

4 IMPRENSA

SUBSECRETARIA DE IMPRENSA

A Subsecretaria de Imprensa da SECOM é responsável pela coordenação da atividade jornalística de toda a Rede de Comunicação, composta pelos assessores de comunicação das secretarias.

Pautas, releases, informações e ações para a imprensa de toda a estrutura de governo são validadas pela Subsecretaria de Imprensa, responsável pela coordenação das atividades e pela orientação dos assessores na condução das pautas e demandas apresentadas pelos veículos de comunicação.

Desta maneira, todo e qualquer conteúdo jornalístico repassado às redações – releases, notas oficiais e entrevistas – é avaliado, ajustado e aprovado pela Subsecretaria de Imprensa da SECOM.

ATENDIMENTO À IMPRENSA

A Prefeitura de Vitória e as secretarias que a compõe são cotidianamente demandadas pela imprensa, uma vez que abrangem o interesse público em todas as suas instâncias. É também por esta razão, observada muito de perto pela imprensa e pela sociedade e, desta maneira, muito demandada por respostas.

O mais importante é entender que a Prefeitura de Vitória também é, pelo objeto de suas atribuições e por ser a prefeitura da Capital, um fornecedor potencial de boas notícias e construtor de fontes importantes para a consulta jornalística. Com esta certeza em mente, o assessor da Rede de Comunicação deve atuar não só de forma reativa, atendendo a demandas de imprensa, como também de modo proativo, gerando oportunidades de mídia espontânea e boas notícias para a Administração Municipal.

Para a atuação proativa, o Portal Vitória On Line é a primeira janela de oportunidade, pautando cotidianamente os veículos de comunicação regionais e nacionais, bem como fornecendo informações e prestando serviços à população. Cabe ao assessor identificar as pautas de interesse, as fontes para o assunto e a contextualização da informação oficial segundo os critérios de noticiabilidade.

Apesar de eficiente e com altos índices de audiência, o portal é um instrumento, e não deve ser entendido como autossuficiente na tarefa de pautar a imprensa. Essa é uma tarefa da Rede de Comunicação, por meio de

seus assessores. Para este desafio, algumas orientações são fundamentais:

Consulte, pergunte, opine, compartilhe: A Subsecretaria de Imprensa da SECOM é quem coordena a atividade dos assessores no atendimento à imprensa e na gestão do conteúdo do Portal do Governo. Qualquer demanda de imprensa deve ser compartilhada e debatida com esta Subsecretaria para que, em conjunto, sejam definidas as estratégias para o atendimento.

Entenda o veículo: Ao produzir um release ou preparar um atendimento à imprensa, faça o exercício de análise do veículo e de sua linha editorial, para adequar mensagem e linguagem ao perfil do mesmo.

Esteja atento aos prazos: Conheça os horários das redações e oportunize os contatos e envios de materiais com antecedência às reuniões de pauta. Esteja também sempre atento ao horário de fechamento das edições e se organize para oferecer respostas às demandas de maneira que o repórter tenha tempo para redigir a matéria com tranquilidade. A agilidade no retorno é essencial para o melhor aproveitamento da informação, entrevista ou material encaminhado ao veículo.

Cada cabeça, uma sentença: Entenda os papéis dos profissionais de redação para acionar as pessoas corretas para as diferentes situações. Um repórter especial pode ser uma boa entrada para aquela pauta positiva e importante para a instituição. Já os diretores são a chave para a construção do relacionamento institucional do órgão com o veículo. Os editores e chefes de reportagem são o coração da pauta do jornal. E lembre-se que por trás do cargo há um profissional com sua personalidade e características únicas. Leve isso sempre em consideração.

Email nunca é o bastante: O uso do email é um facilitador da dinâmica do jornalismo e importante para a formalização de solicitações, trâmites e atendimentos. Mas nada substitui uma relação próxima e um contato mais direto. Converse com o jornalista, ligue para confirmar o recebimento das mensagens, dê feedbacks sobre as matérias após a veiculação. Desenvolva suas relações com os profissionais de Redação.

