



SINASEFE

Filiado à



PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

PLANO DE COMUNICAÇÃO DESENVOLVIDO POR:
JÉSSICA FERNANDES (MTb/DF 65335) E MÁRIO JÚNIOR (MTb/AL 1374)

BRASÍLIA-DF | 2013

SUMARIO

1. HISTÓRICO DO SINASEFE	03
2. OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	04
2.1 Objetivos geral e específico	04
2.2 Identificação do Público-Alvo	05
2.3 Projeção da mensagem e orientação estratégica	06
3. ANÁLISE GERAL DA COMUNICAÇÃO NO SINASEFE	08
4. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO	10
4.1 Proposta de Rotina de Trabalho	10
4.2 Website do SINASEFE	12
4.3 Boletim Informativo	16
4.4 Redes Sociais: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram e Google+	18
4.5 Gestão da Imagem e Logomarca do SINASEFE	21
4.6 Assessoria de Imprensa	24
5. RECURSOS HUMANOS	26
6. PROPOSTA DE GT E ENCONTRO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO DO SINASEFE	28
7. CONCLUSÃO	29
8. ANEXOS	31
8.1 Equipamentos sugeridos para aquisição pelo setor a serem orçados	31

1- HISTÓRICO DO SINASEFE

O SINASEFE possui como missão representar os trabalhadores da Rede Federal de Educação Básica, Profissional e Tecnológica, sendo o Sindicato Nacional da categoria e possuindo como princípio a defesa da educação pública, gratuita, laica, de qualidade e socialmente referenciada.

Missão está que se põe de maneira indissociável da defesa da liberdade de pensamento como direito inalienável do cidadão e que tem como compromissos desenvolver, organizar e apoiar; nos aspectos políticos, educacionais, econômicos, sociais e culturais, todas as ações que visem às conquistas de melhores condições na educação, de vida e de trabalho para toda a classe trabalhadora.

Há quase 25 anos, o SINASEFE é um sindicato que tem como um de seus princípios basilares a união das categorias de trabalhadores em seu local de trabalho, não dividindo as lutas dos Técnicos-Administrativos do PCCTAE e Docentes do Magistério do EBTT, já que ambos são trabalhadores da educação e compartilham cotidianamente das mesmas dificuldades, embora que organizados em planos de carreiras diferentes. É assim que o Sindicato Nacional constrói sua luta: mantendo as especificidades de cada categoria, mas sem fragmentar a unidade que a classe trabalhadora precisa para construir o enfrentamento contra os governos e patrões.

Filiado à CSP-Conlutas (Central Sindical e Popular) e à CEA (Confederação dos Educadores Americanos), o SINASEFE possui hoje, data da entrega deste Plano, 97 Seções Sindicais e mais de 23 mil filiados, espalhados pelas 366 unidades de ensino da Rede Federal de EBTT.

Com isso, o que queremos dizer? Estamos apontando que um Sindicato Nacional da dimensão do SINASEFE agrega uma base muito ampla, dividida em um número de seccionais que já é numeroso e tende a se expandir ainda mais, gerando com isso uma demanda contínua e volumosa na área de comunicação social.

Nas próximas páginas, será apresentado um plano de comunicação social que visa iniciar um diagnóstico da condição real do setor; mapear os pontos positivos e as debilidades existentes; assim como sugerir as transformações necessárias para que o trabalho a ser desenvolvido a partir de então alcance um resultado satisfatório.

2- OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Este Plano de Comunicação visa discorrer acerca do método de interação do Sindicato com sua base de trabalhadores dentro da esfera da comunicação social, avaliando suas experiências atuais com o objetivo de estruturar novas medidas, as quais visem tornar mais dinâmica, moderna e efetiva a comunicação do SINASEFE. O Plano pretende, também, estabelecer a rotina de trabalho da Equipe de Comunicação da entidade e propor ajustes para aperfeiçoar cada veículo de informação, respeitando sua história e tradição.

O Plano passará pelos seguintes processos de aprovação antes de ser efetivado: 1) Assessoria de Comunicação; 2) Pasta de Comunicação; 3) Direção Nacional. O novo método seguirá as diretrizes da instância colegiada para balizar as atividades comunicacionais; o embasamento político-sindical; os recursos humanos; logísticos; e orçamentários possíveis, bem como, quais podem ser repensados.

A comunicação é um setor essencial para identificar de que forma o trabalho do SINASEFE está sendo absorvido pela base de trabalhadores. O alinhamento do editorial político da entidade se faz de extrema importância neste projeto em que é artefato essencial para a minimização da disputa de hegemonia, dados os objetivos do Sindicato em combate à lógica do capital que privatizam e monopolizam os veículos de comunicação de massa, tanto quanto criminalizam os movimentos sindicais.

2.1 – Objetivos geral e específico

A comunicação feita pelo SINASEFE precisa ser a principal fonte de pesquisas relativas a docentes e técnicos-administrativos de educação federal (na abrangência básica, profissional, tecnológica e graduação), concentrando sua legitimidade mediante as categorias. Para isso, o canal precisa ser atualizado de forma avigorada e com aplicabilidade de método, a demonstrar estabilidade informacional.

O compromisso da entidade em dar segmento às lutas que os trabalhadores travam contra o governo, o qual a Direção Nacional desenvolve em todo o país, precisa ser visualizado não somente pelos profissionais da área de comunicação, mas também por cada servidor de *campus*, reconhecendo que cada um é peça ativa para intervir na mobilização pela informação/denúncia e participar da formação de conteúdos.

Deste modo, a presente estratégia traçará as estratégias de divulgação que possam ser mantidas mesmo com a rotatividade de plantonistas sem representar prejuízo de quaisquer perspectivas ao SINASEFE.

Podemos listar, como síntese os seguintes objetivos da área de comunicação:

1. Aproximação da base representada com a diretoria do Sindicato Nacional e, por conseguinte, com sua respectiva seção sindical. Mobilizar a coletividade dos trabalhadores associados é de vital importância para a legitimidade da política sindical, assim como atrair os não filiados à integração com sua entidade classista.
2. Colaborar e interagir com outras entidades classistas e com trabalhadores de outros setores, buscando apoio às nossas reivindicações específicas e/ou comuns a unificar lutas que pertençam às mais variadas categorias de trabalhadores.
3. Elucidar a sociedade sobre as ações do sindicato e suas finalidades, demonstrando que a luta por melhores condições de trabalho e de vida é um direito de todos e que as distorções da imprensa visam dividir a classe trabalhadora a partir da desinformação, evidenciando o quanto se faz necessária uma maior colaboração e solidariedade na busca por um futuro no qual a exploração do homem pelo homem seja superada e a humanidade alcance um estágio de plena emancipação.

Outros objetivos específicos e segmentados, dentro de cada um destes pontos, podem – e devem – ser explorados pela Equipe de Comunicação do SINASEFE. O objetivo deste tópico não é esgotar as possibilidades, mas sim demonstrar genericamente a idealização primária que o discurso da entidade pode atingir.

2.2 – Identificação do Público-Alvo

Em primeiro plano, docentes e técnicos-administrativos das Unidades de Ensino Federais que façam parte da Rede de EBTT, sejam estes sindicalizados ou não.

Num segundo plano, entidades e centrais sindicais legítimas de todas as áreas e categorias, as quais – independente de seus posicionamentos políticos – formam com o SINASEFE laços classistas para além das divergências momentâneas. Toda a classe-que-vive-do-trabalho é explorada e uma das mensagens mais marcantes de Karl Marx em defesa de que esta classe precisa estar unida.

A sociedade civil como um todo, pagadora dos salários dos funcionários públicos e usuária dos serviços públicos que lhes são concedidos enquanto direitos também são público-alvo do SINASEFE. Em épocas de mobilização, paralisação, atos e greves, por exemplo, é esta parcela que – bombardeada pelas distorções da mídia convencional – tende a desaprovar a entidade sindical à frente do evento, mas que com a contundente elucidação pode reverter tal pensamento. A comunicação sindical deve buscar também

ser consumida pela opinião pública, levando a compreender que nessa luta também faz parte.

2.3 – Projeção da mensagem e orientação estratégica

Sem adentrar em digressões de teorias da comunicação e tratamento das identidades das mensagens e seus agentes, podemos sintetizar uma de nossas definições da mensagem (aquela que queremos abordar) na seguinte frase: mensagem não se trata daquilo que o emissor transmite, mas do que o receptor compreendeu; mensagem não depende do nosso banco de dados, mas do banco de dados do nosso interlocutor.

É importante frisar que, diferente das assessorias de comunicação empresariais, não transformamos informação em mercadoria ou fonte de lucro, mas em um objeto de intervenção política e transformação social. Não tratamos a comunicação de maneira verticalizada, mas sim de modo horizontal e dialógico.

Por isso é necessário compreender as transformações que a contemporaneidade nos trouxe, sobretudo após a pulverização da internet e redes sociais; precisamos amadurecer e ter a devida humildade para reconhecer que se o movimento de trabalhadores mobiliza hoje em menor grau que há 30 anos, quando fundávamos a Central Única de Trabalhadores (CUT), o resultado não é fruto unicamente de um período marcadamente contrarrevolucionário, mas da nossa falta de habilidade para adaptar o discurso à realidade na qual estamos inseridos e, fatalmente, na qual toda a classe trabalhadora se insere.

