



Guia de  
**Relacionamento  
com a imprensa**

Edição revisada pela Portaria-TCU nº 100/2020

**MINISTROS**

José Mucio Monteiro (Presidente)

Ana Arraes (Vice-Presidente)

Raimundo Carreiro

Walton Alencar Rodrigues

Benjamin Zymler

Augusto Nardes

Aroldo Cedraz de Oliveira

Bruno Dantas

Vital do Rêgo

**MINISTROS-SUBSTITUTOS**

Augusto Sherman Cavalcanti

Marcos Bemquerer Costa

André Luís de Carvalho

Weder de Oliveira

**MINISTÉRIO PÚBLICO JUNTO AO TCU**

Cristina Machado da Costa e Silva (Procuradora-Geral)

Lucas Rocha Furtado (Subprocurador-Geral)

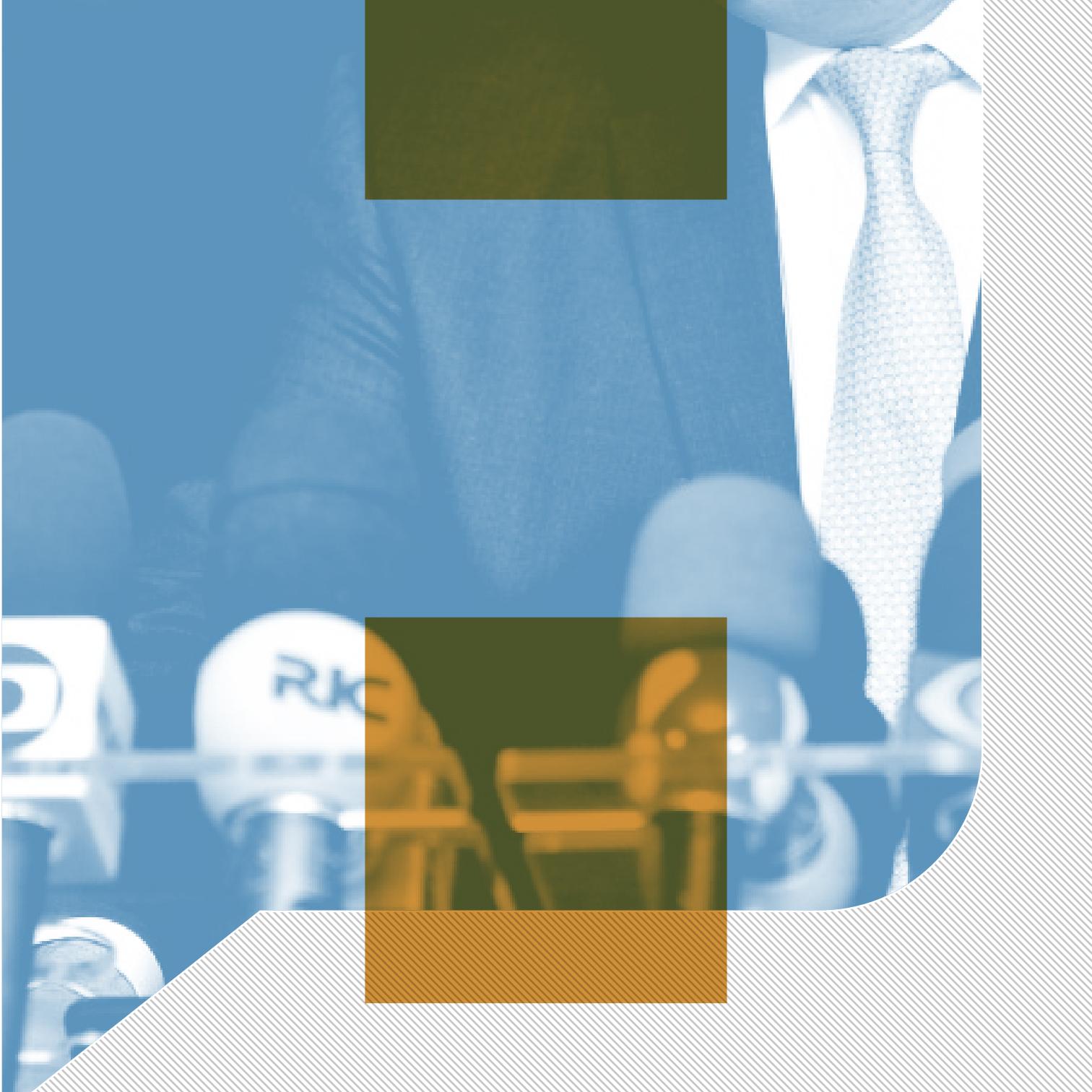
Paulo Soares Bugarin (Subprocurador-Geral)

