

---

# GLOSSÁRIO DE CRISE

UMA PERSPECTIVA  
COMUNICACIONAL

## UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

**Reitor:** Luciano Schuch

**Vice-reitora:** Martha Bohrer Adaime

**Diretora do Centro de Ciências Sociais e Humanas:** Sheila Kocourek

**Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação:** Cristina Marques Gomes

## FACOS-UFSM

**Coordenação Editorial:** Ada Cristina Machado Silveira

**Editora Executiva:** Sandra Depexe

## Comissão Editorial

Profa. Dra. Ada Cristina Machado Silveira (UFSM)  
Prof. Dr. Eduardo Andrés Vizer (UBA)  
Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)  
Profa. Dra. Gisela Cramer (UNAL)  
Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira (UFSM)  
Profa. Dra. Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)  
Profa. Dra. Marina Poggi (UNQ)

Profa. Dra. Monica Marona (UDELAR)  
Prof. Dr. Paulo Cesar Castro (UFRJ)  
Profa. Dra. Sonia Rosa Tedeschi (UEL)  
Profa. Dra. Suzana Bleil de Souza (UFRGS)  
Prof. Dr. Valdir José Morigi (UFRGS)  
Profa. Dra. Valentina Ayrolo (UNMDP)  
Profa. Dra. Veneza Mayora Ronsini (UFRGS)

## Créditos da obra

**Título:** Glossário de Crise: uma perspectiva comunicacional

**Revisão:** Carolina Frazon Terra, Daiane Scheid, Patrícia Milano Pérsigo, Andréia Silveira Athaydes, Jean Felipe Rossato.

**Capa, diagramação e projeto gráfico:**  
Jones Machado

**Imagem capa:** Kevin Brine

G563    Glossário de crise [recurso eletrônico] : uma perspectiva comunicacional / organizadores: Jones Machado ... [et al.]. – Santa Maria, RS : FACOS-UFSM, 2025.  
1 e-book : il.

ISBN 978-65-5773-103-1

1. Comunicação 2. Crise 3. Glossário 4. Risco 5. Gestão de crise I. Machado, Jones  
CDU 316.77(038)

659.3(038)

Ficha catalográfica elaborada por Lizandra Veleda Arabidian - CRB-10/1492  
Biblioteca Central - UFSM



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição - Não Comercial - Sem Derivações 4.0 Internacional  
Os termos desta licença estão disponíveis em:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

O conteúdo dos artigos é de inteira responsabilidade de seus autores, não representando completa ou parcialmente a opinião da editora ou dos organizadores deste livro.

# MEDIA TRAINING

O relacionamento com a mídia deve ser pautado pela ética, pela transparência e pelo profissionalismo, porque a presença na imprensa, se promovida de forma competente, impacta positivamente a imagem e a reputação das organizações. O programa, denominado media training, quando coordenado por profissionais experientes, contribui para qualificar a interação das fontes com a imprensa. Ele deve detalhar as características do processo de produção jornalística, identificar o perfil e o compromisso dos diferentes veículos, e explicitar as posturas adequadas e as boas práticas que devem vigorar no exercício desta atividade.

Por **Wilson da Costa Bueno**  
Doutor em Comunicação  
Professor sênior da Eca/USP