

## Seminário Internacional

“Controle Social do Tabaco em Debate – propostas  
de **ACT**uação”

# OFICINA DE MÍDIA

13, 14 e 15 de novembro de 2006 - Brasília - DF

## O que é mídia

Conjunto dos meios de comunicação, que inclui jornal, revista, rádio, TV, cinema, outdoor, propaganda, mala-direta, anúncio em site, etc.

# Por que usar a mídia

- Mídia é ferramenta valiosa:
  - Cria entendimento público sobre os perigos causados pelo tabaco e pela indústria
  - Constrói onda de apoio público para o controle mais forte do tabagismo
  - Pressiona o governo a agir
  
- O efeito da mídia é o ponto importante, embora possa não ser sempre fácil de medir.
  
- As notícias da mídia influenciam a agenda do governo na maioria dos países:
  - Quanto mais uma questão é relatada na mídia, mais pessoas vão tomar conhecimento e se preocupar com ela e mais o governo irá perceber

## ➤ Pontos cruciais:

- Sua história ou mensagem pode ser uma notícia com alguma coisa interessante, que irá chamar a atenção dos repórteres e editores.
- Mas precisa conter uma mensagem para promoção da causa.
- Repetir estatísticas sobre mortes devido ao tabaco não é uma promoção da causa pela mídia.
- Usar estas estatísticas para pressionar por leis mais fortes para o controle do tabagismo, sim.

- Para trabalhar com a mídia:
  - Definir o problema, a solução, e o público alvo que desejamos atingir
  - Identificar a estratégia de mídia
  - Focar não apenas na quantidade, mas na qualidade da cobertura de imprensa

## Objetivo dessa oficina

Capacitar os participantes para o contato com a mídia em sua área de atuação, trabalhando o tema “controle do tabagismo” e seus diversos desdobramentos

- Saúde, ciências e meio ambiente
- Economia e legislação
- Comportamento, cultura e esportes
- Relações Internacionais



## A importância de um bom relacionamento com a Imprensa

O bom relacionamento com a Imprensa contribui para que o controle de tabagismo tenha uma boa aceitação pelos jornalistas, que fazem matérias didáticas.

Por sua vez, essas matérias informam e alertam sobre os males do fumo, fazendo com que a opinião pública entenda e apóie medidas de controle.

## O lado de cá: a Comunicação das ONGs



# Quem é o Assessor de Imprensa

- ◇ Assim como o jornalista de redação, é formado em **Comunicação Social**
- ◇ Precisa conhecer plenamente o assunto com o qual está trabalhando, mas **não precisa ser um técnico na área**. O ideal é que se informe ao máximo sobre controle do tabagismo
- ◇ Precisa 'traduzir' para uma linguagem simples, compreensível por qualquer pessoa sem formação médico / científica os termos médicos e mais específicos ligados ao assunto
- ◇ Precisa conhecer o funcionamento de uma redação de jornal, rádio, TV
- ◇ Precisa trabalhar em parceria com a ONG e com a Imprensa

- habilidades:

- ✓ Escrever bem
- ✓ Saber se comunicar de forma clara e simples
- ✓ Formar rede de relacionamento profissional com jornalistas de redação

- ferramentas:

- ✓ Computador
- ✓ Telefone
- ✓ Fax
- ✓ E-mail
- ✓ Internet

## A função da Assessoria de Imprensa

- ▶ Promove interesse da imprensa sobre a instituição e o controle do tabagismo
- ▶ Administra situações negativas, de crise, orientando a organização sobre como posicionar-se diante da Imprensa

## Características da Assessoria de Imprensa

- ▶ Consegue espaços gratuitos nos jornais, revistas, rádios e TVs
- ▶ Material produzido pelo veículo
- ▶ Não há garantia de publicação
- ▶ Não há garantia de enfoque
- ▶ Não depende de investimento em propaganda

**INVESTIMENTO MENOR  
QUE EM PROPAGANDA**

**+**

**CREDIBILIDADE DA  
MATÉRIA**

## Como fazer notícia?

- Para fazer notícia, você tem que fazer, ou publicar, coisas de valor sobre uma história:
  - Isso pode ser simples como liberar um relatório ou uma declaração
  - Circular a *newsletter* de sua organização
  - Distribuir um *press release* clamando por ação de um representante do governo num aspecto particular do controle do tabagismo
  - Fazer uma coletiva de imprensa
  - Organizar um evento
  - Escrever um artigo

- **Recente**
- **Original**
- **Próxima de quem a lê/assiste**
- **Capaz de interferir na vida do leitor/ouvinte/espectador**

# O que consta numa notícia

- **Toda notícia tem que responder a 5 perguntas:**
  - ✓ **O quê / Quem**
  - ✓ **Quando**
  - ✓ **Onde**
  - ✓ **Como**
  - ✓ **Porque**
- **O que vem depois, ao longo do texto, são as informações complementares**