Marinus Eduardo de Vries Marsico (Procurador)

Júlio Marcelo de Oliveira (Procurador)

Sérgio Ricardo Costa Caribé (Procurador)

Rodrigo Medeiros de Lima (Procurador)



© Copyright 2019, Tribunal de Contas da União

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

<[www.tcu.gov.br](http://www.tcu.gov.br)>

Permite-se a reprodução desta publicação em parte ou no todo, sem alteração do conteúdo, desde que citada a fonte e sem fins lucrativos.

Fotos: TCU e Getty Image (capa)



Guia de  
**Relacionamento  
com a imprensa**



re

ss

# A importância do relacionamento com a imprensa para o TCU

**A** imprensa exerce um tipo de mandato da sociedade para questionar a atuação dos atores sociais. Ao apresentar e analisar informações, propicia o debate público. Esse entendimento reverbera a voz de Rui Barbosa que, em “A imprensa e o dever da verdade”, destacou:

*“A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a Nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonegam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça”.*

Quanto à atuação do Tribunal, a imprensa potencializa o impacto das decisões tomadas pela Corte e, assim, desperta a atenção do público para assuntos de interesse que impactam a vida em sociedade. Além disso, fornece subsídios úteis para avaliar cenários, identificar áreas de risco para o controle, orientar gestores públicos, disseminar boas práticas e fornecer dados e avaliações para o aperfeiçoamento de políticas públicas.

No momento em que o Tribunal de Contas da União (TCU) comunica o que faz e mantém um relacionamento transparente e ético com a imprensa, o Tribunal presta contas de suas atividades e ainda se fortalece, pois se consolida como instituição que contribui com o desenvolvimento do País.



# A notícia, suas principais características, e como identificar oportunidades de divulgação

## NOVIDADE OU INEDITISMO

É fundamental que as informações sejam novas e atuais para os públicos a que se destinam. Mesmo informações já divulgadas podem ser aproveitadas, se tiverem novos enfoques ou novas formas de apresentação.

## IMPACTO E INFORMAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO

Os jornalistas avaliam se um assunto é importante pelo impacto que pode causar no público. Trata-se de um critério subjetivo, que pode ser medido pela qualidade e oportunidade das informações.

## PROXIMIDADE

As pessoas se interessam por aquilo que as afeta diretamente, que está acontecendo próximo a elas, que traz dados úteis, interessantes e significativos para suas vidas.

## AUDIÊNCIA E SEGMENTAÇÃO

Em geral, cada veículo tem uma audiência diferenciada. Os jornalistas avaliam e tratam as informações de acordo com os interesses e as expectativas dessa audiência.

Após entender as principais características do que é notícia, é necessário ter em mente que, para que despertem o interesse do público e sejam compreendidos, os temas relativos ao TCU precisam ser tratados de forma atrativa e didática.

### MENSAGEM

É sempre um desafio trabalhar essas informações, pois muitos trabalhos do TCU são complexos e comumente demandam muita análise. Um exercício é levantar respostas para as seguintes perguntas: o que aconteceu? Quem fez? Quando? Como? Onde? Por quê? E, em notícias econômicas, vale responder também: quanto foi?

