

**I Manual de
Comunicação
Divulgação e
Informação
FFLCH - USP**



SDI - Serviço de Divulgação e Informação
Gráfica FFLCH

USP

SDI
FFLCH - USP

**I Manual de
Comunicação
Divulgação e
Informação
FFLCH - USP**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

REITOR: Prof. Dr. Adolpho José Melfi
VICE-REITOR: Prof. Dr. Helio Nogueira da Cruz

FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

DIRETOR: Prof. Dr. Sedi Hirano
VICE-DIRETORA: Profa. Dra. Eni de Mesquita Samara

Serviço de Biblioteca e Documentação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

U58 Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Grupo de Trabalho, Divulgação e Informação
I manual de comunicação divulgação e informação FFLCH – USP/ Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Grupo de Trabalho, Divulgação e Informação. — São Paulo : SDI / FFLCH / USP, 2003.
24 p.

1. Comunicação Institucional 2. Planejamento de Relações Públicas - Manuais I. Título

CDD 659.29

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| Prefácio | 5 |
| Apresentação | 7 |
| Serviço de Divulgação e Informação | 9 |
| Como divulgar os eventos junto ao SDI | 11 |
| Perfil de público | 13 |
| Escolhendo as mídias | 15 |
| Informações necessárias para um bom trabalho de divulgação | 17 |
| Como atender a imprensa | 19 |
| Bibliografia consultada | 23 |

Prefácio

Em 1997, na gestão do Prof. Dr. João Baptista Borges Pereira, foi criado um setor responsável pela Comunicação dentro da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. No entanto, as atividades do Serviço de Divulgação e Informação (SDI) iniciaram-se efetivamente em setembro de 1998. A partir dessa data, o setor foi-se estruturando em torno de várias atribuições como o Informe, o Boletim, o trabalho de assessoria de imprensa e a divulgação de eventos, dentre outras tarefas.

Com o intenso trabalho desenvolvido pela equipe do Serviço de Divulgação e Informação, iniciou-se a abertura de vagas de estágio para os estudantes de Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP, o que dinamizou ainda mais a área.

Dada a importância desse serviço para a nossa unidade e as necessidades de atualizações constantes dos trabalhos ali executados, foram criados recentemente o Comitê Editorial do Informe (composto de vários professores), o Grupo de Trabalho Divulgação e Informação (constituído por funcionários de todos os Departamentos) e um Relatório de Atividades.

Com isso, definimos novas metas para o SDI, que pretende tornar-se uma agência unificada de notícias, que possa contemplar a pluralidade e riqueza da nossa vida acadêmica, de modo a informar os veículos de comunicação internos e externos sobre as atividades que desenvolvemos.

*Profa. Dra. Eni de Mesquita Samara
Vice-diretora da FFLCH-USP*

Apresentação

Toda instituição, seja ela pública ou privada, deve buscar a comunicação efetiva, bilateral e dinâmica. Foi a partir desse ideal que surgiu o Serviço de Divulgação e Informação (SDI) da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas.

O Serviço visa alcançar êxito tanto no âmbito da comunicação interna, como na interação da Faculdade com o público externo e a projeção da mesma junto aos diversos meios de comunicação existentes (televisão, rádio, *internet*, veículos impressos etc).

Em outubro de 2002 foi criado o Grupo de Trabalho Divulgação e Informação sob a coordenação da Profa. Dra. Eni de Mesquita Samara. O grupo concentra membros de todos os Departamentos, Centros, Comissões e Seções da Faculdade e permite, por meio de reuniões, uma discussão sobre os rumos da comunicação da FFLCH-USP e o aperfeiçoamento do trabalho do SDI.

Para complementar as atividades desenvolvidas pelo Grupo foi redigido seu I Manual de Comunicação. Esse trabalho visa orientar os membros sobre o trabalho desenvolvido pelo Serviço Divulgação e Informação, bem como auxilia-los a trabalhar junto aos diversos veículos de comunicação, aos alunos e ao público externo em geral.

Serviço de Divulgação e Informação

O SDI (Serviço de Divulgação e Informação) da FFLCH-USP foi criado em novembro de 1997 e implantado em setembro de 1998. É uma Assessoria de Comunicação vinculada à Diretoria da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

Sua principal função é promover a comunicação efetiva dentro da Faculdade. Dentre as principais atividades desenvolvidas, destacam-se:

Apoio na organização de eventos: Lançamentos de livros, exposições, palestras, Semana dos Calouros, Eventos da Comemoração dos 70 anos da Faculdade, congressos, mesas-redondas, simpósios, *workshops* etc.

