

DIPLOMUN ONLINE '26

# AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO - GUIA DE FUNCIONAMENTO

INSTITUTO DIPLOMUN



INSTITUTO  
*Diplomun*

*“Imprensa é oposição. O  
resto é armazém de  
secos e molhados. - Millôr  
Fernandes”*

## **Prezados Delegados da DiploMUN Online 2026,**

É com grande prazer que apresentamos a vocês os Guias de Estudo da DiploMUN Online 2026, materiais essenciais criados para apoiar sua preparação para os comitês e debates deste ano.

Estes guias foram cuidadosamente desenvolvidos para oferecer uma compreensão sólida dos temas, contextos históricos, principais atores, debates centrais e possíveis caminhos de discussão dentro de cada comitê. Mais do que simples materiais introdutórios, eles devem servir como uma base para sua pesquisa, ajudando vocês a chegarem à conferência com mais confiança, profundidade e consciência estratégica.

Ao longo destas páginas, vocês encontrarão o contexto necessário para compreender os desafios que enfrentarão como delegados, bem como perguntas e perspectivas importantes que devem orientar sua preparação. Recomendamos fortemente que leiam atentamente o guia de seu comitê, façam anotações, conduzam pesquisas adicionais e utilizem o material como ponto de partida para construir sua posição, seus argumentos e sua estratégia diplomática.

Os Guias de Estudo não têm a intenção de substituir a pesquisa independente, mas de abrir caminho para ela. Eles são o primeiro passo de vocês no universo do comitê — um espaço de negociação, pensamento crítico, cooperação internacional e tomada de decisões complexas.

Temos a honra de fazer parte da sua jornada diplomática e estamos animados para ver como cada um de vocês utilizará estes materiais para contribuir de forma significativa com os debates da DiploMUN Online 2026.

**Atenciosamente,**  
**Secretariado da DiploMUN Online 2026.**

# SUMÁRIO

<b>Carta aos delegados.....</b>	<b>6</b>
<b>O Comitê .....</b>	<b>7</b>
<b>O papel da comunicação dentro da simulação .....</b>	<b>7</b>
<b>Finalidade geral da AC durante a simulação.....</b>	<b>7</b>
<b>O papel da imprensa no contexto diplomático.....</b>	<b>7</b>
<b>A AC como espaço formativo .....</b>	<b>8</b>
<b>A imprensa como força política.....</b>	<b>8</b>
<b>Narrativa, imagem pública e diplomacia .....</b>	<b>9</b>
<b>A Agência de Comunicação dentro da lógica da simulação .....</b>	<b>10</b>
<b>Glossário da Agência de Comunicação .....</b>	<b>11</b>
<b>Apuração.....</b>	<b>11</b>
<b>Estruturas Textuais.....</b>	<b>17</b>
<b>Gêneros jornalísticos na simulação .....</b>	<b>17</b>
<b>Diferenças entre notícia e reportagem .....</b>	<b>18</b>
<b>Postagens .....</b>	<b>18</b>
<b>Texto em Prosa.....</b>	<b>20</b>

<b>Procedimentos .....</b>	<b>22</b>
<b>    Presença nos comitês .....</b>	<b>22</b>
<b>    Observação e apuração durante os debates .....</b>	<b>23</b>
<b>    O que merece virar pauta .....</b>	<b>23</b>
<b>    Contextualização .....</b>	<b>24</b>
<b>Publicação, Revisão e Fluxo Editorial.....</b>	<b>25</b>
<b>    Etapas de revisão e fluxo de envio .....</b>	<b>25</b>
<b>    Autoridade editorial.....</b>	<b>26</b>
<b>    Ferramentas e organização .....</b>	<b>26</b>
<b>    Canais de publicação .....</b>	<b>27</b>
<b>Conduta de um Agente de Comunicação .....</b>	<b>29</b>
<b>Entrevistas .....</b>	<b>31</b>
<b>    Solicitação de entrevistas .....</b>	<b>31</b>
<b>    Postura durante entrevistas .....</b>	<b>31</b>
<b>    Estrutura das perguntas.....</b>	<b>32</b>
<b>    Uso de falas e citações .....</b>	<b>32</b>
<b>Coletivas de imprensa .....</b>	<b>34</b>
<b>    Organização e funcionamento.....</b>	<b>34</b>

<b>Dinâmica da coletiva .....</b>	<b>35</b>
<b>Qualidade das perguntas .....</b>	<b>35</b>
<b>Condução e responsabilidade.....</b>	<b>36</b>
<b>Papel estratégico da coletiva .....</b>	<b>36</b>
<b>Exemplo de construção e uso de entrevista .....</b>	<b>36</b>
<b>Cronograma .....</b>	<b>38</b>
<b>Rotina diária sugerida.....</b>	<b>39</b>
<b>Fechamentos e prazos .....</b>	<b>39</b>
<b>Cumprimento de prazos e validação de entregas .....</b>	<b>40</b>
<b>Considerações Finais .....</b>	<b>41</b>
<b>Dicas dos diretores.....</b>	<b>41</b>
<b>Incentivo à criatividade.....</b>	<b>41</b>
<b>Reforço sobre o impacto da Agência.....</b>	<b>42</b>
<b>Contato dos diretores .....</b>	<b>42</b>

# Carta aos delegados

Caros Agentes de Comunicação,

É com enorme satisfação que os recebemos! Sejam muito bem vindos à Agência de Comunicação (AC) da Diplomun Online de 2026!

Neste documento, temos o propósito de guiar vocês nessa jornada que é ser da Agência de Comunicação, sanando dúvidas básicas e explicar de forma concisa qual o trabalho do agente e seu impacto na simulação, não importando se você acabou de chegar ou já é do universo de simulações MUN.

Como mesas diretoras, ressaltamos a indispensabilidade do trabalho de cada um de vocês para tentarmos ao máximo transformar a simulação em cada vez mais realista e impactante na vida de quem participa e na de quem vê essas notícias. Como diz o jornalista Clóvis Rossi, “A função do jornalismo é iluminar os fatos para que a sociedade possa compreendê-los.”, sendo assim o jornalismo desempenha um papel mais que essencial na sociedade uma vez que garante que direitos básicos como o acesso à informação e representa a luta pela liberdade de expressão e transparência não importa qual seja sua condição econômica ou sua influência na sociedade.

Assim, vocês, como agentes de comunicação, possuem a seguinte missão: informar, educar, entreter ou problematizar sempre baseando-se na verdade. E durante os dias da simulação irão elaborar notícias, reportagens, coletivas de imprensa acerca dos acontecimentos nos comitês. Desejamos que vocês aprendam, entendam, se divirtam, e aproveitem ao máximo cada segundo dessa experiência incrível!

Nós, Chefes de AC, estaremos abertos e à disposição para sanar quaisquer dúvidas posteriores e auxiliá-los no que for preciso. Bons estudos e boa simulação!

Atenciosamente,

Corpo Diretor da Agência de Comunicação

# O Comitê

## O papel da comunicação dentro da simulação

Dentro de uma simulação política ou diplomática, a comunicação funciona como um espaço importante de troca e influência entre os participantes. É por meio dela que ideias são apresentadas, decisões são explicadas e posições são defendidas, o que impacta na forma como cada ação é compreendida pelos outros. A maneira como os acontecimentos são relatados influencia a percepção geral do que está acontecendo, ajudando a esclarecer, questionar ou até gerar debates. Assim, manchetes, análises e entrevistas não apenas informam, mas também contribuem para construir o ambiente político da conferência, tornando a comunicação uma parte essencial do processo como um todo.

## Finalidade geral da AC durante a simulação

Durante a simulação, a AC assume um papel de alta importância ao atuar como ponte entre os acontecimentos e o público, sendo responsável por cobrir os eventos políticos, diplomáticos e crises dos comitês, ao mesmo tempo em que informa os participantes e registra os principais fatos do evento. Além disso, sua produção de conteúdo da agência de comunicação contribui diretamente para a construção de memórias, garantindo transparência nos debates e intensificando o ritmo aos ambientes das simulações, ao transformar acontecimentos em registros claros e relevantes para a comunidade, seja de forma lúdica ou informacional.

## O papel da imprensa no contexto diplomático

No contexto diplomático, a imprensa exerce um papel como mediadora entre os acontecimentos internos dos comitês e a forma como esses eventos são recebidos pelo público e pelos próprios diplomatas. Ao selecionar, interpretar e divulgar informações, a mídia não apenas informa, mas também constrói enquadramentos que influenciam leituras e posicionamentos, tornando-se um instrumento de pressão e de amplificação de visibilidade. Nesse sentido, determinadas narrativas ganham força, enquanto outras são silenciadas ou relativizadas, impactando diretamente a dinâmica das negociações. Assim, na diplomacia, não se trata apenas das decisões tomadas, mas de como elas são apresentadas e compreendidas, evidenciando que narrativa e decisão caminham lado a lado na construção do cenário político. O dever do AC é justamente

impedir que narrativas sejam ignoradas ou mal-vistas, mostrando a importância de se ouvir os dois lados antes de tomar uma posição.

