornal impresso e portais | 39 |
| Entrevista por meio de aplicativos ou <i>lives</i> | 40 |
| Dicas finais | 42 |
| O que não pode fazer na entrevista..... | 43 |
| Linguagem não verbal | 44 |
| Atenção: linguagem inclusiva sempre | 45 |
| Palavras comuns no jornalismo..... | 48 |
| Referências bibliográficas | 51 |
| Anexos..... | 52 |

Este guia resume parte das experiências vividas como servidoras da Justiça Eleitoral. Não é um documento formal baseado em teorias ou estudos sobre comunicação. Trata-se de reflexões e situações por quais passamos ao longo da carreira, e que nos despertaram o interesse sobre a qualidade e efetividade da comunicação pública produzida pelos órgãos públicos e sua relação com a imprensa.

Por isso, quando a coordenadoria de Comunicação Social foi demandada para a execução de um manual sobre atendimento à imprensa, optamos em contar histórias reais que nos aproximam mais das pessoas, nossos colegas de trabalho que no dia a dia também sentem os mesmos receios e dúvidas, do que expor apenas uma infinidade de dicas compiladas de vários livros. E assim, resolvemos unir histórias reais com dicas aprendidas com especialistas no assunto e também das experiências acumuladas com o atendimento diário à imprensa.

Não tivemos a pretensão de ensinar regras técnicas de atendimento à imprensa. São dicas simples de atendimento à imprensa sobre o que deu certo e o que não deu certo a partir da nossa experiência como servidoras da Justiça Eleitoral. O que contém neste guia portanto, são apenas sugestões e não normas absolutas de como proceder no relacionamento com a imprensa. A proposta é de um diálogo aberto. Uma ajuda mútua, em constante alteração e revisão.

E este guia está em construção, por isso, aguardamos com alegria, sua contribuição.

Boa leitura!

Rubiane Kreuz

Melissa Medroni

Assumi um cartório eleitoral e agora? Uma história real

por Rubiane Kreuz

No dia 06 de dezembro de 2007 assumi como chefe de cartório eleitoral na cidade de Guaraniaçu, distante 75 km de Cascavel, onde eu morava. E já dentro do cartório eleitoral, me fiz a seguinte pergunta: e agora faço o que? A vontade de chorar e ir embora foi grande. Em casa, já de noite, chorei. Mas aceitei o desafio e segui.

Gosto de lembrar dessa passagem da minha vida porque na época não sabia ao certo quais eram as atribuições da justiça eleitoral a não ser a de fazer eleições. E em 2008 teríamos eleições municipais e com a responsabilidade do processo eleitoral nos municípios de Guaraniaçu, Campo Bonito e Diamante do Sul. Muitas dúvidas foram surgindo e o desespero também. Como vou conhecer os moradores das cidades? Como me comunicar? Começar por onde?

Foi então que dias depois um repórter de um jornal da cidade foi lá me conhecer pois queria saber quem era a nova servidora do cartório eleitoral. Não perdi a oportunidade e fui direta com ele: como faço para conhecer as pessoas e os mesários? Minha preocupação já era a convocação dos mesários. Ele me disse: você tem que falar com o pessoal da rádio. E ele também colocou o jornal em que trabalhava à disposição para ajudar. Assim percebi a importância da comunicação com a imprensa.

E assim faço até hoje. Quando é preciso comunicar algo urgente não exito e aciono os colegas da imprensa. Construir um relacionamento com a imprensa deve partir de iniciativa nossa. Eu sou servidor público, por isso, devo me apresentar ao público e me colocar à disposição desse público. E a melhor forma de se apresentar ao público é por meio da imprensa.

Percebi nestes anos todos de serviço público, que quando não sabemos fazer algo temos que pedir ajuda. Em Guaraniaçu, liguei para as rádios locais, me apresentei, deixei o telefone do cartório eleitoral à disposição e marquei várias visitas às emissoras de rádio e jornal locais das três cidades em que a zona eleitoral tinha

competência. E nessas visitas teve início ótimas parcerias e aos poucos formou-se credibilidade e confiança no relacionamento com a imprensa.

Abrindo o jogo com o juiz eleitoral

A juíza eleitoral e a promotora também eram novas nas funções eleitorais e assim como eu, tínhamos receios comuns. Conversei com elas, expus minhas preocupações e meu planejamento inicial de trabalho. Elas não se opuseram, trocamos umas ideias, e assim começamos os trabalhos de aproximação com a imprensa e com a sociedade.

Em Guaraniaçu, assim como em outras cidades do estado, convocação dos mesários, intimações e notificações eram realizados com a ajuda das rádios locais e da região. Todos os avisos eram feitos por ali e tivemos uma ótima eleição municipal.

Em 2010 novos desafios. Já em Cascavel, e com um pouco de experiência em lidar com a imprensa, percebi que as demandas eram maiores já que na cidade havia além das rádios e jornal impresso, também emissoras de televisão. Na época, os servidores do Fórum Eleitoral já tinham um relacionamento com a imprensa, e quando a demanda aumentava, fazíamos uma escala de atendimento. Alguns colegas não gostavam de dar entrevistas ao vivo, outros gostavam de falar apenas com as rádios e outros apenas aceitavam entrevistas gravadas. Mas essa escala foi fundamental para que pudéssemos atender todas as demandas. Havia servidores que atendiam na parte da manhã e outros na parte da tarde e também fizemos uma escala de atendimento à imprensa nos finais de semana quando estávamos perto da eleição.

Era cansativo? Muito. Mas nosso trabalho era baseado na noção de que a imprensa trabalha com pautas vinte e quatro horas por dia todos os dias da semana e que o tema eleição é o carro chefe das redações em ano eleitoral, e por isso, não podíamos correr o risco de não atender a imprensa e deixar uma notícia inverídica circular na cidade. Para preservar a imagem da Justiça Eleitoral, nossa opção foi sempre atender a imprensa. E deu certo.

Mas foi em 2019 que vi a necessidade de ampliar a visão sobre comunicação pública. E isso incluía aumentar as parcerias,

incluindo a imprensa não apenas de Curitiba e Região Metropolitana, mas também a de todo o Paraná e até de outros estados. As redes sociais e a rapidez da informação e da desinformação quase colocaram em xeque a credibilidade da Justiça Eleitoral em 2018. Naquele ano a desinformação tomou conta do país, surpreendendo o TSE e os Tribunais Regionais ante a rapidez com que mentiras e falácias sobre o processo eleitoral e segurança do voto eletrônico eram propagadas na velocidade da internet.

Por isso, seguindo diretivas do TSE, a partir de parcerias com órgãos públicos e privados e imprensa, é que teve início um trabalho formiguinha em equipe. Todos os jornalistas que entravam em contato com a Comunicação Social do TRE-PR eram convidados a fazer parte de uma lista de transmissão no whatsapp e do nosso mailing (lista com endereços de e-mail). E aos poucos a lista ia crescendo e hoje tornou-se um projeto do tribunal denominado ELEITORAL NA MÍDIA, em que abriga listas de transmissão com a imprensa do estado do Paraná, e também alguns jornalistas de outros estados. E a cada semana novos jornalistas e veículos de imprensa são incluídos nesta lista.

Certa vez, uma repórter de uma emissora de televisão me mandou whatsapp às 6:50 da manhã porque uma matéria iria ao ar às 7:30 e ela queria confirmar o número de mesários no Paraná. Muitos podem se perguntar: mas devo atender? Se a mensagem chegar até mim, eu atendo.

Mas essa escolha é pessoal e individual.