### TEMAS NA AGENDA DO NOTICIÁRIO

Muitos acontecimentos do cotidiano podem levantar possibilidades de o TCU compartilhar informações úteis à sociedade. Assim, quando os noticiários estiverem dominados por um só tema, vale levantar o questionamento: no Tribunal, há algum trabalho sobre esse mesmo tema que possa vir a ajudar a compreender esse problema e, como consequência, transformar a vida das pessoas?

### TRABALHO EM CONJUNTO

O tratamento das informações institucionais para fins de comunicação é um trabalho de responsabilidade compartilhada entre as unidades do TCU e a Secretaria de Comunicação (Secom).



Mais importante que atender à necessidade de visibilidade da organização é atender à necessidade de informação da sociedade. Então, a imprensa não pode ser considerada o único meio de comunicação com os públicos de relacionamento do TCU. Canais próprios do órgão e de parceiros são essenciais na estratégia de comunicação.

Se você acredita que tem uma boa pauta, fale com a Secom e ajude a qualificar a informação que circula no Tribunal e é compartilhada com a sociedade por nossos veículos e em nossos espaços exclusivos.



# Atuação da Secom



## O QUE FAZ

As atividades relacionadas com produção, distribuição, publicação e fornecimento de informações institucionais aos órgãos de imprensa devem ser realizadas por intermédio da Secom, unidade responsável por coordenar as ações para divulgação estratégica desses conteúdos, com apoio, se necessário, das unidades técnicas responsáveis pelos trabalhos.



## COMO FAZ

A equipe da Secom conta com profissionais especializados que conhecem o perfil dos jornalistas e têm noção de como esse público de relacionamento tão específico atua. Por lidarem com os bastidores da informação, os profissionais da Secom conseguem ajudar a identificar oportunidades de comunicação em diferentes contextos e meios de comunicação.



## A NORMA QUE ORIENTA O RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

O relacionamento dos servidores do TCU com a imprensa é disciplinado pela Portaria-TCU 328/2019. O normativo assinala papéis e responsabilidades para o compartilhamento de informações.

## A RAZÃO DE EXISTIR E A FORMA COM QUE A SECOM ATUA VISAM A:

- orientar a abordagem dos assuntos objetos das entrevistas;
- munir os porta-vozes e fontes internas de informações sobre o perfil dos repórteres, as linhas editoriais dos veículos, os públicos-alvo e os teores das entrevistas;
- identificar assuntos sensíveis e antecipar possíveis crises;
- identificar os momentos em que a confidencialidade das informações é exigida;
- reduzir os riscos de contradições entre as declarações e diretrizes do Código de Ética do TCU;
- preservar os porta-vozes e fontes do TCU de interesses escusos;
- assegurar o fluxo de informações;
- fornecer informações de qualidade e nos prazos solicitados pelos jornalistas/veículos de comunicação;
- definir estratégias e organizar coletivas para apresentar assuntos relacionados à atuação do TCU.



## ARTIGOS, ENTREVISTAS E COLETIVAS DE IMPRENSA

Caso o servidor produza artigo para publicação na imprensa, com identificação de seu vínculo com o TCU, deve ser explicitado que eventuais opiniões sobre assuntos relacionados à atuação do Tribunal são pessoais e não expressam posicionamento institucional.

A concessão de entrevista, participação em coletiva ou outras manifestações em nome do Tribunal deve ser precedida de autorização formal do Presidente ou do relator, conforme o caso. Os pedidos devem ser encaminhados à Secom, para as providências necessárias.



# Manifestação em redes sociais

**A**s redes sociais se tornaram verdadeiras vitrines, pelas quais se pode acompanhar o que as pessoas fazem, pensam ou compartilham. São ótimos espaços para criar uma imagem profissional e individual positiva e devem ser usadas como aliadas. No entanto, é importante ter em mente que o conteúdo publicado nas redes sociais pessoais pode ter repercussões na esfera profissional. Preocupadas com isso, diversas instituições – públicas ou privadas – estão orientando seus colaboradores por meio de guias norteadores de condutas.

