



# ***PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO***





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



<b>1. INTRODUÇÃO</b>	Pg. 01
1.1. Localização e missão do Sinasefe	Pg. 01
<b>2. OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>	Pg. 02
2.1. Objetivos geral e específico	Pg. 02
2.2. Identificação do público-alvo	Pg. 03
2.3. Alcance da mensagem	Pg. 03
2.4. Projeção da mensagem e orientação estratégica	Pg. 04
2.5. Divisão da produção textual	Pg. 05
<b>3. ANÁLISE GERAL E PROPOSTAS DE MUDANÇAS</b>	Pg. 06
3.1. Veículos de comunicação	Pg. 06
a) Website	Pg. 06
b) Boletim Eletrônico	Pg. 07
c) Redes Sociais	Pg. 08
d) E-mails	Pg. 09
e) Material impresso	Pg. 10
3.2. Equipe de comunicação	Pg. 10
3.3. Atribuições dos jornalistas	Pg. 11
3.4. Desvios de função	Pg. 12
3.5. Estrutura e equipamentos	Pg. 13
3.6. Identidade visual	Pg. 14
3.7. Problemas enfrentados	Pg. 15
3.8. Novas intervenções da comunicação	Pg. 17
<b>4. EM DEFESA DE UMA COMUNICAÇÃO DE QUALIDADE PARA O SINASEFE</b>	Pg. 18
4.1. Validade deste Plano	Pg. 18
<b>5. ANEXOS</b>	Pg. 19
5.1. Avaliação sobre o Boletim Eletrônico do Sinasefe	Pg. 20
5.2. Produção de Boletim Eletrônico (organograma de novembro de 2014)	Pg. 24
5.3. Divulgação de eventos (organograma de novembro de 2014 atualizado)	Pg. 25





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



## **1. INTRODUÇÃO**

### **1.1. Localização e missão do Sinasefe**

O Sindicato Nacional dos Servidores Federais da Educação Básica, Profissional e Tecnológica (Sinasefe) possui como missão a representação política e de classe dos trabalhadores da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT), sendo, portanto, o Sindicato Nacional da categoria.

Legítima e legalmente, o Sinasefe encontra-se nesta posição representacional desde 11 de novembro de 1988, possuindo como princípios a defesa da sua categoria representada; da classe trabalhadora, em seu conjunto; e de uma educação pública, gratuita, laica, de boa qualidade e socialmente referenciada.

Esta missão se põe, de maneira indissociável, ao lado 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 conquistas de melhores condições na educação, de vida e de trabalho para toda a classe trabalhadora.

O Sinasefe é uma entidade que tem como princípio organizacional a unificação das categorias e segmentos de trabalhadores em seu local de trabalho, como recomenda a Organização Internacional do Trabalho (OIT), não dividindo as lutas dos técnico-administrativos e docentes da RFEPCT como específicas de cada um, mas sim como parte das lutas de todos os trabalhadores da educação, por ter amadurecido – ao longo de quase 28 anos – o entendimento de que técnicos e docentes compartilham cotidianamente das mesmas dificuldades, embora pertençam a planos de carreiras diferentes.

É assim que o Sinasefe articula suas lutas: mantendo as especificidades de cada categoria, mas sem fragmentar a unidade que a classe trabalhadora precisa para construir o enfrentamento contra o governo federal e a exploração neoliberal e capitalista.

Filiado político da CSP-Conlutas (Central Sindical e Popular) e da Confederação dos Educadores Americanos (CEA), o Sinasefe possui hoje, data da produção deste Plano, 90 Seções Sindicais com funcionamento regulamentado e mais de 27 mil filiados, espalhados pelas 564 unidades de ensino<sup>1</sup> da RFEPCT – que serão 606 em 2017.

Apontamos aqui que um Sindicato Nacional da dimensão do Sinasefe agrega uma base muito ampla, dividida em um número de seccionais que já é por si só já bastante numeroso, e esta amplitude tende a se expandir ainda mais (com filiações e fundações de novas Seções), gerando com isso uma demanda contínua e volumosa na área de comunicação social e, especificamente, de imprensa sindical e assessoria de comunicação.

Apresentaremos, nas próximas páginas, um Plano de Comunicação Social que visa estabelecer um diagnóstico da nossa condição real do setor; mapear os pontos positivos e as debilidades existentes; e sugerir as transformações necessárias para que o trabalho a ser desenvolvido, a partir de então, alcance um resultado satisfatório.

<sup>1</sup> Conif ([portal.conif.org.br/ultimas-noticias/1022-orcamento-2017-poe-em-risco-funcionamento-das-instituicoes-da-rede-federal.html](http://portal.conif.org.br/ultimas-noticias/1022-orcamento-2017-poe-em-risco-funcionamento-das-instituicoes-da-rede-federal.html))





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



## **2. OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO**

Este Plano de Comunicação visa discorrer acerca do método de interação do Sinasefe 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 da entidade. O Plano pretende, também, melhorar a rotina de trabalho da equipe de comunicação da entidade e propor ajustes para aperfeiçoar cada veículo de informação.

O Plano passará pelos seguintes processos de aprovação antes de ser efetivado: 1) assessoria de comunicação; 2) diretores da pasta de comunicação; 3) Direção Nacional (DN) do Sinasefe.

O novo método seguirá as diretrizes da instância colegiada para balizar as atividades comunicacionais; o embasamento político-sindical; e o uso mais eficaz e eficiente dos recursos humanos, logísticos e orçamentários existentes; bem como quais podem ser repensados e inseridos.

A comunicação, por ser um setor essencial e estratégico para o registro da forma como o trabalho da DN do Sinasefe será publicizado e absorvido pela base de trabalhadores, precisa ser cuidadosamente pensada – por isso a formalização desse Plano.

O alinhamento do editorial político da entidade ao conteúdo veiculado também se faz de extrema importância neste projeto informativo (e formativo) em que a imprensa é artefato essencial para a disputa de hegemonia, dados os objetivos do Sindicato Nacional em combater a lógica do capital – que privatiza e monopoliza os veículos de comunicação de massa, tanto quanto criminaliza os movimentos sindicais, populares e sociais.

### **2.1. Objetivos geral e específico**

A comunicação feita pelo Sinasefe precisa se colocar na condição de principal fonte de pesquisas e consultas dos docentes e técnico-administrativos da RFEPTC em temáticas relacionadas às suas vidas profissionais, agregando-se de legitimidade e credibilidade diante da categoria. Para isso, os canais precisam ser atualizados de forma avigorada e com aplicabilidade de método específico de conduta quanto à veiculação de conteúdos, demonstrando estabilidade informacional e estética.

O compromisso da entidade em dar segmento às lutas que os trabalhadores travam contra o governo e por melhores condições de remuneração e trabalho, o qual a DN e as Seções desenvolvem em todo o país, precisa ser visualizado não somente pelos dirigentes sindicais e profissionais da imprensa do Sinasefe, mas também (e principalmente) por cada servidor, reconhecendo que cada um é peça ativa para intervir na mobilização pela informação/denúncia e participar da formação de conteúdos.

Deste modo, iremos traçar as estratégias de divulgação que possam ser mantidas mesmo com a rotatividade de plantonistas, sem representar prejuízo de quaisquer perspectivas ao Sinasefe e/ou desrespeito às decisões de suas instâncias deliberativas – da base (Congressos e Plenárias) e da DN (reuniões presenciais do colegiado).