Eu aceitei na minha trajetória profissional atender a todos em qualquer horário. Mas isso deve partir de uma atitude pessoal. E como opção pessoal, prefiro atender, perder ou ganhar uns minutos, porque quando a imprensa liga, na maioria das vezes, é para tirar uma dúvida que pode virar uma desinformação caso não consigam conversar com uma fonte oficial ou pode virar uma ótima pauta com abrangência local, estadual ou até nacional, e pode ser o início também de uma relação de confiança e credibilidade profissional porque a imprensa sabe que a Justiça Eleitoral funciona do meio dia às dezenove horas e por isso, eles sabem do esforço a mais que você fez para atendê-los fora do horário do expediente.

Mas não vou esconder. É sim muito cansativo lidar com a imprensa em ano eleitoral. Na minha casa, minhas filhas dizem que “sou escravizada” pelo meu trabalho, o que acabou virando uma brincadeira entre nós, porque há treze anos elas sabem e já estão acostumadas com o ritmo das minhas atividades (para contextualizar: no anexo, matéria publicada no ano de 2017 a respeito do tema).

O mais importante é que consegui transmitir às minhas filhas que a quem é dada a missão de servir ao público, pouco se pode errar.

Por isso, estabeleça uma rotina. Abra o jogo com a imprensa. Estabelecer um rotina pode ajudar muito. Ou então caso possível, divida as atribuições de atender a imprensa fora do horário de trabalho com um colega.

Nos grupos de whatsapp que criava com a imprensa eu abria o jogo e dizia da minha rotina pessoal na parte da manhã. Por exemplo, todos sabiam que de manhã eu estava em aula, mas que se fosse urgente, eles podiam me mandar mensagens, e que se fosse muito urgente, poderiam me ligar. E aos poucos, essa relação foi dando certo com compreensão mútua de ambos os lados.

Uma dica que pode ser útil ao atendimento à imprensa em horários externos ao trabalho, é a elaboração de uma escala de atendimento com outros colegas. Cria-se um grupo de whatsapp com a imprensa, em que apenas os servidores podem enviar as matérias e sugestões de pautas. Expliquem aos jornalistas como vai ser o modo de atendimento naquele período de eleição por exemplo, e coloque também na descrição do grupo, a descrição destas regras caso algum jornalista esqueça ou seja incluído posteriormente nesta lista.

Outra dica é conheça o seu colega de trabalho. Seja esse colega lotado na sua unidade ou seja quem trabalha em outra zona eleitoral ou até quem trabalha em outra zona eleitoral em cidade vizinha da sua e que tenha facilidade em atender a imprensa e que goste deste contato. Vocês podem se ajudar mutuamente porque geralmente uma emissora de rádio e televisão, jornais e portais tem abrangência local e regional. É uma parceria e união de esforços para que não deixemos a imprensa sem a informação correta e assim também ganhamos aliados para a divulgação das

campanhas da Justiça Eleitoral.

E quando possível, convide a imprensa para uma conversa no Fórum Eleitoral, e não apenas em anos de eleição. Saiba o nome dos repórteres, do cinegrafista e dos programas por eles apresentados. Chame-os pelo nome. São atitudes tão simples e que causam uma aproximação muito forte e produtiva entre servidor e imprensa, possibilitando que a mensagem da Justiça Eleitoral seja levada país afora.

Saiba quem está ao seu lado e que pode dividir com você a exaustiva mas satisfatória missão que é atender a imprensa com rapidez e transparência.

Na coordenadoria de Comunicação Social temos hoje um time completo de corajosos que aceitaram a missão de comunicar. Erramos e aprendemos todos os dias, mas com o objetivo diário de entregar uma comunicação pública mais dinâmica, efetiva e afetiva.

Do outro lado: uma jornalista dentro de um órgão público

por Melissa Medroni

Um amigo do curso de Jornalismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR), com larga experiência em cobertura do noticiário político, hoje também atuante na comunicação pública, costuma dizer, nos *media trainings* que realiza por todo o Brasil com auditores fiscais, que “A Imprensa não é inimiga. A imprensa não é aliada. A imprensa é formada por empresas que buscam vender um produto (notícia) para o maior público possível”.

Ter esse conceito em mente é fundamental para entender a motivação por trás de cada pergunta realizada por um jornalista, por cada matéria que se consegue emplacar e até mesmo pelo desinteresse manifestado diante de uma sugestão de pauta que lhe parecia tão interessante, mas que não surtiu efeito algum na imprensa.

Só serão apuradas as informações que tenham relevância para o público daquele veículo. A sorte, para a Justiça Eleitoral, é que, em se tratando de Eleições, praticamente todas as iniciativas importam. Ao contrário do que acontece com as empresas do setor privado, que gastam quantias vultosas com assessoria de comunicação para conseguir algumas linhas positivas no jornal ou minutos de televisão e de rádio, a Justiça Eleitoral tem à disposição um interesse permanente, embora mais acentuado em anos eleitorais, por praticamente todas as atividades que desempenha.

Afinal, além de vender um produto – notícias – a mídia profissional possui também a responsabilidade de fiscalizar a administração e os agentes do estado, servindo de interlocutora dos interesses públicos, papel que lhe rende a designação de “Quarto Poder”. Essa sede constante por informações não deve, sob hipótese alguma, ser desprezada pelo servidor público, seja pela obrigação constitucional de dar publicidade e transparência a seus atos e de atender às necessidades dos cidadãos, seja pela possibilidade de ter seu trabalho reconhecido e sua credibilidade preservada.

Jornalistas precisam de dados e depoimentos, que são as matérias-primas das notícias. Se uma fonte oficial não se manifestar

quando demandada, provavelmente a matéria será veiculada da mesma forma, mas provavelmente trará uma abordagem imprecisa do assunto ou apenas “o outro lado”, que pode ser o eleitor insatisfeito com o atendimento em um final de prazo ou em dúvida com relação à qualidade das urnas eletrônicas, por exemplo. Isso quando o silêncio não levantar suspeitas e passar a impressão de que existe “algo errado”.

Ademais, a imprensa profissional, assim como as instituições públicas, atravessa um momento de crise de credibilidade. Sua existência e efetividade são alvos de questionamentos e críticas por determinados segmentos. Nada mais importante, em cenários como o atual, de que todos – agentes públicos e jornalistas – trabalhem em sintonia para desempenhar a contento as atribuições que lhes são designadas e, assim, retomar a plena confiança dos cidadãos nas instituições do país.

Desta forma, conclui-se que a relação com a imprensa é, mais que harmoniosa ou conflituosa, inevitável para todos que exercem funções públicas. Ter ciência de que os profissionais da mídia desempenham uma atividade comercial, mas que também sustentam responsabilidades perante a sociedade, são os primeiros passos para estabelecer um vínculo profícuo e duradouro. Os próximos – técnicas de discurso, abordagens, formas de agir, conceitos relacionados ao ofício dos jornalistas – estão esmiuçados nas páginas a seguir.

Atendimento à imprensa

mídia

fonte

reportagem



Comunicação pública e cidadania

A comunicação pública antes de tudo é um direito constitucional do cidadão. O art. 5, inciso XXXIII da Constituição Federal preceitua que todos tem direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade [...]

Por isso, a comunicação pública estatal que é aquela promovida pelo Estado, deve ser feita baseada no interesse público e no cidadão. Quando a Justiça Eleitoral promove ações e campanhas ela faz esse papel de levar informação, cidadania e educação eleitoral à sociedade.

Mas é preciso que a imprensa promova a publicidade destas ações e campanhas da Justiça Eleitoral. Assim, revela-se a importância do relacionamento entre Poder Judiciário e imprensa.

Para cativar sua audiência, a instituição deve além de informar, também dialogar com o cidadão. E esse diálogo passa pela intermediação da imprensa.

Na comunicação existe a figura do emissor, do receptor e a mensagem. No nosso caso, a Justiça Eleitoral é o emissor, o receptor é a sociedade e a mensagem é aquilo que se quer comunicar: geralmente um serviço, ação ou uma campanha. Note-se que não temos um público específico. A Justiça eleitoral dialoga com todos os públicos, incluindo nestes, a própria imprensa.