Seja um crítico de seu próprio trabalho: Jornalista em redação não trabalha para o assessor. Seu compromisso é com o veículo que o emprega e com a audiência do mesmo. Para ele, uma informação só terá valor se contextualizada em favor do interesse público. Releases institucionais não atendem ao propósito de qualquer veículo. Ao produzir seus releases, pense como repórter, e não como assessor: construa o texto jornalístico considerando o interesse da instituição, mas sempre com foco no consumidor da informação e no que despertará o interesse do mesmo.

Sempre que possível vá além do uso de fontes oficiais, inserindo personagens comuns nas matérias. Isso “humaniza” o texto e o torna próximo da sociedade e, por consequência, mais interessante para os veículos.

Esteja preparado: Se o papel do assessor é mediar a informação entre o órgão e a imprensa, cabe a ele estar sempre preparado. Tenha sempre em mãos índices, bases comparativas e resultados consolidados referentes à secretaria ou instituição a que atende e à área de atuação da mesma. E lembre-se que uma informação que pode parecer óbvia para você, pode ser crucial para o entendimento e contextualização da informação pelo repórter. O repórter é, via de regra, um generalista; cabe a você ser o especialista no assunto relativo ao órgão em que atua. Esclareça dúvidas e ofereça informações complementares sempre que julgar necessário ou oportuno.

Prepare o porta-voz: Lembre-se que o porta-voz da secretaria ou instituição que você assessora pode ser um especialista em sua área de atuação, mas não estar preparado para atender à imprensa. Boa oratória e desenvoltura não são suficientes. É papel do assessor preparar os porta-vozes para o atendimento à imprensa na rotina cotidiana.

Atendimento e registro de demandas dos meios de comunicação

- O assessor deve registrar, no sistema de demanda da SECOM, todas as solicitações dos meios de comunicação, como pedidos de informação, agendamento de entrevista e reclamações de cidadãos encaminhadas por intermédio dos veículos de comunicação e mídias sociais.
- No registro da solicitação, o assessor deve abrir a pauta e registrar os encaminhamentos dados à demanda até a sua finalização. Em caso de pendências, essas também devem ser registradas, de forma a viabilizar a continuidade e conclusão do atendimento.
- Demandas referentes a pastas que não sejam de responsabilidade direta do assessor e para as quais haja um assessor disponível para o atendimento devem ser registradas no sistema sob o status “recebida” e comunicadas ao assessor responsável por telefone.
- O assessor deve registrar, no campo “encaminhamento”, a data e o horário de entrada e saída da demanda, de modo a possibilitar a implantação de indicador de atendimento de demandas. O procedimento é importante uma vez que o sistema gera data e horário a partir do cadastramento, e não necessariamente da ocorrência da demanda.
- Além de registradas, devem ser comunicadas à Subsecretaria de Imprensa, por telefone ou pessoalmente, demandas que apresentem uma ou mais dessas características: assunto envolvendo mais de uma secretaria; assunto polêmico e/ou recorrente; denúncias; assunto envolvendo prefeito diretamente; assuntos em que a fonte não se mostrou disponível

para atendimento; assuntos envolvendo fontes de secretarias com posicionamentos divergentes.

- Em caso de dificuldade ou problemas de acesso ao sistema de demanda da Secom, deve-se imediatamente comunicar o fato à Gerência do Governo Eletrônico e à Subsecretaria de Imprensa.
- Casos de solicitações para cessão e uso de imagens devem ser encaminhados à Coordenadoria de Imagem por e-mail.