Podemos listar, como síntese de nossos objetivos na área de comunicação:

- a) Aproximação da base representada com a DN do Sinasefe e, por conseguinte, com sua respectiva Seção Sindical. Mobilizar a categoria é de vital importância para a legitimidade da política da entidade, assim como atrair os servidores não filiados à integração com sua entidade classista representativa;





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



- b) Colaborar e interagir com outras entidades classistas e com trabalhadores de outros setores, buscando apoio às nossas reivindicações específicas e unificando lutas que pertençam às mais variadas categorias de trabalhadores;
- c) Elucidar a sociedade em geral sobre as ações do Sinasefe e seus objetivos, 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 através da desinformação, evidenciando o quanto se faz necessária uma maior colaboração e solidariedade na busca por um futuro onde 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 aquilo que imaginamos alcançar de modo mais amplo com o conteúdo produzido e veiculado pela entidade.

## **2.2. Identificação do público-alvo**

Para fomento de pautas e utilização de terminologia apropriada, se faz necessário delimitar os públicos-alvo prioritários da imprensa do Sinasefe. Pensamos que os mesmos são:

- a) Em primeiro plano, docentes e técnico-administrativos da RFEPCT;
  - i. Centralmente, os sindicalizados;
  - ii. Periféricamente, os não sindicalizados.
- b) Num segundo plano, entidades e centrais sindicais legítimas de todas as áreas e categorias, as quais – independente dos seus posicionamentos políticos aprovados – formam conosco laços classistas para além de divergências pontuais e momentâneas. Toda a classe-que-vive-do-trabalho é explorada e uma das mensagens mais marcantes de Marx é a de que esta classe precisa estar unida;
  - i. Centralmente, entidades da educação federal e a CSP-Conlutas;
  - ii. Em plano intermediário, membros do Fórum das Entidades Nacionais dos Servidores Públicos Federais (Fonasef);
  - iii. Periféricamente, as demais entidades e organizações classistas, populares, do movimento estudantil e social.
- c) E, por fim, em um plano menos direto, mas igualmente na condição de nosso público alvo, a sociedade civil como um todo. Em épocas de mobilização, paralisação, atos e greves, por exemplo, é esta parcela que – bombardeada pelas distorções da mídia convencional – tende a desaproveitar as entidades sindicais à frente dos eventos, mas que com a devida elucidação pode reverter tal posicionamento. A aprovação da opinião pública é, também, algo que nossa comunicação sindical deve buscar.

## **2.3. Alcance da mensagem**

O Sinasefe possui base territorial nacional e, portanto, uma necessidade de que as mensagens veiculadas por sua imprensa alcancem essa amplitude.

É necessário ter em mente que a informação produzida pela entidade torna-se fonte de consulta para todas as nossas Seções Sindicais, que por vezes a reproduzem sem edições e em conteúdo integral – o que aumenta nossa responsabilidade, já que um erro de nossa parte pode se replicar por muitos outros veículos.





SINASEFE

## **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



### **2.4. Projeção da mensagem e orientação estratégica**

Sem aprofundar em digressões de teorias da comunicação e tratamento das identidades das mensagens e seus agentes, podemos sintetizar uma das nossas definições de 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 e imprensa convencional, não transformamos informação em mercadoria e/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 centralidade dos conteúdos com a internet e redes sociais.

Precisamos amadurecer e ter a devida humildade para reconhecer que se os movimentos da classe trabalhadora mobilizam hoje em menor grau que três décadas atrás, quando organizavam as primeiras Conferências Nacionais da Classe Trabalhadora (Conclat), este 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 todos os trabalhadores, dos mais intelectualizados aos mais precarizados, se inserem.

Os velhos jargões e palavras de ordem já não mobilizam como antes, são frutos de estereotipação e preconceitos negativos. 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 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 relaciona-se com seus representados apenas diante desta esfera, ele adquire uma característica rígida que só permite sua acessibilidade aos interessados diretamente por política.

É necessário, algumas vezes, inserir a política de maneira fragmentada e/ou secundarizada, em comunicados que tratem aspectos profissionais, culturais e lúdicos, quebrando o distanciamento do discurso sindical das questões cotidianas – desfazendo a ideia de que uma coisa está totalmente desligada da outra.

Produzir matérias que retratem pesquisas desenvolvidas por sindicalizados, com entrevistas desses pesquisadores (e é aí que a precarização na 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; incentivar e divulgar confraternizações em datas festivas nas Seções Sindicais; dentre outras coisas; pode ajudar na diversificação temática que talvez possa expandir nosso discurso junto à categoria.

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/otimizar esse processo.





**SINASEFE**

## **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



### **2.5. Divisão da produção textual**

Dentro do jornalismo existe uma infinidade de categorias textuais, dentre as quais podemos destacar como principais (diante das nossas necessidades de produção):

- a) Lead – é a primeira parte de uma notícia, geralmente o primeiro parágrafo posto em destaque, que fornece ao leitor informação básica sobre o conteúdo que lhe segue e pretende prender-lhe o interesse;
- b) Release – comunicado feito por um indivíduo ou organização para a imprensa, visando divulgar uma notícia ou um acontecimento de interesse pessoal, coletivo e/ou midiático;
- c) Notícia – caracteriza-se pela linguagem direta e formal. Tem caráter informativo e é escrita de forma impessoal, frequentemente fazendo uso da terceira pessoa. Inicia-se com o lead e se segue com o corpo da notícia. Enquanto na primeira parte estão registradas as principais informações do fato, no corpo do texto estão presentes os detalhes (relevantes ou não), as causas e as consequências dos fatos, como, onde e com quem aconteceu, e a sua possível repercussão na vida das pessoas que estão lendo. Pode ter ou não um público-alvo (jovens, políticos, idosos, famílias), e caso tenha a linguagem poderá ser adaptada para o melhor entendimento;
- d) Editorial – é uma sessão do veículo informativo que possui opiniões dos editores e/ou da própria empresa que edita o veículo de comunicação. São textos opinativos, e não tem a obrigação de serem imparciais;
- e) Reportagem – tem por essência a descrição e caracterização de eventos. Para isso a reportagem conta com algumas perguntas que, ao serem respondidas, formarão a estrutura do texto. Essas perguntas são conhecidas como “WH Questions” e servem para melhor estruturar a reportagem: “o quê?”, “como?”, “quando?”, “onde?”, “porquê?”, “quem?”;
- f) Nota – texto curto composto apenas pelo lead. Normalmente trata de algum assunto de fácil compreensão e assimilação e que seja do interesse do leitor. Algo que já tenha sido noticiado ou que não possui detalhes relevantes para serem descritos;
- g) Artigo – publicação que contenha a opinião do autor sobre um tema específico. Os artigos de grandes jornais impressos, por exemplo, são escritos por autores convidados e/ou contratados para comentarem sobre um determinado tema. Não confundir com artigo científico – categoria de texto acadêmico.

Diante do exposto, que não esgota todas as modalidades textuais disponíveis (apenas levantamos as que mais utilizamos), nos cabe como reflexão que é inadequado aos profissionais contratados pelo Sinasefe a emissão de opiniões próprias em seus textos, devendo os mesmos serem de natureza noticiosa e prezando pela impessoalidade.

Nivelando este entendimento, frisamos a necessidade de participação da DN no processo de produção de conteúdo, devendo ela ser responsável por textos políticos/opinativos e à assessoria de comunicação cabendo responsabilidade de produção de textos noticiosos/técnicos.