Os velhos jargões e palavras de ordem já não mobilizam como antes, são frutos hoje de estereotipação e preconceito. Sindicatos, como sabemos, tiveram suas origens nas corporações de ofício do início do capitalismo urbano-industrial, na Europa, como expressão da luta de classes, como um meio do proletariado se organizar e coletivamente ter força para reivindicar melhores condições de trabalho à burguesia.

A gênese e a natureza da atividade sindical é a política, as atividades destes é política; é a política que está intrinsecamente ligada e relacionada com todas as demais atividades, mesmo quando não aparenta. Mas quando o sindicato relacionasse com seus representados apenas diante desta esfera, ele adquire uma característica rígida que só permite sua acessibilidade aos interessados por política.

É necessário inserir a política de maneira fragmentada, em comunicados que tratem aspectos profissionais, culturais e lúdicos, quebrando o distanciamento do discurso sindical com as questões cotidianas, como se uma coisa estivesse totalmente desligada

da outra. Redigir textos que retratem pesquisas desenvolvidas por sindicalizados, com entrevistas dos pesquisadores (e é aí que a precarização da atividade educacional aparece!); divulgar lançamentos de livros; possuir uma seção de crítica literária em nosso website; promover edital para seleção e publicação de artigos com temáticas afins (como plano de carreira, por exemplo); incentivar e divulgar confraternizações em datas festivas nas seções sindicais; dentre outras coisas, pode ajudar na diversificação temática que buscamos.

Esta é uma área sensível, que merece cuidado em nossa abordagem, mas que precisa vivenciar essas experiências, que precisa arriscar atitudes criativas para superar o estágio atual, que não é o que desejamos. O discurso ideológico que desenvolvemos, ao penetrar nas massas, inevitavelmente se converterá em força material. Precisamos, sem dúvidas, buscar uma reforma deste discurso para catalisar esse processo.

3- ANÁLISE GERAL DA COMUNICAÇÃO NO SINASEFE

O SINASEFE possui responsabilidade de comunicação nacional e para tanto precisa aperfeiçoar suas medidas para atingir e motivar a base trabalhadora a reivindicar seus direitos com maior afinco. É necessário ter sempre em mente que a informação produzida pela entidade torna-se fonte de consulta para todas as Seções Sindicais, que por vezes a reproduzem sem edições e em conteúdo integral. A partir daí segue a avaliação de cada veículo de comunicação desta entidade sindical.

O perfil diferenciado de cada plantonista impacta na formatação da comunicação do Sindicato, tornando-a sem padronização no que diz respeito à regularidade e forma de administração de publicações nos veículos de informação, como também na rotina da Equipe de Comunicação. A problemática encontrada devida a estrutura de organização estatutária e regimental do SINASEFE leva resquícios negativos nos procedimentos de comunicação, já que não mantém uniformização da forma como a entidade se comunica com a base e, muitas vezes, pode causar desinteresse, assim como, redução da fidelidade de nosso público-alvo.

O portal de internet do SINASEFE, que utiliza a plataforma Joomla!, versão 1.5, possui formato pouco interativo, com estética ultrapassada e confusa. Há uma grande quantidade de informações e documentos distribuídos pelo portal que precisam de parâmetros centralizados de organização. A página confunde o internauta, dificultando o caminho para se encontrar o que deseja, e isso, também, pela repetição de documentos em setores diferentes do site. Não há molde estabelecido quanto a forma de disposição de notícias.

O Boletim do SINASEFE tem por finalidade a veiculação de notícias do Sindicato Nacional, possuindo atualmente periodicidade semanal. É, no momento, o principal meio de comunicação da entidade, o qual recentemente teve seu layout redefinido pela Equipe de Comunicação. Todavia seu conteúdo precisa ser reorganizado, já que muitas vezes as pautas atingem elevado número de páginas e ainda tem apresentado um conflito de interesses com o material a ir para o site. É preciso estabelecer quais notícias são cabíveis apenas ao site ou ao Boletim.

Ainda nesse setor de rotina informativa, as redes sociais Facebook e Twitter ganharam maior dedicação nas postagens/interação, assim como um tratamento gráfico destinado às mídias (dimensão correta em pixels das imagens e editoração eletrônica de acordo com a temática trabalhada), abrangendo um maior número de filiados – que passaram a acessá-las com maior frequência e compartilhar nosso conteúdo. Nossa

comunidade do Orkut, rede que tem caído em desuso, pode ser desativada pela pouca adesão – a falta de senha de administração da mesma também impede qualquer nova criação de discurso. Duas novas redes devem ganhar espaço pelo crescimento que apresentam: o Instagram e o Google+ (nas quais já possuímos contas criadas, porém em subutilização). O canal do YouTube tem sido utilizado para transmissões ao vivo e hospedagens de vídeos, podendo ter sua utilização ampliada dentro de necessidades específicas que possam surgir – lançamento de peças publicitárias, videologs etc.

A logo do SINASEFE, disponível no canto superior esquerdo do site, boletim e avatares das redes sociais precisa ter sua utilização padronizada por todas as seções, para isso a solução é disponibilizar o seu download em formatos de imagens e vetores em nosso site (o que já foi feito); e criar um manual de aplicação da marca, informando paleta de cores, dimensões, utilização em fundos de tonalidades semelhantes e outras particularidades referentes à sua aderência (etapa que ainda está em fase de construção). Todo material de publicidade e informação, como cartilhas, tutoriais, folders (folhetos) e banners, precisa seguir a mesma identificação visual, como também ter uma maior frequência de produção/atualização.

A Assessoria de Imprensa propriamente dita precisa ser reforçada. As atividades que são rotineiras a esse setor ainda não foram trabalhadas pela falta de tempo hábil da equipe profissional, reduzida a executar os serviços das demandas ordinárias. Os sindicatos, historicamente, não estabelecem contato aproximado dos veículos de comunicação de massa, porém este Plano visa reaver junto à Direção Nacional tal quesito, visto que esse contanto tornou-se uma necessidade dentro da atual conjuntura do jornalismo sindical.

4- ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

4.1 – Proposta de Rotina de Trabalho

A Assessoria/Equipe de Comunicação Social dispõe de dois profissionais diplomados com habilitação em jornalismo, sendo um destes com responsabilidade de coordenar a equipe.

Atividades inerentes à Equipe de Comunicação

Para uniformizar e potencializar a Comunicação do SINASEFE Nacional, a organização é tema primordial a este Plano de Comunicação que propõe as atividades que são dever da Equipe de Comunicação:

- 1) Elaborar pautas, matérias, reportagens e entrevistas para divulgação nos veículos de comunicação da entidade;
- 2) Acompanhar as atividades desenvolvidas pelo SINASEFE; pela CSP-Conlutas; Coordenação Nacional de Entidades dos Servidores Públicos Federais (CNESF) e fóruns desencadeados de mobilização, tais como audiências com o governo, reuniões, passeatas, atos públicos, plenárias, encontros regionais e nacionais etc;
- 3) Fazer registro fotográfico de todos os eventos;
- 4) Atualizar, sempre que houver necessidade, o site e as redes sociais;
- 5) Produção e divulgação do Boletim do SINASEFE;
- 6) Elaboração e divulgação de *clipping*;
- 7) Participar de atividades realizadas pela Coordenação de Comunicação definidas em conjunto com a Direção Nacional da entidade;
- 8) Elaborar folders, cartilhas, livretos e materiais de divulgação dos eventos e ações da entidade;
- 9) Fazer contato com a imprensa e atendimento a jornalistas, além de produzir releases e convocar coletivas, se for o caso.
- 10) Elaborar estratégias para a visibilidade e divulgação da entidade, contribuindo para a mobilização e articulação das categorias representadas (docentes e técnicos-administrativos);
- 11) Revisão gramatical de textos informativos vindos das bases e da própria Direção Nacional, caso solicitado;
- 12) Criação de um jornal impresso, com pelo 10 mil exemplares de tiragem a ser remetido às bases, de periodicidade bimestral;
- 13) Produção de relatório periódico de visualizações das notícias no site e monitoramento das mídias sociais.

Cobertura jornalística

A carga horária de cada jornalista é de cinco horas diárias, no qual os profissionais estão dispostos por períodos: de 9h às 14h e de 13h às 18h.

Os comunicadores essencialmente acompanharão as atividades de acordo com seu período, entretanto, havendo eventos que precisam ser cobertos em mesmo período, os profissionais estão disponibilizados para cumprir jornada flexibilizando horários de acordo com as necessidades do SINASEFE a suprir a necessidade de imprensa durante todo o dia, observada a legislação vigente (disponível no site da Fenaj: <http://www.fenaj.org.br/juridico.php?id=5#docs>).

11

Quanto a uma reunião/evento que comporte dois ou mais dias de duração, será de responsabilidade do mesmo profissional o acompanhamento da pauta para evitar quebra de entendimento da produção textual.

Para os eventos do SINASEFE que envolvam viagem (Plenas, Seminários, Encontros, Congressos etc), os jornalistas podem se revezar ou ambos comparecerem, acordando com o plantão/DN quais as necessidades da cobertura. Este pode ser **por evento completo** ou **por dia do evento** (caso seja em Brasília-DF).