# Controle do Tabagismo e Notícia

- Tabagismo é notícia porque é uma doença, que pode ser EVITADA e que deve ser TRATADA.
- Causa 4 milhões de mortes anuais, em todo o mundo, o que corresponde a mais de 10 mil mortes por dia.
- Tem desdobramentos em diversas editorias:
  - ✓ Economia e política
  - ✓ Cidade
  - ✓ Comportamento, cultura e esporte
  - ✓ Saúde e ciências
- O controle do tabagismo é notícia por ser o meio para se evitar a epidemia causada pelo tabagismo e sua repercussão.

# Como ser notícia em controle do tabagismo?

- Aproveitar fatos positivos e divulgá-los
- Criar fatos especialmente para divulgação, associados aos objetivos da organização, maximizando esforços técnicos

- Mostrar que Tabagismo é maior causa evitável de câncer e fator de risco para diversas outras doenças
- Se não for combatido, será responsável por 10 milhões de mortes no ano 2020 em todo o mundo
- Somos contra o cigarro e não contra o fumante, que deve ser ajudado para deixar a dependência
- Usar a imprensa e chamar a atenção da opinião pública sobre a epidemia do tabaco

- Datas comemorativas
- Criar fatos paralelos ao calendário dos países
- Participar de pesquisas
- Influenciar em matérias
- Repercutir matérias internacionais
- Inserir o tabagismo em outras entrevistas sobre saúde

- Criar fatos: estabelecimento de calendário de ações com foco na Imprensa, capazes de gerar notícias tanto locais quanto nacionais
- Manifestações espontâneas da sua instituição em temas que envolvam tabagismo / repercussão de fatos internacionais
- Inclusão do combate ao tabagismo como tema em todas as datas comemorativas
- Estabelecimento de parcerias com entidades/órgãos de renome

# Como se comunicar com a Imprensa

- ✓ Sugestão de Pauta
- ✓ Distribuição de Press-Release
- ✓ Entrevista Exclusiva
- ✓ Entrevista Coletiva
- ✓ Artigos assinados
- ✓ Atendimento às solicitações

Elaboração de uma sugestão de pauta /  
press release

- Precisamos dizer que determinado fato vai acontecer (o quê?) ou que alguém fará alguma coisa (quem)
- Precisamos localizar esse fato no espaço e no tempo (quando, onde)
- Precisamos mostrar o modo pelo qual esse fato vai se apresentar (como)
- Precisamos dizer a que esse fato veio (porque)



# Elaboração de um artigo assinado

## Dicas sobre Artigo

- Pense sobre o que você gostaria de escrever, então ligue para o editor da respectiva editoria do jornal e fale sobre o tema.
- Se eles se interessarem, falarão que tamanho o texto deve ter e darão outras sugestões sobre seu conteúdo.
- Como 'editoriais de opinião' e cartas ao editor, os artigos são um excelente veículo para comunicar seus pontos de vista em suas próprias palavras.
- Seu artigo terá mais chance de sucesso se você pensar cuidadosamente sobre o público-alvo que irá ler a publicação onde você deseja publicar o artigo.
- Se você puder, encontre um 'gancho' para seu artigo, ou seja, procure que a publicação de seu artigo coincida com uma data particular.

# Como maximizar a atuação na mídia

Outras ações podem ser feitas para aumentar a participação na mídia:

- Organizar seminários, encontros e eventos
- Publicar declarações de especialistas
- Divulgar fatos e as melhores práticas de outros países
- Pesquisar documentos internos da indústria e divulgá-los
- Produzir newsletters periódicas e distribuir
- Promover e participar de pesquisas de opinião
- Ser parceiro de outras organizações

# Linguagem ideal para tratar de tabagismo

# Abordagem do tabagismo

- Não culpar nem discriminar o fumante
- Evitar palavras como vício, anti-tabagista, combate e luta
- Mostrar que o tabagismo é uma doença causada pela dependência da nicotina
- Mostrar que defender locais livres de cigarro é agir pela saúde pública
- A liberdade de expressão

# O lado de lá: A redação

- **Direção**
- **Departamento Comercial**
- **Redação:**
  - Pauteiro**
  - Chefe de reportagem**
  - Editor**
  - Repórter**
  - Redator**
  - Colunistas**

## Quem é o jornalista?

- Graduado em Comunicação Social
- Não especializado em uma área / alta rotatividade
- Boa cultura geral
- Senso crítico apurado
- Diversos cargos na redação
- **Repórter** é o que se relaciona com as fontes
- Pressionado por tempo e competição entre veículos