## **A AC como espaço formativo**

A Agência de Comunicação funciona como um espaço formativo dentro da simulação, no qual os delegados representam diferentes veículos de imprensa e produzem conteúdos a partir dos debates acompanhados nos comitês. Mais do que acompanhar a dinâmica da simulação, a proposta é aproximar os participantes de práticas reais do jornalismo e da comunicação.

Ao longo da experiência, os delegados desenvolvem habilidades de escrita e leitura crítica, aprendendo a produzir textos claros, bem estruturados e adequados a diferentes formatos. Também exercitam a observação atenta, a escuta ativa e a condução de entrevistas, além da capacidade de analisar informações rapidamente e identificar o que é mais relevante para se tornar pauta.

A atuação na AC envolve ainda o uso prático da linguagem jornalística e o trabalho de curadoria de informações, habilidades diretamente aplicáveis a contextos acadêmicos e profissionais. Os delegados aprendem a selecionar, organizar e apresentar conteúdos de forma estratégica, considerando diferentes públicos, abordagens e linhas editoriais, além de explorar formatos multimídia.

Por fim, a dinâmica da Agência estimula a agilidade e a tomada de decisão em tempo real. Ao lidar com prazos curtos e grande volume de informações, os participantes desenvolvem autonomia, organização e responsabilidade na produção de conteúdo, competências essenciais em diversas áreas além da simulação.

Nesse sentido, a experiência na AC vai além da simulação em si, oferecendo aos delegados a oportunidade de desenvolver habilidades práticas e transferíveis para diferentes contextos acadêmicos e profissionais, ao mesmo tempo em que compreendem, na prática, o papel da comunicação na construção e interpretação da realidade.

## **A imprensa como força política**

A imprensa exerce um papel central na dinâmica política, atuando não apenas como meio de informação, mas como agente ativo na formação da opinião pública. Por meio de jornais, rádio,

televisão e mídias digitais, os veículos de comunicação influenciam a forma como acontecimentos são percebidos, interpretados e debatidos pela sociedade.

Ao longo da história, a atuação da imprensa esteve diretamente ligada a momentos de crise, guerras, negociações e escândalos políticos. Em diferentes contextos, a cobertura jornalística contribuiu para expor informações, pressionar atores políticos e, em alguns casos, alterar os rumos de decisões importantes. Dessa forma, a mídia não apenas acompanha os acontecimentos, mas também participa, de maneira indireta, das disputas de poder.

Nesse cenário, comunicar não se resume a registrar fatos. A escolha do que será noticiado, como será apresentado e qual destaque será dado a determinados acontecimentos influencia diretamente a relevância que esses temas assumem no debate. Assim, a imprensa também atua na definição do que é visto como importante em um determinado momento.

Dentro da simulação, ao representar diferentes veículos, os delegados são responsáveis por interpretar os debates, selecionar pautas e construir narrativas que impactam a forma como os acontecimentos são compreendidos. Isso reforça a ideia de que a comunicação é, também, uma forma de atuação política.

## **Narrativa, imagem pública e diplomacia**

Na dinâmica diplomática, os Estados buscam constantemente moldar a forma como são percebidos, e tratados conscientes de que dependem do olhar do outro para se afirmar no mundo. Aristóteles uma vez disse que “o homem é um animal social” e muitos fazem reflexão de qual seja o significado dessa frase, mas umas dessas interpretações é justamente sobre a vontade do animal de sempre ser beneficiado de alguma forma com interações com outros animais. Da mesma forma, a imprensa se torna um espaço central não apenas de divulgação, mas de disputa simbólica, onde contradições são expostas, vazamentos ganham força e incoerências podem redefinir posições políticas. Por este e mais motivos, controlar a narrativa não significa apenas comunicar fatos, mas disputar versões, construir discursos estratégicos e, muitas vezes, recorrer à propagandas. Pierre Bourdieu cita em seu livro, “Sobre a Televisão”, que “os jornalistas têm “óculos” especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam seleção e uma construção do que é selecionado.”, logo, nosso trabalho é usar esses “óculos” para manter a transparência e não nos deixar ser levados por narrativas.

## **A Agência de Comunicação dentro da lógica da simulação**

A Agência de Comunicação ocupa um papel importante na dinâmica da simulação, sendo responsável por registrar e narrar os principais acontecimentos da conferência. Por meio da produção de conteúdos ao longo do evento, os delegados constroem uma leitura organizada dos debates, posicionamentos e momentos mais relevantes das sessões.

Nesse contexto, a cobertura realizada pela AC pode contribuir para dar visibilidade a determinadas discussões e atores dentro dos comitês. A forma como falas, conflitos e decisões são apresentados influencia a maneira como esses acontecimentos são percebidos pelos participantes, ainda que de forma indireta.

Além disso, a imprensa atua como um ator complementar dentro da simulação. Embora não participe das negociações formais, sua presença ajuda a ampliar a circulação de informações, reforçar narrativas e destacar pautas que ganham relevância ao longo do evento.

Dessa forma, a Agência de Comunicação integra a lógica da simulação como um espaço de mediação e registro, conectando os acontecimentos dos comitês à sua divulgação e interpretação ao longo da conferência.

# Glossário da Agência de Comunicação

Este glossário reúne conceitos fundamentais do jornalismo e da produção de conteúdo, com definições mais detalhadas para orientar a atuação da Agência de Comunicação ao longo da simulação. Seu principal objetivo é familiarizar os delegados com termos-chave do universo jornalístico antes do contato aprofundado com o restante do guia, oferecendo uma base conceitual que facilite a compreensão das dinâmicas, formatos e exigências da cobertura. Ao compreender esse vocabulário desde o início, o delegado consegue interpretar melhor as orientações, produzir conteúdos com mais precisão e se inserir de forma mais consciente no papel da comunicação dentro da simulação.

## **Apuração**

Etapa central do trabalho jornalístico que envolve coletar, verificar e organizar informações a partir de diferentes fontes. Vai além de registrar falas, exigindo confronto de versões, análise de documentos e identificação do que é relevante. Na simulação, inclui acompanhar debates, observar dinâmicas entre delegações e interpretar desdobramentos políticos.

## **Artigo de opinião**

Texto argumentativo que apresenta a interpretação de um autor sobre determinado fato ou processo político. Diferencia-se dos gêneros informativos por assumir um posicionamento explícito, sustentado por argumentos e evidências.

## **Aspas**

Reprodução literal da fala de uma fonte, utilizada para garantir precisão e credibilidade ao conteúdo. Em sua utilização devem ser fiéis ao que foi dito e inseridas com contextualização adequada. Evitam interpretações indevidas e reforçam a legitimidade da informação.

## **Breaking news**

Informação urgente, inesperada e de alto impacto que demanda publicação imediata. Geralmente está associada a acontecimentos que alteram significativamente o andamento do comitê. Na simulação, pode envolver crises, decisões importantes ou conflitos intensos. Exige agilidade sem comprometer a verificação mínima dos fatos.

## **Clipping**

Compilação organizada dos conteúdos produzidos ao longo da simulação, permitindo visualizar e acompanhar a cobertura realizada. Funciona como um registro da atuação da Agência de Comunicação. Pode ser utilizado para análise interna e avaliação da produção. Contribui para a sistematização das informações divulgadas.

## **Cobertura**

Acompanhamento contínuo dos acontecimentos de um comitê ou evento, com produção regular de conteúdos. Envolve observar, selecionar e transformar fatos em informação acessível ao público. Pode variar em profundidade e formato. É a base da atuação da AC ao longo da simulação.

## **Cobertura em tempo real**

Modelo de cobertura baseado na publicação imediata ou quase imediata dos acontecimentos. Prioriza agilidade e atualização constante das informações. Na simulação, ocorre principalmente em momentos de maior intensidade nos debates. Exige síntese, clareza e responsabilidade na divulgação.

## **Coletiva de imprensa**

Espaço estruturado da simulação em que os delegados da Agência de Comunicação realizam perguntas diretamente aos delegados dos comitês acadêmicos, geralmente ao final de cada dia. Permite esclarecer acontecimentos, aprofundar discussões e obter posicionamentos formais. Reúne múltiplos jornalistas e fontes em um mesmo momento. Exige preparo, objetividade e foco na relevância das perguntas.

## **Credibilidade**

Confiança que o público deposita na Agência de Comunicação e nos conteúdos produzidos. É construída a partir da precisão das informações, da consistência editorial e da responsabilidade na apuração. Erros ou distorções comprometem diretamente essa percepção. Sua manutenção é essencial para a legitimidade da cobertura.