Em audiências com órgãos oficiais e/ou outras entidades, os jornalistas não precisam permanecer até o final da reunião, podendo fazer o registro fotográfico da mesma, produzir a divulgação imediata da pauta nas redes sociais e colher dos participantes, a posteriori, entrevistas que subsidiem os textos, ou confeccionar os mesmos a partir do relatório oficial produzido pelos coordenadores.

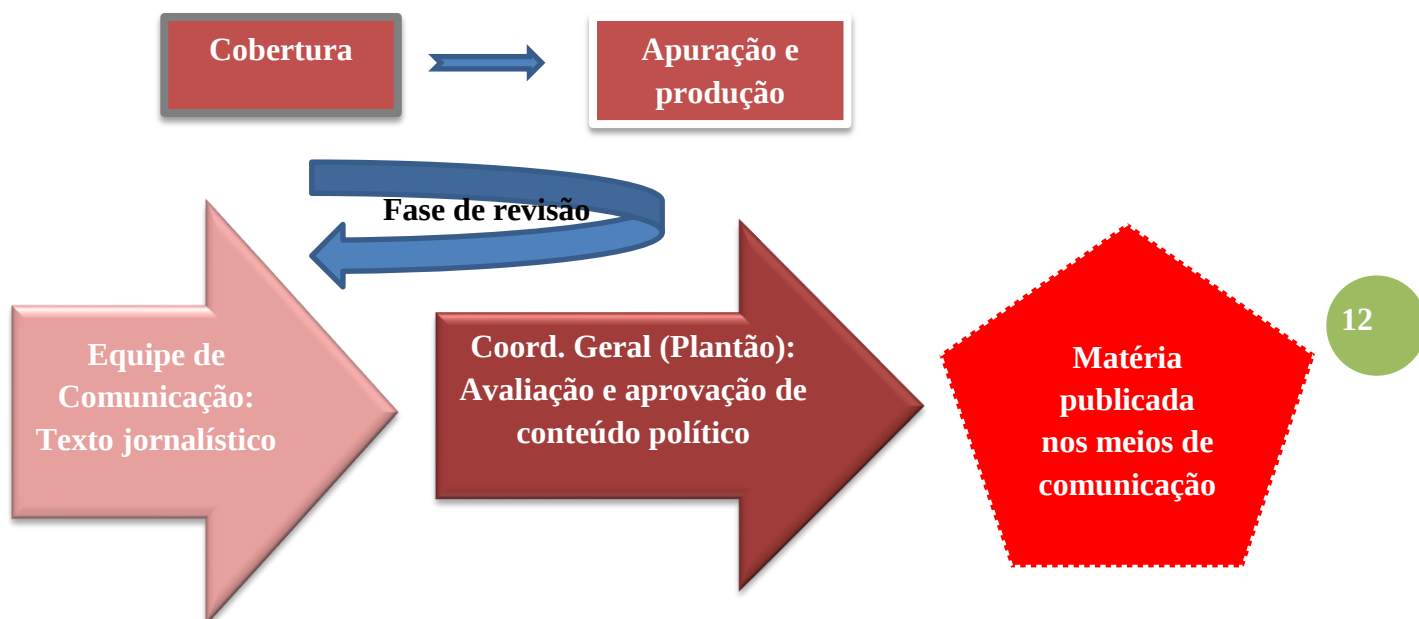
Fluxograma de aprovação de matérias

É dever da Equipe de Comunicação realizar/originar pautas ou/e avaliar as sugestões do plantão adaptando a redação para site, boletim e redes sociais do SINASEFE. Dessa forma, todo conteúdo textual deverá ser revisado de forma a integrar os interesses políticos do Sindicato, a partir da Direção Nacional e da Coordenação Geral de plantão.

Tendo em vista a necessidade de manter os veículos informativos atualizados, é indispensável que o processo de autorização das publicações sigam fluxo regular e sejam uma das prioridades dos gestores do Sindicato para organizar e dinamizar a comunicação.

A Pasta de Comunicação não realiza plantão com a frequência que permita maior interação com a Equipe, o que faz este Plano Estratégico sugerir a centralização de demandas à Coordenação Geral/Plantão, como demonstra o fluxograma abaixo. O

gerenciamento da Pasta do setor sobre a Equipe durante o plantão só será acionado caso a Coordenação Geral solicite.



IMPORTANTE: Para registro dos processos de comunicação, as aprovações serão confirmadas via e-mail.

4.2 – Website do SINASEFE

Funcionalidade e estrutura atual do site

O atual site apresenta um padrão arcaico com relação ao seu *template*: notícias na parte central que são empurradas dadas as atualizações, dando ao portal o aspecto de um blog; ao topo, o menu principal que não expõe níveis, sendo preciso clicar diversas vezes para atingir graus que confundem quem está navegando. Na lateral esquerda, o submenu tem o mesmo problema. Já o sistema de mídias gráficas ao centro superior (rotativas) e laterais (fixas) é a única ferramenta dinâmica do site, porém já pouco inovadora. É um incômodo para quem busca informação ter que encarar a excessiva exposição de menus, arquivos e poucas imagens, o que torna a procura cansativa.

A plataforma que o estrutura é pelo Joomla!, Sistema de Gestão de Conteúdos (Content Management System – CMS). A criação e administração do site é feita por contratação de serviços do *webmaster* Ricardo Borges desde 2011. A disposição do conteúdo e *design* do veículo tem sido alvo de severas críticas da base à Equipe de Comunicação, a qual aguarda procedimentos internos do sindicato para solucionar o problema.

A versão do Joomla! em que está o site do SINASEFE é a 1.5, publicada em 2008. O Joomla! possui atualizações constantes de versões e prazos para apoios técnicos. Esta

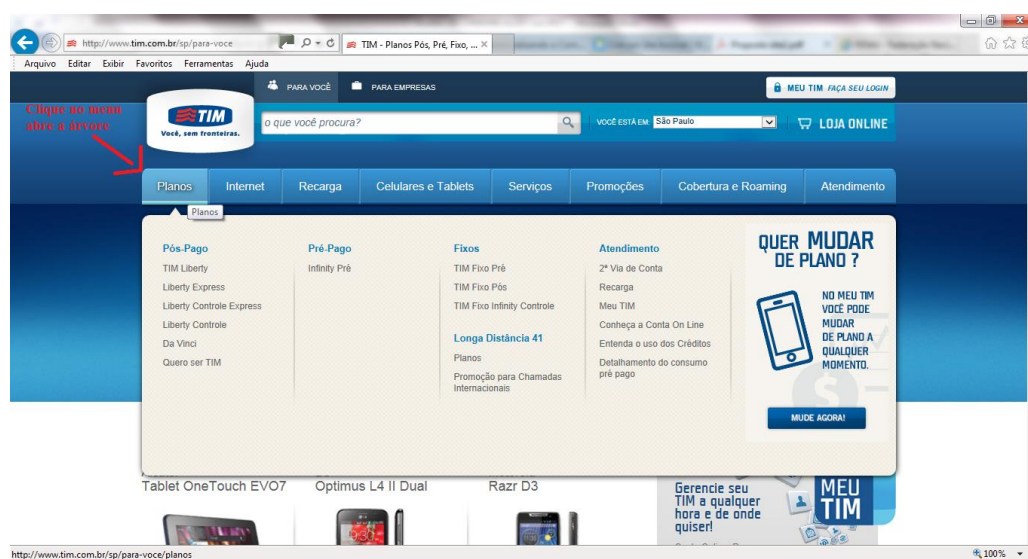
versão, mesmo possuindo um longo período de resolução de problemas de segurança e bugs possíveis, já expirou o seu suporte desde abril de 2012. Houveram as atualizações da plataforma e hoje a versão mais atual é a 3.0. Em vários níveis da administração do site, as funcionalidades são a partir de extensões (programas externos baixados). Por tais peculiaridades e diversas programações agregadas, tal situação atrasa o trabalho da Equipe de Comunicação, refém da orientação técnica do *webmaster*.

Briefing (orientação) para site novo

Com este cenário, a Pasta de Comunicação aferiu orçamentos de empresas capacitadas a elaborarem sites para o SINASEFE junto a Equipe de Comunicação. A partir disso, a Coordenação Geral recebeu as propostas e ainda não se posicionou, tendo a Pasta de Comunicação entendido que a melhor relação custo-benefício está na proposta da ClickBraz (CNPJ: 12.412.124/0001-63, vide propostas entregues à Coordenação Geral do SINASEFE). Entretanto um mapeamento de intenções (*briefing*) do SINASEFE foi encaminhado aos projetistas da ClickBraz – sem geração de vínculo comercial – que deverão apresentar uma primeira simulação em breve. Caso haja interesse de remodelar o site ainda nesta gestão, é necessário agilizar a decisão sobre a empresa a construir o produto.

