



# GUIA DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Assessoria de Comunicação Social (ASC)  
Universidade Estadual de Maringá (UEM)



Agosto de 2021



**Reitor**

Julio César Damasceno

**Vice-reitor**

Ricardo Dias Silva

**Assessor de Comunicação Social**

Elias Gomes de Paula

Guia de relacionamento com a imprensa / Assessoria de Comunicação Social (ASC) da Universidade Estadual de Maringá (UEM), agosto de 2021. 15 páginas.

Organização: jornalistas Matheus Teixeira e Tereza Parizotto. Revisão textual: Heloisa Matiusso. Diagramação: André Scarate. Foto de capa: banco de imagens [www.freepik.com](http://www.freepik.com).

Assessor de Comunicação Social da UEM: jornalista Elias Gomes de Paula.

1. Imprensa. 2. Assessoria de imprensa. 3. Veículos de comunicação. 4. Jornalistas.

# SUMÁRIO

## 1

### **APRESENTAÇÃO 5**

1.1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	5
1.1.1 EQUIPE E CANAIS .....	6
1.1.2 COORDENADORIA DE IMPRENSA .....	6
1.2 POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA.....	7
1.3 GUIA DE FONTES .....	8

## 2

### **COMO SE RELACIONAR COM JORNALISTAS 9**

2.1 PRÉ-ENTREVISTA .....	9
2.2 MOMENTO DA ENTREVISTA .....	10
2.3 PÓS-ENTREVISTA .....	11
2.4 DICAS PARA ENTREVISTA DE TV .....	12
2.5 DICAS PARA ENTREVISTA DE RÁDIO .....	13
2.6 DICAS PARA ENTREVISTA POR VIDEOCHAMADA .....	13

### **REFERÊNCIAS 15**

# 1 APRESENTAÇÃO

A Coordenadoria de Imprensa da Assessoria de Comunicação Social (ASC) da Universidade Estadual de Maringá (UEM) preparou este Guia de Relacionamento com a Imprensa com o propósito de orientar gestores, docentes, pesquisadores e demais servidores da instituição para o atendimento a jornalistas externos à universidade, ou seja, profissionais da mídia. O presente documento, por ser interno, não deve ser compartilhado com terceiros.

O material foi produzido por jornalistas do setor como forma de oferecer uma ferramenta de apoio fácil para estimular a comunicação eficiente da comunidade acadêmica da UEM com jornalistas. As instruções são para ampliar a autoconfiança, a objetividade, a naturalidade e o atendimento democrático e adequado à imprensa, com atenção às particularidades exigidas pelos diferentes meios de comunicação e pelas várias situações de entrevistas (ao vivo, gravada, em estúdio, entre outras).

Importante destacar que todo o conteúdo foi elaborado a partir de sólidas experiências profissionais dos jornalistas que contribuíram para a execução deste trabalho, bem como com uso de referências de literatura científica e de manuais da área, consultados no momento da preparação desta publicação. Espera-se minimizar dificuldades e aprimorar o relacionamento entre a UEM e a mídia, com ampliação da inserção da universidade em meios de comunicação de massa.

Além disso, no que diz respeito ao relacionamento com a imprensa – que é dinâmico e constante – esta publicação não dá conta de esgotar todo o conteúdo possível. Assim, a ASC coloca sua equipe sempre à disposição para auxílio, dicas e orientações. Os nossos contatos estão na última página (contracapa).

## 1.1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A ASC recebe regularmente solicitações de jornalistas de veículos de comunicação locais, regionais, nacionais e, em situações excepcionais, até internacionais, que procuram o setor em busca de informações, esclarecimentos ou fontes de informação qualificadas para diversos assuntos.

A Assessoria atua pautada pela ética na mediação entre jornalistas externos e as fontes – servidor ou acadêmico, por exemplo. Os jornalistas da ASC são facilitadores desse relacionamento. No exercício dessa função, o setor depende da disponibilidade (às vezes, imediata, já que notícia não tem hora para acontecer) das fontes para o atendimento às demandas.