A imprensa tem dupla importância nesse caso- ela é o receptor da mensagem e também a maior fonte de divulgação da mensagem que a justiça eleitoral quer passar. E aqui reside toda a importância da relação entre imprensa, justiça eleitoral e comunicação pública.

A comunicação pública feita pela justiça eleitoral só será efetiva se conseguir chegar a todos os cidadãos e isso é facilitado quando a imprensa coloca em destaque as ações, os serviços e campanhas realizados pelo tribunal ou pela zona eleitoral.

Nos dias de hoje, a comunicação de um órgão público para ser

efetiva deve ser estratégica. Não se faz mais comunicação governamental sem dialogar com sociedade e imprensa.

Observa-se que todos os servidores, juízes e promotores eleitorais, estagiários, contratados e terceirizados exercem sua parcela de comunicação pública. A partir do momento que você se apresenta na sociedade como parte da justiça eleitoral, você mesmo sem saber, já está passando uma mensagem ao público externo.

Assim, antes de iniciar um treinamento de como atender a imprensa, o que falar e como falar, é preciso perguntar (e ser sincero na resposta) que comunicação pública fazemos todos os dias na nossa unidade ou na nossa cidade? Quem trabalha conosco conhece mesmo o propósito da justiça eleitoral? Conhece nossas ações e campanhas? Sabe defender temas que são mais caros e importantes como a segurança das urnas, transparência das eleições e a importância do mesário voluntário?

Dos juízes eleitorais

Uma dica simples e eficaz, é fazer uma reunião com todos os servidores do cartório assim que assumir as funções como juiz eleitoral. Faz-se uma reunião com todos os servidores, estagiários, contratados, colaboradores e promotor eleitoral, para saber como é feito o contato com a imprensa; quem costuma dar entrevistas; com que frequência; há uma lista de contatos da imprensa? A zona eleitoral envia matérias do TRE – PR ou do TSE à imprensa ou sugestão de pauta toda semana? Esse envio ocorre por e-mail ou por whatsapp?

Nessa reunião, o juiz estabelece as diretrizes de comunicação da zona eleitoral com a imprensa. Diz aos servidores se está à disposição para entrevistas; ou se delegará essa atribuição a algum servidor que já exerça essa função; se o servidor tem que comunicar ao juízo toda entrevista que ele for conceder ou se o servidor terá autonomia para atender a imprensa quando demandado (há casos em que as rádios ligam diretamente no cartório para tratar de alguma pauta urgente como filas no atendimento ao eleitor etc); e nessa reunião já define data para uma reunião com a imprensa local.

No passo seguinte, o juiz eleitoral convida a imprensa para conhecer os servidores e membros, saber das demandas da imprensa, e apresentar-lhes como será o relacionamento com a Justiça Eleitoral local, como agendamento de entrevistas etc.

Note-se que não é uma coletiva. É uma reunião em que a zona eleitoral vai apresentar o juiz e o promotor eleitoral. A pauta deste primeiro encontro deve ser leve e aberta – o juiz fala de onde vem; as cidades em que já atuou; coloca-se à disposição da imprensa e da sociedade em relação aos temas eleitorais; apresenta a equipe de servidores, colocando-os à disposição mesmo que estes já sejam conhecidos da imprensa.

Essa reunião selará o relacionamento da justiça eleitoral e imprensa local. Importante que nesse encontro a zona eleitoral prepare um press kit, que nada mais é do que a reunião de dados da zona eleitoral: nome completo do juiz, promotor e servidores; e-mail do cartório; telefones; horário de funcionamento; calendário eleitoral; indicativo das principais Resoluções do TSE e TRE-PR; número de eleitores ativos, cancelados, facultativos; quantidade de eleitores com biometria, quantidade de eleitores no PR etc(a imprensa trabalha com dados, números). Importante constar nesse press kit, que mais informações podem ser obtidas no site www.tre-pr.jus.br nas redes sociais do tribunal.

Dos servidores

Se o servidor assume as funções como chefe de cartório, ele pode solicitar uma reunião com o juiz eleitoral e promotor para se apresentar e saber quais devem ser os procedimentos para atendimento à imprensa. Antes dessa reunião, o chefe de cartório pode conversar com os servidores da zona eleitoral para ter noção de como ocorre o relacionamento com a imprensa. Se não houver um padrão definido, ele pode na reunião com o juiz, sugerir formas de atendimento à imprensa.

Note-se que o juiz desempenha atribuições diversas além da eleitoral, por isso é importante que a iniciativa da reunião parta do servidor para que já fiquem definidas as suas atuações, caso essa iniciativa não venha do juiz eleitoral.

Imprensa



Por que falar com a imprensa?

Falar com a imprensa é uma oportunidade de dar visibilidade às ações da justiça eleitoral para que a sociedade saiba da importância do trabalho desenvolvido que não se resume a fazer eleições a cada dois anos. Se você perguntar agora para alguém o que faz a justiça eleitoral ela vai lhe responder: eleição.

É por meio das informações disponibilizadas pelo Cartório Eleitoral que os eleitores e imprensa saberão das campanhas, ações e serviços oferecidos pela Justiça Eleitoral local. As pessoas tem que saber que fazemos eleição mas que também promovemos educação eleitoral por meio de palestras e eventos. Temos que mostrar os procedimentos feitos nas urnas em anos não eleitoral, como o runnin por exemplo. Chamar a imprensa quando fizer vistoria em locais de votação, reunião com partidos políticos, ações de educação eleitoral com jovens e treinamento de mesários também são ótimas formas de mostrar à sociedade e imprensa o trabalho desenvolvido localmente pela Justiça Eleitoral.

O relacionamento com a imprensa traz confiança e credibilidade aos atos da justiça eleitoral. Não é necessário dar tratamento privilegiado. É apenas atender a imprensa nem que seja para falar que naquele momento ela não poderá ser atendida mas que estamos à disposição para marcar outro dia ou outro horário.

Os servidores em conjunto com o juiz eleitoral definem as regras para o atendimento à imprensa. Pode ser estabelecido um servidor como porta voz ou vários servidores conforme uma escala de trabalho realizada pelos próprios interessados.

O que interessa à imprensa?

A imprensa trabalha com notícias. Para uma informação ter destaque na imprensa ela deve ter relevância para o público. Nem tudo que é informação da justiça eleitoral vai interessar para a imprensa. Mas é importante que a imprensa saiba sobre tudo de relevante que ocorra na zona eleitoral.

Na justiça eleitoral os assuntos que mais despertam o interesse da imprensa são: fechamento de cadastro eleitoral, reabertura

do cadastro eleitoral, campanhas nacionais ou locais, mesários, registro de candidatos, propaganda eleitoral, resultados das eleições, prestações de contas, sentenças proferidas pelo juiz eleitoral, decisões do tribunal, tramitação de processos e dados estatísticos do eleitoral.

Perceba que esses assuntos que mais despertam o interesse da imprensa estão todos ligados à eleição. Por isso que grande parte da população acredita que trabalhamos de dois em dois anos. Dessa forma, é necessário também manter contato com a imprensa em anos em que não temos eleições para mostrar que também são realizadas uma infinidade ações não ligadas diretamente ao voto.

Para que a justiça eleitoral mostre sua importância em períodos não eleitoral que é importante esse contato contínuo com a imprensa. Por meio da divulgação de campanhas e projetos executados pela zona eleitoral é que a sociedade terá conhecimento do nosso trabalho. De que adianta capacitar jovens com educação eleitoral a exemplo das atividades desempenhadas em parceria com a Escola Judiciária Eleitoral – EJE, se essas ações não forem divulgadas nas rádios locais por exemplo. É preciso fazer marketing bom do trabalho executado todos os dias pelo cartório eleitoral.