### 3. ANÁLISE GERAL E PROPOSTAS DE MUDANÇAS

Elaboraremos, a partir daqui, um texto mais objetivo e propositivo acerca da estrutura de comunicação do Sinasefe, com a descrição do cenário atual e a nossa proposta para uma nova situação, que consideramos ideal e ao mesmo aplicável dentro das nossas limitações de recursos humanos e financeiras (capacidade de investimento da entidade no setor).

#### 3.1. Veículos de comunicação

##### a) Website

Nosso website ([www.sinasefe.org.br](http://www.sinasefe.org.br)), mesmo passando por sensível modificação em outubro de 2013, está defasado do ponto de vista estético e técnico. Utiliza a plataforma Joomla, versão 1.5 (sem possibilidade de atualização), com interface pouco interativa e assemelhada ao ambiente de um blog.

Há uma grande quantidade de informações e documentos distribuídos pelo portal que precisam de reposicionamento no tocante à organização (basicamente todo o conteúdo anterior a setembro de 2013). A página confunde o internauta, dificultando o caminho para se encontrar o que se deseja pelo excesso de subseções.

É o nosso veículo de comunicação mais importante, com quase 10 milhões de acessos desde 2011. Encontra-se, atualmente, em situação de alimentação regular em relação à frequência de publicações.

No entanto, por limitações de sua plataforma de programação e estética superada, precisa ser inteiramente reestruturado – processo que já está em curso junto à empresa ClickBraz, com novo sistema gerenciador em plataforma WordPress.

O site do Sinasefe guarda a memória da nossa comunicação contemporânea e um banco de documentos com milhares de arquivos, que democratizam com as bases o conhecimento acerca das decisões aprovadas em nossos fóruns.

Tivemos, como experiência positiva, a adição do hotsite do Seminário Nacional de Educação (SNE) como seção do nosso website, em fevereiro de 2015. O mesmo cumpriu o seu papel de divulgação e centralização do conteúdo relativo ao evento e encontra-se acessível ([www.sinasefe.org.br/sne](http://www.sinasefe.org.br/sne)), com o histórico organizado do evento de 2015 e pronto para readequação e reutilização em todos os próximos SNE.

O ideal é que sejam criados hotsites para os principais eventos do Sinasefe, por questão de padronização, e priorizando os hotsites das Plenárias Nacionais e dos Congressos, por demandarem maior interesse das bases. Entretanto é necessário avaliar o impacto financeiro demandado para isso: precisamos, no momento, de pelo menos mais cinco hotsites (serão descritos nas propostas logo abaixo) e o custo de cada um, para produção com a empresa ClickBraz, é de aproximadamente R\$ 3.000,00 (três mil reais).

##### Propostas:

- Manutenção do website como principal canal de comunicação do Sinasefe;
- Finalização do novo website com a empresa ClickBraz para lançamento em maior brevidade possível;
- Prosseguir com o website comportando diretamente em nosso servidor:
  - Notícias;
  - Documentos;
  - Mídias;
  - Álbuns de fotos;
  - Hotsite do SNE (9 edições realizadas).



# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



- Prosseguir com o website comportando diretamente em sua interface:
  - Agenda de eventos (via Google);
  - Integração com perfis de redes sociais.
- Hospedar, na alimentação do novo website, diretamente em nosso servidor:
  - Vídeos (hoje estão hospedados no YouTube);
  - Hotsite dos Congressos (30 edições realizadas);
  - Hotsite das Plenárias Nacionais (143 edições realizadas);
  - Hotsite dos Encontros Nacionais de Assuntos de Aposentadoria e Seguridade Social – ENAASS (13 edições realizadas);
  - Hotsite dos Encontros do Coletivo Jurídico (7 edições realizadas);
  - Hotsite dos Encontros dos Servidores Cíveis das Instituições Militares de Ensino – Escime (10 edições realizadas).
- Metodologia proposta de produção:
  - Padronização de mídias (dimensão e estética) para comunicação visual nas publicações;
  - Notícias, com possibilidade de mídias ao vivo em redes sociais e álbum de fotos, para as pautas do Sinasefe com cobertura pelos profissionais da entidade;
  - Álbuns de fotos com lead para as pautas do Sinasefe sem cobertura pelos profissionais da entidade;
  - Por “pautas do Sinasefe”, tomaremos os eventos dos quais o Sindicato Nacional participe com atuação direta (atuando na construção do mesmo) ou indireta (participação de servidores, sendo estes diretores ou não, que estejam representando a entidade no espaço);
  - Por “pautas do Sinasefe” não podem ser entendidos os eventos particulares das Seções ou que possuam diretores do Sinasefe que não estejam representando a entidade naquele momento;
  - Divulgação em redes sociais das notícias produzidas pelas Seções que nos sejam encaminhadas e representem interesse de toda a categoria – essas notícias das Seções devem ser produzidas pelas mesmas, não pelos profissionais do Sinasefe.

## **b) Boletim Eletrônico**

Com mais de 570 edições, o Boletim Eletrônico do Sinasefe, que tinha periodicidade semanal, foi um importante veículo de divulgação do Sindicato. Hoje, com a velocidade em que circulam as informações, o abastecimento contínuo do site se converteu num vetor mais significativo de transmitir a informação às bases.

Ao invés de se lançar um veículo no final da semana com as informações compactadas, tornou-se mais dinâmico divulgar essas informações, em separado, diariamente no website, fazendo com o que o formato anterior caísse em obsolescência e desuso.

A manutenção da publicação é necessária, sobretudo por seu longo histórico de edições, porém com nova periodicidade e formato – até pelo fato de que o boletim, que ganhou um projeto gráfico após a 530ª edição, tornou-se mais complexo em sua elaboração e confecção por exigência de processo de diagramação.

Para melhor explicação deste ponto, anexamos a este Plano de Comunicação um relatório acerca da necessidade do retorno dos boletins do Sinasefe, produzido pela assessoria de comunicação da entidade em 26 de junho de 2016, sob demanda dos diretores da pasta de comunicação.





# SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



## Propostas:

- Atualização do Boletim Eletrônico por plantão/semana para Boletim Eletrônico Mensal do Sinasefe; **Adição: podem haver boletins extraordinários, de acordo com a necessidade do Sinasefe, fazendo com que mais de um boletim seja publicado por mês;**
- Troca da responsabilidade dos plantões pelo conteúdo do Boletim para o colegiado da DN;
- Troca do conteúdo noticioso/sintético do Boletim por conteúdo mais denso/analítico;
- Caso haja necessidade extraordinária de informação semanal dos plantonistas às bases, e caso a mesma não seja compatível com uma produção de matéria para o site, a mesma pode ser divulgada por vídeo gravado pelos plantonistas na sede do Sinasefe, alimentando nosso canal de vídeos no YouTube e movimentando os perfis de redes sociais (estes veículos serão abordados no próximo tópico) e nosso site na divulgação da peça.

## c) Redes Sociais

Comprovadamente as redes sociais ocupam um *locus* central e estratégico para a comunicação social de modo geral.

No desenvolvimento contemporâneo da comunicação, sobretudo após a pulverização que trouxe a internet, inserindo-se em espaços que antes eram preenchidos por veículos de natureza impressa e nos jogando num ambiente digital, integrado e de fluxo instantâneo de informações, é necessário compreender as nuances das redes sociais, assim como a velocidade das suas mudanças, e participar dos processos de inserção nesses canais onde nosso público-alvo se insere.