Divulgação de notícias

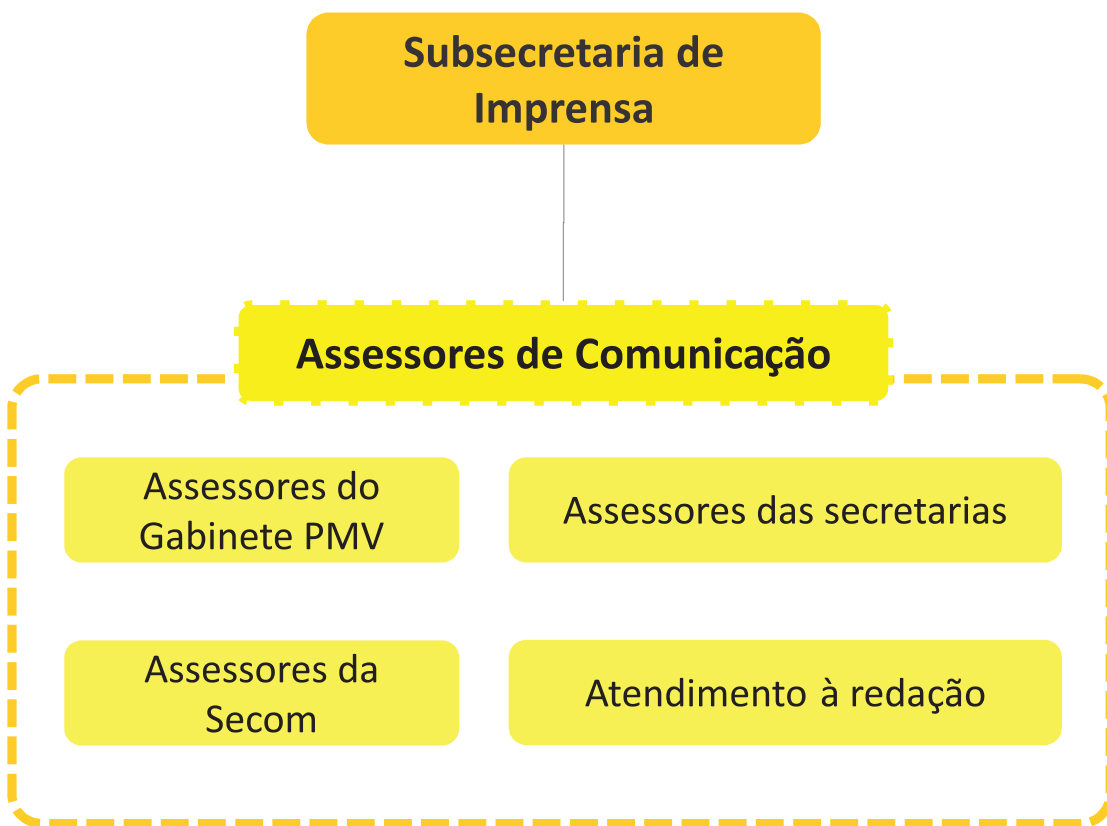
- O assessor de comunicação deve utilizar o portal institucional (www.vitoria.es.gov.br) como o principal canal de difusão das notícias e de prestação de serviços do governo municipal.
- A divulgação de notícias consideradas estratégicas e importantes para a administração municipal – ou seja, que envolvam alto impacto na imagem institucional, situações de crises, grande repercussão junto aos cidadãos e estejam alinhadas à política de governo - deve ser potencializada pelo assessor de comunicação de modo a contribuir para a construção da agenda positiva;
- A agenda positiva requer um tratamento diferenciado, que implica no contato direto do assessor com os veículos de comunicação de massa. Cabe ao assessor, nesse processo, estar atento às rotinas produtivas específicas, ao horário de fechamento e ao perfil de cada veículo, bem como à possibilidade de difusão junto a veículos de alcance dirigido (como os jornais de bairro), respeitando a linguagem e formato de cada um.
- Para construir a agenda positiva, o assessor de imprensa também deve utilizar os canais de comunicação oficiais da Prefeitura de Vitória.
- No caso de necessidade de ajustamento nos conteúdos noticiosos, o assessor deve imediatamente comunicar o fato ao editor de notícias do portal institucional para que seja efetuada a correção e à Subsecretaria de Imprensa para avaliação quanto à necessidade de retificar a informação junto aos veículos de comunicação de massa. Cabe ao assessor fazer essa correção junto a veículos de comunicação de massa.
- Os programas, ações e eventos da Prefeitura devem ser permanentemente monitorados pelo assessor de Comunicação. Esse acompanhamento deve resultar no contínuo processo de divulgação de notícias dessas ações. Uma vez anunciada a ação, o assessor deve divulgar o seu andamento e resultados.
- Na divulgação das ações da Prefeitura, o assessor de Comunicação deve buscar utilizar novas mídias.
- A concessão ou não de pautas exclusivas para um determinado veículo de comunicação deve sempre ser avaliada junto à Subsecretaria de Imprensa.