Em uma palestra é possível atingir apenas uma quantidade determinada de público, mas por meio de uma entrevista alcançamos uma infinidade de pessoas, com uma diversidade de público muito maior.

Como funciona uma redação?

É importante ter conhecimentos básicos a respeito do funcionamento de uma redação para obter resultados mais efetivos na divulgação de conteúdos.

A rotina em uma redação começa, em regra, pela manhã, com a chegada do pauteiro, profissional que vai inteirar-se das notícias que estão circulando nos veículos concorrentes e sites oficiais e das sugestões de pautas enviadas – por e-mail ou grupos/ listas de transmissão de aplicativos de mensagens – pelos cidadãos, empresas e instituições. Este é o melhor horário, portanto,

para enviar sugestões de pauta.

O pauteiro vai distribuir entre a equipe qual repórter fará a apuração de cada assunto, geralmente já com a indicação das fontes que devem ser consultadas, entrevistas a serem realizadas, resumo do assunto e orientações com relação à abordagem que o tema deve receber.

O repórter é que vai apurar o conteúdo, conduzir a entrevista presencialmente, por e-mail ou telefone, redigir a matéria (no caso dos impressos e internet) ou gravar as passagens (TV e rádio). Ele possui um prazo para entregar a matéria pronta, o chamado deadline. As informações e entrevistas devem ser concedidas dentro desse prazo para entrarem na matéria – e mesmo que sejam enviadas a tempo, podem ficar de fora da edição, conforme as prioridades do veículo naquele dia; esteja preparado para resultados diferentes dos que espera.

Os repórteres são interessados em conquistar as fontes e em informar bem e buscam imparcialidade (ouvindo todos os lados envolvidos em uma história). Trabalham sob a pressão de atender a pauta, os prazos, a audiência e o espaço disponível e, além disso, de atingir a concorrência. As redações estão cada vez mais enxutas e as equipes reduzidas.

Geralmente os repórteres cobrem mais de uma matéria por dia, por isso é recomendada compreensão com relação a eventuais atrasos, além de paciência para traduzir da maneira mais clara possível os conceitos, lembrando que o destinatário final da mensagem é o cidadão comum.

Antes de ir par ao ar, o conteúdo passa pela supervisão do editor, profissional responsável pelas principais áreas de cobertura nos veículos impressos – política, cultura, economia, local etc. Na TV esse profissional também guia a montagem da matéria e é responsável pela redação do texto de cabeça (abertura).

As rádios geralmente têm programas de notícias na parte da manhã, o que vai requerer disponibilidade de horário nesse período em tempos de eleições ou campanhas da Justiça Eleitoral. É possível fazer uma escala entre os servidores para atendimento à imprensa no período da manhã, se necessário.

Entrevista

comunicação

entrevista

mailing



Antes da entrevista

1. As demandas por entrevistas chegam geralmente via cartório eleitoral. Se um jornalista ligar diretamente ao juiz, ele pode pedir para que liguem para sua assessoria para envio da pauta e agendamento.

2. Pode ocorrer que o juiz participe de um evento e seja perguntado ali mesmo sobre determinado assunto que não queira falar ou de que não tenha ainda conhecimento. Nesse caso, é possível dizer que vai falar com sua assessoria para verificar o assunto, e que ela entrará em contato. E tem que entrar em contato mesmo. A imprensa nunca esquece de uma pergunta na qual você disse que daria um retorno.

3. Quando um jornalista entrar em contato com a zona eleitoral, é preciso saber se o jornalista quer uma entrevista ou apenas levantar dados para uma matéria. Se for apenas dados, o próprio servidor pode repassar ou indicar o site em que tenha tais informações.

4. O cartório pode ter sempre em um arquivo, fotos do juiz e promotor eleitoral para uso da imprensa. Isso facilita o trabalho da imprensa e do cartório. E também sempre ter fotos das urnas, dos eventos locais, dos eleitores em atendimento, da fachada do prédio eleitoral, porque são dados solicitados corriqueiramente pela imprensa.

5. No site do TRE-PR tem uma aba no rodapé chamada Flickr, em que são armazenadas fotos de eventos e de membros e que podem ser úteis também à imprensa local.

6. Geralmente quando a entrevista refere-se a serviços oferecidos ao eleitor e que exigirá informações mais técnicas, quem atende a imprensa é o servidor que lida diariamente com os sistemas e atendimento ao público. Mas se for uma entrevista sobre ações e campanhas, fica a critério do juiz a possibilidade ou não de conceder a entrevista. Não podendo o juiz dar a entrevista, ele pode indicar um servidor para atendimento à imprensa. Caso não seja possível o atendimento local da imprensa e o assunto referir-se a interesses gerais da Justiça Eleitoral, é possível entrar em contato com a Comunicação Social do tribunal para atendi-

mento da demanda.

7. Informe-se sobre o veículo para o qual vai ser dada a entrevista. Pesquise o perfil do jornalista. Certa vez, recebemos um pedido de entrevista ao vivo para um portal. Estranhamos a forma da solicitação e pesquisamos sobre programas anteriores e o perfil do apresentador. O programa tinha viés político, apresentado por uma pessoa que não era jornalista e que fora várias vezes candidato e com processo na justiça eleitoral. Nesse caso, não saiu a entrevista.

8. Saiba o assunto que vai ser tema da entrevista, mas não peça para o jornalista enviar as perguntas se a entrevista for ao vivo. Eles odeiam isso e não transmite confiança acerca do conhecimento do assunto. Você pode perguntar se haverá questionamento acerca de dados que exijam pesquisa para preparo do material. Em alguns casos eles até enviam a perguntas.

9. Nas entrevistas gravadas em estúdio, que geralmente tem um tempo maior, você pode pedir para que enviem as perguntas com antecedência porque geralmente será necessária uma pesquisa acerca de dados. E mesmo que não haja perguntas envolvendo dados, sempre deixe um material pronto que contenham dados da Justiça Eleitoral porque sempre rendem ótimas pautas.

Durante a entrevista

1. Receba bem o jornalista e sua equipe e cumprimente a todos com cordialidade, incluindo os cinegrafistas.

2. Prepare o cenário para a entrevista. Se der para colocar uma imagem que destaque o cartório ou o tribunal melhor.

3. Cuidado com documentos em cima da mesa. Eles podem ser lidos ou filmados pelo jornalista.

4. Forneça seu cartão de visitas, assim você garante que seu nome e cargo serão creditados corretamente.

5. Pergunte ao repórter quanto tempo você tem nas respostas. Pode ser que seja apenas um minuto ou cinco.

6. Seja objetivo e conciso nas respostas. Evite termos técnicos e citações. Geralmente entrevistas para televisão são mais rápidas que as de rádio, o que exige respostas curtas. Por isso responda o que lhe foi perguntado sem divagações.

7. Podem ocorrer perguntas agressivas. Não se altere. Se necessário, pode dizer, “não tenho essa informação”, ou “a Justiça Eleitoral não vai se manifestar sobre esse caso”, ou ainda, “vou averiguar com a assessoria que repassará as informações necessárias”.

Depois da entrevista

1. Não fale nada confidencial, nem piadas. Pode ser que ainda esteja sendo gravado ou o microfone pode estar aberto.

2. Não comente declarações feitas por outras pessoas.

3. Não fale sobre o que não quer ver publicado.

4. Não peça para ler a entrevista ou ver as filmagens antes da publicação. Isso faz parte da atividade do jornalista e eles não gostam dessa interferência.

5. Ao final da entrevista pergunte se ficou alguma dúvida. Coloque-se à disposição para esclarecimentos posteriores.

6. Aproveite o contato para falar sobre outros assuntos ou campanhas da justiça eleitoral. Assim você pode despertar o interesse do jornalista por novas pautas.