O posicionamento do Sinasefe nas redes sociais neste momento é satisfatório. Temos os seguintes perfis ativos:

- Fanpage no Facebook ([www.facebook.com/sinasefe.nacional](http://www.facebook.com/sinasefe.nacional)), com 13,6 mil curtidas;
- Perfil no Google+ ([www.plus.google.com/+CanalSinasefe](http://www.plus.google.com/+CanalSinasefe)), com 72 pessoas envolvidas em nossos círculos;
- Perfil no Instagram ([www.instagram.com/sinasefe](http://www.instagram.com/sinasefe)), com 170 seguidores;
- Perfil no Twitter ([www.twitter.com/SINASEFE](http://www.twitter.com/SINASEFE)), com 1,85 mil seguidores;
- Canal no YouTube ([www.youtube.com/canalsinasefe](http://www.youtube.com/canalsinasefe)), com 518 inscritos.

Existe, também, o grupo de WhatsApp “Sinasefe Comunicação”, mas o mesmo é restrito e destinado exclusivamente para troca de informações e demandas profissionais entre diretores da pasta e os profissionais do setor.

Dos cinco perfis públicos que descrevemos acima, quatro têm por finalidade a divulgação de material publicado em nosso website – a exceção é o canal do YouTube, no qual fazemos nossas transmissões de eventos ao vivo (via hangouts) e hospedagem de vídeos. O canal do YouTube também é organizado, prioritariamente, pelo técnico de informática e responsável atual pelo audiovisual do Sinasefe, William Gomes, e não pelos jornalistas da entidade.

Estes perfis que possuímos nas redes sociais têm sido nossos principais expansores de discurso, levando nosso conteúdo ao público-alvo de maneira instantânea, em feeds de notícias, linhas do tempo etc.

Também possuímos dois canais em situação de inatividade, desativados em outubro de 2015 por deliberação da DN anterior:





# SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



- Grupo de Facebook Sinasefe Nacional ([www.facebook.com/groups/sinasefe](http://www.facebook.com/groups/sinasefe)), com 1,5 mil inscritos;
- Grupo de Facebook Comando Nacional de Greve do Sinasefe ([www.facebook.com/groups/gruposinasefenacional](http://www.facebook.com/groups/gruposinasefenacional)), com 788 inscritos.

Estes dois canais são fóruns de debates, onde também fazíamos a divulgação de conteúdo produzido em nosso site. O motivo da desativação não nos foi especificado pela gestão 2014-2016 da DN, nos chegando apenas o pedido de retirada de circulação dos mesmos. Por já termos uma fanpage bastante movimentada na mesma rede social destes fóruns; assim como a divulgação de conteúdo neles dois tratar-se de redundância; a perda no alcance da nossa divulgação com a desativação dos dois canais foi insignificante.

Voltando a abordar os cinco canais ativos (Facebook, Google+, Instagram, Twitter e YouTube), a alimentação contínua deles vem fazendo com que os mesmos cresçam exponencialmente. Como exemplos, podemos citar que, em setembro de 2013, nossa página do Facebook possuía 2,9 mil curtidas e nosso perfil do Twitter tinha 250 seguidores.

A readequação estética (com produção de mídias específicas) e o abastecimento contínuo foram importantes e determinantes para o crescimento do público em nossas redes sociais.

Contudo, é importante dizer que, pelos termos de utilização, o conteúdo veiculado dentro das redes sociais não pertence a quem o produz, mas ao dono da rede; assim como o mesmo pode ser retirado de circulação a qualquer momento, caso venha a ferir os termos de utilização da rede. Desta forma, se torna importante delimitar que as redes sociais devem ser utilizadas para divulgação de material presente em nosso site, não para criação de conteúdo.

## Propostas:

- Prosseguir com o uso dos perfis das redes sociais para divulgação do conteúdo publicado no site;
- Desativar o perfil do Google+, por conta do mesmo não se tratar de fanpage e não ter engajamento de público que justifique sua manutenção no ar;
- Manter as desativações dos fóruns do Facebook, tendo em vista que a fanpage da mesma rede social cumpre o papel que os dois cumpririam;
- Contratação de empresa para produção de vinheta do Sinasefe, esteticizando o canal de vídeos como “TV Sinasefe”;
- Definir metodologia de moderação de comentários, excluindo ofensas e calúnias, e banindo da página perfis que reincidam na mesma conduta; **Modificação: os comentários moderados devem ser encaminhados para toda a DN;**
- Metodologia proposta de produção:
  - Padronização de mídias (dimensão e estética) para comunicação visual nas redes sociais;
  - Padronização de mídias (dimensão e estética), legendas e transições para edição dos vídeos.

## d) E-mails

A comunicação por endereço eletrônico, uma das mais antigas do meio digital, ainda hoje é bastante utilizada. Todos nós temos e utilizamos quase que diariamente os nossos endereços de e-mail.

O Sinasefe se comunica com suas bases a partir de três endereços oficiais:

- [dn@sinasefe.org.br](mailto:dn@sinasefe.org.br), utilizado pela DN;
- [imprensa@sinasefe.org.br](mailto:imprensa@sinasefe.org.br), utilizado pela assessoria de comunicação;
- [comunica.sinasefe@gmail.com](mailto:comunica.sinasefe@gmail.com), também utilizado pela assessoria de comunicação.





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



Sobre esses canais, pelos quais muitas vezes são repassadas informações sobre eventos, transmissão de documentos, divulgação de publicações etc, sugeriríamos a criação de um cadastro – a partir do mailing existente de sindicalizados e Seções Sindicais – e início de uma newsletter semanal, com um resumo das informações publicadas no website de segunda à sexta-feira.

Essa newsletter seria organizada pelos jornalistas, responsáveis pelo abastecimento do site, e enviada ao final de cada semana, com a devida formatação estética e de programação construída por empresa contratada para tal finalidade.

## **Propostas:**

- Prosseguir com o uso dos três e-mails oficiais do Sinasefe, dois de uso da assessoria de comunicação e um de uso da DN;
- Contratação de empresa para programação de newsletter do Sinasefe.

## **e) Material impresso**

Sem periodicidade, mas produzidos dentro de necessidades específicas, o Sinasefe tem levado panfletos, cartazes, boletins, cartilhas e outros materiais gráficos à sua base.

Sistematizar uma metodologia para estes lançamentos, dada a sua aleatoriedade, torna-se impossível no momento.

Entretanto, para fins de proposição neste Plano de Comunicação, não serão levantadas propostas de nossa parte de produção periódica de impressos – dado o seu alto custo de fabricação e distribuição.

## **Propostas:**

- Os boletins, que sugerimos aqui que retornassem com periodicidade mensal, devem ser eletrônicos, com lançamento em formato flipbook – hospedagem na conta do Sinasefe no [www.youblisher.com](http://www.youblisher.com);
- Os panfletos, folhetos, flyers, cartilhas, cartazes e demais publicações também podem continuar como produções destinadas ao site e com suas divulgações em formato PDF e, quando possível, flipbooks;
- Demais materiais, específicos para eventos – folders, banners, blocos de anotações, canetas, camisetas, crachás, certificados, adesivos, bolsas, convites, brindes etc – devem ser impressos dentro das quantidades necessárias ao atendimento dos participantes (ver organograma de novembro de 2014, atualizado em agosto de 2016, em anexo a este Plano);
- No tocante aos cartazes, é importante frisar que a estratégia de lançamento como mídia impulsionada por pagamento nas redes sociais (fanpage do Facebook como canal ideal) é mais efetiva do que a impressão e envio dos mesmos via correios para as Seções.