A parceria com você, caro servidor, no compartilhamento de informações conosco, é essencial para a continuidade de ações de comunicação social que respeitem e beneficiem o cidadão. Contribui-se, assim, para a execução estratégica, operacional e em fluxo contínuo da divulgação de notícias.

### 1.1.1 Equipe e canais

A ASC da UEM, sob a atual gestão do assessor de comunicação social Elias Gomes de Paula, trabalha integrada e é subdividida em:

- [Coordenadoria de Imprensa \(CIM\)](#) – responsável pela Assessoria de Imprensa: Matheus Teixeira; responsável pela Fotografia: Heitor Marcon;
- [Coordenadoria de Promoção e Relações Públicas \(CPR\)](#) – responsáveis: Francisco Alencar e André Scarate;
- [Rádio UEM FM 106,9](#) – responsável: Marcelo Henrique Galdioli;
- [UEM TV](#) – responsáveis: Elias Gomes de Paula e Ronaldo Vanzo;
- Mídias sociais: [Facebook](#), [Instagram](#) e [Twitter](#) – responsável: Débora Brunet;
- Assessorias de Comunicação especiais:
  - a) da [Pró-Reitoria de Extensão e Cultura \(PEC\)](#) – responsável: Ana Paula Machado Velho;
  - b) do [Núcleo de Educação a Distância \(Nead\)](#) – responsável: Lizandra Gomes;
  - c) do [Hospital Universitário Regional de Maringá \(HUM\)](#) e do Complexo de Saúde da UEM – responsável: Fábio Carlucci;
- Secretaria geral da ASC – responsável: Lúcia Bianchi da Costa.

### 1.1.2 Coordenadoria de Imprensa

**São objetivos da Coordenadoria de Imprensa da ASC da UEM, organizadora do presente guia:**

- Dar visibilidade positiva e contextualizada à UEM;
- Fortalecer a identidade, as imagens institucionais, a reputação e o papel social da UEM;
- Planejar, executar e avaliar estratégias da Assessoria de Imprensa;
- Gerenciar e intermediar fluxos de comunicação;
- Divulgar realizações da UEM, em gestão, cultura organizacional e Ensino-Pesquisa-Extensão, em todas as áreas do conhecimento, de maneira transparente e com credibilidade à imprensa;
- Difundir publicamente a produção de conhecimento advinda da UEM e fomentar a opinião pública favorável;
- Manter o relacionamento estreito e de confiança com a comunidade interna da UEM, os jornalistas externos e os veículos de comunicação, bem como orientar a primeira e prestar informações rotineiramente aos dois últimos;
  - Atender as demandas da imprensa rapidamente e com exatidão;
  - Facilitar a relação entre os jornalistas externos e a comunidade da UEM;
  - Acompanhar entrevistas da comunidade da UEM à imprensa, sem interferir no trabalho da mídia;

- Publicar, segundo critérios jornalísticos (interesse público, atualidade, relevância e outros), reportagens no [Portal da UEM](#) (com produção própria de textos e fotografias, e eventualmente com uso de vídeos e áudios);
- Organizar entrevistas coletivas, *mailing lists* (listas de contatos) e *clipping* (monitoramento, registro e relatório do que é veiculado sobre a UEM na imprensa);
- Redigir *press releases* (comunicados de imprensa) e distribuí-los;
- Elaborar materiais institucionais;
- Gerir, com equipe multiprofissional, crises institucionais;
- Nunca sonegar informações;
- Promover treinamento e preparação de entrevistados (*media training*);
- Dar suporte às demais atividades comunicacionais da ASC;
- Realizar atividades administrativas.

#### **Não são objetivos da Coordenadoria de Imprensa da UEM:**

- Realizar publicidade e propaganda;
- Promover divulgações com linguagem acadêmico-científica (não há revista científica da ASC, apenas canais jornalísticos);
- Fazer distinção e/ou intimidação de veículos e/ou jornalistas;
- Publicizar documentos nos moldes de um diário oficial;
- Assessorar servidores em questões pessoais ou profissionais que não se relacionem com a UEM;
- Responder por condutas pessoais de servidores em suas atitudes fora do ambiente de trabalho da UEM;
- Organizar eventos acadêmico-científicos;
- Garantir que os jornalistas externos publicarão conteúdos relacionados à UEM, porque o Jornalismo trabalha independentemente;
- Pressionar jornalistas.