O *briefing* conteve as seguintes orientações:

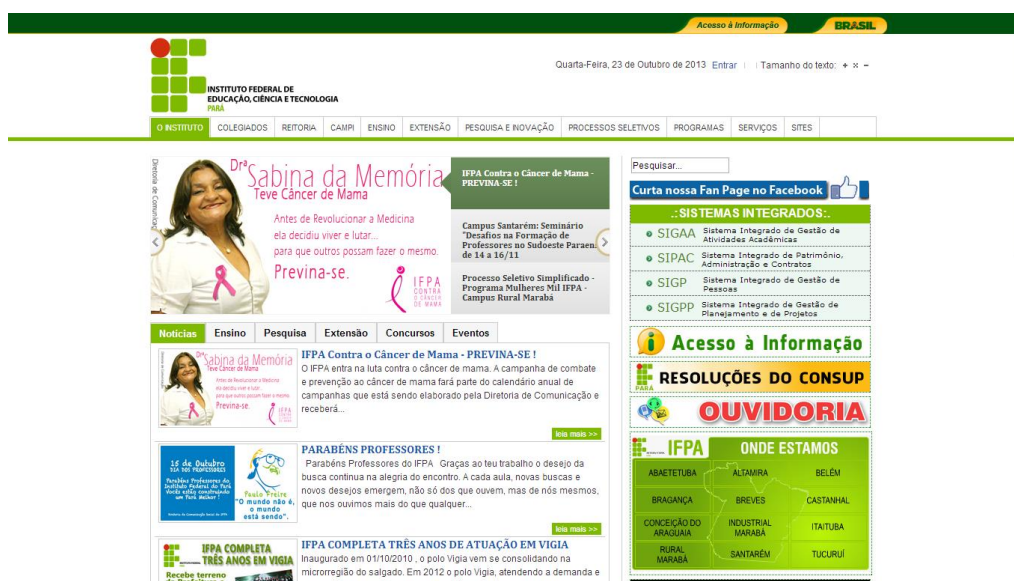
A página inicial deve ser um convite instantâneo que leve o internauta a ficar e se interessar, entrar em contato, buscar saber mais, despertar curiosidade. Para tanto, o site precisa apresentar limpeza visual de design e menus mais intuitivos e sucintos, em que as informações mais peculiares e detalhadas serão encontradas facilmente com as “árvores de menus”. Veja o exemplo a seguir:



<http://www.tim.com.br>

O intuito e a preocupação principal do design do novo site é proporcionar equilíbrio de cores e tons, com apanhado enxuto de peças que devem ter maior foco na página inicial do SINASEFE.

Outra orientação é disponibilizar no campo de pesquisa qual tipo de informação o usuário deseja: se é de interesse geral, exclusiva dos docentes, ou exclusiva dos técnicos-administrativos. Tal filtro facilitaria o encontro de documentos e notícias por parte dos filiados. A agenda das atividades do Sindicato e um mapa do Brasil contendo todas as Seções Sindicais divididas por estado também foram demandados. Os destaques serão acoplados em mídia rotativa central, a qual comportará um menu lateral, indicando os níveis de hierarquia do dispositivo, como no site abaixo:



<http://www.ifpa.edu.br>

Com o avanço da tecnologia, é essencial criar condições dentro do site do SINASEFE a atender o público com acessibilidades físicas e/ou de cognição. A presença dos sindicalizados do Instituto de Educação para Surdos (INES) é uma motivação para a criação de um *template* que absorva, também, essa forma de inclusão.

“A Acessibilidade consiste na facilidade de acesso e de uso de ambientes, produtos e serviços por qualquer pessoa e em diferentes contextos. Envolve o Design Inclusivo, oferta de um leque variado de produtos e serviços que cubram as necessidades de diferentes populações (incluindo produtos e serviços de apoio), adaptação, meios alternativos de informação, comunicação, mobilidade e manipulação.” (Godinho, Francisco. 2010. Joomla! e Acessibilidade)

Além da impressão da Equipe de Comunicação acerca deste veículo, é necessário um *briefing* (mapeamento e coleta de preferências) da Direção Nacional para que seja montada uma solução estratégica de menus, tabelas e setores que são fixos e essenciais. **Para garantir a efetividade e máxima satisfação com o futuro site, a DN precisa mapear os conteúdos dos índices de menus que achar essenciais, contando com o**

auxílio da coordenação e dos profissionais de comunicação, caso seja necessário tal acompanhamento.

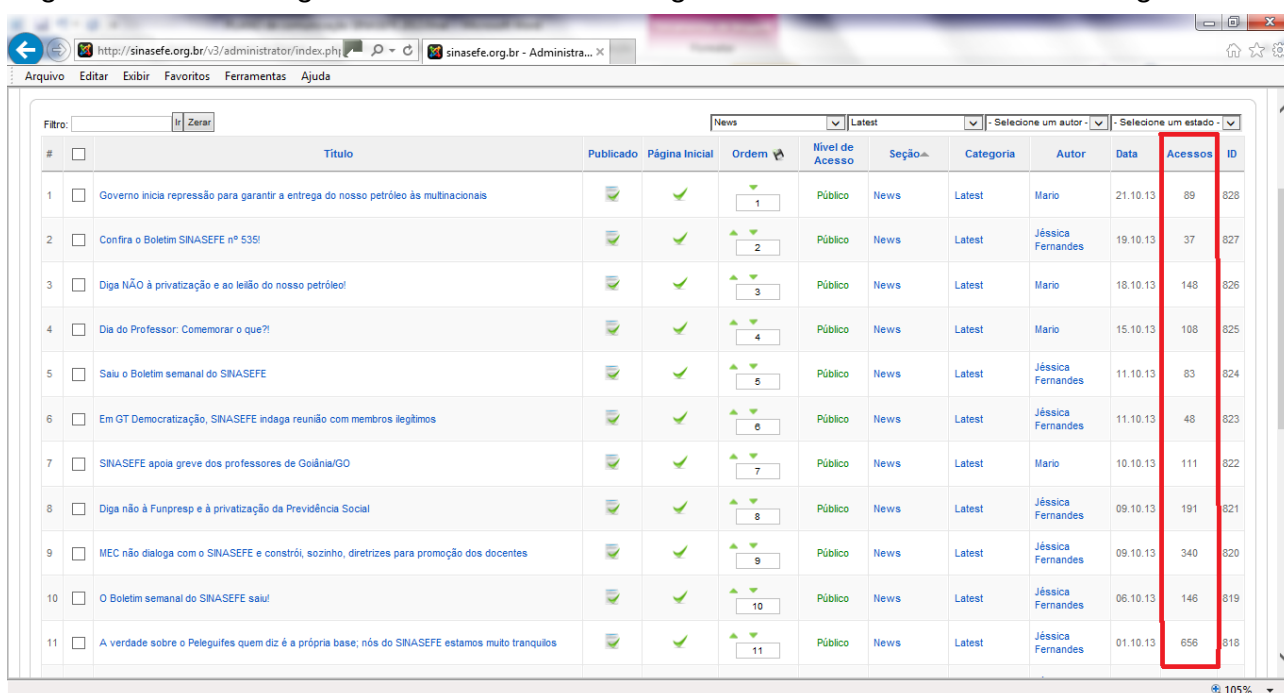
Proposta para classificação e distribuição de pautas para site

A comunicação sindical veiculada pelos entes representativos de cada categoria tem por objetivo esclarecer a classe trabalhadora de seu papel de centralidade no mundo do trabalho e, ao mesmo tempo, despertar sua consciência de classe, para que a mesma se mobilize e reivindique suas demandas das maneiras mais amplas e incisivas possíveis.

A verbalização de entendimentos políticos que passem ainda despercebidos pela maioria dos trabalhadores representados pelo SINASEFE é possível de ser feita pelos mais diferentes meios, sendo a internet um poderoso vetor de transmissão, ainda mais pela faixa etária propensa ao uso das novas tecnologias ser razoavelmente elevada.

Por intermédio de um website mais dinâmico, completo e moderno do ponto de vista da programação e da estética, verdadeiramente estabelecido como um portal de informação do SINASEFE é possível ampliar a penetração do discurso do Sindicato e a incidência do mesmo na comunicação com a base, podendo convertê-lo na mais importante ferramenta comunicacional da entidade – o que é a tendência da sociedade cada vez mais informatizada.