A Secom também reconhece a importância das redes sociais como espaços públicos de diálogo com a sociedade e incentiva a participação pessoal e institucional. E, de modo algum, pretende limitar a liberdade de expressão. Orienta apenas cautela nas publicações que, eventualmente, levem terceiros a questionar a imagem do Tribunal.

É bom lembrar que unidades, servidores e colaboradores não podem se manifestar em nome do Tribunal sem autorização ou criar perfis em redes sociais utilizando o nome ou a marca do TCU (Portaria-TCU 330/2019).

Por isso, antes de publicar ou compartilhar um conteúdo, convém avaliar o impacto direto que ele possa ter na reputação da instituição. Recomenda-se que manifestações e opiniões pessoais que possam ser usadas para questionar a atuação do TCU sejam, portanto, evitadas.

É importante ter cuidado com a publicação de conteúdos de trabalhos que ainda estão em andamento ou que ainda não foram tornados públicos pelo Tribunal. Preferencialmente, devem-se compartilhar conteúdos que já estejam disponibilizados nos canais oficiais da instituição.

Em viagens de trabalho, é sempre de bom tom avaliar antes da postagem se o conteúdo ou imagem publicada permitiria a interpretação errônea de que se trata de uma viagem de turismo e não de trabalho.



# Orientações para porta-vozes institucionais

## ANTES DA ENTREVISTA

- Quaisquer jornalistas que entrarem em contato com o TCU, na sede ou nos estados, devem ser direcionados à Secom, área responsável por articular o atendimento e garantir a qualidade e uniformidade das informações. Nenhuma entrevista deve ser realizada sem o conhecimento, o acompanhamento ou a intermediação da Secom.

Canal de atendimento à imprensa

[imprensa@tcu.gov.br](mailto:imprensa@tcu.gov.br)

- As demandas de imprensa devem ser avaliadas em conjunto pela Secom, pelas unidades demandadas e pelas autoridades envolvidas. O modo de atendimento das demandas deve ser construído de forma estratégica.
- Servidores designados como porta-vozes ou fontes para entrevistas sobre processos de trabalho ou temas de outras unidades que não as próprias devem entrar em contato com as unidades responsáveis, para entender os respectivos contextos e construir as narrativas.

- Ao confirmar as entrevistas, a Secom combina os formatos das interlocuções e tenta antecipar as perguntas, para preparação dos porta-vozes e fontes.
- Os porta-vozes e fontes devem se preparar para responder a todos os tópicos que podem ser tratados durante a entrevista. É importante organizarem as informações existentes no Tribunal sobre os assuntos que serão tratados e se informarem sobre a existência de trabalhos em andamento ou já concluídos. Devem, também, construir mensagens-chave essenciais para a compreensão das matérias. Toda fala é institucional e deve conter mensagens-chave que fortaleçam a imagem do Tribunal.
- Se tiverem oportunidade e disponibilidade, os porta-vozes ou fontes devem enviar material prévio para os jornalistas se familiarizarem com os assuntos (acórdãos, fichas-síntese, sumários e conteúdo disponível no Portal TCU podem ser úteis). Devem ser priorizados materiais de fácil entendimento. Não se deve esperar que conteúdos técnicos sejam compreendidos em profundidade pelos jornalistas, mas é bom garantir que tenham boa percepção dos assuntos que irão expor.
- É importante ter dados à mão para eventuais consultas. Números, datas, gráficos são bons elementos para ilustrar a mensagem e facilitar a compreensão dos jornalistas.
- Não se deve dar entrevistas em situações desconfortáveis, como, por exemplo, durante a abordagem em um evento ou uma ligação. Nessas situações, o melhor é perguntar os assuntos das entrevistas, identificar os veículos para os quais os jornalistas trabalham e encaminhá-los para a Secom, para oficialização das demandas.