## **1.2 POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA**

Cada vez mais, a divulgação da Ciência, Tecnologia e Inovação vem ganhando espaços importantes dentro das universidades, que, ao assumirem o compromisso de dar visibilidade às pesquisas desenvolvidas pelos seus cientistas, contribuem para a popularização da Ciência e para a democratização do conhecimento. Também é uma oportunidade para que as instituições de ensino superior prestem contas para toda a sociedade com relação aos recursos públicos nelas investidos.

Nós, os jornalistas da ASC, chamados de assessores de imprensa, damos nossa contribuição no processo de difusão dos avanços científicos e tecnológicos. Ficamos felizes em observar na UEM um número crescente de pesquisadores dedicados a dialogar conosco e posteriormente com a sociedade, usando os diferentes canais de mídia,

inclusive as mídias sociais. Pedimos que sempre nos avisem com bastante antecedência sobre eventos, pesquisas e demais assuntos que possam vir a ser de interesse público.

Para ampliar ainda mais a inserção da UEM na sociedade por meio de veículos de comunicação, deve-se esquecer por um instante a linguagem acadêmico-científica e adotar uma linguagem simples e clara, de fácil assimilação entre a população em geral. Portanto, o pesquisador deve procurar a equipe da ASC para discutir estratégias de divulgação do seu trabalho desenvolvido na UEM, especialmente o científico, bem como para receber orientações adequadas.

## 1.3 GUIA DE FONTES

A ASC, por meio da CPR, mantém o [Guia de Fontes da UEM](#), um documento on-line no qual estão armazenados dados sobre pesquisadores da universidade. Ferramenta importante para o trabalho da Assessoria no atendimento aos jornalistas externos, o sistema guarda informações de contatos, áreas de interesse e atuação.

A ativação e a atualização do cadastro são feitas pelo próprio pesquisador. Se ainda não se cadastrou, por favor, faça isso! O endereço de acesso é [www.cpr.uem.br/index.php/guiadefontes](http://www.cpr.uem.br/index.php/guiadefontes).

## 2 COMO SE RELACIONAR COM JORNALISTAS

É comum que pesquisadores, professores, alunos e gestores da UEM sejam procurados diretamente por jornalistas externos, sem intermediação da ASC. Ao atenderem tais solicitações, nem sempre estarão representando oficialmente a UEM. No entanto, é preciso mostrar respeito e educação para com o jornalista e seu trabalho, os quais estão amparados pela Constituição Federal.

Cada mídia possui características próprias. Fato é que, em todas, os jornalistas são imediatistas, porque têm prazos curtíssimos. Se ele te pedir uma entrevista para “agora” ou “amanhã, às 8h” (mesmo sendo feriado ou fim de semana), esteja certo que é você quem tem que se adequar à agenda dele. Ele veicula notícias rotineiramente, quando não em tempo real, e não pode esperar! Se você estiver impossibilitado, indique um colega da UEM que esteja a par do assunto a ser tratado na entrevista ou procure a ASC para solucionar a questão.