## **Deadline**

Prazo limite para entrega de um conteúdo jornalístico. Está diretamente relacionado à atualidade e à relevância da informação. Na simulação, é fundamental para garantir o fluxo da cobertura. O cumprimento dos prazos faz parte da dinâmica profissional da AC.

### **Enfoque**

Direcionamento específico adotado em uma matéria dentro de um tema mais amplo. Define qual aspecto do acontecimento será priorizado. Influencia diretamente a construção do texto e a percepção do público. É uma escolha estratégica dentro da produção jornalística.

### **Enquadramento (frame)**

Forma como um acontecimento é apresentado ao público, a partir da seleção e organização de informações. Define quais elementos são destacados e quais ficam em segundo plano. Impacta a interpretação do fato. Está relacionado às decisões editoriais e narrativas da cobertura.

### **Fact-checking (checagem de fatos)**

Processo de verificação rigorosa das informações antes da publicação. Inclui conferência de dados, falas e contextos. É essencial para evitar erros e garantir a confiabilidade do conteúdo. Deve estar presente em todas as etapas da produção.

### **Fonte**

Origem da informação utilizada na matéria, podendo ser pessoas, documentos ou observações diretas. A diversidade e qualidade das fontes fortalecem a apuração. Na simulação, inclui delegados, mesa diretora e materiais produzidos nos comitês. Seu uso exige critério e responsabilidade.

### **Furo jornalístico**

Divulgação exclusiva de uma informação relevante antes dos demais. Está associado à agilidade e à qualidade da apuração.

### **Imparcialidade**

Princípio de relatar os fatos com equilíbrio, sem favorecimento indevido. Não significa ausência de análise, mas compromisso com a fidelidade aos acontecimentos. Exige cuidado na escolha de linguagem e fontes.

### **Lead (lide)**

Abertura da notícia que apresenta as informações essenciais do fato. Permite que o leitor compreenda rapidamente o acontecimento. Organiza os elementos principais de forma clara e objetiva. É um dos elementos centrais da estrutura jornalística.

### **Linha editorial**

Conjunto de diretrizes que orientam a produção jornalística. Na simulação, existe uma linha editorial comum da Agência de Comunicação, que estabelece padrões mínimos de apuração, veracidade e qualidade, e linhas editoriais específicas de cada veículo representado pelos delegados, que definem estilo, linguagem e posicionamento. Essa estrutura permite diversidade de abordagens sem comprometer o compromisso com os fatos.

### **Manchete**

Título principal da matéria, responsável por destacar a informação mais relevante. Deve ser claro, preciso e atrativo. É um dos principais elementos de impacto no leitor.

### **Narrativa**

Forma como os fatos são organizados e apresentados ao público. No jornalismo, deve ser lógica, clara e baseada nos acontecimentos reais. Influencia a compreensão do leitor. É construída a partir das escolhas de linguagem e estrutura.

### **Nota**

Texto breve e direto que comunica uma única informação relevante. Não envolve aprofundamento ou análise. É utilizado para atualizações rápidas. Exige clareza e objetividade.

### **Off the record**

Informação fornecida por uma fonte sob condição de não ser atribuída publicamente. Pode orientar a apuração e ampliar o entendimento do contexto. Não deve ser publicada como fala identificada. Seu uso exige responsabilidade ética.

### **Pauta**

Planejamento inicial de um conteúdo, definindo tema, abordagem e possíveis fontes. Orienta o processo de apuração. Pode ser ajustada conforme novas informações surgem. É o ponto de partida da produção jornalística.

### **Pirâmide invertida**

Estrutura clássica da notícia em que as informações mais importantes aparecem primeiro. Os detalhes complementares vêm em seguida. Facilita a leitura e a compreensão rápida. Também permite cortes sem perda de informação essencial.

### **Reportagem**

Gênero jornalístico mais aprofundado que a notícia, com maior contextualização e análise. Utiliza múltiplas fontes e desenvolve melhor o tema. Busca explicar os acontecimentos, não apenas relatá-los. Exige maior elaboração.

### **Retratação**

Correção pública de uma informação incorreta previamente divulgada. Demonstra compromisso com a transparência. É essencial para manter a credibilidade. Deve ser feita de forma clara e responsável.

### **Subtítulo**

Complemento da manchete que adiciona contexto ou detalhamento. Ajuda a ampliar a compreensão do conteúdo. Não deve repetir o título. Funciona como apoio informativo.

### **Valor-notícia**

Critérios que determinam a relevância de um acontecimento para se tornar notícia. Incluem fatores como impacto, atualidade, conflito e interesse público. Orientam a seleção do que será publicado. São fundamentais na definição de pautas.

Este glossário deve ser utilizado como ferramenta de apoio ao longo de toda a simulação, auxiliando na compreensão e aplicação dos principais conceitos do jornalismo. O domínio desses termos contribui para uma produção mais consistente, clara e alinhada às diretrizes da Agência de Comunicação. Em caso de dúvidas, entre em contato com as mesas diretoras.



# Estruturas Textuais

## Gêneros jornalísticos na simulação

Ao longo da simulação, os delegados da Agência de Comunicação trabalharão principalmente com dois gêneros jornalísticos: a notícia e a reportagem. Cada um possui características e estruturas próprias, que devem ser respeitadas na produção dos conteúdos.

### **Manchete**

A manchete é o título da matéria e deve apresentar a informação mais importante do acontecimento. Nas notícias, é obrigatório o uso de um verbo; já nas reportagens, há maior liberdade de construção. Não deve conter ponto final.

Exemplo: “Novo vírus chinês e interceptação de dados geram crise na OMS”

### **Linha de apoio**

A linha de apoio funciona como um subtítulo, complementando a manchete. Não deve repetir as mesmas palavras nem copiar o lide (no caso da notícia). Deve trazer um resumo do ponto mais relevante da matéria. Não possui ponto final.

Exemplo: “Carga de navio americano que deveria direcionar ajuda levava bombas ao país”

### **Lide**

O lide é o primeiro parágrafo da notícia e tem como função apresentar, de forma geral, o acontecimento. Deve responder às perguntas básicas do jornalismo: o quê, quem, quando, onde, como e por quê. Os parágrafos seguintes servem para desenvolver e detalhar essas informações.

A reportagem não possui lide, já que apresenta uma estrutura mais livre, permitindo que essas informações sejam distribuídas ao longo do texto.

### **Pirâmide invertida**

A notícia segue, em geral, o modelo da pirâmide invertida, em que as informações mais importantes aparecem no início do texto, seguidas por detalhes complementares. Esse formato garante que o leitor tenha acesso rápido ao essencial da informação.

## **Legenda**

Todos os conteúdos devem ser acompanhados por imagem e legenda. A legenda não deve apenas descrever a imagem, mas acrescentar uma informação relevante que complemente o conteúdo da matéria.

## **Diferenças entre notícia e reportagem**

### **Foco principal**

A notícia tem como objetivo informar rapidamente sobre um fato recente, sendo ideal para registrar acontecimentos imediatos da simulação. Já a reportagem busca aprofundar temas, explorando discussões, posicionamentos e dinâmicas recorrentes nos comitês.

### **Profundidade**

A notícia tende a ser mais direta e concisa, priorizando a agilidade na transmissão da informação. A reportagem, por outro lado, permite maior aprofundamento, podendo incluir entrevistas, análises e maior detalhamento dos fatos.

### **Impessoalidade**

A notícia é, em geral, escrita de forma impessoal. A reportagem permite maior liberdade, podendo incluir interpretações e até a assinatura do autor. Na simulação, espera-se que os delegados saibam equilibrar esses dois formatos de acordo com o contexto.

## **Postagens**

Ao longo da simulação, os delegados também utilizarão o formato de postagens para divulgar seus conteúdos, especialmente em plataformas como o Instagram. Essas postagens se dividem em dois tipos principais: informativas e humorísticas.

As postagens informativas são voltadas para a divulgação de notícias, apresentando acontecimentos relevantes dos comitês de forma clara, objetiva e alinhada às diretrizes jornalísticas da Agência de Comunicação.

Já as postagens de caráter humorístico (memes) têm como objetivo trazer leveza à cobertura, utilizando elementos criativos para comentar situações da simulação. Ainda assim, devem manter coerência com o contexto dos debates e respeitar os limites estabelecidos pela organização.

As imagens a seguir apresentam exemplos de formatos que podem ser utilizados durante o evento.

**Medscape**

### Mãe grávida enfrenta delegados e expressa sua indignação pela comunidade internacional

Durante a simulação da ONU, uma mãe, vítima das atrocidades causadas por laboratórios clandestinos, fez um discurso impactante criticando a falta de ação dos delegados.

