

# ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO PARA GESTÃO PÚBLICA



# PORQUE A COMUNICAÇÃO É IMPORTANTE?

A comunicação é uma **importante ferramenta** de divulgação das **realizações** do **poder público**. É responsável por entregar informações úteis, que prestam contas das ações do serviço público, ao mesmo tempo que engajam os cidadãos com a administração.

O acesso às mídias comunicacionais, ampliadas pelo crescente avanço tecnológico, contribuiu com uma mudança no comportamento do cidadão, que passou a cobrar mais dos governos. Um movimento positivo e indispensável para a democracia.



Através da **comunicação** na gestão pública, a população **vai saber** sobre as **ações** realizadas, como os recursos públicos são **investidos**, políticas públicas em **desenvolvimento**, **planejamento estratégico** governamental, **transparência e responsabilidade fiscal**.

É de **fundamental importância** que a gestão pública **engaje a imprensa** a favor dos **interesses públicos** e da **gestão**, cumprindo de forma eficiente o papel de **informar a população** de maneira inclusiva aos interesses político-econômico-sociais e coletivos.

O setor de **comunicação na gestão pública** se divide em **setores** que, **interligados** e agindo estrategicamente, atendem de **maneira sistêmica e integrada** a todos os públicos.



# QUEM É O PÚBLICO DA GESTÃO MUNICIPAL?

O público do governo **não se resume aos cidadãos**. Para uma comunicação completa, tanto o **público interno** como os **funcionários públicos** e **comissionados**; **empresas terceirizadas**; lideranças **políticas locais, regionais e estaduais**; **organizações sociais** e outras instituições ligadas à gestão; seja como **fornecedor, cidadão** ou **funcionário**, são importantes.

Se a comunicação está empenhada em **sincronizar a imagem da gestão** em todos os **espaços possíveis** é necessário que, sistematicamente, **a imagem seja a mesma em todos os espaços**.



Por exemplo, se o objetivo da gestão é frisar sua competência é fundamental que todos os espaços transpirem competência, do chefe aos terceirizados, para quem está dentro e para quem está fora. A comunicação deve frisar e envolver os participantes e despertar a força do exemplo, prática em sintonia com o discurso.

## ASSIM, PODEMOS DIVIDIR O PÚBLICO DA GESTÃO EM:



1

**INTERNO:** funcionários, comissionados, cargos de confiança, fornecedores de produtos e serviços, instituições parceiras, outros órgãos de gestão pública.

2

**EXTERNO:** cidadãos, sociedade em geral, lideranças políticas locais, regionais e estaduais.



CIDADEPROPAGANDA



CIDADE PROPAGANDA



(75) 3604-9300

CIDADE@CIDADEPROPAGANDA.COM.BR

**CIDADE**  
PROPAGANDA & MARKETING

Para a estratégia, produção e distribuição de conteúdo, que atenderá a este objetivo da gestão e alcançará seus públicos, sugerimos a seguinte estruturação:

# SECRETARIA / ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

A Secretaria ou Assessoria de Comunicação (SECOM/ASCOM) tem como função estabelecer a comunicação entre o poder público municipal e os munícipes, através do fornecimento de informação e sugestão de pautas, bem como:

- Informar o público sobre as atividades da Prefeitura;
- Manter o Prefeito e demais autoridades da Administração Municipal informados sobre a repercussão das atividades da Prefeitura junto à opinião pública;
- Assegurar o acesso da imprensa aos atos e solenidades da Prefeitura;
- Executar e coordenar a publicidade informativa dos órgãos municipais da administração direta e articular a das entidades da administração indireta;
- Coordenar as relações do prefeito, secretários e demais autoridades do Município com os meios de comunicação.



Para isso, desenvolve a **produção de matérias jornalísticas** e releases **relacionados** aos atos da **administração** municipal, divulgando-os para os **veículos** de comunicação.

Cuidará da produção de **matérias jornalísticas**, atendimento à **imprensa**, envio de releases para **veículos de comunicação**, agendamento de **entrevistas** junto aos veículos, orientação de porta-vozes, acompanhamento e **cobertura de eventos** e entrevistas, **clipping de jornais e sites**, ronda (veículos de comunicação, sites, órgãos internos através de seus titulares, gabinetes), captação de **conteúdo em fotos**, áudios e vídeos, cerimonial de **eventos**, gestão do núcleo de comunicação e encaminhamento de pautas para produção de **material jornalístico e publicitário**.



# ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

- Realizar diagnóstico SWOT, dimensionando as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças do governo;
- Forte referência, bom posicionamento, dados atualizados saber identificar aspectos de interesse do público;
- Alinhar didática de fácil compreensão e conteúdo objetivo;
- Planejar a frequência, atento a rotina, abrangência, taxa de penetração e oportunidades;
- Bom relacionamento no campo de atuação;
- Atenção para segmentação e exclusividade, frisar que o menos é mais;
- Realizar reuniões com núcleo de comunicação e com imprensa.





FAZEM PARTE DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA, O DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E O DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE.

## DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

As responsabilidades do departamento de jornalismo são: **divisão de redação, edição e circulação de notícias; divisão de informações jornalísticas; divisão de fotografias e filmagens.**

### A COMPOSIÇÃO SUGERIDA PARA O SETOR CONSISTE EM:

- **Jornalistas ou RPs** – responsável pela gestão do setor, construção e verificação de agenda com base nas realizações das secretarias de governo e revisão de material para publicação ou veiculação;
- **Estagiários de Jornalismo** – vão auxiliar na captação de informações, acompanhar eventos, realizar entrevistas e encaminhar releases para veículos de comunicação;
- **Fotógrafos e Filmmakers** – responsável pelas fotografias e filmagens de eventos e realizações do governo, antes e depois;
- **Auxiliar de Clipping (empresa ou pessoa específica)** – responsável pelo acompanhamento de informações veiculadas nos meios de comunicação, que sejam de interesse da administração em questão;



# ESTRUTURA NECESSÁRIA:

- Computadores com sistema operacional adequado e em quantidade suficiente para todos que trabalham no setor;
- Internet estável, de alta velocidade, acima de 100 megas;
- Máquinas fotográficas profissionais, com poder de armazenamento e recursos de filmagem;
- HD Externo de, no mínimo, 1TB para armazenamento de material;
- Software de edição de vídeo e computação gráfica.



## DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE

As responsabilidades do departamento de publicidade são: **divisão de mídia, produção de campanhas externas, criação de projetos gráficos, campanhas em de tv, rádio e internet, estudos institucionais, pesquisa comportamental** junto ao público-alvo.

A estrutura de atendimento é de **responsabilidade da agência** de publicidade contratada.



# NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO

O Núcleo de Comunicação estará **subordinado à Secretaria/Assessoria de Comunicação** do governo.

Vai **executar ações de comunicação**, integrando os diversos setores da gestão.

**Enviará informações para agência de publicidade** produzir **mídia**, seja digital ou tradicional.

**Distribuir o conteúdo** que não será veiculado via agência, nos veículos oficiais.



O núcleo será dividido em comunicação **interna e externa**, centralizando o processo de **distribuição** e manejo de **comunicação** de maneira que **melhor atenda** ao público de interesse.

É responsável também pelo **monitoramento** de **redes sociais**, **dispositivos móveis**, **produção** e **postagem de conteúdo** e relatórios de avaliação.

A agência pode fornecer **suporte** para os serviços e estrutura de **distribuição e conteúdos**.

# A COMPOSIÇÃO SUGERIDA PARA O SETOR CONSISTE EM:

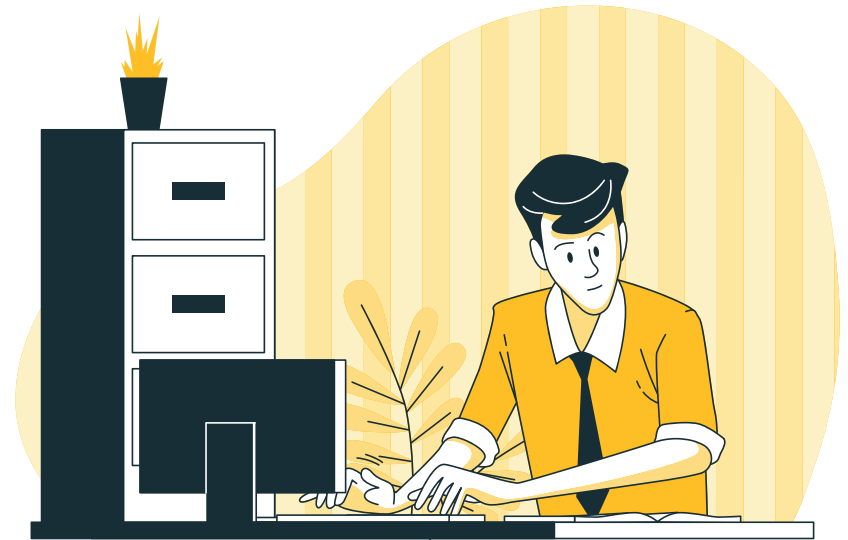
- **Jornalistas** – pelo menos um profissional para cada etapa específica: público interno e público externo;
- **Estagiários de Jornalismo** – estagiário para acompanhar as atividades de cada público e captar conteúdo das secretarias e autarquias do governo;
- **Estagiários de Designer** – responsável pelo desenvolvimento de layouts para as ações de comunicação interna, conforme solicitação;