## **3.2. Equipe de comunicação**

A equipe de profissionais da área de comunicação do Sinasefe é composta por dois profissionais com formação em jornalismo: Mário Júnior, contratado em setembro de 2013, e Monalisa Resende, contratada em janeiro de 2014.

Ambos possuem carga horária de cinco horas diárias (totalizando 25 horas semanais). Monalisa tem horário das 8 às 13 horas e Mário tem horário das 14 às 19 horas.

A jornalista Monalisa Resende, por acordo firmado com a pasta e entre a equipe de comunicação, atua profissionalmente em modalidade home office, reunindo-se semanalmente para distribuição de pautas e demandas na sede do Sinasefe.





Temos também as contratações em modalidade freelancer, o webmaster do site e o apoio pontual de profissional do Sinasefe para edição e registro audiovisual.

Como freelancers, podemos listar na condição de contratações mais recentes:

- a) Rejane Nogueira, diagramadora/design – último trabalho em dezembro de 2015;
- b) Ricardo Borges, ilustrador/chargista – último trabalho em novembro de 2015;
- c) Ronaldo Alves, diagramador/design – último trabalho em junho de 2015;
- d) Carlos Latuff, ilustrador/chargista – último trabalho em maio de 2015;
- e) Esau Alvear, tradutor (idioma castelhano) – último trabalho em janeiro de 2015;
- f) Mayara Caetano, fotógrafa – último trabalho em novembro de 2014.

Ricardo Borges também atua como webmaster do site atual. Trabalho este que irá cessar após o lançamento do novo site do Sinasefe.

William Gomes, técnico de informática do Sinasefe, tem se responsabilizado pelo registro audiovisual, transmissão via hangout dos eventos, gestão dos equipamentos de vídeo e edição de vídeos da entidade.

**Adição: as charges elaboradas pelo Sinasefe devem ser “politicamente corretas”.**

### **3.3. Atribuições dos jornalistas**

Em acordo com a legislação vigente, que pode ser consultada no site da Federação Nacional dos Jornalistas (<http://fenaj.org.br>), entendemos por atribuições próprias dos jornalistas os seguintes itens:

- a) Elaboração de pautas, notícias, reportagens, entrevistas e todo o material comum à redação jornalística para divulgação nos veículos de comunicação da entidade;
- b) Atualização da agenda de eventos e calendário de atividades do Sinasefe;
- c) Identificação e proposição de pautas à DN do Sinasefe;
- d) Acompanhamento das atividades desenvolvidas pelo Sinasefe, exceto em atividades onde não existam condições adequadas de trabalho;
- e) Acompanhamento, quando de interesse do Sinasefe, das atividades desenvolvidas pela CSP-Conlutas, pela Coordenação Nacional de Entidades dos Servidores Públicos Federais (CNESF), pelo Fonasef, e por fóruns e frentes desencadeados de mobilização específica, tais como audiências com o governo, reuniões, passeatas, atos públicos, plenárias, encontros regionais e nacionais etc, exceto em atividades onde não existam condições adequadas de trabalho;
- f) Registro fotográfico de todos os eventos do Sinasefe e do interesse do Sindicato Nacional;
- g) Registro audiovisual de todos os eventos do Sinasefe e do interesse do Sindicato Nacional;
- h) Atualização e abastecimento com informações dos veículos de comunicação do Sinasefe;
- i) Edição e divulgação de publicações do Sinasefe;
- j) Roteirização e divulgação de vídeos do Sinasefe;
- k) Elaboração e divulgação de clipping;
- l) Elaboração e atualização de mailing list;
- m) Gestão dos e-mails institucionais da assessoria de comunicação do Sinasefe;
- n) Gestão da comunicação interna e externa do Sinasefe;
- o) Contato com a imprensa e atendimento a jornalistas que consultem o Sinasefe por quaisquer motivos, além da produção de releases, da convocação de coletivas e da realização de media training;



# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



- p) Elaboração de estratégias para visibilidade e divulgação do Sinasefe, contribuindo para a mobilização e articulação da categoria.

Podemos trazer, ainda, sem prejuízo à legislação vigente e sem configurar desvio de função à profissão dos jornalistas, as inclusões das seguintes características às nossas rotinas de trabalho:

- a) Mapeamento da infraestrutura de trabalho e solicitação de aquisição/troca de equipamentos sempre que necessário;
- b) Revisão gramatical e terminológica de textos oriundos das bases e da própria DN;
- c) Produção de relatórios que mensurem resultados relativos à comunicação do Sinasefe;
- d) Produção e atualização do manual de redação da assessoria de comunicação do Sinasefe;
- e) Produção de check list da cobertura dos eventos do Sinasefe;
- f) Acompanhamento/assessoramento às empresas contratadas para a produção de material de comunicação para o Sinasefe (assessorar o desenvolvimento de um hot site, por exemplo);
- g) Arquivamento físico, na sede do Sindicato Nacional, e eletrônico, no banco de dados do website, das publicações lançadas pelo Sinasefe;
- h) Arquivamento eletrônico, no banco de dados do website, dos documentos da entidade divulgados às bases do Sinasefe (ofícios, ofícios circulares, notas, moções etc);
- i) Participação em cursos de capacitação que sejam de interesse do Sinasefe. Nestes cursos que realizamos, os quais também são acompanhados por diretores, temos atualizado nosso conhecimento sobre a configuração da imprensa sindical no país. Como eventos mais recentes em que estivemos, podemos listar:
  - i. 17º Curso Anual do Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC), em 2011 – participação de Monalisa Resende (jornalista);
  - ii. 18º Curso Anual do NPC, em 2012 – participação de Jéssica Fernandes (jornalista);
  - iii. 19º Curso Anual do NPC, em 2013 – participação de Alexandre Fleming (diretor), Jéssica Fernandes e Mário Júnior (jornalistas);
  - iv. 20º Curso Anual do NPC, em 2014 – participação de Luiz Pereira (diretor), Mário Júnior (jornalista) e William Gomes (técnico de informática);
  - v. 1º Seminário de Comunicação da CSP-Conlutas, em 2014 – participação de Luiz Pereira (diretor) e Mário Júnior (jornalista);
  - vi. 21º Curso Anual do NPC, em 2015 – participação de Luiz Pereira (diretor);
  - vii. 3º Seminário Unificado de Imprensa Sindical, em 2015 – participação de Luiz Pereira (diretor);
  - viii. 1º Encontro Nacional de Jornalistas Sindicais, em 2015 – participação de Luiz Pereira (diretor);
  - ix. 1º Encontro Nordestino pelo Direito à Comunicação, em 2015 – participação de Luiz Pereira (diretor) e Mário Júnior (jornalista).

### **3.4. Desvios de função**

Uma assessoria de comunicação – que é o que possuímos por necessidade imperativa – trata de maneira ampla das demandas comunicacionais do assessorado, sendo estas





relativas às práticas do jornalismo, das relações públicas, da publicidade e propaganda e outras habilitações dos cursos de comunicação social.

Uma assessoria de imprensa – que é mais restrita – trata apenas das questões relacionadas às atribuições dos jornalistas (que são as que descrevemos acima).