"Ser mãe hoje é viver com medo. Não sei onde meus filhos estão seguros", declarou, visivelmente abalada. Ela acusou os responsáveis pela investigação de falta de comprometimento e cobrou respostas imediatas.

A fala gerou comoção e pressionou as delegações a proporem medidas mais firmes contra crimes científicos legais.



JEMIMA MEL DAEB'S SEIXAS BISPO  
TERCEIRA SESSÃO

**La Chronique de Paris**

4ª Sessão Comitê da Revolução Francesa Marina Reggiani

### JOANA D'ARC ESPERANDO OS DELEGADOS



ACHAREM ELA PRA REVOLUÇÃO ACONTECER

LA JORNADA



### SUDÃO DO SUL É ACUSADO DE PROVOCAR CONFLITOS DURANTE DEBATE NA CDH

Durante o debate não moderado do Comitê de Direitos Humanos (CDH), destinado à construção conjunta de projetos e aprofundamento de um documento, a delegação do Sudão do Sul foi acusada por outras delegações de "querer causar briga" e de interromper falas, atrapalhando o andamento das discussões. A acusação gerou tensão no comitê, provocando reações diversas entre os países presentes. Em resposta, a delegação do Sudão do Sul negou as acusações, alegando que sua intenção era apenas contribuir, ainda que houve um mal-entendido em relação à sua postura e que, em nenhum momento, buscou desrespeitar o espaço de fala dos demais representantes. O episódio marcou um dos momentos mais delicados da sessão e evidenciou as dificuldades de diálogo diplomático em um contexto sensível como o do recrutamento infantil por facções e cartéis.

25 de maio - Sessão 4 - 15:20  
Kamilla Victoria De Freitas

### BREAKING NEWS

## CDH EM CRISE: Sequestradores capturam Macedônia do Norte, Ruanda e Afeganistão



CDH | NAÇÕES UNIDAS

# Texto em Prosa

A Agência de Comunicação possui um texto em prosa como documento prévio para garantir a ciência de nossos agentes do assunto abordado em seus comitês. Em outras palavras, antes do início das conferências, vocês, jornalistas, precisam confeccionar uma redação, que deve conter análises e/ou seus pontos de vista, como pessoa, acerca do tema do comitê que cobrirão nos dias da simulação. Vale ressaltar que, especificamente neste documento, não é obrigatório seguir a mesma opinião do seu jornal: sintam-se livres para expor suas percepções sobre o tema, sempre respeitando os direitos humanos. E para enriquecer seu artigo, vocês podem citar países, acontecimentos históricos, celebridades, dados, entre outros, caso desejem.

Regras: É necessário que o texto seja entre um dos gêneros a seguir:

1. Dissertativo-argumentativo;
2. Artigo de opinião;
3. Expositivo.

Por se tratar de uma “liberdade poética”, vocês terão que pesquisar sobre os devidos gêneros de texto em prosa que escolherem escrever. **Ademais, ele deve ser enviado até o dia 22/05/2026 para o email informado no Guia de Preparação do Delegado com o assunto padronizado (TEXTO EM PROSA - NOME DA SUA REPRESENTAÇÃO), até 23:59 no horário de Brasília.** Todos enviados após esse prazo terão penalidades em suas pontuações.

Construção da produção:

- **Fonte será Times New Roman;**
- **Título centralizado, em tamanho 15 e em negrito;**
- **Texto justificado em tamanho 12;**
- **Espaçamento 1,5;**
- **Máximo de 5 parágrafos e 40 linhas;**
- **Mínimo de 3 parágrafos e 15 linhas.**

Importante citar que número de linhas escritas **não é um critério de correção** mas serve para com que cada participante tenham mais espaço para escrever o que acharem necessário.

## **Estrutura do texto em prosa:**

**Tema:**

### **Título do artigo**

**Introdução:** está localizada já no primeiro parágrafo do texto e faz uma contextualização sobre o tema a ser discutido ao longo do artigo. Além disso, é nessa parte que a tese costuma ser apresentada. A tese contém as principais abordagens, bem como o posicionamento do autor diante do tema, é basicamente o “caminho” pelo qual o jornalista vai seguir;

**Desenvolvimento 1:** essa é a etapa na qual os argumentos que sustentam a tese são apresentados e desenvolvidos. Os argumentos, por sua vez, precisam ser verídicos e bem fundamentados, para isso é recomendável a utilização de dados ou de argumentos de autoridades no assunto;

**Conclusão:** a conclusão é o momento em que o autor retoma a tese e faz uma síntese de seu desenvolvimento. Por fim, finaliza-se o texto com uma solução, reflexão ou frase de impacto.

**[Nome do jornalista, jornal e data]**

# Procedimentos

A atuação da Agência de Comunicação durante a simulação exige atenção, responsabilidade e capacidade de interpretar os acontecimentos para além do que é dito explicitamente. Os procedimentos a seguir orientam a presença nos comitês e a condução da cobertura, garantindo que o trabalho seja organizado, relevante e alinhado à dinâmica do evento.

## Presença nos comitês

Durante a simulação, cada delegado da Agência de Comunicação estará vinculado a dois espaços: a própria Agência de Comunicação e o comitê acadêmico que irá cobrir. **A presença na sala da Agência de Comunicação é obrigatória no início de cada sessão**, momento em que será realizada a chamada e repassados eventuais avisos. Após responder à chamada na sala da AC, o delegado deve acessar a sala virtual do comitê designado para a cobertura.

Ao ingressar na sala do comitê, o delegado deve manter o microfone desligado, adotando uma postura discreta. É importante evitar qualquer tipo de interrupção no andamento do debate. O delegado deve aguardar o momento em que a mesa diretora questiona se há pontos ou moções, geralmente no final de um discurso. Nesse momento, deve solicitar uma **Moção de Reconhecimento**, identificar-se como membro da Agência de Comunicação e informar o veículo que representa.

Após esse reconhecimento inicial, o delegado não deve mais se manifestar no comitê durante a sessão. Sua atuação é **exclusivamente observadora**, não sendo permitido intervir no chat, no áudio ou de qualquer outra forma que possa influenciar a dinâmica do debate. Durante toda a permanência na sala, o delegado deve manter uma postura neutra e não intrusiva, acompanhando atentamente os acontecimentos sem interferir. O objetivo é registrar e compreender o debate, garantindo que a cobertura reflita fielmente o que ocorre no comitê.

Em caso de dúvidas sobre o funcionamento do comitê, termos utilizados ou acontecimentos observados, o delegado não deve interromper a dinâmica da sessão para esclarecimentos. As dúvidas podem ser encaminhadas por mensagem à mesa diretora do comitê ou da Agência de Comunicação. Alternativamente, o delegado pode retornar à sala da AC, onde os diretores ficarão disponíveis ao longo de toda a simulação para apoio.

## **Observação e apuração durante os debates**

A cobertura dos comitês exige atenção constante e capacidade de interpretar os acontecimentos para além do que é explicitamente dito. O delegado da Agência de Comunicação deve acompanhar discursos, votações e negociações com foco em compreender o desenvolvimento político do debate, identificando mudanças de posicionamento, formação de alianças e possíveis momentos de crise ou impasse.

Durante a observação, é fundamental manter registros organizados das falas e acontecimentos relevantes. Devem ser priorizadas declarações que tragam novas propostas, revelem contradições ou gerem repercussão entre os demais delegados. Além disso, é importante registrar tensões diplomáticas, articulações entre blocos e movimentações que indiquem alteração no rumo do comitê.

As anotações devem ser objetivas e baseadas em fatos observáveis, evitando interpretações precipitadas ou subjetivas sem fundamento. Sempre que possível, o delegado deve identificar quem disse o quê, em qual contexto e com qual impacto no debate, facilitando a construção de conteúdos mais precisos e consistentes.

Mais do que registrar tudo, o trabalho da Agência de Comunicação envolve selecionar o que realmente importa. Nem todos os discursos ou interações são relevantes para a cobertura. Cabe ao delegado identificar quais acontecimentos possuem impacto real, seja por alterar o andamento do comitê, gerar conflito, indicar avanço nas negociações ou influenciar outros participantes, e transformá-los em pauta.

### **O que merece virar pauta**

A seleção de pautas é uma das etapas mais importantes da atuação da Agência de Comunicação. Nem todos os acontecimentos observados durante o debate possuem relevância jornalística, sendo fundamental identificar aqueles que realmente impactam o andamento do comitê ou revelam dinâmicas políticas relevantes.

Devem ser priorizados discursos que introduzem novas propostas, alterem o rumo das discussões ou gerem repercussão significativa entre os delegados. Mudanças inesperadas de

posicionamento também merecem atenção, especialmente quando indicam reconfiguração de alianças ou estratégias.