### 2.1 PRÉ-ENTREVISTA

- Lembre-se de que conceder uma entrevista vai muito além de falar com um repórter, é comunicar-se com toda a sociedade civil;
- Atenda ligações de telefones desconhecidos (pode ser a Imprensa);
- Recusar-se a conceder uma entrevista ou ser ríspido pode fechar para sempre suas portas de acesso à imprensa;
- O jornalista é jornalista 24 horas por dia, sete dias por semana, então não faça confidências, piadas nem comentários que não queira ver publicados, mesmo quando ele não estiver gravando (pessoalmente, por telefone, e-mail ou WhatsApp, por exemplo), porque ele poderá divulgar tudo;
- Se agendou uma entrevista, anote dia, horário e local. Organize-se para ser pontual! Entrevista é um compromisso sério, não é uma festa, na qual marca-se às 19h para os convidados chegarem às 19h30. Se houver qualquer imprevisto, avise o repórter ou o produtor do veículo ou a ASC o quanto antes;
- Prepare-se para a entrevista, inclusive a aparência e a postura (caso vá encontrar-se com o repórter pessoalmente ou em videochamada):
  - a) saiba o que dirá (sem decorar um discurso), com foco em prováveis perguntas e respostas, falando primeiramente o que é mais importante e sem dar detalhes prolixos (capacidade de síntese é fundamental). Exemplo: não precisa contar sua trajetória como pesquisador, vá direto ao ponto e fale quais resultados encontrou no estudo em questão e como isso contribui socialmente;
  - b) guarde conceitos-chave da UEM que posteriormente poderão ser inseridos sutilmente na sua fala: “A UEM é uma das melhores universidades do Brasil”; “a UEM é uma universidade pública, gratuita, de qualidade e inclusiva”;

c) quando for conveniente, separe dados estatísticos e informações que venham a enriquecer a sua fala, mas sem levar calhamaços ao jornalista;

d) treine sua postura ereta, tanto em pé quanto sentado; mantenha uma postura elegante sem parecer “imóvel” nem relaxado demais;

e) treine gestos naturais em frente ao espelho, sem movimentar as mãos em excesso;

f) separe roupas e calçados discretos, com preferência a tons sóbrios (nada de cores “gritantes”, tecidos com estampas chamativas, decotes profundos, pernas muito à mostra, penteados extravagantes, acessórios grandes, brilho, excesso de maquiagem nem muito perfume);

g) os homens devem estar com a barba aparada;

h) óculos escuros e chapéus são proibidos (cabem exceções, por exemplo uma reportagem com alguém de Ciências Agrárias no meio do campo em um dia de sol forte);

i) nunca use roupas que tenham marcas empresariais ou políticas nem frases.

## 2.2 MOMENTO DA ENTREVISTA

- Beba água e vá ao banheiro antes;

- Nada de mascar chiclete nem chupar bala;

- Seja paciente, calmo e sério (sem ser sisudo);

- Resuma o nome da sua função. Exemplo: em vez de falar que tem mestrado e doutorado na área X, é servidor desde o ano tal no Departamento Y da UEM, que é líder de um grupo de pesquisa e leciona nas disciplinas A, B, C e D, identifique-se apenas como “professor de tal área na UEM”;

- Se preferir ser adiantado no horário agendado, esteja com no máximo 10 minutos de antecedência no local combinado previamente;

- Entrevista não é palestra nem aula, então seja objetivo (sem demonstrar pressa, ansiedade ou afobação) e didático (dê exemplos práticos e do dia a dia);

- Pronuncie corretamente as palavras e de forma articulada;

- Não seja evasivo e só fale sobre assuntos que domina;

- Não diga que enviará sua fala por escrito, a menos que seja solicitado;

- Fale em ordem direta e simples. Exemplo: “Irei iniciar a pesquisa na semana que vem” em invés de “A pesquisa com base metodológica será pela minha pessoa iniciada na semana posterior”;

- Desligue o celular (e demais aparelhos que possam causar barulho) e esteja em local silencioso, limpo, organizado e confortável;

- Dedique-se somente à entrevista, não faça tarefas simultâneas;

- A maioria das entrevistas não é ao vivo (quando se requer o dobro de atenção para não errar) – seja qual for a situação, fique calmo;