## DURANTE A ENTREVISTA

- É fundamental estar preparado para as entrevistas. Improvisos não são adequados. Os porta-vozes e fontes devem definir com antecedência as mensagens principais, os dados mais significativos e os aspectos centrais que desejam expor. Também devem se limitar aos escopos combinados. Relevante é tudo aquilo que afeta o público.
- As falas em eventos de representação institucional (seminários, palestras, audiências públicas etc.) são de interesse da imprensa e podem ser usadas na elaboração de matérias. Não se deve falar no palco aquilo que não deva ser publicado na imprensa. Em regra, a pessoa designada para representar o Tribunal nesses eventos está autorizada a conceder entrevista sobre o tema abordado, exceto quando houver orientação contrária do presidente ou do ministro relator.
- Informações sigilosas e questões de mérito relacionadas a processos em andamento não devem ser mencionadas, a menos que seja expressamente autorizado pelo relator.
- Não se devem emitir opiniões pessoais nem mentir.
- Devem ser evitadas expressões como “eu acho”. Nesse caso, deve-se utilizar: “de acordo com os dados encontrados”; “o TCU verificou”; “a equipe técnica do TCU apurou”.
- Deve-se evitar o uso de adjetivos desnecessários à elucidação dos fatos ou que conduzam à indução de juízos de valor sobre a conduta de agentes envolvidos nos processos.
- Evasivas não são recomendáveis. Se o jornalista perguntar sobre algum tema que não compete à área do entrevistado ou um assunto que o entrevistado não conhece ou não se recorda, deve-se orientá-lo a procurar a Secom, para que esta identifique a fonte apropriada.
- A linguagem deve ser apropriada aos públicos-alvo.

- As respostas devem ser simples e diretas, apoiadas em fatos. Devem-se evitar siglas e jargões técnicos. Focando-se no público, garante-se que as mensagens sejam compreendidas por todos.
- As mensagens devem ser sintetizadas. Os jornalistas devem entender as questões com o menor número possível de explicações. Assim, maiores serão as chances de que as reportagens sejam veiculadas com exatidão.
- Geralmente, é difícil explicar detalhadamente metodologias ou técnicas de auditoria em reportagens. Mais importante é informar que existem, despertar o interesse por elas, dar orientações básicas e dizer claramente onde as informações podem ser obtidas.
- Sempre que possível, devem-se ilustrar os conceitos com situações concretas e exemplos, mostrar os impactos das ações ou informações na realidade dos cidadãos comuns e relacionar os trabalhos com a vida das pessoas, com os ganhos para a sociedade.
- Falsas expectativas podem gerar sensacionalismo por parte dos veículos de comunicação e induzir a erros. Ao falar sobre resultados, os porta-vozes e fontes devem explicitar os impactos esperados, bem como as limitações e os riscos envolvidos.
- Se perguntados sobre um problema, os porta-vozes devem responder de forma a apresentar soluções.
- Informações falsas ou deturpadas trazidas por jornalistas devem ser retificadas.
- Recomenda-se voltar várias vezes às mensagens-chave, para reafirmar os posicionamentos iniciais e fixar as mensagens.
- Deve-se ter cuidado com a percepção de que “tal repórter é amigo”. Jornalistas não são amigos, mas também não são inimigos. Sem perder a naturalidade, lembre-se de que um comentário sobre um tema qualquer, até banal, pode ser publicado. Importante manter o foco na entrevista. Nenhuma pauta positiva impede uma matéria negativa.

## ENTREVISTAS EM RÁDIO E TV

O rádio e a TV têm grande efeito multiplicador de informação e estão ao alcance da maioria da população.

Geralmente, o rádio oferece mais tempo para as entrevistas, o que permite melhor compreensão dos assuntos e mais envolvimento e motivação das pessoas. Ao mesmo tempo, facilita a desconcentração dos ouvintes, que, geralmente, estão envolvidos em outras tarefas. Os programas e os entrevistados é que precisam manter os ouvintes “sintonizados”.