Além disso, contradições entre o discurso público e a prática política são elementos importantes para a cobertura, pois revelam incoerências ou disputas internas. Situações de crise, formação ou ruptura de blocos, impasses prolongados e votações relevantes são momentos-chave que frequentemente justificam a produção de conteúdo.

Também devem ser observadas delegações ou personagens que passam a exercer influência significativa sobre o comitê, seja por liderança nas negociações, capacidade de articulação ou protagonismo nos debates. Esses atores tendem a concentrar acontecimentos relevantes e, portanto, merecem acompanhamento contínuo.

A definição de pauta deve sempre considerar o impacto do acontecimento, sua relevância para o desenvolvimento do comitê e seu potencial de interesse para o público.

## **Contextualização**

A cobertura jornalística não deve se limitar à descrição dos acontecimentos. É responsabilidade do delegado da Agência de Comunicação tornar o conteúdo compreensível para o público, explicando de forma clara o tema do comitê e os elementos centrais do debate. Isso é especialmente importante para leitores que não acompanham diretamente as discussões.

Além de relatar o que aconteceu, o delegado deve situar cada acontecimento dentro de um contexto mais amplo, indicando sua relevância para o andamento do comitê. Isso inclui explicar por que determinado discurso, votação ou conflito é importante e quais são suas possíveis consequências dentro da dinâmica do debate.

Deve-se evitar textos que apenas reproduzam falas ou listem acontecimentos de forma descritiva. A cobertura deve buscar interpretar os fatos, conectando informações e construindo uma narrativa que ajude o leitor a compreender o que está em jogo. O objetivo não é apenas informar, mas tornar o debate inteligível e relevante para quem lê.

# Publicação, Revisão e Fluxo Editorial

A produção de conteúdos na Agência de Comunicação segue um fluxo estruturado, com o objetivo de garantir qualidade, organização e alinhamento editorial ao longo da simulação. Todos os materiais produzidos pelos delegados passam por revisão e aprovação antes de qualquer publicação, não sendo permitido o envio direto de conteúdos ao público sem validação das mesas diretoras.

Ao longo da simulação, os delegados deverão produzir conteúdos em diferentes formatos, conforme orientações específicas apresentadas em outras seções deste guia. Entre eles, incluem-se produções em formato de notícia para redes sociais, conteúdos de caráter humorístico e reportagens mais completas.

Independentemente do formato, todos os conteúdos devem seguir o fluxo de revisão estabelecido pela Agência de Comunicação e respeitar as diretrizes editoriais da simulação.

## Etapas de revisão e fluxo de envio

O fluxo de produção e publicação segue etapas bem definidas, que devem ser respeitadas por todos os delegados. Após a apuração e produção do conteúdo, o material deve ser enviado **exclusivamente por e-mail** à equipe da Agência de Comunicação. Não serão considerados conteúdos enviados por outros meios.

O assunto do e-mail deve seguir obrigatoriamente o padrão:

### Tipo de postagem – Sessão – Representação

*Exemplo:* Notícia e meme – 1ª sessão – The New York Times

**Todos os materiais devem ser enviados em formato editável**, permitindo a revisão pela equipe. A partir do envio, inicia-se o processo de análise, que pode incluir ajustes textuais, adequação ao padrão da AC e verificação de informações.

Caso o conteúdo esteja adequado, ele poderá ser editado e publicado diretamente pela equipe, com eventual retorno posterior ao delegado. Em casos de necessidade de alterações mais significativas, como reestruturação do texto, plágio ou correção de inconsistências, o material será devolvido com orientações para revisão e reenvio.

De forma geral, o fluxo segue a lógica: **envio** → **revisão** → **feedback (quando necessário)** → **publicação**. Nenhum conteúdo será publicado sem passar por esse processo.

## **Autoridade editorial**

A publicação de qualquer conteúdo é de responsabilidade exclusiva da mesa diretora da Agência de Comunicação, responsável pela coordenação do comitê. **Delegados não possuem autorização para publicar materiais de forma independente**, em nenhuma hipótese.

Cabe à equipe diretora avaliar se os conteúdos estão alinhados às diretrizes da simulação, podendo aprovar, editar, solicitar ajustes ou vetar materiais quando necessário. Em caso de alterações ou veto, o retorno será feito por e-mail, com justificativa clara e orientações para adequação.

Esse processo tem como objetivo garantir a qualidade, a coerência e a credibilidade da cobertura realizada pela Agência de Comunicação.

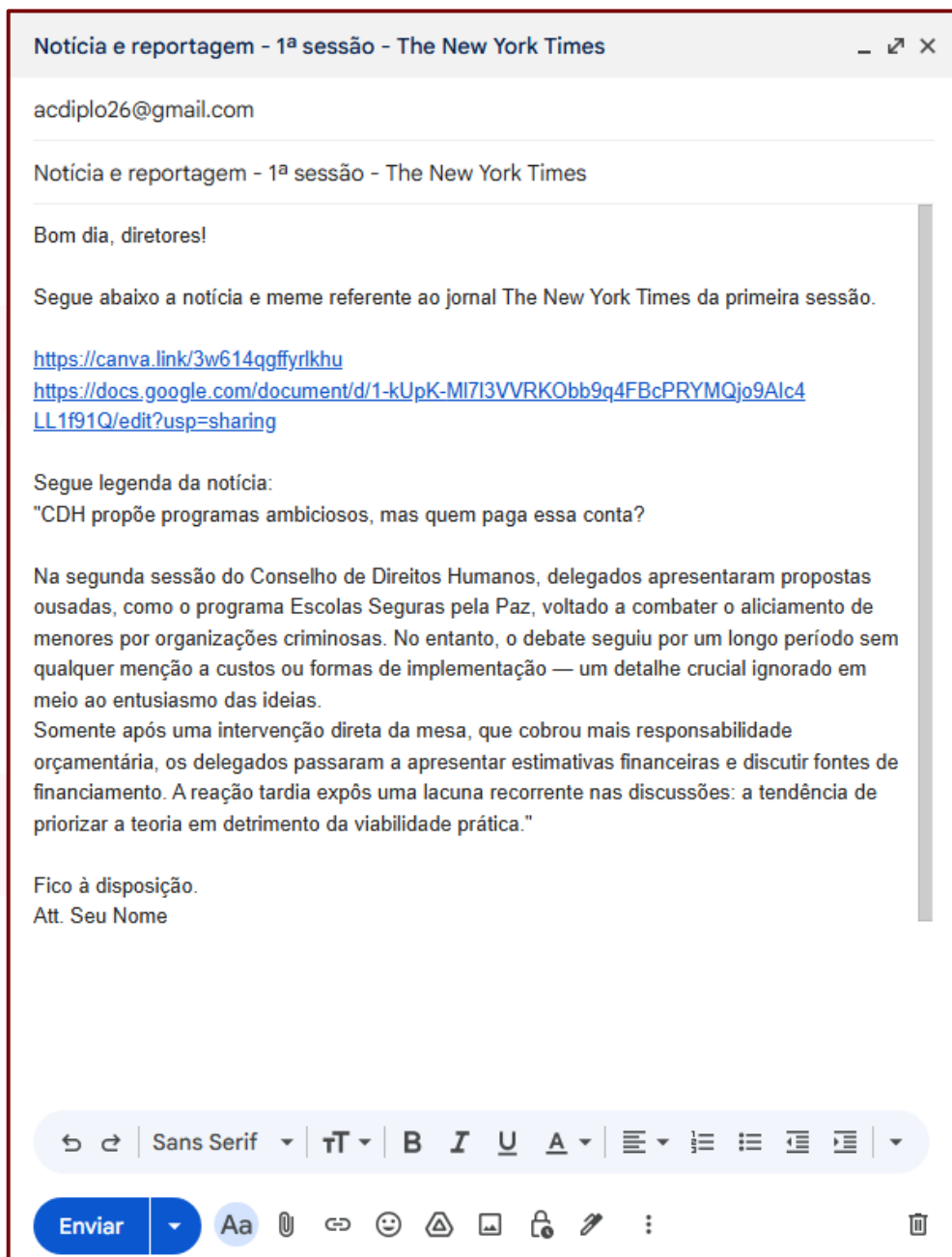
## **Ferramentas e organização**

Para a produção dos conteúdos, recomenda-se o uso de ferramentas como Word, Google Docs ou plataformas equivalentes para textos, e Canva para materiais visuais. Todos os arquivos enviados devem estar em formato editável, permitindo revisão e ajustes pela equipe.