7. Conferir se a entrevista saiu com dados corretos. Caso haja falhas, a assessoria entra em contato com o jornalista para a retificação.

Dica: Salve todas as entrevistas de seu cartório eleitoral para acompanhamento do seu próprio trabalho com a imprensa. Isso se chama clipagem. É uma importante forma de verificar e quantificar o trabalho que está sendo feito localmente com a imprensa. Uma forma simples é criar um grupo de whatsapp apenas com você mesmo para arquivar de forma rápida, fotos e links de matérias que saíram.

Você vai se surpreender com tanto retorno que terá com a mídia local a partir do estreitamento de relacionamento entre cartório e imprensa.

Principais dicas

1. O servidor da zona eleitoral no relacionamento com a imprensa, exerce papel de assessor de imprensa e porta-voz da Justiça Eleitoral, na divulgação de ações e campanhas.
2. Em ano não eleitoral organize uma pasta com temas de interesse recorrente da mídia e depois apenas atualize esses dados conforme a necessidade.

Exemplo de temas: Exemplo de temas: **segurança da urna, voto jovem, final de prazo, cancelamento do título e suas consequências, mesário voluntário, diferença entre voto branco e voto nulo.**

3. Conquiste a credibilidade atendendo bem a imprensa. Mostre-se disponível. Ou se não puder falar com a imprensa, diga que vai retornar assim que for possível.
4. Ao ser demandado sobre dados para uma matéria, pergunte ao jornalista até quando você poderá repassar as informações. E cumpra esse horário nem que seja para dizer que precisará de mais tempo para levantar as informações requeridas.
5. Se você não for a pessoa certa para dar a entrevista, indique outro nome para o jornalista ouvir como alternativa, que pode ser alguém da sua zona eleitoral, da zona eleitoral vizinha ou do próprio TRE-PR.
6. A imprensa trabalha contra o tempo. Por isso, atenda com paciência e dê retorno sempre, mesmo que seja para dizer “não” ou pedir um prazo maior para responder.
7. Diga sempre a verdade e não esconda informações. Quando não tiver resposta à pergunta, seja sincero e diga que vai veri-

ficar a informação e repassar depois. E cumpra. A imprensa tem ótima memória.

8. Confira se o repórter anotou corretamente a grafia do seu nome ou da fonte que deu a entrevista. Como sugestão dê apenas um sobrenome para que a imprensa grave seu nome.

9. Se a imprensa ligar diretamente ao juiz eleitoral para falar sobre um assunto que não saiba ou que não queira falar no momento, explicar que vai conversar com sua assessoria e que depois vai retornar. Jamais falar que não tem conhecimento sobre o assunto e não ser ríspido com a imprensa.

10. Para facilitar a concentração em entrevistas, ao responder sempre iniciar com a pergunta.

Exemplo:

Pergunta: Quais os documentos necessários para fazer o título de eleitor?

Resposta: Para fazer o título de eleitor é necessária a apresentação de comprovante de residência e documento oficial com foto etc.

11. Cuidado com os vícios de linguagem. Ex. substituir o “eu acho”, por “eu acredito”. E quando for assunto geral, usar a conjugação do verbo na terceira pessoa. Não fazer barulhos na resposta, como áaaa, né, pois passa a impressão de dúvida.

12. Se necessário, faça sessões de fonoaudiologia. É um investimento que vale a pena para melhorar a voz e a comunicação.

13. Tanto na entrevista para rádio ou televisão, pensar que está em uma conversa com o repórter. Essa técnica trará calma e mantém a naturalidade da entrevista.

14. Responder sempre de forma positiva mesmo que a pergunta tenha foco negativo. Venda a sua marca, a sua campanha e o conteúdo que você quer passar.

Exemplo:

Pergunta do repórter: Por que longas filas são formadas sempre nos finais de prazo?

Resposta: Em 2010 o TREPR instituiu o Título Fácil que veio para ajudar o eleitor a não ficar muito tempo nas filas. Com o Título Fácil o eleitor pode regularizar sua situação cadastral em qualquer Fórum Eleitoral que seja mais próximo da sua casa.

15. E atenção:

Comunicação não é o que você fala. É o que o outro entendeu do que você falou. (David Ogilvy)

Gerenciando uma crise

1. Não fuja da imprensa. São nas situações de crise que sua credibilidade será ou não sedimentada.
2. Não esconda a verdade. Se o assunto for delicado ou ruim para a imagem da Justiça Eleitoral envie mensagem aos jornalistas e imprensa locais dizendo que vai levantar mais informações para repassar a eles. Assim você ganha tempo e credibilidade e ainda conseguirá segurar uma matéria que poderia gerar reflexos ruins.
3. Se não houver muita segurança sobre o tema ou se quer evitar exposição da autoridade pode ser emitida uma nota oficial.
4. Se necessário, busque auxílio da Comunicação Social do TRE-PR.
5. O uso de listas de whatsapp é importante quando se quer segurar uma informação ruim já que o contato com a imprensa é de forma imediata.

Palavras estratégicas em uma entrevista

1. É importante reforçar...
2. Quero destacar...
3. É fundamental...
4. Acredito que...
5. Insisto em...

Como se vestir: sugestões para os homens



Como se vestir: sugestões para as mulheres



Tipos de Entrevista

informação

cidadania

release



Para televisão

1. Entrevista em pé

- Pés separados para ficar com uma base firme. Nunca se apoie em uma perna só. Não fique balançando o corpo nem a cabeça como se estivesse concordando com o repórter. Esse é um gesto muito comum e que não percebemos. Por isso, as entrevistas exigem concentração total.

- Não cruze as pernas como se estivesse fazendo um X. Muito comum em mulheres. Prejudica o equilíbrio e segundo especialistas, não passa confiança.

- Não colocar as mãos no bolso. Atitude comum em homens. Passa a impressão de que quer esconder algo.

- Não se movimentar durante a entrevista.

- Gestos das mãos na altura da cintura.

- Cuidado para não bater no microfone de lapela e jamais toque no microfone do repórter a não ser que peça para você segurá-lo.

- Se o repórter lhe der o microfone para falar, segurá-lo reto na altura da boca.

- Olhe para o repórter e não para a câmera. Exceção: quando você faz um convite ao telespectador. Mas já na sequência volte a atenção para o repórter.

2. Entrevista sentado

- Para os homens, atenção especial às meias e sapatos. Nada de meias curtas ou em desconformidade com a calça ou sapato. E ao sentar, arrumar a calça para que não fique exposto o calcanhar.

- Não ficar balançando na cadeira.
- Para as mulheres roupas confortáveis. Tudo que possa tirar a concentração na entrevista não deve ser usado.
- Não se jogar na cadeira como se estivesse no sofá de casa. Manter a postura sempre ereta, com ombros bem posicionados.

3. Coletiva

Coletiva de imprensa é uma ótima forma de iniciar ou melhorar o relacionamento com a imprensa, apresentar temas de interesse da zona eleitoral, conquistar mídia espontânea, atender aos princípios da transparência e do interesse público, estimular comportamentos e propagar conteúdos relacionados à atuação da Justiça Eleitoral.

a. Sentados ao redor de uma mesa

Antes do início da entrevista coletiva o assessor de imprensa apresenta-se rapidamente e explica o formato da entrevista. Importante ressaltar que dúvidas ao final podem ser direcionadas aos servidores caso haja necessidade da confirmação de dados técnicos. Explicar também que após a exposição do juiz eleitoral cada veículo de imprensa poderá fazer perguntas, falando seu nome e o veículo de comunicação a que pertence.

Importante o cartório ter enviado com antecedência por e-mail ou whatsapp, um press kit (resumo das assuntos que serão abordados) aos convidados pois dessa forma você já direciona os temas que serão tratados. E se houver algum assunto polêmico que não será abordado na entrevista, é só combinar esse ponto com a imprensa. E se mesmo assim no momento da coletiva o repórter fizer uma pergunta que foge da pauta, só falar que em outra ocasião tal tema será abordado para que não se fuja do assunto da coletiva.