# ATUAÇÃO ESTRATÉGICA PARA O NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO

- Incentivar um clima organizacional positivo
- Identificar ferramentas para a mensuração de dados
- Planejar e gerenciar crises
- Encaminhar informações relevantes para produção de mídia

## NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INTERNA



Será **responsável** pela **distribuição do conteúdo** produzido para as **secretarias** das demais entidades conveniadas ao município; **lista de transmissão** de servidores, secretários e dirigentes; **produção** de informativos; calendário de relacionamento interno; **produção** de campanhas internas; **gerenciamento** e **atualização dos canais de comunicação interna**; assessoria de servidores e secretários na comunicação com o **público interno**; e produção de **relatórios de avaliação** de temperatura do clima organizacional.

# PARA O DESEMPENHO DAS ATIVIDADES DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INTERNA SERÃO NECESSÁRIOS:

- Jornalistas
- Estagiários de Jornalismo e Publicidade.

## ATUAÇÃO ESTRATÉGICA PARA O NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INTERNA

- Gerar informações confiáveis, com rapidez e segurança;
- Levantar indicadores para mensuração de resultados;
- Planejar o envio de comunicados internos e reduzir o excesso de informações, evitando a banalização;
- Integrar a equipe, desenvolver a sensação de pertencimento, ampliar o engajamento e gerar mais produtividade;
- Desburocratizar o contato entre os departamentos, abrindo espaço e gerando fluidez;
- Implantar o kit de boas vindas aos servidores;
- Construir o manual de políticas e procedimentos internos, além do manual de boa conduta do servidor;
- Construir e manter atualizado banco de dados com contatos internos e de fornecedores.



## NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

Será **responsável** pelo **monitoramento** das **redes sociais**, **produção** e **postagem** de conteúdo, **alinhamento** de **campanhas** institucionais e produção de relatórios de **avaliação**.



## PARA O DESEMPENHO DAS ATIVIDADES DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INTERNA SERÃO NECESSÁRIOS:

- Jornalistas
- Estagiários de Jornalismo e Publicidade
- O estagiário de designer atenderá as necessidades dos dois setores.





## SECRETARIA / ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO



Coordenar as relações das lideranças políticas



Estabelecer a comunicação entre poder público e população



Executar e coordenar a publicidade informativa do governo



Produzir matérias jornalísticas



Enviar releases para veículos de comunicação



Atender à imprensa



Orientar porta-vozes



Agendar entrevistas



Encaminhar pautas para produção de material jornalístico e publicitário



Acompanhar e cobrir eventos e entrevistas



Cerimoniar os eventos



Captar conteúdo em fotos, áudios e vídeos



Clipping dos meios analógicos e digitais



Gestão do núcleo de comunicação

## NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO



### DEPARTAMENTO DE JORNALISMO



### DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE

### NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INTERNA

### NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

Dividir a redação

Editar e fazer circular de notícias

Distribuir as informações jornalísticas

Distribuir fotografias e filmagens

Distribuir o conteúdo produzido entre o público interno

Atualizar lista de transmissão de servidores, secretários e dirigentes

Produzir informativos

Desenvolver e alimentar calendário de relacionamento interno, com datas comemorativas e aniversários

Produzir campanhas internas

Gerenciar e atualizar os canais de comunicação interna

Assessorar a comunicação com o público interno

Distribuir mídia

Produzir campanhas externas

Criar projetos gráficos

Campanhas de tv

Veiculação em rádio e internet

Realizar estudos institucionais

Aplicar pesquisa comportamental no público-alvo

Alinhar campanhas institucionais e produzir de relatórios de avaliação

Monitorar as redes sociais

Produzir e postar conteúdo