Conteúdos destinados às redes sociais (imagens ou vídeos) devem ser entregues por meio de arquivos editáveis no Canva. Recomenda-se a criação de um novo arquivo para cada sessão, de forma a facilitar a organização, o acesso e aprovação dos materiais pela equipe. As legendas dos posts devem ser inseridas no corpo do e-mail de envio, juntamente com o material correspondente. Já as reportagens devem ser encaminhadas em documentos editáveis (Word ou Google Docs).

**Materiais enviados em formatos não editáveis não serão considerados para publicação.** A organização adequada dos arquivos, incluindo nomeação clara e envio correto, é parte essencial do processo editorial.

Exemplo do e-mail de envio:



## Canais de publicação

Os conteúdos produzidos serão divulgados por meio dos canais oficiais da simulação, definidos pela Agência de Comunicação:

- Instagram (@diplo.news): publicações de notícias e conteúdos selecionados;
- Grupos de WhatsApp: compartilhamento de conteúdos humorísticos e comunicados;

- **Jornal da simulação:** publicação de reportagens ao final de cada dia ou ao término do evento.

A definição dos canais e formatos de publicação pode ser ajustada pela mesa diretora da Agência de Comunicação ao longo da simulação, mediante aviso prévio.



# Conduta de um Agente de Comunicação

Antes de abordar a conduta em si, é necessário compreender seu significado. Émile Durkheim afirma que “a estabilidade social depende da conformidade da conduta individual às normas coletivamente estabelecidas”, ao mesmo tempo em que fala que “a conduta dos indivíduos é moldada por normas sociais que tornam possível a ordem e a estabilidade na vida em sociedade”. Levando em conta esse ponto de vista, é possível concluir que a conduta é sobre a maneira pela qual nós nos comportamos e agimos em sociedade, orientado por normas e valores coletivamente construídos.

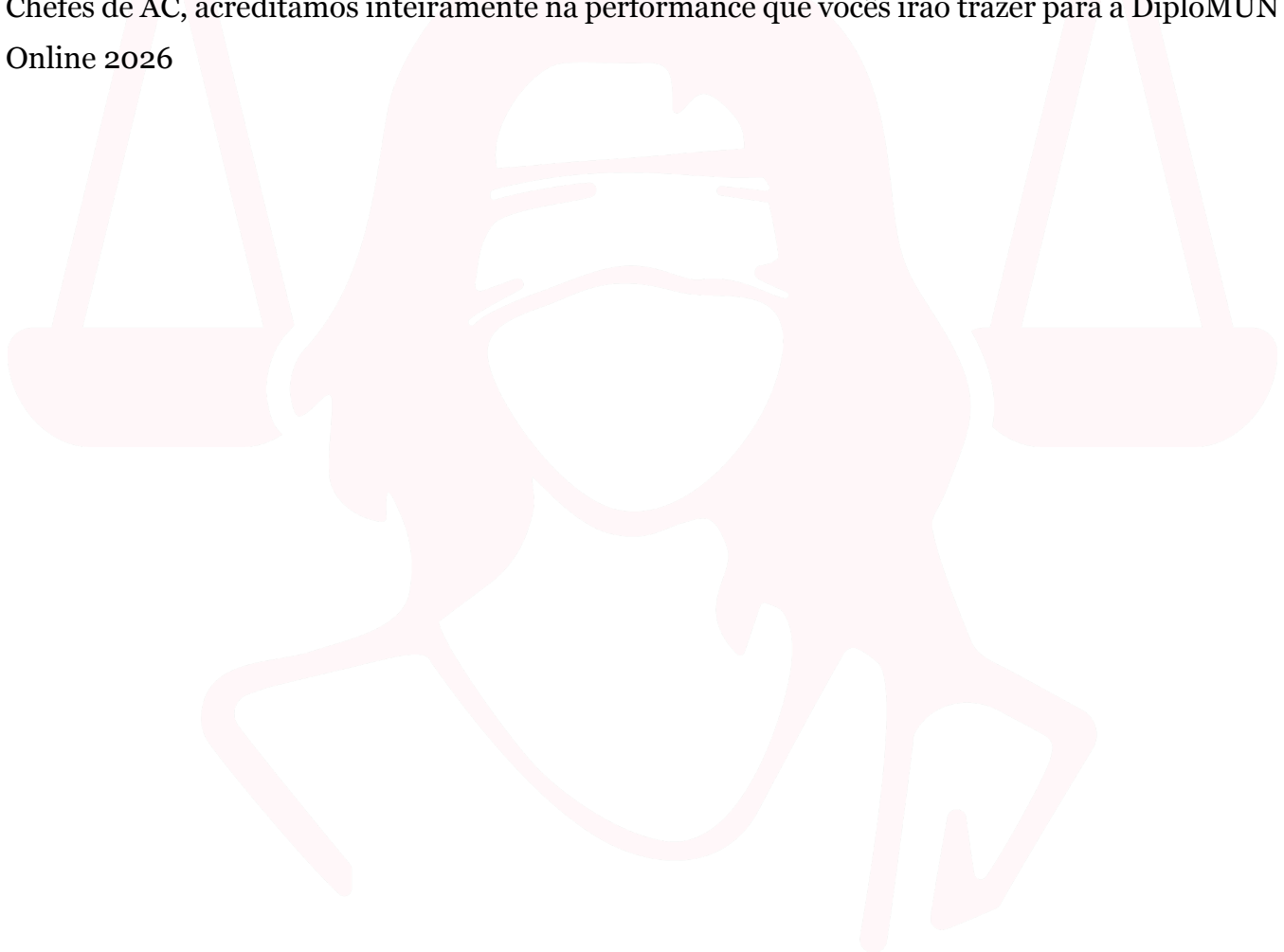
Nesse contexto, a compreensão da conduta está diretamente associada aos fundamentos éticos que nos orientam, também podendo ser chamados de valores. A ética consiste na reflexão crítica desses valores, avaliando sua legitimidade e aplicação nas diferentes circunstâncias. Segundo Jürgen Habermas, “ser ético é agir de modo que sua ação possa ser assumida publicamente sem constrangimento”, o que reforça a racionalidade e parte pública da ética. Embora distintas, ética e moral coexistem de forma complementar, uma vez que as normas morais orientam a ação, enquanto a ética permite questioná-las e fundamentá-las racionalmente. Dessa forma, no âmbito profissional, a conduta ética não se limita à adesão às normas vigentes, mas exige coerência entre princípios e ações, assim como apontava Peter Drucker, “a conduta profissional se sustenta na coerência entre princípios e ações, sobretudo quando não há supervisão”.

No campo do jornalismo, a observação da conduta ética é fundamental para a preservação da credibilidade e da função social da profissão. De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, vinculado à Associação Brasileira de Imprensa, o compromisso com a veracidade dos fatos, a responsabilidade na divulgação de informações e o respeito aos direitos individuais constituem pilares essenciais da atividade jornalística. O descumprimento desses princípios não apenas compromete a integridade profissional, mas também fragiliza a confiança pública e impacta negativamente a sociedade, ao distorcer a compreensão dos acontecimentos.

Levando isso em conta, a atuação dos agentes de comunicação na simulação deve ser a similar, se não, a mesma que um jornalista profissional: com buscas pela veracidade, a imparcialidade na apuração dos fatos, a responsabilidade na divulgação de informações e o compromisso com o interesse público. Esses requisitos são essenciais para garantir um ambiente informativo, no

qual os acontecimentos sejam apresentados de forma clara, precisa e contextualizada, contribuindo justamente para a construção de debates mais qualificados como consequência.

Por isso, os Chefes de AC, esperamos dos agentes de comunicação uma postura responsável, ética e comprometida com a veracidade das informações, atuando com respeito, imparcialidade e profissionalismo ao longo da simulação. Por mais que erros aconteçam, o importante é entender qual foi o erro para produzir notícias cada vez melhores e mais atrativas. E não entendam errado essa frase, atratividade não é só sobre escrever o que o público quer, mas sim, fazer notícias e memes que valem a pena ser lidos e que ninguém se sinta rebaixado ou atacado pelo conteúdo escrito nela, pois é isso que vocês devem procurar como atratividade e nós, da Chefes de AC, acreditamos inteiramente na performance que vocês irão trazer para a DiploMUN Online 2026



# Entrevistas

As entrevistas constituem uma das principais ferramentas de apuração da Agência de Comunicação, permitindo não apenas o acesso direto a informações, mas também a interpretação mais aprofundada das dinâmicas políticas dos comitês. Por meio delas, o delegado consegue esclarecer posicionamentos, explorar contradições, identificar estratégias e ampliar a compreensão dos acontecimentos para além do que é exposto nos debates formais.

Mais do que registrar falas, entrevistar envolve selecionar perguntas relevantes, conduzir a interação de forma estratégica e transformar respostas em conteúdo significativo para a cobertura.