Possuímos, na equipe de comunicação do Sinasefe, como já mencionamos, dois jornalistas profissionais. Contudo, por haver necessidade e demanda da entidade, esses jornalistas são constantemente desviados de função, absorvendo atribuições mais próximas aos profissionais da área de publicidade e propaganda e/ou design gráfico.

Essas atribuições são as relacionadas à comunicação visual do Sinasefe. Pondo-as em lista:

- a) Produção de mídias para site e redes sociais;
- b) Produção de mídias para edição de vídeos;
- c) Criação de identidades visuais para notícias, campanhas e eventos;
- d) Diagramação de publicações eletrônicas e impressas (boletins, panfletos, cartazes, crachás, adesivos, banners etc).

Temos, ainda, o desvio de função de outro profissional, o técnico de informática William Gomes, que faz a gestão dos equipamentos e do material audiovisual do Sinasefe (transmissão, arquivamento e edição) desde 2012.

Existe o entendimento de mesmo nível, entre pasta e funcionários da comunicação, de que esta gestão/manipulação de conteúdo e dos equipamentos deveria ficar sob responsabilidade da assessoria de comunicação. Contudo, não possuímos o profissional com a atribuição para edição/estetização de vídeos em nossa equipe, como também já não possuímos este mesmo profissional para a edição/estetização da comunicação visual do Sinasefe.

Desta forma, executar a modificação mais adequada e correta – gestão da comunicação audiovisual do Sindicato junto à pasta e profissionais de competência apropriada – incluiria um novo desvio às funções dos jornalistas do Sinasefe.

**Propostas:**

- Contratação de profissional de publicidade e propaganda e/ou designer, com experiência em edição de vídeos e imagens, para absorção das demandas que configuram desvios de função aos jornalistas do Sinasefe;
- Registro e transmissão ao vivo dos eventos, via hangouts, postos sob gestão dos profissionais de comunicação do Sinasefe, cessando o desvio de função do técnico de informática.

### **3.5. Estrutura e equipamentos**

Fazem parte da estrutura de trabalho da assessoria de comunicação do Sinasefe e estão sob responsabilidade dos profissionais da entidade os seguintes itens e equipamentos:

- a) Sala de trabalho para duas pessoas, localizada na sede do Sinasefe, reformada em agosto de 2014;
- b) Backdrop para foto e gravação de vídeo em lona fosca com medida de 3 m x 1,4 m (instalado na sala de reunião dos plantonistas);
- c) Dois notebooks Dell, com processadores Core i5, 6 GB de RAM, HD de 1 TB, placa de vídeo dedicada de 1 GB e Windows 8, adquiridos em fevereiro de 2014;
- d) Duas mochilas para transporte dos notebooks, adquiridas em fevereiro de 2014;
- e) Dois tablets Samsung Galaxy Note 4G, adquiridos em fevereiro de 2014;



## **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



- f) Um computador desktop, com processador Core i5, 16 GB de RAM, HD de 1 TB, placa de vídeo dedicada de 1 GB, Windows 10 e dois monitores, um de 18 polegadas e outro de 17 polegadas, adquirido em maio de 2015;
- g) Uma licença para CorelDraw versão X7 – aplicativo utilizado para edição de imagens e criação de mídias;
- h) Uma câmera Sony Cyber-shot DSC-HX1 – obsoleta;
- i) Uma câmera Nikon D5100 com lente básica de 18mm a 55mm.

Fazem parte da estrutura de trabalho da comunicação do Sinasefe e estão sob responsabilidade do técnico de informática da entidade os seguintes equipamentos:

- a) Uma filmadora Sony HXR-MC 2500;
- b) Um tripé para filmadora
- c) Um HD externo Samsung de 2 TB.

Diante do exposto, onde registramos aquilo que possuímos, complementamos com a afirmação de que se faz necessário a agregação de novos equipamentos para melhoria das condições de produção e trabalho.

Desta forma, solicitamos um esforço para investimento no patrimônio do Sindicato e aquisição de:

- a) Dois smartphones com sistema android – um destes itens já foi adquirido e pode chegar a qualquer momento;
- b) Duas licenças para CorelDraw versão X8 – uma para cada notebook;
- c) Uma atualização de licença para CorelDraw da versão X7 para a X8 – para o computador desktop;
- d) Uma licença para Adobe Premiere Pro – aplicativo utilizado para edição de vídeos;
- e) Uma câmera profissional com tecnologia wi-fi/bluetooth e lente de 18mm a 200mm – para publicação direta de fotos registradas em manifestações.

Por fim, deixamos como **propostas**:

- Colocar equipamentos que estão sob responsabilidade do técnico de informática sob responsabilidade da equipe de comunicação do Sinasefe – condicionado à contratação de profissional de publicidade e propaganda e/ou designer;
- Descarte da câmera Sony Cyber-shot DSC-HX1, dado o seu desuso e obsolescência.

### **3.6. Identidade visual**

O Sinasefe possui uma identidade visual padrão, composta por dois vetores espelhados e com cantos arredondados, um círculo ao topo e preenchimento reticular central.

Este elemento gráfico compõe a marca do Sindicato Nacional, foi aprovado em Congresso e também é utilizado por várias Seções Sindicais.

A tipografia “SINASEFE” que o acompanha (escrita em caixa alta) é formatada em fonte true type Arial, em negrito.

A cor padrão é o vermelho, registrado na paleta CMYK como C:0 M:100 Y:100 K:0, podendo se adequar a variações de acordo com o background em que se aplique a logo.

Abaixo trazemos as montagens possíveis entre os elementos identidade e tipografia:





SINASEFE

# SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



Além desta marca, temos a identidade visual de campanha anual, que começou a ser produzida em 2013, durante o aniversário de 25 anos. A campanha foi reeditada em 2014 (26 anos) e 2015 (27 anos).

Estas marcas de campanha servem para registrar os períodos dos eventos e atividades do Sindicato em sua comunicação visual, além de modernizar a divulgação da entidade com uma identidade cambiável. Mas a mesma não substitui a identidade visual oficial do Sinasefe.

Abaixo trazemos as identidades de campanhas dos 25, 26 e 27 anos do Sinasefe (a primeira produzida pela designer Rejane Nogueira e as outras duas produzidas pela assessoria de comunicação do Sinasefe):



*de união, luta e independência*



## Propostas:

- Continuidade das campanhas anuais de identidade visual do Sinasefe, com a próxima campanha (relativa aos 28 anos) devendo ser lançada em 11 de novembro de 2016 – condicionada à contratação de profissional de publicidade e propaganda e/ou designer;
- Redação de manual de utilização da identidade visual padrão do Sinasefe, visto que seu uso por algumas Seções Sindicais tem sido equivocado, descaracterizando a marca e, com isso, promovendo uma quebra em sua integridade comunicacional.

## 3.7. Problemas enfrentados

Por se tratar de setor estratégico na vida e no funcionamento do Sinasefe, a comunicação da entidade é bastante visada por toda a DN. Algo natural e compreensível.

No entanto, problemas de ordem política entre os diretores estão transformando o setor em um “objeto de disputa” e precarizando a relação e as condições de exercício profissional dos trabalhadores do Sinasefe.

Fora isso, pela diversidade de pedidos, que nos chegam por 27 diretores, fica difícil uma padronização da produção e um atendimento racional das demandas, sobretudo pelo surgimento de casos em que os pedidos são conflitantes e excludentes entre si.