- Não trabalha sozinho nem tem autonomia plena
- Matéria publicada passa por vários profissionais e etapas
- Não decide espaço, abordagem ou publicação, mas pode influenciar positiva ou negativamente

- Veículo produz mais matérias do que o espaço disponível
- Matérias são cortadas, reescritas ou não publicadas
- Repórter que escreve não sabe ainda o espaço que a matéria ocupará, nem o texto final, nem a legenda da foto ou o título
- Decisão é tomada com base em importância relativa do assunto

## Prazos de fechamento

- Processo industrial: deadline inegociável se a matéria é “do dia”
- Jornais e TVs: fluxo diário
- Revistas/Cadernos fecham com até 3 meses de antecedência

# Os erros da Imprensa

- Erros freqüentes (alguns simples, outros graves), quase sempre não-intencionais
  - ✓ Necessidade de “simplificar”
  - ✓ Falta de especialização
- Recursos judiciais: lentos e ineficientes
- Nota oficial paga: não tem poder de corrigir 100%
- Como evitar?
  - ✓ Sistema profissional
  - ✓ Preparo do porta-voz
  - ✓ Relacionamentos cultivados

# Fazendo uma boa entrevista

## Definindo seu público

- Repórter é canal de comunicação com público-alvo
- Real audiência é leitor/ouvinte/telespectador
- Relação deve ser despersonalizada

## Ao receber um pedido de entrevista...

- Ganhe tempo
- Peça a pauta
- Contate a Assessoria de Imprensa
- Defina seus objetivos
- Prepare-se para a entrevista

## Como não responder a uma pergunta

- Nunca diga "*sem comentários*" ou "*nada a declarar sobre o assunto*"
- Se não puder responder, explique o motivo:
  - ***Informação confidencial***
  - ***Assunto de outra área / entidade***
  - ***Assunto sob investigação ou processo judicial***
  - ***Assunto / opinião pessoal***
  - ***Você não tem a informação***



## Procedimentos durante uma entrevista

- Receba o jornalista amigavelmente
- Trate bem qualquer jornalista, não importa o veículo que represente
- Cumpra o horário combinado
- Esteja vestido adequadamente
- Escolha um local confortável e reservado
- Trate o jornalista pelo nome
- Não permita interrupções
- Abra fazendo uma exposição geral do assunto
- Só responda se tiver entendido bem a pergunta
- Dê respostas curtas e objetivas

## Procedimentos durante uma entrevista

- Evite expressões técnicas ou jargão interno
- Dê subsídios
- Se ficar em dúvida sobre o que responder ou se está autorizado a falar sobre determinado assunto, peça um tempo e cheque discretamente
- Se não puder responder, explique o motivo
- Meça o interesse pelo ritmo de anotações
- Demonstre total segurança sobre o assunto

## Procedimentos durante uma entrevista

- Não peça para ler a matéria antes de publicada
- Coloque-se à disposição para esclarecer dúvidas
- Não “cobre” do repórter a data de publicação, espaço ou enfoque
- Se o tempo estiver sendo tirado de uma reunião, não mencione em tom de cobrança
- Não fale em “off”

- Converse antes com o repórter para combinar perguntas
- Objetividade: Seja breve nas respostas
- O repórter indica para onde olhar
- Não elogie a pergunta
- Não chame o repórter pelo nome
- Não mencione a conversa anterior durante a gravação
- Considere “gravando” todo o tempo em que estiver no estúdio ou com o repórter

## Entrevistas para rádios

- Aqui no Brasil, as entrevistas para rádios são geralmente por telefone.
- Converse antes com o repórter para combinar perguntas
- Objetividade: Seja breve nas respostas
- Não elogie a pergunta
- Não mencione a conversa anterior durante a gravação
- Considere “gravando” todo o tempo em que estiver na linha ou no estúdio com o repórter

# Simulações de entrevistas

# Perguntas mais freqüentes

- Por que cigarro faz mal?
- Quais as doenças causadas pelo fumo?
- Como se deve tratar o fumante?
- O que é tabagismo passivo?
- Quais os principais riscos para quem não fuma de conviver com fumantes em ambientes fechados?
- Quais os perigos para a mulher que fuma?
- E para as crianças?
- Por que proibir a propaganda?
- E o patrocínio?
- Vocês dizem que o cigarro faz mal, mas o governo ganha muito dinheiro com os impostos pagos. O que dizem disso?
- Por que não se deve aceitar dinheiro da indústria do tabaco, se eles pagam impostos e têm boas ações para seus funcionários e o público em geral?

**Anna Claudia Monteiro**

**Tel / Fax: 21-3311-5640**

**Cel: 21-9607-7322**

**E-Mail: [anna.monteiro@forumdeideias.com.br](mailto:anna.monteiro@forumdeideias.com.br)**