- Não fique lendo um discurso nem ditando para o repórter, tampouco observando as anotações dele – fale naturalmente, como em uma conversa;
- Não interrompa o repórter nem o cinegrafista ou fotógrafo;
- Exponha o assunto com clareza para que todos possam entender (fale para leigos, não apenas para seus pares);
- Evite termos técnicos, científico-acadêmicos, jargões, siglas, neologismos e estrangeirismos. A sua fala pode chegar a uma criança ou a um idoso sem formação superior, por exemplo;
- Se você falar muito, o repórter até vai te ouvir, mas na edição cortará a maior parte; portanto, dê respostas curtas, sem ser monossilábico, assim haverá mais garantia de que o mais importante será divulgado;
- Responda educadamente apenas o que for perguntado (se algo importante não for perguntado, não sugira a pergunta, diga se você “também poderia destacar que um ponto específico importante de ser dito é...”);
- Seja colaborativo, até mesmo se houver perguntas delicadas;
- Se não entender uma pergunta, diga que não entendeu;
- Se você errar uma informação e perceber, corrija a tempo;
- Não peça para o jornalista entrevistar outras pessoas (a menos que ele te peça indicações), porque certamente ele já sabe exatamente quem entrevistará;
- Evite dar opiniões pessoais, porque elas serão vinculadas, implícita ou explicitamente, a um posicionamento oficial da UEM;
- Nunca entregue documentos confidenciais, mesmo se o jornalista prometer que irá mantê-los em segredo;
- Não é momento de bate-papo nem de divagação sobre a vida, muito menos de tratar de sua boa ou má relação com colegas ou superiores do jornalista;
- Conceder entrevista para um único jornalista/veículo, em detrimento de outro, é inadequado, inclusive para a reputação e as imagens institucionais da UEM (exceto quando a ASC autorizar entrevistas exclusivas);
- Em situações de emergência de saúde pública, como da pandemia da Covid-19, use máscara de proteção individual durante o tempo todo e não cumprimente a equipe da imprensa com contato físico.

## 2.3 PÓS-ENTREVISTA

- Fique à disposição para esclarecer dúvidas, mas não fique ligando nem mandando mensagem para o repórter para dizer “esqueci de informar que...”;
  - Jamais peça para ver o texto do repórter antes da publicação! Além de ser extremamente deselegante, a atitude pode transparecer intimidação e censura;
  - Se a reportagem não for veiculada ou for veiculada em dimensão menor da que você imaginava, não cobre o jornalista e fique tranquilo, isso é comum;
-

- Após a veiculação da reportagem, você pode sentir-se à vontade para ligar para o repórter e elogiá-lo, mas sem fazer bajulação;
- Em caso de eventuais erros quanto às informações divulgadas na mídia, consulte a ASC para avaliar um possível dano e verificar o que será feito;
- Comunique-se com o jornalista (diretamente ou por meio da ASC) se um fato novo relacionado à entrevista surgir para que ele avalie a viabilidade de retomar o assunto em outra oportunidade.

## 2.4 DICAS PARA ENTREVISTA DE TV

- Equipamentos de TV ocupam espaço (câmera, microfone, iluminação, tripé, cabos, etc.). Se a entrevista for marcada no seu local de trabalho, por exemplo, certifique-se de que haja espaço suficiente para a equipe montá-los;
- TV vive de imagem em movimento! Portanto, deixe o ambiente o mais organizado possível e com destaque para o que será mostrado (exemplos: uma sala de aula ou um equipamento específico de um laboratório);
- O entrevistado deve ter a capacidade de falar dentro de poucos segundos. Por exemplo: 30 segundos são suficientes para cada resposta (observe, numa reportagem de telejornal, que o entrevistado fala pouco; você só falará bastante se estiver em um *talk show*, como no “Conversa com Bial”);
- Evite gerundismo (fale “vou fazer” em vez de “vou estar fazendo”);
- Evite expressões e vícios de linguagem (gírias, “né”, “então”, “veja bem”, “tá entendendo”, “como eu já te disse”, “tipo assim”, “eu acho”, “não sei”, etc.);
- Não segure o microfone que estiver na mão do repórter, seria uma gafe;
- Se estiver afônico ou com qualquer problema que possa prejudicar sua imagem ou voz, recuse gentilmente a entrevista;
- No transcorrer da entrevista, a câmera poderá registrar os movimentos do entrevistado. Por isso, tenha atenção com a postura, os gestos e as expressões. Rir, franzir a testa e suspirar podem revelar incômodo ou insegurança;
- Olhe apenas nos olhos do repórter, não olhe para a câmera (tanto a filmadora quanto a fotográfica, a não ser que te peçam para olhar para a lente);
- Durante a gravação, não fique falando “volte, corte essa parte”;
- Espere até que a câmera seja totalmente desligada se quiser fazer qualquer comentário pertinente sobre a gravação;
- Evite roupas brancas, com listras finas ou padrões em xadrez, porque podem provocar efeitos visuais desagradáveis;
- Se for profissional da Saúde, tenha bom senso no uso ou não de jaleco (lembre-se de que usar jaleco na rua é prática inadequada);
- Se a entrevista for no estúdio da emissora de TV, pergunte no momento do agendamento se haverá *chromakey* (cenário para inserção digital de imagens ao fundo da