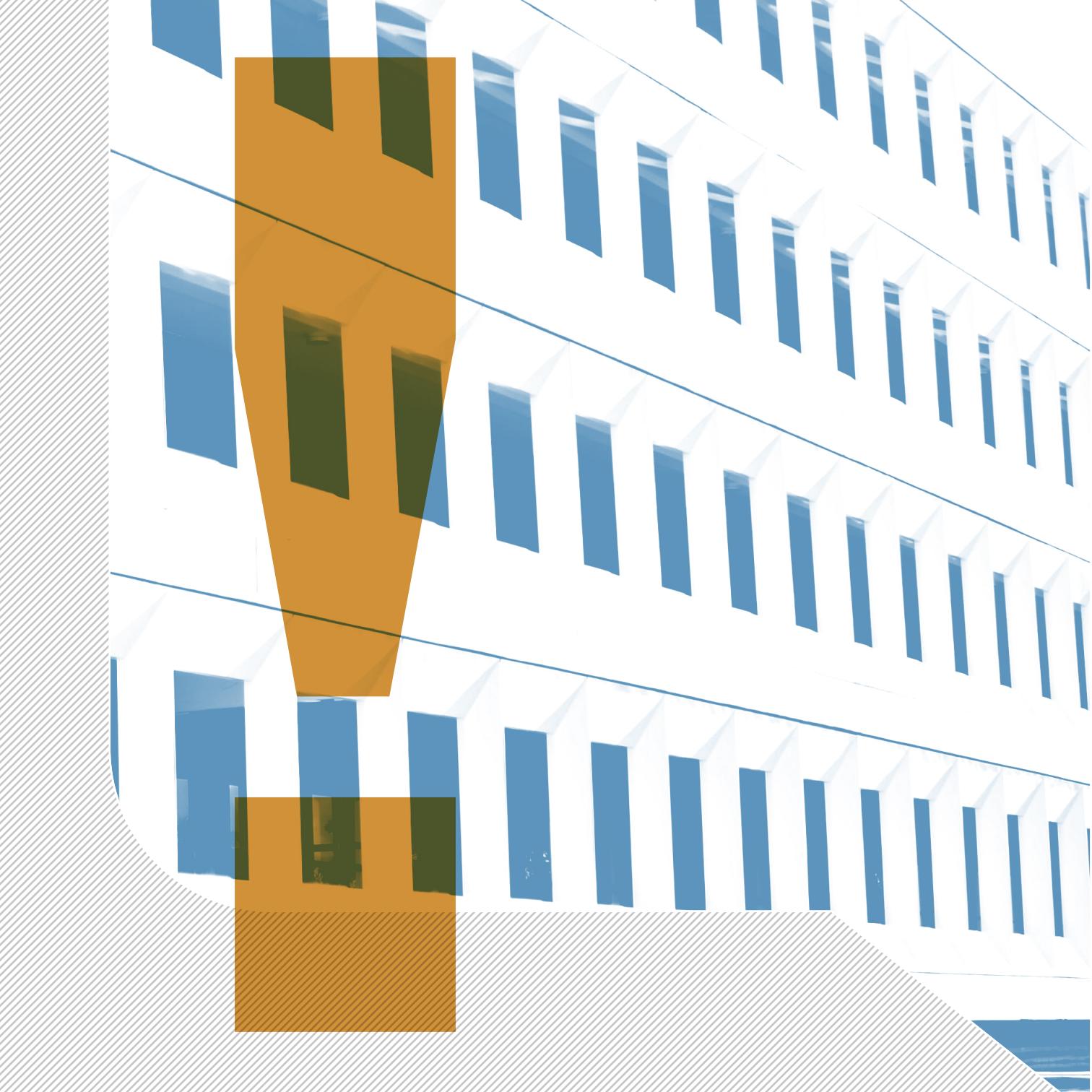
Na televisão, o estímulo principal é visual, daí a importância de se ter boas imagens. As reportagens costumam ter, no máximo, 60 segundos, o que dificulta o aprofundamento dos assuntos. Assim, as entrevistas servem mais para despertar o interesse sobre os assuntos, transmitir informações básicas e estimular a busca por mais detalhes.