Deste modo, o SINASEFE precisa definir sua proposta de comunicação estratégica neste quesito, levando em consideração que a comunicação virtual, interativa e de fácil assimilação já se trata de um produto consolidado. Devido ao conteúdo, atualmente, ser divulgado por meio das redes sociais – em que a Equipe de Comunicação efetua replicação – o site tem registrado números maiores de visitas para leitura de matérias, segundo mostra imagem do nosso sistema de gerenciamento de conteúdo a seguir:



#	Título	Publicado	Página Inicial	Ordem	Nível de Acesso	Seção	Categoria	Autor	Data	Acessos	ID
1	Governo inicia repressão para garantir a entrega do nosso petróleo às multinacionais	✓	✓	1	Público	News	Latest	Mario	21.10.13	89	828
2	Confira o Boletim SINASEFE nº 535!	✓	✓	2	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	19.10.13	37	827
3	Diga NÃO à privatização e ao leilão do nosso petróleo!	✓	✓	3	Público	News	Latest	Mario	18.10.13	148	826
4	Dia do Professor: Comemorar o que?!	✓	✓	4	Público	News	Latest	Mario	15.10.13	108	825
5	Saia o Boletim semanal do SINASEFE	✓	✓	5	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	11.10.13	83	824
6	Em GT Democratização, SINASEFE indaga reunião com membros ilegítimos	✓	✓	6	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	11.10.13	48	823
7	SINASEFE apoia greve dos professores de Goiânia/GO	✓	✓	7	Público	News	Latest	Mario	10.10.13	111	822
8	Diga não à Funpresp e à privatização da Previdência Social	✓	✓	8	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	09.10.13	191	821
9	MEC não dialoga com o SINASEFE e constrói, sozinho, diretrizes para promoção dos docentes	✓	✓	9	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	09.10.13	340	820
10	O Boletim semanal do SINASEFE saiu!	✓	✓	10	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	06.10.13	146	819
11	A verdade sobre o Peleguifres quem diz é a própria base; nós do SINASEFE estamos muito tranquilos	✓	✓	11	Público	News	Latest	Jéssica Fernandes	01.10.13	656	818

Entretanto, com a produção semanal do Boletim informativo da instituição, todas as principais matérias estão sendo concentradas neste, esvaziando o site de atualização imediata e, ainda, resultando em elevados números de páginas para o propósito de um Boletim. Nosso site funciona hoje mais como uma biblioteca para consulta de documentos específicos do que como um portal de informação.

A usabilidade positiva do site projeta uma necessidade de manter nosso público-alvo sempre munido de informação jornalística que possa ser consultada no sítio, portanto esta estratégia sugere a atualização diária do veículo – se necessário, mais de uma vez por dia. Nele deverá conter as coberturas da agenda do SINASEFE, as quais ainda ganharão relatórios oficiais, acompanhando o ritmo que a internet oferece hoje. Sendo assim, o SINASEFE reservaria ao espaço do Boletim as matérias sobre as ocasiões mais relevantes daquele plantão e reportagens/entrevistas especiais, com aprofundamento da política sindical.

4.3 – Boletim Informativo

Funcionalidade e estrutura atual

O Boletim do SINASEFE não possuía uma organização gráfica, sendo um documento textual com cabeçalho fixo de redação extensa e pouca objetividade política e jornalística. Diante disso, recentemente – 13 de setembro, edição 530 – foi elaborado e aprovado um *layout* para o informativo, que primou por novas tonalidades, uso de imagens, divisão do texto em colunas, visual mais leve e a adoção de uma capa para apresentação dos temas e conforto à leitura.

Até a edição 534 novas alterações foram inseridas, diante de solicitações de melhorias por parte dos coordenadores, consolidando o formato que temos hoje. Com esse novo *layout* é possível aplicar imagens, gráficos, tabelas e charges que complementem a leitura dos textos sem comprometimento estético do veículo. O lançamento do produto segue sendo feito, exclusivamente, em arquivo de formato PDF (Portable Document Format), com sua divulgação realizada no site do SINASEFE (notícia e mídia rotativa exclusiva - banner), redes sociais (Facebook e Twitter, com mídia gráfica de divulgação) e listas de e-mails – a partir dos e-mails dn@sinasefe.org.br e comunica.sinasefe@gmail.com.

Nesse quesito um parêntese é feito no sentido de frisar que Equipe de Comunicação do SINASEFE avalia apropriada a criação de um e-mail corporativo – sugestão: imprensa@sinasefe.org.br – para uso dos profissionais, com o intuito de

expressar a representatividade do Sindicato em contatos externos, a qual tem sido feita com um correio eletrônico pertencente à empresa Google.

Retornando ao Boletim, identificamos que persistem os problemas da falta de síntese aos textos (elevando o número de páginas do Boletim; o que já está sendo tratado pela Equipe), sem uniformidade das pautas – que conflitam em interesse contra o site e são eleitas de maneira aleatória, sem um conjunto de seções/cadernos fixos – e da periodicidade curta (semanário), a qual absorve todo o trabalho da Equipe de Comunicação à produção do Boletim, semana após semana, comprometendo o lançamento de outros produtos, como – por exemplo – um jornal impresso do SINASEFE.

Como afirmado no tópico 4.2, as pautas da semana estão sendo remanejadas – quase que na íntegra – para publicação no Boletim, desassistindo em conteúdo o site. Isso representa um perigo para a atratividade de leitura dos informes do SINASEFE no meio virtual, visto que a extensão do Boletim nesse formato (PDF) é fadigosa e a realidade da internet traz a obrigação de dinamismo – o qual apenas tem sido posto em prática por conta do revigoramento dos nossos perfis de Facebook e Twitter.

Mediante as 535 edições já lançadas do Boletim, há uma tradição do uso deste veículo, fazendo parte da história do próprio SINASEFE. A Equipe de Comunicação avaliou que a cada plantão (de acordo com o período de permanência dos Coordenadores Gerais, portanto a cada duas semanas) seria uma boa periodicidade pelo acúmulo satisfatório de demandas e necessidade de maior utilização do site; assim como para aproveitamento alternativo do trabalho dos profissionais sem nenhuma sobrecarga dos mesmos – lançamentos de cartilhas, de um jornal impresso com periodicidade fixa, produção de relatórios e dos serviços de Assessoria de Imprensa pouco desenvolvidos mediante a essa jornada.

Atualmente as matérias de cada Boletim semanal são fechadas, produzidas e aprovadas pelo plantão/jornalistas em dois dias. O tempo de diagramação (a qual é feita pela própria equipe de jornalistas) requer pelo menos um dia de prazo, para finalizar o informativo que tem de oito a onze páginas.

A extensão idealizada para a publicação seria de até oito páginas (sete de matérias mais a capa), que prevê também a possibilidade de readequação rápida do mesmo modelo gráfico para formato impresso. Esse tempo de diagramação (elemento novo ao Boletim) tem impactado negativamente na divulgação, visto que a publicação precisa ser feita até o desfecho da semana, tornando-se desta forma comum o atraso no lançamento, o qual já aconteceu em finais de semana.

Proposta para classificação e distribuição de pautas para Boletim

Como dito acima, **oito páginas** é um número plausível para trabalhar conteúdos com qualidade e quantidade. Para potencialização e qualificação do informativo, indicam-se nesta estratégia de comunicação que sejam aproveitadas as matérias mais relevantes do período, escritas num formato de texto simplificado, mas sem perder a qualidade da informação e respeitando as terminologias próprias da imprensa sindical, a oferecer complementos para os textos com links como “saiba mais”/“leia mais”/“leia o documento oficial aqui”, os quais remeterão para as notícias e os documentos/relatórios disponibilizados em nosso site ou em outras fontes de informação.

Caso, mesmo assim, a Direção Nacional ponderar que seja necessária a produção de Boletins na frequência semanal, a estratégia de *deadlines* (prazos de finalização) mais firmes precisam ser instituídos pela Equipe de Comunicação juntamente ao plantão. Uma proposta para ela seria:

1. Fechamento das pautas e início da produção textual às terças-feiras;
2. Entrega dos textos para revisão do plantão na quinta-feira;
3. Diagramação a partir da manhã da sexta-feira;
4. Publicação e divulgação nos meios de comunicação do Sindicato até o final da tarde da sexta-feira.

Proposta para Boletim comemorativo de 25 anos do SINASEFE

No próximo dia 11 de novembro (segunda-feira) o SINASEFE completará 25 anos de fundação e se faz necessário, para marcar tal registro de uma entidade nacional tão importante, o desenvolvimento de ações de impacto. Diante da impossibilidade de um trabalho mais qualificado devido ao pouco tempo disponível até a data, diante disso a sugestão emergencial é de um Boletim Especial de 25 anos.

Proposta de estrutura simplificada

O **Boletim 538**, previsto para o dia 8 de novembro, de entre 8 e 12 páginas e tratará especificamente da data comemorativa, com um histórico do SINASEFE, das suas gestões, suas lutas, suas greves etc. Sendo, também, impresso em tiragem de pelo menos 5 mil exemplares para envio às bases. Caso este projeto comemorativo não atenda a demanda da Direção Nacional, outras propostas de publicação são relacionadas na página 24 desta estratégia.

4.4 – Redes Sociais: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram e Google+

Funcionalidade e estrutura atual

As redes sociais criaram novas oportunidades como poderosas ferramentas de organização comunicacional da sociedade. Essas mídias, por sua facilidade de acesso, gratuidade e possibilidade de produção de conteúdos próprios estreitou os passos para o acesso à informação. Garantem também, a liberdade de expressão e uma comunicação horizontal, dialógica e interativa, servindo frequentemente de instrumento catalizador de manifestos, mobilizações sociais, dentre outras utilidades. Há, ainda, a facilidade para o acompanhamento das atividades das nossas seções sindicais, de servidores, outras entidades sindicais, movimentos sociais e governo a partir destas.

Por meio de *posts* sobre os destaques do Sindicato no Twitter e Facebook, esses perfis atraem visitantes ao site do SINASEFE com facilidade, pelo fato da notícia ser direcionada na página pessoal (*feed*) de muitos seguidores. A leitura de boletins também tem se intensificado a partir das ferramentas.