pessoa) e de qual cor ele é. Afinal, *chromakey* azul ou verde quase sempre impede o uso de roupas e acessórios com essas respectivas cores;

- Pode ser que a emissora de TV te peça mais do que 10 minutos de antecedência do horário agendado. Certifique-se de cumprir o combinado;
- Se estiver ao vivo, cumprimente o repórter/apresentador e o público. Exemplo: “Bom dia, *Nome do jornalista* e a todos”.

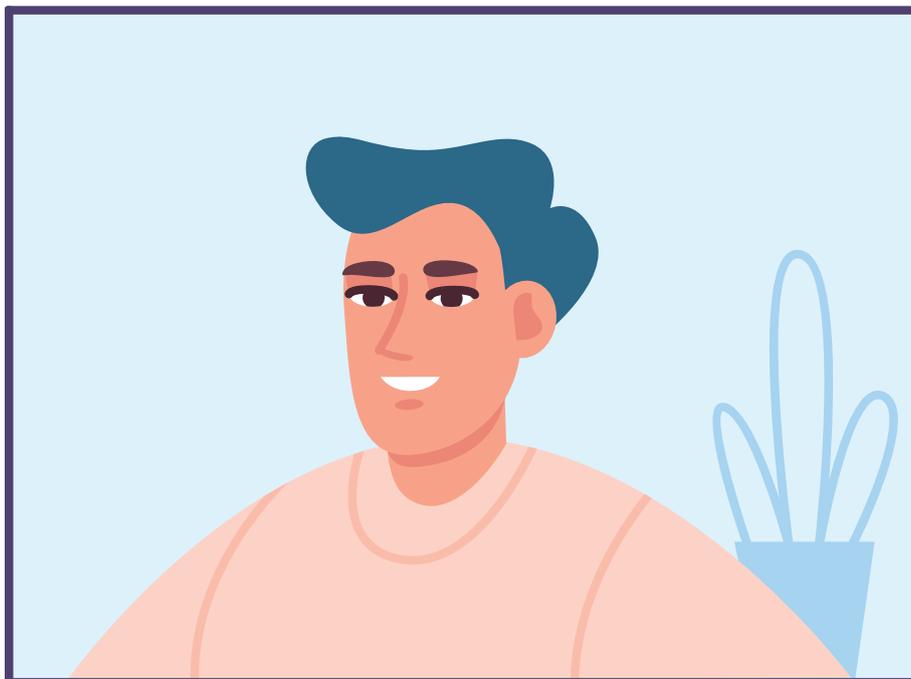
## 2.5 DICAS PARA ENTREVISTA DE RÁDIO

- Não leia um discurso, fale naturalmente;
- Tenha boa entonação, sem empostar a voz artificialmente;
- Fale devagar, sem parecer monótono, e use frases curtas;
- Controle a respiração para não parecer ofegante;
- Hoje em dia, muitas rádios têm “imagem” (transmitem vídeos pela Internet), então atente-se às dicas de aparência dadas anteriormente;
- Caso a entrevista seja em estúdio, fale com a boca virada para o microfone, com distância de um palmo;
- Se a entrevista for longa e ao vivo, você pode repetir mensagens-chave após um tempo, porque pode ser que haja uma audiência rotativa, ou seja, alguém que não está te ouvindo desde o início;
- É melhor falar números redondos ou aproximados, que são mais fáceis de serem compreendidos pelo ouvinte. Exemplos: é melhor dizer “cerca de 80%” do que “78,75%”; é melhor “quase R\$ 100” do que “R\$ 99,13” (a não ser que se trate de um valor que precisa ser exato, como a taxa de inscrição do vestibular);
- Se estiver ao vivo, cumprimente o repórter/apresentador e o público. Exemplo: “Bom dia, *Nome do jornalista* e a todos”.