- Devem-se escolher ambientes neutros e silenciosos para as entrevistas. Ao gravar, ar condicionado e telefone devem ser desligados. A mesa precisa estar limpa. Documentos sigilosos e objetos pessoais também devem ser guardados.
- Recomenda-se uma conversa prévia com os repórteres antes das entrevistas, para combinar as perguntas que serão feitas.
- Deve-se dar atenção especial à postura corporal, afinal, o corpo também fala. Os porta-vozes e fontes devem procurar uma posição confortável e manterem-se na mesma altura dos repórteres.
- Os interlocutores devem ser olhados nos olhos. É importante manter posturas amigáveis. A movimentação deve ser natural, evitando-se o excesso de gesticulação.

- Atitude é tão importante quanto argumento. Por isso, os entrevistados devem demonstrar positividade e entusiasmo.
- O ideal é que as falas sejam pausadas, de modo a simular uma conversa informal. Ler ou decorar textos prejudica a comunicação e compromete a naturalidade.
- É importante maximizar as entrevistas, estabelecendo de forma clara o que se quer comunicar prioritariamente e tendo sempre em mente os públicos-alvo. Em veículos de comunicação, as informações precisam ser priorizadas.
- Vale lembrar que, provavelmente, a maioria dos ouvintes tem pouco conhecimento dos temas tratados.
- Se os porta-vozes e fontes acharem que as respostas não ficaram boas, podem pedir aos repórteres para repeti-las.
- As respostas não devem ser iniciadas pelos antecedentes, pelos contextos ou pelas justificativas. Deve-se ir direto à essência: o mais importante, o impacto, a novidade, a solução. Detalhes podem ser fornecidos posteriormente, se houver oportunidade.
- No caso de TV, se as respostas forem extensas, trechos da gravação serão cortados e editados, aumentando a chance de a mensagem principal não ser veiculada.
- Os porta-vozes e fontes devem se manter concentrados na entrevista até que as câmeras sejam desligadas.

## DEPOIS DA ENTREVISTA

- Os entrevistados não devem pedir para ler as matérias antes da publicação. Cabe a eles, exclusivamente, esclarecer suficientemente os jornalistas. Se tiverem receio sobre a compreensão dos assuntos por parte dos jornalistas, podem se colocar à disposição para tirar eventuais dúvidas no momento da redação ou edição da matéria.
- Qualquer contato com os jornalistas após as entrevistas, para envio de informações adicionais, correção de erros, elogio à matéria, entre outros, deve ser feito por meio da Secom.
- Não deve haver expectativa quanto ao formato das reportagens. Os veículos de comunicação têm sua própria maneira de apresentar os temas. O importante é que não haja erros de conteúdo e que as mensagens principais sejam transmitidas fidedignamente.
- Caso os veículos de comunicação divulguem informações equivocadas, as possíveis repercussões e os impactos deverão ser analisados antes que sejam tomadas quaisquer providências. Se necessário, a Secom pode solicitar a correção.
- Os resultados das entrevistas devem ser avaliados com a Secom, como forma de aprendizagem.





**Responsabilidade pelo Conteúdo**

Secretaria de Comunicação (Secom)

**Projeto gráfico, diagramação e capa**

Secretaria-Geral da Presidência (Segepres)

Secretaria de Comunicação (Secom)

Núcleo de Criação e Editoração (NCE)

Endereço

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO

SAFS Quadra 4 Lote 1

Edifício Sede, Sala 178

70.042-900 Brasília - DF

(61) 3316 5060

secom@tcu.gov.br

Ouvidoria

0800 644 1500

ouvidoria@tcu.gov.br

Impresso pela Sesap/Segedam



### Missão

Aprimorar a Administração Pública em benefício da sociedade por meio do controle externo

### Visão

Ser referência na promoção de uma Administração Pública efetiva, ética, ágil e responsável

[www.tcu.gov.br](http://www.tcu.gov.br)