No Facebook, o SINASEFE utiliza uma *fanpage* ou simplesmente sua página própria, com a função “adicionar como amigo” do perfil convencional de usuário é substituída por “curtir página”. Obedecendo a legalidade do site para empresas, entidades, pessoas públicas (artistas) e órgãos governamentais, a configuração “perfil” na rede social foi desabilitada (porém pode ser reativada), pois limitava o número de alcance máximo a cinco mil “amigos”. As postagens têm sido feitas imediatamente após uma publicação no site, com um trabalho gráfico de desenvolvimento de mídia próprio para aquela postagem, atribuindo uma condição estética à comunicação.

Proposta para fluxo de publicações

O perfil do SINASEFE no Facebook atingiu, até então, 5.255 “curtidas” na página; já o do Twitter possui 1.403 seguidores. Este é um resultado positivo da área de comunicação do Sindicato, porém, diante da dimensionalidade da entidade, poderiam ser números ainda mais expressivos. São necessárias atividades ainda mais ativas visando conquistar uma maior quantidade de adesões, visto que:

- ✓ O SINASEFE completará 25 anos em 11 de novembro deste ano;
- ✓ O SINASEFE possui mais de 23 mil filiados;
- ✓ Possui o compromisso de defender a educação pública, gratuita e de qualidade, bandeira hasteada por muitos setores da sociedade;
- ✓ É filiado à CSP-Conlutas e à CEA, entidades de grande reconhecimento nacional e internacional;
- ✓ Passou por períodos longos de greve/mobilização, nos quais muitos contatos foram feitos e relações estreitadas;
- ✓ Possui 97 Seções Sindicais;

- ✓ Participou e participa das grandes manifestações populares de 2013.

A frequência de atualização nas redes precisa ser feita de acordo com demandas noticiosas, podendo haver republicação de *posts* e *tweets* em horários contrários da primeira postagem para garantir um reenvio do conteúdo. **A conferência dos perfis deve ser constante, no sentido de monitorar quais tipos de *posts* agregam maior número de visualizações e interatividades, descobrindo a partir desta prática os temas de maior interesse dos nossos seguidores.**

Na ausência de conteúdo próprio, as postagens nas redes podem incluir notícias produzidas por sindicatos parceiros, por seções sindicais, pela CSP-Conlutas, pela CEA, ou até mesmo informações relevantes de interesse da categoria veiculadas nos meios de comunicação tradicionais – a depender da forma de abordagem.

Padrão linguístico, visual e comportamento para interações

As postagens nas redes sociais também são porta para a participação da sociedade e concentra a formação de opinião no qual as informações produzidas pelo SINASEFE são rapidamente disseminadas nesse ambiente. Para envolver esses transmissores nestas questões, precisa-se destacar as prioridades e o formato como o Sindicato agirá.

Os “avatares” (imagem representa cada perfil) de nossas cinco redes (Facebook, Twitter, Instagram, Google+ e YouTube) foram refeitos com a arte padrão de nossa vetorização, respeitando a deliberação congressional acerca da mesma, assim como seus respectivos backgrounds e capas – atribuindo visual particular e padronizado ao espaço do SINASEFE nas redes sociais. Em campanhas e divulgações específicas, os mesmos podem ser alterados, retornando aos modelos de identidade padrão após o término.

Posts no Twitter – Frases de impacto, obedecendo a regra gramatical brasileira, com espaço para links e/ou imagens sobre o assunto. Calcula-se uma média de 110 caracteres para uso. Utilizar sempre redutor de URL (link) na postagem e, em campanhas específicas, criar *hashtags* que divulguem o nome do SINASEFE.

Posts no Facebook – Priorizar o uso de fotografias e material gráfico/publicitário (flyers, mídias de internet etc) se faz essencial para atrair atenção das bases e afiliados aos conteúdos das redes. Potencializar o uso e padronização da logomarca do SINASEFE em todos os materiais. Buscar o uso de texto objetivo, que sintetize a informação, também fazendo utilização do redutor de URL.

Posts no Instagram – Fotos representativas de eventos com legenda, indicando qual ocasião está representada.

Posts no Google+ – Iniciar uso do perfil e seguir padrão adotado no Facebook. Adicionar entidades sindicais parceiras aos círculos.

Interação – demonstrar atenção com o internauta ao responder as interações (mensagens e comentários) que solicitam informações, sempre direcionando o e-mail da Direção Nacional como fonte e agradecendo o contato. Incluir links quando for produção da comunicação do SINASEFE. Observar que nem todas as observações do post precisam de resposta e são apenas impressões. Polêmicas refletem a vida política e a pluralidade de ideias do SINASEFE, não devendo sofrer interferência dos profissionais de comunicação da entidade.

Canal no Youtube

O canal do SINASEFE no site de vídeos YouTube possibilita a transmissão ao vivo e publicação de registros de reuniões, Plenas e Consinasefes para apreciação dos que não puderam estar presentes ou querem rever o evento.

Este Plano indica a permanência do canal SINASEFE no YouTube. A elaboração de vídeos e replicação de materiais audiovisuais também são alternativas viáveis ao uso do canal. As postagens excepcionais (campanhas publicitárias, vídeos de interesse da categoria, videologs do SINASEFE etc) dependerão de autorização prévia por escrito, podendo ser via e-mail, do Coordenador Geral de plantão.

A gestão do canal é feita pelo técnico de informática, William Gomes, cabendo, no momento, à Equipe de Comunicação do SINASEFE a produção de mídias (avatar e capa) para sua padronização estética, sempre que tal necessidade for evidenciada.

OBS: Pela queda de popularidade da rede social Orkut, indica-se a descontinuidade do SINASEFE na mesma, visto que: 1) a mesma rede tem sido substituída, paulatinamente, pelo ingresso do Google+ (a Google é proprietária do Orkut e está migrando as contas ainda ativas de lá para sua nova rede social), na qual já possuímos cadastro ativo; e 2) a senha para administração da comunidade do SINASEFE no Orkut nunca foi criada e/ou de conhecimento da Equipe de Comunicação atual, e a mesma comunidade conta com baixíssima adesão (pouco mais de 100 membros).

4.5 – Gestão da Imagem e Logomarca do SINASEFE

Foi observada pelos comunicadores a clara necessidade manter um único canal com as Seções Sindicais e a imprensa a partir de e-mail corporativo, priorizando a padronização da comunicação interna e externa do SINASEFE.

Passando a existir o e-mail institucional imprensa@sinasefe.org.br, a entidade não fica dependente de grandes empresas da internet, como Google e Hotmail, compartilhando sua base de dados com estas, além de demonstrar que o SINASEFE se preocupa com sua representatividade ao exprimir a partir da caixa de e-mail sua nomenclatura. Por exemplo, o SINASEFE ao enviar e-mails para órgãos do governo, será rapidamente identificado, o que agrega credibilidade e demonstra perfis de organização e preocupação com a imagem da entidade sindical. Facilitará, também, a comunicação interna e a publicidade de Boletins e outros materiais informativos por parte da Equipe de Comunicação, que hoje utiliza uma conta do Gmail.

Logomarca do SINASEFE

Como forma de contornar a existência de varias logomarcas com colorações e disposições gráficas diferentes (embora aproximadas), foi feita a vetorização de modelos da identidade visual aprovada em congresso pelo SINASEFE. Nesse caso, é preciso trabalhar com um conceito único de marca e sua aplicação, que já está sendo reproduzida nas mídias de comunicação da entidade – site, redes sociais, boletins, materiais gráficos etc. A partir disso, será criado um Manual de Utilização da Marca para disciplinar e orientar um padrão do uso da imagem do SINASEFE – e, para isso, precisaremos da compreensão de todas as nossas seções sindicais.



A logomarca trabalhada pelo SINASEFE apresenta identidade e originalidade visíveis, porém não foi possível levantar uma explicação sobre o significado da imagem e/ou seu histórico até o momento. A imagem, contudo, precisa de modernidade, evitando mudanças profundas devido à sua significação acumulado com o passar dos anos. Dessa forma uma tática que pode trabalhar a questão em fórum deliberativo apropriado, no caso o próximo Consinasefe aferindo junto a base sobre o reposicionamento da marca do Sindicato.

Às Seções que utilizam a identidade do SINASEFE, sugerimos o download em nosso site do logotipo oficial, para que um processo de unificação visual tenha início. Link para download: <http://www.sinasefe.org.br/v3/index.php/imprensa>

Sigla – Padronização da nomenclatura do Sindicato

De acordo com as regras da língua portuguesa e jornalística, em que a forma correta de se escrever siglas que formam palavras e contém mais de três elementos é com apenas a primeira letra em maiúsculo: Sinasefe. Porém este Plano sugere a

continuidade da utilização da sigla em caixa alta: SINASEFE; por representar tradição entre entidades e sindicatos para dar ênfase desse tipo à nomenclatura.

Folheteria e cartilhas

A produção de artes, cartilhas, livretos, jornais, revistas etc, periódicos ou não, pode ser incluída – de acordo com as necessidades do Sindicato – nas rotinas de produção da Equipe de Comunicação. Ficará a cargo da DN a definição de conteúdos e textos a serem inseridos nos projetos gráficos, podendo estes serem produzidos pelos jornalistas ou outros autores previamente designados e autorizados. Para uma produção estável de mídias gráficas se faz necessária a aquisição do programa original CorelDraw X6, e sua compra – embora já solicitada e devidamente orçada – ainda não foi viabilizada.