## **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



Os prazos também têm sido, a rigor, apertados ou de difícil atendimento. Já recebemos demandas – que não haviam sido informadas anteriormente aos jornalistas – pela noite, após o horário de trabalho, com pedido de publicação imediato, por se tratar de pauta com prazo de validade até a manhã do dia seguinte. Esse tipo de trabalho torna-se inexecutável.

O excesso de produção, fruto de um excesso de demandas (tendo em vista que as mesmas podem vir de 27 pessoas diferentes, a qualquer momento), ainda mais tendo em vista as limitações de recursos humanos (apenas dois profissionais) e os desvios de função existentes, também tem sido um problema que enfrentamos.

Na semana de 7 a 13 de agosto, por exemplo, foram produzidos, entre notícias e álbuns de fotos com lead, 31 pautas diferentes – as quais exigiram diagramação, criação de identidades visuais, criação de mídias, atualização de agenda/calendário, criação de eventos etc. Um número excessivamente alto, que nos força a duas escolhas:

- 1) Fazer o que for possível e reprimir a demanda excedente;
- 2) Trabalhar além do horário de trabalho (inclusive com parte do trabalho sendo executado em residência, madrugadas etc).

Diante deste cenário que expomos apenas de modo resumido, como maneira a diminuir a precarização dos profissionais da área de comunicação do Sinasefe, **propomos:**

- Estabelecimento de uma encarregadura à pasta de comunicação do Sinasefe, ficando apenas ela responsável pelo envio de demandas aos profissionais do setor. Essa metodologia, utilizada em sindicatos como o Andes-SN, por exemplo, funcionaria da seguinte maneira:
  - Os demais diretores deverão entrar em contato com a pasta de comunicação para solicitar publicações de matérias do interesse do Sinasefe Nacional e de sua base;
  - A pasta avaliará a demanda recebida, colocará a mesma em lista hierárquica de acordo com as prioridades existentes no momento, e a repassará aos profissionais do Sinasefe para execução, dentro da metodologia proposta no item 3.1 (que versou sobre as formas de utilização dos veículos de comunicação);
  - Os jornalistas do Sinasefe deverão entrar em contato com a pasta de comunicação para sugestão de pautas à produção, de igual maneira aos demais diretores, e devendo as pautas propostas serem do interesse do Sinasefe Nacional e de sua base;
  - A pasta será responsável pela revisão, aprovação e desaprovação do conteúdo produzido e veiculado, devendo respeitar as deliberações das instâncias do Sinasefe: Congressos, Plenárias e Direção Nacional.
- Estabelecimento de prazo de publicação mínimo de 48 horas para cada pauta, a contar após seu envio aos profissionais do Sinasefe;
- Inexistência de envio de pautas fora do horário de trabalho dos profissionais do Sinasefe – 8 às 13 e 14 às 19 horas;
- Ideal de execução de uma pauta por dia para cada profissional, visto que a produção de cada notícia exige apuração, produção, revisão, busca de vínculos, registros fotográficos, diagramações, lançamento e divulgação em redes sociais, tratando-se de procedimento detalhista e segmentado em vários blocos. Excepcionalmente essa meta de produção diária pode ser ampliada, acontecendo em casos de:
  - Cobertura ao vivo de eventos pela assessoria de comunicação;
  - Situações de caráter urgente e específico, como nas greves;





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



- Avaliação de necessidade pela pasta de comunicação.
- Avaliação, diante do “banco de horas” gerado pela cobertura dos eventos do Sinasefe, de extensão do contrato de trabalho de um dos jornalistas de 5 para 7 horas diárias (em acordo com a legislação vigente), com reposicionamento salarial proporcional ao aumento de jornada.

## **3.8. Novas intervenções da comunicação**

Neste ponto relativo às “novas intervenções” do setor de comunicação do Sinasefe, propomos basicamente três itens, oriundos de discussões entre pasta e profissionais do Sindicato.

O primeiro é a confecção, para utilização interna e padronização terminológica dos nossos veículos de divulgação, de um manual redacional do Sinasefe, padronizando termos, siglas, nomes de órgãos e cargos públicos etc, de maneira que possamos uniformizar todo o nosso conteúdo.

O segundo é a produção de uma Campanha de Filiação do Sinasefe com peças disponibilizadas em nosso site (cartilhas, adesivos, camisas, brindes etc), destinada ao uso das Seções Sindicais.

E, por último, o levantamento da estrutura de comunicação das Seções Sindicais do Sinasefe, traçando um mapeamento da comunicação feita pelas entidades de base do nosso Sindicato junto à cada base, e iniciando, a partir disso, o diagnóstico do cenário para a realização do I Encontro Nacional de Comunicação (Encom) do Sinasefe.

Claro que a construção de um novo evento pelo Sinasefe, e que se queira do mesmo uma continuidade, precisa antes ser aprovada por Plenária Nacional, para inserção em calendário de atividades; assim como precisa ter uma metodologia e objetivos bem estabelecidos.

O I Encom buscará integrar as redes de comunicação das Seções com o Sindicato Nacional; aperfeiçoar a formação de profissionais e/ou diretores que atuem como gestores de conteúdo em suas bases, com a oferta de oficinas técnicas e tematizadas com temas da imprensa sindical; e aproximar as assessorias das bases à do Sinasefe para produção de pautas compartilhadas.



# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



## **4. EM DEFESA DE UMA COMUNICAÇÃO DE QUALIDADE PARA O SINASEFE**

Finalizamos este Plano, após toda esta explanação, com uma certeza e um sentimento: tudo o que foi proposto dentro dele teve como objetivo a melhoria da comunicação do Sinasefe junto às suas Seções e bases, promovendo com estas ações um fortalecimento do Sindicato Nacional.

Nada que se encontra aqui foi escrito sem isenção: as proposições apresentadas são meramente de caráter técnico, analisando a conjuntura no qual o Sinasefe está inserido e quais os melhores caminhos para a entidade.

Sabemos que algumas deliberações favoráveis à aplicação deste Plano incluirão uma impactação financeira ao Sinasefe. Quanto a isso, nos cabe registrar que se a comunicação do Sinasefe realmente é prioritária e estratégica ao Sindicato, a mesma deve receber um tratamento indene quanto às necessidades de investimentos.

Esperamos a compreensão da DN para avaliação das propostas e aprovação das mesmas.

### **4.1. Validade deste Plano**

Este Plano de Comunicação, se aprovado, será válido para a gestão 2016-2018 da DN do Sinasefe. A próxima gestão, em sua primeira reunião de DN, poderá revalidá-lo ou, em caso de desatualização do mesmo, solicitar aos profissionais de comunicação do Sinasefe a produção de um novo Plano.

*Brasília-DF, 18 de agosto de 2016*

*Mário Rufino Ferreira Júnior  
Assessor de Comunicação do Sinasefe  
MTE-AL 1374*

*Monalisa Feitosa Resende  
Assessora de Comunicação do Sinasefe  
MTE-DF 8938*

*Flávio Santos Barbosa  
Secretário de Comunicação do Sinasefe*

*Paulo Henrique Oliveira Porto de Amorim  
Secretário-adjunto de Comunicação do Sinasefe*

*Maysa Eichner da Silva Bazana  
Suplente da DN do Sinasefe*





# **SINDICATO NACIONAL DOS SERVIDORES FEDERAIS DA EDUCAÇÃO BÁSICA, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Fundado em 11/11/1988 CNPJ: 03.658.820/0001-63 Filiado à



## Avaliação sobre o Boletim Eletrônico do Sinasefe

Recebi na manhã desta terça-feira (26/07) o pedido da pasta de comunicação de avaliação do retorno do Boletim Eletrônico do Sinasefe.