## Solicitação de entrevistas

A solicitação de entrevistas deve ser feita de forma objetiva, respeitosa e alinhada à dinâmica da simulação. O delegado da Agência de Comunicação pode abordar delegados, membros da mesa diretora ou integrantes do staff, desde que observe os momentos adequados para essa interação.

As entrevistas não devem ocorrer durante o andamento das sessões. O contato deve ser realizado preferencialmente em intervalos oficiais, momentos posteriores às sessões ou mediante acordo prévio com o entrevistado, garantindo que não haja interferência no fluxo do comitê.

Ao solicitar uma entrevista, é fundamental que o delegado apresente de forma clara:

- sua identificação como membro da Agência de Comunicação
- o veículo que representa
- o tema ou enfoque da entrevista

A clareza no pedido contribui para a organização do processo e aumenta a qualidade das respostas obtidas.

## Postura durante entrevistas

A condução da entrevista deve refletir profissionalismo, atenção e domínio do contexto em que se insere. O delegado deve manter escuta ativa, formular perguntas com clareza e permitir que o entrevistado desenvolva suas respostas sem interrupções desnecessárias.

Ao mesmo tempo, a entrevista não deve se limitar a respostas superficiais. Diante de inconsistências, evasivas ou contradições, cabe ao delegado aprofundar a apuração, reformulando perguntas e explorando pontos relevantes com firmeza e responsabilidade.

Saber pressionar com elegância é parte central do processo: a qualidade da entrevista está diretamente relacionada à capacidade de extrair informações relevantes sem comprometer o respeito e a condução ética da interação.

## **Estrutura das perguntas**

A elaboração das perguntas deve partir da observação dos acontecimentos do comitê e da identificação de elementos com relevância política. Perguntas genéricas ou descontextualizadas tendem a produzir respostas pouco informativas e limitam o potencial da entrevista.

Devem ser priorizadas perguntas que:

- explorem o posicionamento político do delegado diante do tema em debate
- investiguem estratégias, encaminhamentos e próximos passos
- abordem situações de crise, impasse ou tensão diplomática
- evidenciem contradições, mudanças de posicionamento ou conflitos entre delegações
- busquem repercussões de eventos relevantes ocorridos durante a sessão

A qualidade da pergunta define, em grande medida, a qualidade da resposta e, conseqüentemente, do conteúdo produzido.

## **Uso de falas e citações**

As falas obtidas em entrevistas devem ser registradas com precisão e utilizadas de forma responsável na produção dos conteúdos. A reprodução direta por meio de aspas deve ser fiel ao que foi dito, evitando alterações que comprometam o sentido original.

O uso de citações exige contextualização adequada, de modo que o leitor compreenda em que circunstância a fala foi realizada e qual sua relevância dentro do acontecimento.

**Não é permitido atribuir falas que não foram efetivamente ditas, nem distorcer declarações para reforçar determinada narrativa.** A credibilidade da Agência de Comunicação depende diretamente da integridade no uso das informações.

Além disso, devem ser respeitados os limites estabelecidos pelas mesas diretoras da AC em relação ao uso de declarações sensíveis, bastidores ou informações obtidas em contextos restritos.



# Coletivas de imprensa

As coletivas de imprensa constituem um dos principais momentos de apuração da Agência de Comunicação, funcionando como um espaço estruturado de interação direta entre jornalistas e delegados dos comitês. Seu objetivo é aprofundar a cobertura, esclarecer acontecimentos relevantes e obter posicionamentos formais que contribuam para a construção da narrativa da simulação.

Durante a coletiva, os delegados da Agência de Comunicação, representando seus respectivos veículos, poderão realizar perguntas diretamente aos participantes dos comitês. Essas perguntas devem partir da observação prévia dos debates, buscando não apenas retomar o que foi dito em sessão, mas explorar implicações, contradições, estratégias e possíveis desdobramentos políticos.

Mais do que um momento de perguntas e respostas, a coletiva funciona como um espaço de consolidação da cobertura, no qual informações dispersas ao longo das sessões podem ser organizadas, verificadas e aprofundadas.

## Organização e funcionamento

A participação nas coletivas de imprensa exige preparação prévia e cumprimento rigoroso dos procedimentos estabelecidos pela Agência de Comunicação. O não cumprimento dessas etapas pode inviabilizar a participação do delegado na coletiva.

Antes da realização da coletiva, todos os delegados deverão elaborar a pergunta que pretendem direcionar a um participante do comitê. Essa pergunta deve ser enviada obrigatoriamente por e-mail, **com antecedência mínima de 30 minutos em relação ao início da coletiva de imprensa.**

O envio antecipado tem como objetivo garantir a avaliação da pertinência e relevância da pergunta, a adequação ao contexto do comitê e a organização do tempo da coletiva.

Após o envio, a pergunta passará por um processo de análise pela mesa diretora da Agência de Comunicação. Caso a pergunta não seja aprovada, ela será devolvida ao delegado com orientações de ajuste. Nesse caso, o delegado deverá reformular e reenviar a pergunta dentro do prazo disponível. Esse processo pode ocorrer mais de uma vez, até que a pergunta esteja

adequada aos critérios estabelecidos. **A participação na coletiva está condicionada à aprovação prévia da pergunta.** Delegados que não obtiverem essa aprovação não poderão realizar perguntas durante a coletiva. Por esse motivo, é fundamental atenção ao prazo e agilidade na reformulação, quando necessário.

## **Dinâmica da coletiva**

Durante a coletiva de imprensa, cada delegado da Agência de Comunicação terá direito a uma pergunta inicial que deve:

- ser previamente aprovada pela mesa diretora
- ser direcionada a um delegado específico
- ser formulada de forma clara, objetiva e contextualizada

Após a pergunta, o delegado entrevistado terá até 1 minuto e 30 segundos para apresentar sua resposta. Caso a resposta seja considerada insuficiente, evasiva ou gere novos questionamentos relevantes, o delegado poderá exercer o direito de réplica. A réplica consiste em uma segunda pergunta diretamente relacionada à resposta obtida anteriormente e voltada ao aprofundamento da questão. Após a réplica, o delegado entrevistado terá até 1 minuto para responder.

A utilização da réplica é opcional, mas deve ser feita de forma estratégica. Não se trata de repetir a pergunta inicial, mas de avançar na apuração, explorando pontos que não foram devidamente esclarecidos.

## **Qualidade das perguntas**

A qualidade da coletiva está diretamente relacionada à qualidade das perguntas formuladas. Perguntas genéricas ou pouco contextualizadas tendem a produzir respostas superficiais, limitando o potencial informativo da cobertura.

Devem ser priorizadas perguntas que evidenciem domínio do que ocorreu no comitê, explorem decisões, propostas e posicionamentos concretos, investiguem contradições, mudanças de postura ou incoerências, e abordem impactos políticos e possíveis desdobramentos

Perguntar bem não é apenas obter informação, mas direcionar a atenção para o que é relevante dentro da dinâmica do comitê.

## **Condução e responsabilidade**

A coletiva seguirá uma organização definida pela mesa diretora, que será responsável por controlar o tempo das falas, organizar a ordem das perguntas e garantir o bom andamento da reunião.

Os delegados devem manter postura profissional ao longo de toda a coletiva, respeitando os tempos de fala, evitando interrupções indevidas e formulando perguntas alinhadas ao contexto da simulação.

## **Papel estratégico da coletiva**

A coletiva de imprensa não é apenas um momento complementar da cobertura, mas um espaço central de produção de conteúdo e construção de narrativa. As respostas obtidas podem confirmar informações observadas em sessão, revelar novos posicionamentos, expor contradições ou tensões políticas e orientar a produção de notícias e reportagens.

Nesse sentido, a escolha do que perguntar, a forma como a pergunta é formulada e a maneira como a resposta é utilizada impactam diretamente a qualidade e o direcionamento da cobertura realizada pela Agência de Comunicação.

## **Exemplo de construção e uso de entrevista**

### **Contexto**

Comitê: Assembleia Nacional Constituinte – 1933

Tema: direitos trabalhistas e propostas de mobilidade urbana

**Pergunta elaborada:** “Deputado Manoel Nascimento, ao longo da sessão, o senhor defendeu a criação de um mecanismo de subsídio ao transporte para trabalhadores de baixa renda. Considerando o impacto econômico dessa medida, quais garantias institucionais o senhor propõe para evitar que empregadores transfiram esse custo aos trabalhadores ou restrinjam contratações?”

**Possível uso na produção de conteúdo:**

Propostas voltadas à ampliação de direitos trabalhistas dominaram o debate na Assembleia Nacional Constituinte ao longo da sessão desta tarde. Entre os principais pontos em discussão, destacou-se a iniciativa de criação de mecanismos de apoio ao transporte para trabalhadores de baixa renda.