23

Publicação especial para aniversário de 25 anos do SINASEFE

Como apresentado na página 19, uma das alternativas para ressaltar a história do Sindicato Nacional seria por meio do Boletim Especial a ser publicado e distribuído em novembro de 2013. Entretanto outras possibilidades podem abranger a necessidade, de acordo com avaliação política e orçamentária da Direção Nacional, como listado abaixo:

1. Em caso da não aprovação de um Boletim Especial para os 25 anos, que **um Folder ou um Livreto** sejam lançados com o mesmo material e na mesma data proposta, também impressos na mesma tiragem para envio às bases;
2. Desta forma, suprimindo uma lacuna emergencial com um material provisório para novembro, a Equipe poderá se debruçar até o mês de fevereiro sob a confecção de uma **Revista Especial dos 25 Anos do SINASEFE**, na qual – visto ser uma publicação de maior complexidade, com uma média entre 40-50 páginas – seja enfatizado o histórico completo da entidade com foco na produção de um material com qualidade e consulta cuidadosa às bases e diretores que participaram da vida do Sindicato;
3. E que além do material informativo (Boletim Especial/Folder/Livreto e Revista), recomenda-se também brindes com a marca dos 25 anos do SINASEFE – a qual já está em desenvolvimento – que registrem a data e marquem a passagem da gestão que esteve à frente do Sindicato. Os brindes sugeridos (para escolha de um ou mais) são: a) **Caneta**, b) **Calendário**, c) **Agenda**, d) **Chaveiro**, e) **Botom**, f) **Adesivo**, g) **Camiseta**.

Campanha de Filiação 2014

Aliado ao histórico do Sindicato, a Equipe de Comunicação se dispõe a desenvolver, a partir de charges, folders/outras publicações, seções em nosso site e peças gráficas e/ou audiovisuais, uma campanha de filiação para o ano de 2014, a qual

concilie os discursos sobre a importância da categoria organizada no interior de sua entidade classista representativa – o Sindicato – consoante ao discurso dos 25 anos do SINASEFE. O novo site – caso aprovado e desenvolvido – deve congrega em suas identidades visuais ambas as campanhas (filiação e 25 anos), as quais podem ser transportadas para as ferramentas visuais (mídias avulsas, capas, backgrounds e avatares) de nossas redes sociais.

Para este trabalho que desempenha demandas extraordinárias, bem como dedicação especial da Equipe, a contratação de serviços terceirizados pode vir a ser necessária. Um planejamento detalhado poderá abranger todas as faces dessa campanha, caso o interesse da atual gestão seja manifestada.

4.6 – Assessoria de Imprensa

Aplicabilidade

O trabalho de assessoria visa aproximar o SINASEFE dos meios de comunicação, por intermédio de relações com trocas e disseminação do trabalho realizado pelo Sindicato, bem como as reivindicações, as denúncias dos ataques/não atendimento do governo, as greves, entre outros casos.

Há uma resistência na aproximação da imprensa sindical com a mídia convencional, entretanto seu contato estreitado pode trazer benefícios quando o SINASEFE desejar divulgar notas de seu interesse. Nesse quesito, a atual demanda de atividades da Equipe de Comunicação compromete o tempo para o trabalho de Assessoria propriamente dita. Somente em estado de emergência e paralisando as atividades de rotina é que este serviço pode ser realizado.

A quantidade de profissionais, embora satisfatória para as demandas ordinárias, não comporta, em sua carga horária, uma atuação mais incisiva ao atendimento deste quesito.

Execução da ferramenta

Este Plano enseja consolidar a presença do Sindicato Nacional perante a imprensa e os demais sindicatos, as assessorias governamentais, bem como na mídia de massa etc. Para isso são necessárias a ampliação da equipe (com a contratação de um funcionário de caráter técnico, não necessariamente um novo comunicador social; ou de um estagiário) e/ou o remanejamento de atividades prioritárias para distribuir as seguintes tarefas, que atualmente não são desenvolvidas, entre os profissionais existentes:

Aplicação/atualização de *Mailing List* – Está em desenvolvimento pela Equipe de Comunicação um *mailing list* (ou lista de contatos de imprensa), aos quais serão

encaminhadas as pautas do Sindicato com intuito de que haja publicação nos veículos de comunicação. O *mailing* é feito por nome do(da) empresa/órgão/entidade/veículo de imprensa, telefones, e-mails e redes sociais. Muitas vezes o *mailing list* é substituído pelo recolhimento de notícias via redes sociais.

Envio de Releases – A atividade de envio de pautas é feito por meio de *release* (ou *press release*), texto de cunho noticioso, detalhando a informação que seja destaque pelo Sindicato. É de responsabilidade do profissional contratado receber as sugestões de destaques e avaliar se será adequado o envio ao *mailing list* das informações, pelo motivo das redações jornalísticas receberem inúmeros e-mails com *releases* e descartarem entidades que encaminham material sem critério e com frequência numa tentativa desesperada de projeção. A assessoria perde a credibilidade diante dos veículos de informação, pois classifica tudo o que o assessorado produz como importante a ser divulgado em imprensa nacional.

Aferição de resultados (*follow-up*) – A atividade de *follow-up* é o acompanhamento se os veículos receberam os *releases* do SINASEFE e se irão ou não considerar a pauta. Momento oportuno para estreitar relações com os jornalistas e demais contatos, por exemplo. Muitas vezes é possível identificar pautas concorrentes com as do Sindicato, ou saber com exclusividade de informações importantes.

Assessoria de *media training* – Para dar entrevistas aos veículos de comunicação é necessário ter precaução com as informações que serão passadas. A Assessoria de Imprensa deverá orientar se a capacidade do veículo a coletar a entrevista é capaz de tornar publica informações de “primeira mão” do Sindicato Nacional, por exemplo.

Para apresentar-se às mídias, as pessoas que serão porta vozes, ou fontes de entrevistas, precisam ser treinadas em relação à postura, visual, linguagem adequada e quais objetivos daquele veículo em informar as atividades do Sindicato. Isso se chama *media training*, que nada mais é do que a capacitação dos assessorados perante a imprensa. Um curso que pode ser feito tanto individualmente, quanto em grupos de sindicalistas que se disponibilizarem a ser fonte de entrevistas, principalmente os coordenadores da Direção Nacional.

5- RECURSOS HUMANOS

Para um sindicato de âmbito nacional como o SINASEFE, é ideal o trabalho em equipe para que o setor de comunicação se torne mais efetivo e eficaz. A contribuição de pessoal qualificado nas coberturas de eventos que acontecem em horários simultâneos; maior atenção com as atividades da assessoria de imprensa; produtos comunicativos com maior vista de profissionais da área (boletins, revistas, informativos); dedicação na atualização das redes sociais e site. Para tanto, este Plano, que visa melhorar nossa rotina de trabalhos, acarretará na necessidade de contratação temporária (*freelancer*) ou efetiva de:

- + Profissional de design gráfico para produção de materiais publicitários do SINASEFE (incluindo função cartunista);
- + Estagiário.

Com a entrada de um segundo jornalista no mês de setembro de 2013, a Equipe se fortaleceu e as atividades, principalmente em períodos de greve, poderão ter melhor cobertura.

Aperfeiçoamento da Equipe de Comunicação

Curso Designer Gráfico – A título de auxiliar demandas internas de produção de artes (ou peças) publicitárias, de informação e fotográficas, a jornalista Jéssica Fernandes se dispõe a aperfeiçoar conhecimentos com curso específico de design gráfico para desenvolver atividades nos seguintes programas: *Adobe Illustrator*, *Adobe Indesign*, *Adobe Photoshop*, *CorelDraw*.

Cotação de preços:

+ Escola de Informática de Brasília – Eibneti (Setor Comercial Sul)

Telefone: (61) 3043-6060 / 3323-1731 / 3963-3624

Valor: R\$ 1.552,00

+ Microlins (Guará)

Telefone: (61) 3021-2140

Valor: não informado via telefone, porém orçado como superior a R\$ 1.000,00

+ Versátil Tecnologia da Informação (Asa Sul)

Telefone (61) 3340-1815 / 3447-7520

Valor: R\$ 990,00

Curso Web Designer – Com o intuito de potencializar os conhecimentos em informática e dinamizar as transformações no site existente e/ou criação de *Hotsites* e *Blogs* do SINASEFE, o jornalista Mário Júnior se predispõe a realizar treinamento específico na

área de web design. Caso haja interesse do Sindicato em que seu colaborador adquira tais habilidades, opções existentes de cursos serão orçadas e encaminhadas à DN.

Curso de Prezi – A criação desta nova ferramenta, que moderniza o modelo de apresentação gráfica a partir de slides, tornando o aplicativo Power Point (integrante do Microsoft Office) visualmente obsoleto, gerou uma necessidade de atualização de conhecimentos a todos os profissionais. Ambos os jornalistas se dispõem a participar de curso de capacitação para domínio deste novo software.