Pautas fotográficas

- A pauta fotográfica relacionada a atividades da Prefeitura – seja ela com fins jornalísticos ou publicitários - deve ser elaborada pelo assessor de comunicação e enviada para a Coordenação de Imagem pelo correio eletrônico (fotografia@vitoria.es.gov.br), para o devido registro e agendamento.
- A confecção da pauta fotográfica pelo assessor de comunicação deve compor o planejamento semanal do profissional de imprensa, de modo que a cobertura fotográfica possa ser também planejada. Portanto, a solicitação de cobertura fotográfica pelo assessor deve ser feita tão logo haja definição da ação.
- Na pauta, o assessor de Comunicação deve efetuar a descrição necessária à cobertura fotográfica, como data, horário, local, endereço, ponto de referência, nomes de possíveis personagens e/ou entrevistados e orientação quanto ao tipo de imagem a ser capturada, como indicações de bonecos, panorâmicas etc.
- A aprovação ou não da pauta fotográfica sugerida cabe à Coordenação de Imagem e à Subsecretaria de Comunicação Institucional, observando as prioridades do governo municipal e os recursos humanos e materiais.
- Em caso de cancelamento de pautas fotográficas, deve o assessor de comunicação informar imediatamente à Coordenação de Imagem.
- Se presente durante a cobertura fotográfica, o assessor de imprensa deve auxiliar o fotógrafo na atividade, indicando, por exemplo, os entrevistados e/ou personalidades a serem registradas imagneticamente.
- Na cobertura fotográfica, o fotógrafo, orientado ou não pela Coordenação de Imagem, deve estar atento às possibilidades de registro de imagens que poderão vir a ser utilizadas para contextualizar os conteúdos institucionais do portal.
- Cabe aos fotógrafos, com o auxílio dos assessores de Comunicação, por ocasião do arquivamento das imagens, identificar corretamente as imagens, inclusive os nomes dos personagens e dos locais registrados.
- Cada fotógrafo deve selecionar, pelo menos, seis fotos com fins da edição de notícias e duas direcionadas à sala de imprensa. Cabe ao fotógrafo ainda efetuar o tratamento de todas as imagens e o corte das selecionadas, conforme as especificações definidas.
- O fotógrafo deve cadastrar suas imagens no gerenciador de notícias, observando a descrição da imagem para fins de acessibilidade e as palavras-chave.
- No caso de o registro fotográfico ter sido efetuado pelo assessor de comunicação, esse poderá registrar as imagens no gerenciador de notícias ou enviá-las à Coordenação de Imagem para que efetue o registro.
- No caso de o assessor de Comunicação efetuar ele próprio o cadastro de imagens, deverá seguir as seguintes orientações:
 - a) as imagens devem ter 75 de resolução e 350 de altura;

- b) deve-se realizar a descrição da imagem para fins de acessibilidade;
 - c) deve-se efetuar a indexação por palavra-chave;
 - d) deve-se creditar a foto a um autor, seja ele jornalista ou não.
- Caso necessite de fotos do acervo fotográfico, o assessor deve encaminhar e-mail à Coordenação de Imagem, especificando as imagens necessárias e a finalidade.