Criação de material impresso publicitário: Cartazes, folders e material gráfico de apoio para os eventos.

Assessoria de Imprensa: Cria material de divulgação dos eventos (*press releases*) para serem enviados tanto para as mídias internas da Universidade como para mídia externa.

Atendimento à Imprensa: Orienta, pesquisa e viabiliza contatos da imprensa com os docentes.

Sala de Imprensa: Site de notícias sobre a Faculdade com espaço para docentes, discentes e funcionários.

Boletim eletrônico: Criação e envio de um boletim eletrônico com as notícias e eventos da Faculdade.

Informe: Boletim Informativo com notícias sobre a Faculdade; espaço de expressão para docentes, discentes e funcionários.

Comitê Editorial do Informe: Instituído por meio da portaria nº 29/2002, coordenado pela Vice-Diretora da Faculdade e composto por docentes da Faculdade e membros do SDI, o comitê busca discutir o conteúdo das próximas edições do Informe agora com novo *lay out*.

Grupo de trabalho Divulgação/Informação: Instituído por meio da portaria nº 30/2002, o grupo busca tornar a comunicação mais efetiva dentro da Faculdade, por meio de reuniões com representantes de cada departamento. O SDI é responsável pelo recebimento e centralização das informações sobre eventos, comunicados e notícias para divulgação em mídia interna e externa. As informações recebidas via banco de dados de eventos serão liberadas pelo Serviço de Divulgação e Informação em horários pré-determinados (para maiores informações consulte capítulo 2).

Novo Portal da Faculdade: Criação do novo *lay out* do Portal da FFLCH-USP. A implantação do *site* será feita por meio de uma parceria entre o SDI e a STI (Seção Técnica de Informática).

Para maiores informações:

SDI - Serviço de Divulgação e Informação e Assessoria de Comunicação

Rua do Lago, 717 - Sala 121 - Cidade Universitária - SP
Fone: (0X11) 3091-4938 / Fone/Fax: (0X11) 3091-4612
E-mail: di@usp.br
www.fflch.usp.br/sdi

Como divulgar os eventos junto ao SDI?

A comunicação, em um conceito simplificado, consiste em enviar uma mensagem da fonte para um destinatário, ou seja, transferir informações.

Os eventos encaixam-se na questão da comunicação como instrumento de difusão de informações dirigidas a um público-alvo específico (docentes, funcionários, alunos, comunidade etc).

Quando a informação é dirigida, bem planejada e estruturada, há um *feedback*¹ positivo, ou seja, os resultados são melhores. Visando um bom *feedback* foi criado o *Grupo de Trabalho do Informe*.

Cada responsável do *Grupo* cadastrará em um banco de dados os eventos que ocorrerão em seu respectivo departamento. Em horários pré-determinados (consulte tabela abaixo) o SDI consultará as informações enviadas, as liberará e disponibilizará no *link* Eventos do *site* e, se for pertinente, no Portal da USP.

Horários de liberação de dados cadastrados

De segunda à sexta: 9h, 11h, 14h e 17h

É necessária a liberação do Serviço de Divulgação e Informação para evitar a divulgação de informações desencontradas ou incompletas.

¹ *Feedback* - corresponde ao resultado final. Assim que um evento termina e se contabiliza número de participantes, grau de satisfação, cobertura da imprensa etc está se fazendo um *feedback*, ou seja, uma análise de resultado.

As atividades abaixo são realizadas pelo SDI e, portanto devem ser encaminhadas ao mesmo:

- Divulgação de eventos em mídias da USP e mídias externas;
- Envio de materiais (cartazes, convites, *folders*, etc) para outros departamentos;
- Envio de cartazes para afixação nos pontos de ônibus;
- Assessoria junto aos Departamentos para autorização de filmagens no interior da FFLCH;
- Atendimento à imprensa para agendamento de entrevistas com docentes;

Além de informações sobre os eventos enviadas via banco de dados, os responsáveis do Grupo de Trabalho também serão responsáveis por nos enviar material gráfico, convites, cartazes e *folders* relativos aos eventos de seus respectivos departamentos. É importante constar no material enviado ao SDI informações sobre público-alvo e mídias a serem divulgadas.

Perfil de público

Para que se atinja o número esperado de participantes em um evento, é necessário que se tenha bem definido o público alvo.

A partir dessa definição é possível fazer um planejamento, evitando assim que se perca material de divulgação ou que não compareçam as pessoas que o evento busca reunir.