Curso anual do Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) – O 19º curso anual do NPC está com inscrições abertas e acontecerá entre os dias 20 a 24 de novembro, no Rio de Janeiro (<http://nucleopiratininga.org.br/curso2013>). A participação de jornalistas sindicais e diretores de comunicação destas entidades é importante não apenas por uma questão de formação em comunicação sindical e popular, mas, especialmente, para fazer contatos da imprensa do segmento em nível nacional e compartilhar experiências. Além do NPC, também há outras boas instituições que fazem cursos de formação política sindical, como o Instituto Latino-americano de Estudos Socioeconômicos (Ilaese) e, sempre que possível, os profissionais da Pasta pleitearão suas participações nestes espaços.

Equipamentos sugeridos para aquisição pelo setor a serem orçados – Devido a falta de investimento constante no setor de Comunicação, alguns equipamentos estão em falta e/ou defasados. Para sanar tais pendências, lista de aquisições necessárias está anexa a este Plano.

6- PROPOSTA DE GRUPO DE TRABALHO E ENCONTRO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO DO SINASEFE

Este Plano Estratégico de Comunicação propõe à Direção Nacional passar a realizar um Encontro Nacional de Comunicação, a partir de Grupo de Trabalho de Comunicação para fortalecer e integrar a atividade comunicativa entre as Seções Sindicais e nossa Equipe de Comunicação.

O Encontro será resultado de Grupo de Trabalho de Comunicação que antecederia as preposições dos profissionais que constroem a comunicação social/sindical do SINASEFE em todo o país, que se reuniriam para compartilhar conhecimentos adquiridos; atualizar e trazer novos subsídios a este Plano de Comunicação; trocar experiências eficazes; aperfeiçoar as rotinas jornalísticas e comunicativas dentro das Seções Sindicais; reforçar que o trabalho comunicativo é de extrema relevância para a imagem do SINASEFE perante sua base de trabalhadores; qualificar e conscientizar as bases sobre o exercício do jornalismo e suas atividades; padronizar linguagens; fazer com que os profissionais que atuam nessa rede possam estreitar laços e reconhecerem-se enquanto categoria dentro de suas especificidades; dentre outros pontos.

O Encontro – inclusive por ser inédito na vida de nosso Sindicato – faz parte da estratégia mais ousada deste Plano de Comunicação, o qual abrangerá:

- + Palestras e debates sobre a situação da comunicação sindical no país e no SINASEFE;
- + Exposição das dificuldades da área e busca/apresentação de soluções;
- + Oficinas e minicursos de formação nas áreas de comunicação popular e sindical.

A programação e as pautas sobre o Encontro seriam amadurecidas com a participação de sugestões encaminhadas Grupo de Trabalho de Comunicação a ser formado, a partir dos jornalistas, profissionais e diretores que se interessarem a dar melhor tratamento à comunicação dentro das Seções Sindicais.

7- CONCLUSÃO

Diante do exposto, percebemos que com a formação de uma Equipe de Comunicação propriamente dita, a Pasta de nosso Sindicato alterou sua rotina substancialmente: foi a melhorada a composição gráfica e o conteúdo das produções comunicativas, contemplando com as mudanças, principalmente, no Boletim – veículo de informação muito visado e tradicional do SINASEFE.

Mas além do Boletim, com novo projeto gráfico, outras mudanças foram realizadas. A terminologia sindical está mais presente em nossos textos; a identidade visual do Sindicato foi vetorizada e disponibilizada para download de todos que precisem utilizá-la; as imperfeições visuais em nosso site – que beiravam a grosseria estética – foram minimizadas; Facebook, Twitter e YouTube tiveram avatares, capas e backgrounds reconstruídos dentro de uma proposta gráfica dinâmica; Google+ e Instagram foram criados e possuem padronizações estéticas semelhantes às demais redes sociais; todas as divulgações no Facebook (a rede social que possuímos maior inserção) ganharam tratamento gráfico adequado e próprio da pauta a ser trabalhada; os eventos que o SINASEFE realiza/participa ganharam padronizações para suas coberturas em tempo real; contatos com a imprensa sindical – sobretudo com a equipe da CSP-Conlutas – foram estreitados e nas publicações o que tem alcançado divulgação em outros fóruns; etc.

Como supracitados, apesar dos avanços significativos ainda há passos a serem avançados na comunicação do SINASEFE a alcançar um nível satisfatório de cobertura e qualidade: um novo site; a capacitação técnica; as definições para a padronização do setor; veículo impresso de alta tiragem e de boa qualidade, para larga distribuição na base nacional; novos equipamentos de trabalho; discussão ampliada com os trabalhadores acerca da comunicação sindical a subsidiar o Encontro Nacional de Comunicação.

Entendemos a apresentação deste Plano como um pontapé inicial para as proposições das mudanças necessárias à comunicação da entidade. Que suas eventuais insuficiências possam ser questionadas e supridas com novas ideias; que seus pontos fracos sejam reestruturados; a intenção não é fechar uma forma de gerir a comunicação do Sindicato, mas de abrir essa discussão e pensar em mecanismos que possam melhorá-la.

A partir desta iniciativa o desejo principal é influir o pensamento acerca da comunicação do SINASEFE em todas as suas extensões e potencialidades,

modernizando nossa forma de diálogo com a base e compreendendo as transformações pelas quais o jornalismo sindical passou nos últimos anos, para que nossa produção nunca deixe de atingir seu objetivo primordial: conscientizar e mobilizar os trabalhadores para a luta!

8.1 – Equipamentos sugeridos para aquisição pelo setor a serem orçados*

+ 1 Máquina Fotográfica Profissional Nikon, Modelo D3200 com lente 18-135mm, ou modelo de máquina/lente similar

Nossa máquina atual é semiprofissional e de modelo já ultrapassado (Sony Cyber-shot DSC-HX1). Um novo equipamento, profissional e com mais recursos, nos possibilitaria uma melhora significativa no trabalho de fotojornalismo da Equipe de Comunicação.

+ Quadro/Lousa de Recados

Quadro branco, com descanso para canetas e apagador, no qual organizaríamos as demandas do setor de modo que as mesmas fiquem visíveis a todos os jornalistas e coordenadores. Atualmente improvisamos esta exposição com post-its.

+ 2 Smartphones com sistema operacional Android com plano de voz e dados para uso exclusivo em serviço pelos jornalistas

Necessários para registros fotográficos e postagens em tempo real de reuniões, atos, encontros, seminários, plenárias etc; por intermédio das redes sociais Facebook, Twitter e Instagram. Tais atividades têm sido feitas atualmente com o uso dos smartphones e planos particulares dos jornalistas.

+ 2 Gravadores Digitais de Áudio

Para registro de entrevistas e coberturas na produção das pautas

+ 2 Cadeiras ergonômicas para digitador com apoio para braços e descanso de pescoço

Nossas cadeiras atuais, além de diferentes (uma é mais desconfortável que a outra) são desconfortáveis para trabalho por longos períodos.

+ 2 mesas para escritório

Nossos birôs, também desiguais e inapropriados, não permite que a Equipe possa compartilhar conteúdo durante a produção e se enquadram como igualmente desconfortáveis para atividades de longa duração.

+ 1 Notebook

A equipe só dispõe de um notebook para os dois profissionais, fazendo com que, frequentemente, equipamentos de uso particular dos jornalistas sejam utilizados no ambiente de trabalho

2 Mouses para Notebooks

A somar-se outro notebook à equipe, adquirir dois mouses, um para cada laptop, visto que não possuímos mouse para o equipamento já existente.

2 pen drives de 8 Gb

Para armazenamento por parte dos jornalistas do material de trabalho, visto que hoje ambos trabalham com unidades de armazenamento portáteis de propriedade particular.

1 PC desktop completo com monitor de 25 polegadas

Dada a defasagem de nossa atual estação, precisamos de uma mais moderna, capaz de rodar programas de editoração gráfica sem demasiado tempo de espera e com tela que possibilite a ampla visualização do projeto em desenvolvimento – ideal para as diagramações que a Equipe de Comunicação realizará.

1 Climatizador para a sala da Coordenação de Comunicação

Diante da temperatura quase sempre desagradável do ambiente (sobretudo entre o horário das 12 às 14 horas), única sala do Sindicato a não possuir condicionador de ar, solicitamos um ventilador/climatizador de coluna/vertical para melhorar a qualidade do local de trabalho.

2 Crachás de Identificação Profissional

Forma de identificar externamente os profissionais da área de Comunicação Social do SINASEFE.

2 Coletes/Jaquetas de Jornalistas

Roupas com bolsos muito utilizadas pela categoria para portabilidade dos equipamentos (celulares, gravadores, canetas, blocos de anotações etc) durante coberturas.

4 Fardamentos Personalizados (2 para cada profissional)

Para profissionalização e identificação dos profissionais do setor quando estiverem em eventos/reuniões a serviço do SINASEFE. Preferencialmente sendo camisas modelo polo.

Licença original do CorelDraw X6

Necessário para produção sem ônus das nossas mais diversas mídias gráficas, tendo em vista que atualmente utilizamos uma versão não licenciada que não nos libera todas as funções do aplicativo.

*Algumas dessas solicitações já foram orçadas pelo técnico de informática, William Gomes, e encaminhadas à Coordenação Geral do SINASEFE para a devida apreciação.