ORGANOGRAMA DA IMPRENSA



5 ORIENTAÇÕES IMPORTANTES

GERENCIAMENTO DE CRISE

Crises institucionais são geridas por um comitê de crise, composto pela SECOM, pela secretaria objeto da crise e por outras secretarias estratégicas para a tomada de decisão. Sua estrutura enxuta permite a agilidade necessária ao seu propósito, cabendo a este comitê a responsabilidade pela tomada de decisão.

Para atravessar estes períodos com segurança, siga as dicas:

Antes da crise:

- Construa - e mantenha sempre atualizado - o banco de dados e resultados da sua secretaria.
- Esteja sempre atento ao setor em que atua. Crises na mesma área ou sobre temas correlatos podem ensinar importantes lições, além de sinalizar a possibilidade de uma crise na sua instituição.
- Identifique e treine porta-vozes, para que estejam prontos para o atendimento à imprensa em qualquer circunstância.
- Atue de forma preventiva. Nada substitui o planejamento. Se não dispuser de um, construa minimamente um plano de contingência. Mapeie as vulnerabilidades da pasta em que atua e do setor. E nunca menospreze a importância de uma agenda de contatos atualizada.
- Lembre-se que a tolerância da mídia é diretamente proporcional à credibilidade e reputação da instituição e ao relacionamento consolidado entre a assessoria de comunicação e o veículo antes do cenário negativo.

Durante a crise:

- O gerenciamento de crise é tão eficaz quanto à qualidade da informação disponível. Apure os fatos e municie o comitê de crise com informações precisas. Nessas situações, é sempre bem-vindo o banco de dados e resultados atualizados da secretaria, previamente construído e gerenciado pelo assessor eficaz.
- A informação deve ser padronizada. Porta-vozes devem estar sempre alinhados, transmitindo informações uniformes, por meio de mensagens claras e objetivas.

- Seja ágil. Em situação de crise, o que vale é a informação verdadeira na hora certa, tratada da forma correta e disponibilizada ao público devido.
- Qualquer esclarecimento deve ser dado para o público interno, se não antecipadamente, de forma simultânea ao divulgado externamente. O principal formador de opinião de uma instituição é o próprio servidor.
- Não feche portas com a imprensa, independente da forma de abordagem da demanda ou da matéria final.

Após a crise:

- Passado o turbilhão, faça um registro completo da crise: o que a motivou, quais as medidas tomadas, os erros e acertos. Esse tipo de compilação torna-se uma valiosa referência para situações futuras.
- Vá além de promessas. Cumprir os compromissos que firmar durante o gerenciamento de crise é fundamental, mas ir além na entrega e divulgação de resultados e medidas é o que fará a diferença na recuperação da imagem institucional perante os públicos.

DIRETRIZES PARA O PERÍODO ELEITORAL

Durante períodos eleitorais, o assessor deve dar atenção redobrada à sua atuação, a fim de adequar o exercício de suas atividades e os produtos de comunicação às exigências da Legislação Eleitoral.

A SECOM, por meio da Secretaria Executiva e gerências, está habilitada para dar as devidas orientações durante tais períodos, devendo ser consultada em todos os casos de dúvidas sobre como proceder.

Para trabalhar com qualidade e segurança neste período, é importante ler e estudar a Lei Eleitoral (Lei nº 9.504/97). Para auxiliar na interpretação do texto e no uso de sua informação a favor das rotinas do assessor, ficam as seguintes orientações:

Assessoria de imprensa

Devido às limitações de veiculação publicitária durante o período, o trabalho de assessoria de imprensa e geração de mídia espontânea ganha ainda maior valor, importância e oportunidade.

Podem ser trabalhadas pautas relativas a inaugurações, entrega de obras, ordens de serviço, abertura de eventos, anúncio de investimentos, licitações, parcerias com municípios e diversas outras temáticas.