Ao ser questionado pela Agência de Comunicação, o deputado Manoel Nascimento afirmou que a medida deve ser acompanhada de garantias institucionais que impeçam distorções no mercado de trabalho. Segundo ele, “não se trata apenas de ampliar direitos, mas de assegurar que esses direitos sejam efetivamente aplicados sem gerar novas desigualdades”.

A proposta, no entanto, gerou questionamentos entre outros delegados, especialmente em relação ao seu impacto econômico e à viabilidade de implementação. O tema deve continuar no centro das negociações nas próximas sessões, indicando possível tensão entre diferentes blocos do comitê.

# Cronograma

A atuação da Agência de Comunicação está diretamente integrada ao cronograma oficial da simulação. A organização do trabalho considera os horários das sessões e os momentos institucionais do evento, orientando a presença dos delegados e estruturando a dinâmica da cobertura.

## **1º DIA – 23/05/2026 (sábado)**

- 13h45min às 14h00min – Conexão
- 14h00min às 14h30min – Cerimônia de Abertura
- 14h30min às 15h00min – Treinamento
- 15h00min às 15h15min – Coffee Break
- 15h15min às 17h45min – 1ª Sessão
- 17h45min às 18h00min – Coffee Break
- 18h00min às 20h00min – 2ª Sessão
- 20h00min às 20h30min – Sessão de Feedback
- 20h30min às 21h00min – Coletiva de Imprensa
- 22h00min às 23h00min – Festa virtual (opcional)

## **2º DIA – 24/05/2026 (domingo)**

- 9h30min às 10h45min – Painéis Diplomun (opcional)
- 10h45min às 11h00min – Conexão
- 11h00min às 12h30min – 3ª Sessão
- 12h30min às 14h00min – Intervalo de almoço
- 14h00min às 16h40min – 4ª Sessão
- 16h40min às 17h00min – Coffee Break
- 17h00min às 19h00min – 5ª Sessão
- 19h00min às 19h30min – Fun MUN
- 19h30min às 20h00min – Coletiva de Imprensa
- 20h00min às 21h00min – Cerimônia de Encerramento

## **Rotina diária sugerida**

A atuação da Agência de Comunicação ao longo da simulação se organiza a partir de um ciclo contínuo de produção, que se repete a cada sessão e articula diferentes etapas do trabalho jornalístico.

Observação e coleta de pautas: Acompanhamento dos comitês em tempo real, com atenção às dinâmicas políticas, aos discursos relevantes e às mudanças no rumo do debate. Identificação de acontecimentos com potencial de impacto e interesse jornalístico.

Apuração e entrevistas: Busca por informações complementares, verificação de dados e aprofundamento das pautas identificadas. Inclui a realização de entrevistas e a utilização das coletivas de imprensa como espaço estratégico de apuração.

Redação e edição: Transformação dos acontecimentos em conteúdo jornalístico, com clareza, precisão e coerência narrativa. Adequação da linguagem ao formato solicitado e alinhamento com os critérios editoriais da Agência de Comunicação.

Envio, revisão e publicação: Encaminhamento dos materiais para o e-mail da AC, respeitando o fluxo editorial estabelecido. Acompanhamento do processo de revisão e posterior publicação nos canais oficiais.

Essa rotina exige organização, agilidade e capacidade de adaptação, especialmente em contextos de maior intensidade política ou ocorrência de crises.

## **Fechamentos e prazos**

A produção de conteúdos ao longo da simulação segue uma lógica contínua, articulada aos horários das sessões e aos prazos definidos pela Agência de Comunicação. O cumprimento desses prazos é fundamental para garantir a atualidade da cobertura e o funcionamento do fluxo editorial.

**Ao final de cada sessão**, os delegados deverão produzir:

- 1 conteúdo em formato de notícia digital
- 1 conteúdo audiovisual humorístico (meme, vídeo ou equivalente)

Prazo de envio: até **30 minutos após o encerramento de cada sessão**.

**Ao final de cada dia**, deverá ser produzida uma reportagem contemplando:

- os principais acontecimentos das sessões
- a evolução do comitê ao longo do dia
- informações e declarações obtidas na coletiva de imprensa

Prazo de envio: até **22h00** de cada dia.

## **Cumprimento de prazos e validação de entregas**

O respeito aos prazos estabelecidos é parte essencial da dinâmica da Agência de Comunicação e do funcionamento do fluxo editorial. Conteúdos enviados fora do horário definido para cada sessão não serão revisados nem publicados pela equipe.

Além disso, materiais entregues fora do prazo não serão considerados como produções válidas para fins de acompanhamento e avaliação de desempenho dos delegados pela mesa diretora.

O cumprimento dos prazos não diz respeito apenas à organização interna, mas à própria natureza da cobertura jornalística, que depende da atualidade e da relevância das informações para manter sua qualidade e impacto dentro da simulação.

# Considerações Finais

## Dicas dos diretores

A experiência na Agência de Comunicação deve ser aproveitada ao máximo. Mais do que acertar tecnicamente em todos os momentos, o mais importante é se envolver com a dinâmica da simulação, testar ideias e se permitir aprender ao longo do processo.

A AC também é um espaço para se divertir, experimentar e descobrir novas formas de produzir conteúdo. Não há problema em errar, a simulação existe justamente como um ambiente de aprendizado, em que cada tentativa faz parte do desenvolvimento de cada participante.

Ler este guia, participar dos treinamentos e buscar referências, como os conteúdos já produzidos no Instagram da simulação (@diplo.news), são formas de se preparar melhor e ganhar mais confiança ao longo das sessões.

Sempre que necessário, contem com as mesas diretoras. Tirar dúvidas, pedir orientação e trocar ideias faz parte da experiência. Acima de tudo, o mais importante é que cada delegado viva uma experiência positiva, aproveite o processo e saia da simulação com a sensação de crescimento.

## Incentivo à criatividade

A Agência de Comunicação é um espaço de criação. Mais do que registrar o que acontece nos comitês, os delegados têm a oportunidade de interpretar, dar forma e contar as histórias da simulação a partir de diferentes olhares.

Cada pauta pode ser construída de diversas maneiras: um mesmo debate pode gerar análises, destaques, críticas ou até abordagens mais leves. A escolha do foco, da linguagem e do formato faz parte do processo criativo e permite que cada participante desenvolva sua própria identidade dentro da cobertura.

A criatividade também aparece na forma de se comunicar com o público — seja em títulos mais chamativos, em recortes interessantes dos debates ou em conteúdos que consigam traduzir a dinâmica da simulação de maneira envolvente.

Mais do que seguir um modelo único, a proposta é explorar possibilidades, testar ideias e construir uma cobertura viva, instigante e com personalidade. É nesse processo que surgem os conteúdos mais interessantes e as experiências mais marcantes.

## **Reforço sobre o impacto da Agência**

O jornalismo é visto por muitos como o “quarto poder” — sua influência na forma como a sociedade vê o mundo é inegável. Como já exposto neste guia, a Agência de Comunicação será responsável por mostrar, com originalidade, força e senso crítico, tudo o que acontece dentro dos comitês, evidenciando como decisões tomadas nesses espaços podem ganhar diferentes interpretações.

Com o avanço das comunicações, a população passa a receber informações cada vez mais rápido. O que antes levava dias ou até meses para atravessar continentes, hoje pode ser acessado em questão de segundos. Esse cenário reforça a responsabilidade do jornalista, que deve se atentar à divulgação de informações concretas e verídicas, evitando a propagação de desinformação.

Dentro da simulação, essa lógica também se aplica. A Agência de Comunicação não apenas registra os acontecimentos, mas participa da forma como eles são percebidos. A escolha do que destacar, como narrar e quais pautas desenvolver influencia diretamente a leitura geral da conferência.

Além disso, momentos como as coletivas de imprensa mostram como a atuação da AC pode gerar desdobramentos dentro dos próprios comitês. Perguntas levantadas podem provocar novos debates, trazer perspectivas diferentes e até influenciar os rumos das discussões.

Dessa forma, a Agência se torna mais do que um espaço de publicação: é um ambiente de construção de narrativa, interpretação e impacto. Participar da AC é ter a oportunidade de não apenas acompanhar a simulação, mas também contribuir para a forma como ela é contada, entendida e lembrada.

## **Contato dos diretores**

Em caso de dúvidas, dificuldades ou situações excepcionais, os delegados devem entrar em contato com os diretores da Agência de Comunicação.

A equipe estará disponível ao longo de todos os processos da simulação para orientar os participantes, esclarecer questões e auxiliar na resolução de eventuais problemas, garantindo o bom funcionamento das atividades.

Esperamos que este guia acompanhe vocês em cada etapa da preparação e ajude a tornar sua experiência na DiploMUN Online 2026 ainda mais completa, organizada e significativa.