A Comunicação Social do TRE-PR tem modelos de convite e press-kit a ser fornecido para a imprensa, caso alguma zona eleitoral queira um modelo.

b. Em pé

Também chamada popularmente de entrevista quebra-queixo. É a oportunidade que cada veículo tem de fazer imagem e sonora do entrevistado. Geralmente utilizada após a coletiva no rito sentado, ou quando ocorrem fatos de última hora que mereçam explicações imediatas e não deu tempo de organizar uma coletiva com antecedência.

O entrevistado deve olhar para quem fez a pergunta mas também direcionar o olhar para todos os outros.

Entrevista para emissora de rádio

1. Ao vivo ou gravada em estúdio

- Desligar o celular ou deixar em modo silencioso.
- Os cuidados com a roupa devem ser os mesmos da entrevista para televisão considerando que a maioria das emissoras de rádio também transmitem a imagem via redes sociais.
- Não bater as mãos na mesa para evitar ruídos.
- Manter a boca afastada do microfone na medida de um palmo aproximadamente.

2. Por telefone

- Escolher um local sem barulhos. Deixar o celular desligado se a entrevista se der em um telefone fixo. Se a entrevista for por meio do celular, deixa-lo no modo avião para não ser interrompido.
- Concentrar-se no repórter e nas perguntas pois entrevistas ao telefone possuem mais chance de distração.

3. Sonoras e vídeos

- Quando possível, grave por meio do próprio celular depoimentos dos juízes, servidores, promotores ou outras fontes sobre assuntos de interesse da sociedade, salve nos arquivos do celular, renomeie o arquivo começando com o nome da fonte e assunto - Ex. sonora com juiz eleitoral fulano de tal/mesários. As emissoras usam muito esse tipo de conteúdo o que faz com que sua campanha ou informação tenha destaque na mídia. Você não precisa esperar para ser demandado por uma notícia, pois você mesmo pode produzir conteúdo e sugerir como pauta para a imprensa.
- Você pode enviar tanto áudios quanto vídeos (gravados na horizontal), pois as emissoras de rádio possuem tecnologia para extrair apenas o áudio de arquivos vídeo, usado nas transmissões das FMs e AMs, e também podem aproveitar o vídeo para a versão da matéria veiculada no site da emissora.
- Envie o material bruto que as rádios fazem as edições necessárias e ajustes técnicos. A imprensa precisa desse tipo de material para que sejam mais eficazes as campanhas desenvolvidas pela Justiça Eleitoral. E essa atitude revela confiança e credibilidade no relacionamento com a imprensa.

Mas anote aí: essa sonora deve ser gravada em tom de entrevista ou conversa. Nada de enviar sonoras como se tivesse dando aula ou lendo porque a imprensa descartará esse material. Seja natural.

Entrevista para jornal impresso e portais

Responda o e-mail sem excesso de formalidade como se fosse um relatório. A assessoria pode fornecer dados mas a escrita tem que ser natural como se fosse uma conversa. E colocar-se à disposição para esclarecimentos posteriores.

Entrevista por meio de aplicativos ou *lives*

1. Ao marcar a entrevista perguntar qual aplicativo será usado e quanto tempo de duração. Teste o equipamento e a conexão com a internet antecipadamente;
2. Baixar o aplicativo no celular, tablet ou computador.
3. Para evitar receber mensagens instantâneas em navegadores no computador ou que sua navegação fique lenta, feche todas as demais abas e programas que não serão utilizados durante a entrevista;
4. Deixe suas anotações em um bloco de papel com uma caneta à disposição ao lado do computador. Consultar notas digitais no mesmo computador usado para a entrevista pode atrapalhar a concentração;
5. Durante a entrevista, olhe para a câmera e não para a tela, como se você estivesse olhando nos olhos da pessoa.
6. Não se preocupar com o envio antecipado do link do aplicativo pela emissora, afinal o interesse da entrevista é dela. Em regra, o link do aplicativo é enviado minutos antes da entrevista. Não se preocupe porque a imprensa está acostumada com esse formato de entrevista.
7. Lives com mais de uma hora geralmente perdem a audiência.
8. Cuidar com o cenário da entrevista e lives porque a câmera pode pegar imagens que não fiquem bem na tela.
9. Procure um local calmo, com boa iluminação e sem barulho. Se possível, um escritório.
10. Se fizer lives ou entrevista no quarto, cuidado para não mostrar a cama ou outros objetos pessoais.
11. Olhar sempre para a câmera e não para a tela do celular, tablet ou computador, para não distrair a audiência ou passar a impressão de insegurança.

12. Deixar uma expressão leve no rosto para passar tranquilidade e confiança.

13. Após a entrevista ou live, só dizer algo quando tiver certeza que a entrevista ou a live foi finalizada, pois ainda é possível que a câmera esteja ligada.

Dicas Finais

democracia



justiça
eleitoral

atendimento

O que não pode fazer na entrevista

- Chegar atrasado – tente chegar vinte minutos antes para dar tempo de relaxar, conhecer o local da entrevista, tirar dúvidas etc.
- Volume da voz baixa demais – sem articulação. Você deve abrir bem a boca ao falar. Pronunciar corretamente as palavras. Se necessário, busque ajuda de um fonoaudiólogo.
- Não fale alto demais nem grite – fale no mesmo tom de voz mesmo que esteja num local com barulho.
- Gestos em excesso – você deve mexer as mãos mas com movimentos naturais. Uma dica é mexer as mãos do peito para baixo pois as câmeras fazem um enquadramento na altura do peito.
- Não decore a sua fala – faça um roteiro com palavras-chaves. Assim a entrevista fica mais natural. Lembrando que para manter-se calmo é só se imaginar em uma conversa e esquecer que milhares de pessoas assistirão você.
- Não olhar pra baixo ou pra cima ou pro lado ou pro vazio. Tem que olhar nos olhos do repórter. Olhar para a câmera se for dar uma resposta ao telespectador. Concentração na entrevista.
- Não pedir ao jornalista antecipadamente todas as perguntas da entrevista. Isso mostra insegurança. Pergunte apenas qual a pauta de maneira geral. Se você foi convidado para uma entrevista é porque o repórter sabe que você conhece o tema.
- Jamais segure o microfone a não ser que o repórter peça para fazê-lo.
- Não peça para ver as fotos, a entrevista ou ler a matéria antes de ela ser publicada.

Linguagem não verbal

- Cuidado com o rosto fechado e sobrancelhas cerradas. O movimento facial deve ser de acordo com o contexto.
- Não demonstrar a tensão para não passar a impressão que a situação é mais grave do que o que está sendo dito.
- Manter as mãos naturalmente e com gestos espontâneos. Evitar colocar as mão atrás do corpo ou prender e pressionar as mãos na frente pois isso demonstra nervosismo.
- Não mexer nos anéis – demonstra impaciência ou nervosismo.
- Não falar muito rápido nem muito devagar.
- Não balançar o corpo para não sair do enquadramento.
- Ao sentar na poltrona não deixar os ombros caídos.
- Após a entrevista ao vivo manter a posição até o aviso do repórter de que finalizou a transmissão. E mesmo assim, jamais diga algo que não queira ver publicado.
- Ao ser questionado, não olhar para cima ou para os lados pois isso passa a impressão de que você não sabe a resposta. Manter os olhos sempre no repórter.
- Não ficar balançando a cabeça enquanto o repórter faz a pergunta como se estivesse concordando com ele. Cansa o espectador e pode passar uma falsa concordância sobre algo.
- Deixar o aparelho sempre desligado e nunca o mantenha nas mãos para não passar uma impressão ruim.
- Deixar o celular no bolso desligado ou no modo silencioso.
- Olhe nos olhos do entrevistador ou do repórter. Não olhe para o chão.