O cuidado principal deve estar na escolha das fontes – autoridades, executivos e demais servidores que sejam candidatos no pleito eleitoral estão vetados de participar como fonte para releases ou de atendimento à imprensa em nome dos órgãos de governo.

A fonte escolhida deverá ater-se a comentários e pareceres técnicos, que não ilustrem viés político.

As fotos ilustrativas devem evitar a exibição de candidatos, seja isoladamente ou ao lado do prefeito, secretários ou executivos da equipe de

governo.

Cerimonial e protocolo

Na citação de autoridades presentes a eventos e solenidades pelo mestre de cerimônias, não pode ser referenciada a presença de qualquer candidato, independente do cargo que ocupe.

Candidatos não podem compor mesa nem, tampouco, ter espaço para falas institucionais.

Marketing

Em período de eleições federais, não pode haver qualquer tipo de veiculação publicitária que não tenha caráter emergencial. Esta avaliação é feita pela SECOM, fundamentada no histórico de pareceres proferidos pelas Procuradorias do Município e do Estado e pelo Tribunal Regional Eleitoral, cuja fiscalização é bastante atuante durante estes períodos.

Não é permitida a veiculação de marca de governo. Todo o material institucional voltado para público externo produzido no período ou vigente durante o mesmo deverá contar com a aplicação do brasão.

Placas, cartazes, banners, folders e outros materiais já afixados e em exposição pública devem ser adequados, com a substituição da logomarca pelo brasão municipal.

RELAÇÃO COM O ASSESSORADO

Na estrutura de comunicação de governo, os assessores das secretarias municipais se reportam a duas estruturas: à da secretaria que assessoram e à SECOM, enquanto membros da Rede de Comunicação.

Na secretaria em que atua, o assessor tem na alta gestão a orientação para o exercício de suas atividades. O secretário é que irá estabelecer junto com o assessor quais as demandas e prioridades de Comunicação daquela estrutura.

Estabelecer relações de cordialidade, respeito e confiança com seus pares, demais servidores e especialmente com sua chefia imediata será fundamental para o bom desempenho de sua atividade como assessor de comunicação. É a partir destas relações que você conquistará o trânsito interno necessário para buscar as fontes corretas e a informação de qualidade dentro dos prazos adequados.

A relação entre assessor e assessorado é sempre individual e construída sob um formato intrínseco aos perfis individuais, pessoais e profissionais de cada uma das partes. Mas alguns aspectos são fundamentais para o desenvolvimento desta relação de forma saudável e produtiva.

O assessor deve encontrar e construir um espaço em sua relação com o assessorado que o permita realizar suas atividades de forma fluida, e entender até onde se estendem os limites desta autonomia.

A definição do grau de autonomia é o primeiro passo para o

estabelecimento de uma relação produtiva, em que estejam claras a expectativa do assessorado e do assessor quanto à tomada de decisão.

Converse com o assessorado e estabeleça em conjunto um plano de ação que norteie a sua atuação, defina prioridades e pontuem os estágios dos processos em que a tomada de decisão caberá ao assessorado ou ao assessor. Isto evitará retrabalhos, ruídos e rugas, mantendo uma boa sintonia entre as partes e zelando pela confiança e respeito mútuo. É importante também que haja na sua relação com o assessorado espaço tanto para o feedback positivo quanto para a crítica construtiva.

Tenha sempre em mente que a relação entre líder e liderado é simbiótica, e que ambos são responsáveis pela qualidade deste relacionamento e pelos consequentes resultados advindos desta relação de trabalho sobre a qual os valores, as ideologias e os padrões de comportamento exercem tamanha influência.

RELAÇÃO COM OS ASSESSORES

A Rede de Comunicação atende não só à Prefeitura enquanto instituição, mas a si própria em suas relações internas. Qualquer estratégia de comunicação ou uma boa e simples pauta deve ir além do factual, sendo contextualizada no cenário que a circunda. Para tal, além de manter-se bem informado sobre contextos políticos, sociais e econômicos, o assessor deve atuar em parceria com seus colegas de Rede.