A principal pergunta que deve ser feita quando se tem um evento para divulgação é: **a quem ele se destina?**

- Docentes
- Alunos
- Funcionários
- Público da Universidade em geral
- Público externo
- Outros

Exemplo:

Deseja-se promover um evento sobre antropologia e cinema.

Quem seria o público-alvo ?

Alunos e docentes da área de antropologia e cinema.

O evento vai se restringir apenas à USP?

Sim

A partir dessa definição pode-se planejar a distribuição de convites, cartazes etc. nas unidades da USP que possuam os cursos de Antropologia e Cinema.

Visando uma melhor divulgação, quando enviar ao SDI material sobre eventos, cursos etc, não se esqueça de especificar o público que se busca atingir.

Escolhendo as mídias

Depois de definido o público, é preciso planejar quais serão os canais de divulgação utilizados.

O SDI dispõe de contatos e estrutura para divulgar os eventos em diversas mídias (murais das unidades da USP, jornais, revistas, televisão, rádio, websites).

São canais de divulgação:

- Murais e outros locais de afixação de cartazes;
- Veículos de comunicação interna da Universidade; *
- Envio de boletins informativos via e-mail;
- Portal da FFLCH;
- Portal da USP;
- Jornais, revistas, televisão e websites em geral.

*Jornal da USP, Rádio USP, TV USP, Agência USP

É importante lembrar que o trabalho do SDI para divulgação em televisão, jornais, revistas e websites não garante a publicação automática do evento, já que esses veículos de comunicação dependem de pauta. Nosso trabalho é contatar a mídia e fazer um trabalho de divulgação junto a ela visando a publicação do material que nos é enviado.

Quando nos enviar material, lembre-se de assinalar em quais mídias deseja divulgá-lo para que possamos direcionar nossos esforços, visando conseguir a maior exposição possível do evento.

Informações necessárias para um bom trabalho de divulgação

A principal maneira de se colocar um assunto na televisão, rádio, imprensa escrita ou Internet é por meio de *press releases* - textos escritos em estilo jornalístico.

Os profissionais de comunicação utilizam o material recebido nos *press releases* para criar pautas e reportagens. Porém, diariamente são enviados muitos deles para a imprensa, fazendo com que seja necessário o envio de informações completas e certas para que ele não seja descartado.

O SDI é responsável pela criação dos *press releases* e divulgação dos mesmos, porém para que estes possam ser criados da melhor forma, é necessário que tenhamos o maior número de informações possíveis sobre o evento que estaremos divulgando.

Quando nos enviar dados, lembre-se de incluir:

Quem promove o evento ?

É importante sempre incluir o nome do departamento, professor ou pessoa que está organizando o evento. Quando o SDI receber alguma consulta poderá falar diretamente com o responsável para obter maiores informações.

O que irá acontecer ?

Uma descrição mais detalhada do evento permite que o *press release* seja mais completo. A imprensa sempre dá preferência ao material que contém mais informações.

Quando ocorrerá?

Data, horário e local são imprescindíveis para o envio de material de divulgação. Mesmo quando o evento ocorrer dentro da Universidade, não basta apenas citar o prédio, mas também o endereço do local, uma vez que nem sempre o público conhece a USP e seus prédios.

Por quê?

Certos eventos às vezes ocorrem em virtude de alguma comemoração interna da Faculdade ou então fazem parte de alguma entidade, centro etc. Se o evento se encaixar nesse caso, não se esqueça de mencionar detalhes.

Exemplo: Seminário do Centro de Estudos X. Para criar um *press release* é importante citar a razão do evento e mencionar informações adicionais do Centro para que o jornalista possa criar uma matéria completa.

Contatos

É importante haver um canal de contato entre o público e a organização do evento. Lembre-se de incluir algum e-mail, *site*, fax ou telefone.

Como atender a imprensa

O atendimento inicial à imprensa é feito pelo SDI. Porém há casos em que é necessário que o responsável de cada Departamento atenda jornalistas para filmagens, entrevistas, etc. ou precise produzir algum texto.

Para auxiliar os membros do *Grupo de Trabalho Divulgação e Informação* seguem abaixo algumas dicas:

RECEBENDO EMISSORAS DE TELEVISÃO

- Seja objetivo e entusiástico, pois na televisão as matérias não costumam exceder 30 segundos;
- Evite fazer piadas, comentários alheios ao assunto;
- Fale diretamente com o repórter e olhe diretamente para ele e não para a câmera;
- Vista-se de forma conservadora evitando roupas chamativas e acessórios que não se adequem ao local;
- Busque informar-se do tipo de programa para o qual está sendo gravada a matéria. Dessa forma você poderá saber como se portar mais adequadamente na gravação.