## 2.6 DICAS PARA ENTREVISTA POR VIDEOCHAMADA

- Prefira usar o computador do que o celular (caso use o celular, deixe-o na horizontal, “deitado”, e em um suporte para que a imagem não fique tremida);
  - Deixe o computador ligado na tomada ou o celular 100% carregado (e deixe-o no silencioso, sem vibração);
  - Esteja com conexão à Internet de banda larga e com boa velocidade (não use a conexão de dados, conhecida como 4G);
  - Use fones de ouvido (pode ser com fio) com um microfone acoplado;
  - Escolha um ambiente bastante silencioso, bem iluminado e sem interferências de pessoas e animais;
  - O fundo (o que está atrás de você) deve ser neutro e discreto;
-

- Teste os equipamentos antes da entrevista;
- Não fique girando na cadeira nem balançando o corpo;
- Ajuste o enquadramento: seu rosto deve ficar centralizado e certifique-se de não ficar nem muito perto nem muito distante da câmera, como no exemplo a seguir:



## REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa**. 4. ed. Brasília, 2007. Disponível em: <[http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf)>. Acesso em: 21 jul. 2021.

\_\_\_\_\_. **Manual dos Jornalistas em Assessoria de Comunicação**. 3. ed. Brasília: Fenaj, s.d. Disponível em: <[https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa3.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/manual_de_assessoria_de_imprensa3.pdf)>. Acesso em: 21 jul. 2021.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2009.

LOPES, Boanerges. **O que é assessoria de imprensa**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

MARTINEZ, Regina. Implantando uma Assessoria de Imprensa. *In*: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018, p.195-216.

UFPR, Universidade Federal do Paraná. **Media training: entrevista digital**. Curitiba: UFPR, s.d. Disponível em: <[https://www.ufpr.br/portalufpr/wp-content/uploads/2020/11/media-training\\_ufpr\\_entrevistadigital.pdf](https://www.ufpr.br/portalufpr/wp-content/uploads/2020/11/media-training_ufpr_entrevistadigital.pdf)>. Acesso em: 21 jul. 2021.

UnB, Universidade de Brasília. **Guia Prático de Relacionamento com a Mídia**. Brasília: UnB, 2013. Disponível em: <[https://www.noticias.unb.br/images/Noticias/2013\\_guia\\_pratico.pdf](https://www.noticias.unb.br/images/Noticias/2013_guia_pratico.pdf)>. Acesso em: 21 jul. 2021.

UNESP, Universidade Estadual Paulista. **Manual Prático de Relacionamento com a Imprensa**. São Paulo: Unesp, s.d. Disponível em: <<https://www2.unesp.br/portal#!/acoes/normas-e-padroes/manual-pratico-de-relacionamento-com-a-imprensa>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

UNICAMP, Universidade Estadual de Campinas. **Manual de Relacionamento com a Imprensa**. Campinas: Unicamp, s.d. Disponível em: <<https://www.unicamp.br/unicamp/manual-de-relacionamento-com-imprensa>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

---



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
Patrimônio do Paraná

## COMUNICAÇÃO



Av. Colombo, 5.790 • Jd. Universitário  
Bloco Q-03 • Reitoria • Térreo  
Maringá • PR



(44) 3011-4206



imprensa@uem.br

[www.noticias.uem.br](http://www.noticias.uem.br)

### CIM

[www.noticias.uem.br](http://www.noticias.uem.br)

(44) 3011-4439

### UEM FM

[www.uemfm.uem.br](http://www.uemfm.uem.br)

(44) 3011-4393

### UEM TV

[www.tv.uem.br](http://www.tv.uem.br)

(44) 3011-5000

### CPR

[www.cpr.uem.br](http://www.cpr.uem.br)

(44) 3011-4357

@oficialUEM

@oficialUEM

@oficialUEM