Compartilhar ideias, conteúdos e informações são o ponto de partida para azeitar essas parcerias. Faça um exercício de análise e reflexão da secretaria em que atua, e sobre como a temática desta secretaria conversa com os demais. Educação, por exemplo, é tema coerente a discussões de meio ambiente, ciência e tecnologia, esporte e cultura, dentre outras infinitas possibilidades. Já Segurança Urbana está obviamente ligada à Justiça, mas também a educação, trabalho e assistência social.

Identifique de imediato as parcerias de gestão, mapeando os projetos e programas de atuação conjunta na estrutura de governo. Isso vai ajudá-lo a desenvolver a visão sistêmica necessária para a produção de melhores resultados e para a conversação eficiente entre as assessorias.

As reuniões de equipe, promovidas periodicamente pela SECOM, congregam os assessores em um fórum de discussão, dedicado a tratar diferentes temas de comunicação e compartilhar informações e diretrizes de governo e fomentar discussões de Comunicação. Seja colaborativo: proponha temas, divida os desafios e compartilhe resultados das iniciativas de comunicação da sua assessoria. A partir da discussão coletiva é que surgem as inovações e que se formam os vínculos de parceria tão necessários para a comunicação eficaz.

POSTURA E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL

Como assessor da Rede de Comunicação, você é um representante institucional da Prefeitura de Vitória. Esteja atento a esta responsabilidade - antes, durante e após o horário do expediente.

Código de Ética

Todo servidor público tem o compromisso de nortear sua atuação pelo Estatuto dos Funcionários Públicos do Município de Vitória (Lei 2.994/82), disponível no Vitória On Line. Conheça, estude e consulte esta lei sempre que necessário.

Seja objetivo

Concisão não deve ser confundida com falta de conteúdo; é sinônimo de poder de síntese. Seja claro e objetivo ao expor suas idéias. Ao apresentar a seu gestor a ideia de um novo projeto, por exemplo, não é preciso descrever o processo de formulação da estratégia, e sim no que ela consiste e qual benefício trará. Saiba priorizar as informações que realmente têm valor e destaque, deixando as complementares para esclarecer possíveis dúvidas de seu interlocutor.

Meio e Mensagem

Lembre-se que escrever não é falar. A coloquialidade do discurso em uma conversa informal não tem espaço em outros meios, sejam eles correspondências oficiais ou emails corporativos.

Evite abreviações, atenha-se às normas gramaticais, preze pela objetividade e clareza, e por fim revise todo o texto antes de encaminhar um email.

O corpo fala, e sua voz também

Segundo pesquisa da Universidade da Califórnia, nos Estados Unidos, 93% da eficácia da comunicação deve-se ao tom e à intensidade da voz, aos gestos e às expressões corporais do emissor.

Esteja atento ao timbre de sua voz, expressões faciais e postura corporal nos atendimentos aos clientes internos e aos colegas da imprensa, colaborando para imprimir à informação e ao encontro o caráter desejado: formalidade, credibilidade, controle. A atenção vale também para observar o interlocutor e sua receptividade à informação, sendo de grande valia para a adaptação do formato de seu discurso conforme necessário.

Cordialidade e controle sempre

Em negociações de pautas delicadas e em momentos de gerenciamento de crise, assertividade e determinação são características importantes para garantir bons resultados. Mas fundamentais e

complementares a essas competências estão a cordialidade e o controle do temperamento. São essas duas características que manterão a sua imagem profissional e a de governo protegidas em situações de conflito.

Resultados positivos para o assessorado e o assessor

Todo profissional tem uma escolha a fazer no desempenho de suas atribuições: ser um cumpridor de tarefas ou um gerador de resultados. Ao optar pela segunda alternativa, o assessor será capaz de colher os melhores frutos para o assessorado, a secretaria, a Prefeitura e, por consequência, para a própria carreira. Pense nisso!