LIDANDO COM EMISSORAS DE RÁDIO

- Crie um roteiro do que vai falar para evitar que você se perca durante a entrevista;
- Pense nas pessoas que vão lhe ouvir e busque ser claro em sua fala;
- Use um vocabulário mais coloquial e seja breve.

CRIANDO TEXTOS PARA JORNALISTAS

Quando se redige textos para enviar a jornalistas, alguns detalhes devem ser observados:

Adjetivos: restringir o uso dos adjetivos;

Datas: anos e décadas devem ser escritos por inteiro. É importante a precisão com datas, mesmo que o evento tenha acontecido no dia anterior deve-se mencionar o dia e o mês.

Aspas: devem ser utilizadas quando houver necessidade de se atribuir um enunciado a determinada fonte. Recomenda-se que as declarações sejam curtas, no máximo um enunciado de uma linha por parágrafo.

Objetividade: não faça uso de clichês e metáforas. Redija o texto de forma simples e objetiva. Dessa forma a mensagem é entendida mais facilmente pelo leitor.

Gramática: siga a regra geral. Evite orações sem sujeito ou verbo, a não ser que seja um título.

Horário: o dia começa à zero hora e termina às 24h (meia-noite). A madrugada é o período que vai das 0h às 6h, a manhã das 6h ao meio dia, a tarde do meio dia às 18h e a noite das 18h às 24h.

Manchetes: quando redigir um texto lembre-se da importância da manchete como um elemento que captura a atenção do leitor, portanto observe se ela desperta interesse para a leitura do restante do texto.

Nomes próprios : evite abrevia-los.

Números: de um a nove devem ser grafados por extenso. A partir do 11 pode-se usar os algarismos. Datas devem ser sempre escritas com

algarismos e não devem ser antecedidas de zero. Algarismos de 1.000 em diante devem ser pontuados, apenas algarismos que indicam datas são exceções: 1984, 2002.

Palavras estrangeiras: quando usa-las, prefira escreve-las em itálico.

Pronomes: evite o excesso do uso de pronomes demonstrativos, prefira dar nome às coisas. Pronomes indefinidos (alguns, muitos, diversos etc.) também devem ser evitados porque não expressam precisão e para um jornalista o que importa são fatos precisos, por exemplo: 100 alunos e não muitos alunos.

Repetições: deve-se evitar repetições excessivas de termos, porém, se o intuito for tornar o texto mais claro ou fixar uma idéia, pode-se usar o recurso da repetição.

Verbos na voz ativa: seu uso reduz o número de palavras e atrai mais a atenção dos leitores.

Verbos de precisão ao invés de locuções: prefira escrever “realizará” em vez de “estarão realizando”.

Ao finalizar seu texto, imprima-o e faça uma leitura para uma revisão final. A partir da leitura no papel pode-se detectar os erros mais facilmente. Para observar se as frases estão com sentido e bem organizadas dentro do texto leia o material que você redigiu em voz alta.

Bibliografia consultada

ALI, Moi. **Como usar técnicas de Relações Públicas**. São Paulo, Publifolha, 2001. pp. 40-45

CORRADO, Frank M. **A força da comunicação**. São Paulo, Makron Books, 1994. pp. 171-175

FERREIRA, Waldir. *Comunicação dirigida*. In: KUNSCH, Margarida K. (org). **Obtendo resultados com Relações Públicas**, pp. 71-81

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web – Produção e Edição de notícias online**. São Paulo, Editora SENAC São Paulo, 2002, pp. 121-125

POYARES, Walter Ramos. **Comunicação Social e Relações Públicas**. Rio de Janeiro, Agir, 1974, pp. 27-35

Título Manual de Comunicação Divulgação e Informação
Edição/Criação Serviço de Divulgação e Informação
Coordenação Eliana Bento da Silva Amatuzy Barros - MTB 35814
Elaboração Stella Martínez Wilderom
Diagramação Fernanda Silva Fernandes de Abreu
Revisão Wiviane Ribeiro do Carmo
Mancha 12,5 x 19 cm
Formato 15 x 21 cm
Tipologia Avant Guard e Futura Lt BT
Impressão Gráfica FFLCH/USP
Montagem Charles de Oliveira / Marcelo Domingues
Tiragem 700 exemplares