Atenção: linguagem inclusiva sempre

Na escrita e na fala devem ser tomados cuidados para que não haja ofensas às pessoas ou grupos. Na correria do dia a dia não nos damos conta de como importa a forma como falamos e como nos referimos às pessoas.

Por exemplo, o termo correto é *pessoa com deficiência* e não *deficiente* ou *portador de deficiência* ou *pessoa com necessidades especiais*. Jamais use termos pejorativos, como *aleijado*, *defeituoso*, *incapacitado*, *inválido*.

Deficiência visual: é a perda total ou parcial, congênita ou adquirida, da visão. Assim, há dois grupos de deficiência.

- **Cegueira:** quando há perda total da visão ou pouquíssima capacidade de enxergar.

- **Baixa visão ou visão subnormal:** caracteriza-se pelo comprometimento do funcionamento visual dos olhos, mesmo após tratamento ou correção.

Se não souber especificar a deficiência, use *deficiência visual* e *pessoa com deficiência visual*. A forma *deficiente visual* também é aceita, embora não seja a preferida. Para casos de cegueira, use *cego*, *pessoa cega*. Nunca use *ceguinho*.

Deficiência auditiva: há diferença entre *deficiência auditiva* parcial (quando há resíduo auditivo) e *surdez* (quando a deficiência auditiva é total). Use *surdo*, *pessoa surda*, *pessoa com deficiência auditiva*, *deficiente auditivo*. Não use termos como *surdinho*, *mudinho*, *surdo-mudo*.

Deficiência mental: use *pessoa com deficiência mental* ou *pessoa deficiente mental*. Não use *criança excepcional*, *doente mental*. O termo *deficiente* deve ser usado como adjetivo, e não substantivo. É aceitável como substantivo apenas em títulos de matérias.

Síndrome de Down: use *pessoa com síndrome de Down* ou *pessoa com Down*. As palavras *mongol* e *mongoloide* são hoje consideradas pejorativas.

Epilepsia: prefira *pessoa com epilepsia* a *epiléptico*.

Autismo: use *autista*, *pessoa com autismo*. Não use o termo *autista* fora do contexto, como referência a alienação.

Não utilize o termo *pessoa normal*. O correto é dizer *pessoa sem deficiência*, *pessoa não deficiente*.

Cadeira de rodas: *pessoa em cadeira de rodas*, *pessoa que anda em cadeira de rodas*, *pessoa que usa uma cadeira de rodas*. No contexto coloquial, é correto o uso do termo *cadeirante*.

Tetraplegia: prefira o termo *pessoa com tetraplegia* (ou *tetraparesia*) no lugar de o *tetraplégico* ou o *tetraparético*.

Para se referir a minorias étnicas e religiosas, use os termos de preferência das próprias minorias. Negro: para pessoas de pele negra, use *negro* ou *afrodescendente*. Nunca use termos pejorativos. Evite o termo *denegrir*.

Evite termos como *judiar* e *denegrir*. Prefira *maltratar*, *comprometer*, *manchar*.

Use *homossexualidade*, assim como se usa *heterossexualidade*. O indivíduo é homossexual. A referência a gay ou lésbica deve ocorrer apenas em contexto.

Use o termo *orientação sexual*, e não *opção sexual*, que é incorreto. A explicação provém do fato de que ninguém “opta”, conscientemente, por sua orientação sexual, seja hetero ou homossexual. A orientação sexual se refere à atração afetiva, emocional e sexual por indivíduos do mesmo gênero (homossexual), de gêneros diferentes (heterossexual) ou de mais de um gênero (bissexual).

O Ministério Público do Distrito Federal e Territórios, produziu um guia de comunicação intitulado “O racismo sutil por trás das palavras”, cuja referência deixamos na bibliografia e que vale a leitura e a reflexão. São expressões utilizadas há muito tempo e que mesmo sem querer, contribuem para a discriminação e o preconceito no país.

Citamos aqui apenas algumas das expressões mais usadas no

cotidiano como forma de aguçar a curiosidade por uma comunicação inclusiva e livre de preconceitos.

Expressões usadas e que podem ser substituídas por outras palavras:

1. Feito nas coxas: Antigamente, as telhas das casas eram moldadas nas coxas dos escravizados e como eles tinham corpos diferentes, as telhas não ficavam no mesmo formato e por isso, estariam malfeitas por ficarem irregulares e mal encaixadas. **Substitua por: mal feito.**

2. Criado mudo: Era o escravizado que ficava em pé, ao lado da cama a noite inteira em silêncio, normalmente segurando água e objetos para servir os “senhores”. **Substitua por: mesa de cabeceira.**

3. Meia tigela: a expressão vem da época da escravidão. Quando os escravos faziam o serviço ao agrado do dono, recebiam uma tigela cheia de comida e aqueles que não faziam, recebiam a tigela pela metade, significando que o trabalho estava mal feito. **Substitua por: mal feito.**

4. Denegrir: possui raiz no significado “tornar negro”, como algo maldoso e ofensivo, “manchando” uma reputação antes “limpa”. **Substitua por: difamar.**

5. A coisa tá preta: expressão racista que reflete a associação entre “preto” e aspectos negativos. **Substitua por: situação difícil, desconfortável.**

6. Mercado negro, magia negra, lista negra, humor negro, ovelha negra: utilização da palavra “negra” como algo pejorativo, prejudicial, ilegal. **Substitua por: mercado clandestino, lista proibida, humor ácido, rebeldia.**

7. Nega maluca: nega-maluca é um bolo muito popular em Portugal e no Brasil. É feito de chocolate, farinha de trigo, açúcar e ovos e leva uma cobertura de chocolate. **Substitua por: bolo de chocolate.**

8. **Inveja branca:** ideia do branco como algo positivo, associando o preto a comportamentos negativos. **Substitua por: inveja é inveja, troque por um elogio.**

Palavras comuns no jornalismo

Briefing: instruções sobre a execução de uma tarefa ou resumo de informações sobre qualquer evento que uma fonte dá aos jornalistas, quase sempre oralmente.

Cabeça: texto lido pelo locutor para anunciar uma matéria. Informa ao telespectador, durante o telejornal, qual reportagem será exibida a seguir. Contém o *lead* da notícia.

Chamada: na mídia impressa, designa pequeno texto usado na capa para chamar a atenção para notícia publicada nas páginas internas. No rádio e na TV, trata-se de breve material gravado inserido várias vezes durante a programação para anunciar um programa ou divulgar uma mensagem institucional.

Clipping: produto gerado a partir do acompanhamento, da leitura e da seleção das notícias publicadas sobre a instituição, em meio físico ou eletrônico, nos diversos meios de comunicação.

Deadline: Hora limite para a finalização da matéria ou prazo final para o fornecimento de informações pela fonte.

Fonte: profissionais que dominam determinado assunto e estão aptos a dar entrevistas e prestar esclarecimentos, em nome da instituição, aos profissionais de comunicação.

Furo: informação importante e correta que apenas um veículo de comunicação divulga. No jargão jornalístico usam-se as expressões: dar um furo, furar e, no sentido inverso, levar/tomar um furo, ser furado.

Lead ou lide: primeiro parágrafo da notícia. Apresenta a informação principal e, em seu formato clássico, responde a cinco questões: o que, onde, quando, por que, como. Em televisão, é o texto lido pelo apresentador do jornal com o objetivo de prender a atenção do telespectador.

Link: ligação que permite o envio do sinal do estúdio para o transmissor. Ação de estabelecer contato com repórter para entrada ao vivo na programação. Envio de vídeo e áudio sem utilização de cabos.

Live: programa transmitido ao vivo, perante determinado público.

Matéria: produto jornalístico resultado de reportagem. Também chamada de reportagem ou VT, é o produto com alguns ou todos os componentes como *off*, passagem, sonora, arte, e que traz uma informação jornalística, em geral não muito longa, para ser exibida dentro de um telejornal ou nos intervalos dos programas da emissora.

Media Training: treinamento dos porta-vozes de determinada organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas.

Nota: breve texto jornalístico.

Notícia: fato novo, relevante, que desperta o interesse público.

Nota Oficial: breve comunicado por escrito publicado em *site* próprio ou enviado pelas instituições à imprensa.

Pauta: é o primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos e material iconográfico. Deve conter sempre uma hipótese a ser confirmada ou refutada, uma questão principal a ser respondida.

Pauteiro: profissional responsável por elaborar a pauta.

Press Kit: material preparado por assessoria de imprensa para eventual uso por jornalista. Em geral inclui *releases* e fotos a título de divulgação.

Release: texto com as principais informações sobre um evento. Utilizado pela assessoria de imprensa para informar os comunicadores sobre assuntos de interesse da instituição. O objetivo é chamar a atenção da imprensa e conquistar divulgação de forma gratuita.

Repórter: profissional responsável pela apuração, realização de entrevistas e elaboração das matérias.

Sugestão de pauta: proposta enviada para jornalistas sobre determinado assunto. Pode ser feita de modo informal pelo telefone, e-mail ou WhatsApp, acompanhada ou não de um *release* com mais informações.

Suíte: do francês “*suíte*”, isto é, série, sequência. Em jornalismo, designa a reportagem que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior.

DUARTE, Jorge. Estratégia em Comunicação. Brasília: Secretaria de Comunicação Social (CNJ), 2019.

FERRARETO, Elisa Koplin. Luiz Arthur. Assessoria de Imprensa. Teoria e Prática. 7ª ed. São Paulo: Summus, 2009.

FOLHA DE SÃO PAULO, Manual de Redação. 19ª ed., São Paulo: Publifolha, 2013.

KYRILLOS, Leny e JUNG, Milton. Comunicar para liderar. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

LOPES, Marilene. Quem tem medo de ser notícia? Da informação à notícia: a mídia formando ou deformando uma imagem. 1ª ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

MACHADO, Marden. Manual para atendimento à imprensa. Tribunal Regional Eleitoral do Paraná. Curitiba: ASCOM TRE-PR, 2002.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. O racismo sutil por trás das palavras. Brasília, 2020.

SÁ, Aurea Regina. 99 Dicas para aparecer bem na imprensa. 1ª ed. São Paulo: Editora Comunica, 2019.

SAIS, Rodrigo. Media Training para auditores da Receita Federal do Brasil. ASCOM – RFB.

SECOM, Manual de Comunicação – Senado Federal. Brasília: Editoria de Qualidade, 2019.

TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação nas Organizações: empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2019.

ZIMERMANN, Ana. Direito Direito nos Jornais. As Palavras que Aproximam e Separam Jornalistas de Advogados. 2ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2011.

Mãe você é escrava do TRE?

Essa frase eu ouvi a primeira vez durante os preparativos para as eleições municipais de 2008. Quem me interrogou com olhos grandes e preocupados foi minha filha mais velha, Nicole, à época com 10 anos de idade. A preocupação dela tinha um sério fundamento.

Mas antes é necessário voltar no tempo. A data era 06 de dezembro de 2007, quando às 5:50 da manhã deixei o sossego da minha casa, em Cascavel, para, de ônibus metropolitano, seguir rumo a um futuro ainda incerto, desconhecido e cheio de dúvidas. Confesso que quase desisti.

O destino era a cidade de Guaraniaçu, distante 75 quilômetros de Cascavel. Mas era necessário enfrentar o desafio. O medo foi meu companheiro na noite anterior. Não dormi.

Assumiria, assim como outros tantos colegas, a função de chefe de cartório de uma zona eleitoral, que até então era comandada por dois servidores municipais. Não sabia como seria aquele dia 06 de dezembro de 2007. Ele foi cinza e chuvoso.

Às 8:15 da manhã, chegava à rodoviária de Guaraniaçu. Não conhecia ninguém. Mas ali o medo que antes sentira, já não me incomodava tanto. Eu repetia para mim mesma - tudo vai dar certo. E deu. Em Guaraniaçu, fiquei dois anos e sete meses. Diariamente, percorria 150 quilômetros. Assim, o medo que tinha de dirigir na estrada foi-se embora juntamente com o medo que tinha do desconhecido.

E foi próximo da eleição municipal de 2008 que ouvi pela primeira vez, com surpresa, espanto e remorso, a indagação, seguida de uma veemente afirmação: Mãe você é escrava do TRE? Eu odeio o TRE.

Naquele momento, não tive resposta. O que tive foi um sufocamento como se tudo que fizesse estava sendo muito errado. Chorei. Chorei muito. Sabia que os motivos que levaram àquela pergunta eram reais e verdadeiros, pois mais de 12 horas do meu dia eram dedicados ao trabalho. Antes do temível TRE, eu era mãe em tempo integral.

Mas as eleições de 2008 passaram, e continuei ouvindo a angustiante pergunta, que mais parecia uma afirmação - mãe você é escrava do TRE?

O tempo passou. Ele sempre passa. E neste dia 06 de dezembro de 2017, completarei, assim como centenas de colegas, 10 anos

de serviço público dedicados ao eleitor e à Justiça Eleitoral.

O dia-a-dia encarregou-se de dar a resposta à minha filha, porque minhas explicações não a convenciam.

Em 2015, já trabalhando em Cascavel, durante uma longa e estressante biometria, eu sentei no sofá de casa e chorei. Chorei de cansaço, de alegria, de dever cumprido, de medo de não dar certo. Mas eis que sou surpreendida por uma afirmação da minha filha - Mãe, eu deixo você ser escrava do TRE porque sei que você ama o que faz mas ama a gente também. Tudo vai dar certo. Demos muitas risadas porque esse discurso era meu, e essa pergunta com o tempo havia virado uma brincadeira em família, como tentativa de me desacelerar. Tentativa falha, claro.

Penso que não somos escravos do trabalho quando nos reconhecemos naquilo que fazemos. Tenho um propósito todos os dias ao deixar minha casa e minha família - que eu consiga fazer o melhor naquele dia e que eu possa enxergar o outro como outro e não como inimigo.

Tarefa árdua eu sei, tal qual a bendita biometria... mas essa já é uma outra história de muitos capítulos, que outro dia quem sabe, eu contarei.

E você, se reconhece naquilo que faz?

*Rubiane Barros Barbosa Kreuz, 39 anos, mãe da Nicole, 19 anos, e da Sofia, 13 anos. Casada com o Sérgio. Ciente de que todos lá em casa, às vezes, pensam ainda que sou escravizada. Mas na verdade sou apaixonada pelo que faço - inclusive eleições e biometria...

Matéria publicada em 07/12/2017, disponível em: <https://intranet.tre-pr.jus.br/web/guest/entrenos/entretanto/-/blogs/mae-voce-e-escrava-do-tre->

Coordenadoria de Comunicação Social TRE-PR



3330-8535 / 3330-8316



ascom@tre-pr.jus.br



Rua João Parolin, 224, CEP 80220-902

TRE-PR na internet



www.tre-pr.jus.br



facebook.com/treparana



instagram.com/treparana



twitter.com/treparana



youtube.com/user/treparana



flickr.com/tre-pr



soundcloud.com/treparana

Envie comentários e sugestões sobre este Guia para ascom@tre-pr.jus.br e siga as redes sociais do TRE-PR para receber todo o conteúdo produzido pela Coordenadoria de Comunicação Social.

E lembre-se: “Comunicação não é o que você diz, mas o que o outro entende” - David Ogilvy.