Diante do que me foi solicitado, e sabendo que existe uma certa “disputa” entre alguns diretores sobre o entendimento da necessidade de retorno ou não do veículo informativo, tentarei avaliar a situação da maneira mais isenta possível, avaliando aspectos técnicos acerca do que me foi perguntado.

Como a outra profissional do setor, Monalisa Resende, encontra-se em férias, serei eu, Mário Júnior, responsável pela redação desta nota. Contudo é importante salientar que o conteúdo a seguir já foi fruto de debates anteriores entre nós dois, o que significa que o mesmo é uma posição de ambos os profissionais, não apenas minha.

### Histórico

Não me acho capaz de fazer uma análise qualificada e verossímil sobre como o Boletim do Sinasefe surgiu, pois estou no Sindicato Nacional, como profissional, desde setembro de 2013 e ao chegar aqui o mesmo já existia, sendo o principal meio de comunicação da Direção Nacional (DN) com a base durante vários anos – anterior ao nosso site e perfis de redes sociais, por exemplo.

Mas posso afirmar que se o Boletim durou tantos anos (18, contando até o ano passado) e chegou a tantas edições (571, sem contar as especiais lançadas em períodos de greve), foi por haver uma necessidade do Sinasefe informar sua base e a metodologia adotada ter sido esta – a de Boletim Eletrônico semanal elaborado pelos plantonistas.

O primeiro Boletim em que trabalhei foi o de número 530 ([http://sinasefe.org.br/v3/index.php?option=com\\_content&view=article&id=792:boletim-sinasefe-no-530-&catid=1:latest-news&Itemid=75](http://sinasefe.org.br/v3/index.php?option=com_content&view=article&id=792:boletim-sinasefe-no-530-&catid=1:latest-news&Itemid=75)), lançado em 13 de setembro de 2013. A diferença dele para os anteriores foi o formato de lançamento, que passou a incorporar uma diagramação e um projeto gráfico aperfeiçoados e mantidos até o último exemplar lançado – de nº 571<sup>1</sup>.

### Produção

Antes do 530, os boletins eram lançados como documentos de PDF exportados a partir de arquivo do Microsoft Word, com um cabeçalho, rodapé e fotos inseridas – uma forma de apresentação de conteúdo bastante pobre do ponto de vista estético: [http://sinasefe.org.br/v3/index.php?option=com\\_content&view=article&id=777:boletim-sinasefe-nd-529-&catid=1:latest-news&Itemid=75](http://sinasefe.org.br/v3/index.php?option=com_content&view=article&id=777:boletim-sinasefe-nd-529-&catid=1:latest-news&Itemid=75).

O conteúdo era pautado no início da semana em reunião com a coordenação geral (poucas vezes houve a participação dos demais plantonistas), produzido no decorrer da semana pelos jornalistas do Sindicato e, posteriormente, lido e aprovado pelos plantonistas para, enfim, seguir à diagramação (ver organograma de novembro de 2014 em anexo).

### Aceitação

Apesar da visível diferença de qualidade gráfica entre os Boletins 529 e 530 (ver links dos parágrafos acima) – assim como das edições que se seguiram – a aceitação da base com o produto não modificou. Tanto que o 529 teve mais downloads que o 530 (1327 x 1106).

A aceitação não evoluiu porque não se tratava do formato ou do discurso, mas da exclusividade: o Boletim Eletrônico era, praticamente, o único meio de informação com atualização constante pelo Sinasefe – visto que as publicações de notícias no site eram lentas – a maioria das pautas ficava reprimida para sair dentro do Boletim – e, sem notícias a divulgar, as redes sociais, por efeito dominó, também recebiam pouca alimentação.

### Avaliação dos últimos anos

Em 2013, meu primeiro ano de trabalho no Sinasefe, foram lançados 34 Boletins (o que me faz chamá-lo de Eletrônico, ao invés de Semanal) – do 509 ao 541.

---

<sup>1</sup>A edição de nº 572, lançada neste ano, foi retirada do ar.

Em 2014 foram lançados 38: do 542 ao 566. Além de 12 edições do especial de greve.

Em 2015 foram lançados 13: do 567 ao 571. Com 8 edições do especial de greve.

Posso afirmar que houve um “auge” do lançamento dos Boletins em 2014 (apenas em 2008 foram lançados mais edições: 41).

Mas a partir do mês de outubro daquele ano os lançamentos passaram a ser descontinuados e mais espaçados. Avaliarei os motivos no próximo tópico.

### **Expansão**

É necessário dizer que estamos inseridos numa era de informação quase que instantânea, onde o fluxo de mensagens lançadas é muito mais rápido e ágil. Não é novidade para ninguém que o veículo impresso vem perdendo espaço diante do eletrônico e que o analógico está sendo superado pelo digital.

Quando cheguei ao Sinasefe, em 2013, todos os perfis atuais de redes sociais já existiam (Facebook, Google+, Instagram, Twitter e YouTube), no entanto eram pouco alimentados. Haviam, ainda, dois grupos de Facebook (Sinasefe Nacional e CNG Sinasefe), os quais foram – a pedido da DN 2014-2016 – desativados.

Com a atualização desses canais, passando “teasers” da informação que cairia no Boletim Eletrônico, agregado a isso o fato de que os canais das redes sociais também passaram a receber publicações em tempo real das coberturas dos atos, dos eventos, das reuniões e demais atividades em que o Sinasefe estivesse representado e/ou realizando, veio a necessidade de se alimentar mais efetivamente o site.

Havia uma crescente ansiedade das bases, que por vezes ficavam solicitando a informação de um evento que já tínhamos em mãos, pronta, mas que só iria à publicização dias depois, quando o Boletim fosse lançado.

Isso nos fez, pela primeira vez, ousar deslocar o protagonismo do Boletim – por necessidade objetiva da imprensa do Sinasefe (não por deliberação de fórum ou de diretoria). Dessa forma, aquele veículo de comunicação que se tornou histórico e possuía muitos defensores da sua manutenção, mas que demonstrava claros sinais de obsolescência, foi substituído por uma alimentação mais constante e presente do website.

### **Resultados**

O resultado do deslocamento do veículo principal da comunicação do Sinasefe do Boletim para o site com divulgação nas redes sociais foi bastante favorável.

Os acessos às notícias semanais que lançávamos, somadas, superaram em quatro vezes (média do início – hoje a medição indicaria um número ainda maior) o acesso ao Boletim que seria lançado no mesmo período, contendo todas as informações desmembradas em seu corpo.

O engajamento (curtidas, compartilhamentos e comentários) em redes sociais aumentou de maneira ainda maior: 1300%.

Isso devido ao fato do Boletim sair em mídia única e as notícias saírem em mídias segmentadas por cada tema – fazendo com que o conteúdo do site/perfis de redes sociais modifique com maior frequência e que o endereço ganhe a característica de portal, devendo ser frequentemente acessado ao invés de apenas uma vez por semana.

As reclamações sobre a agilidade nos lançamentos vindas das bases cessaram. Passamos a receber bem menos e-mails com este tipo de solicitação.

A diversificação das publicações do site cresceu, ao ponto de podermos criar um índice de busca e de matérias a relacionar sobre determinado assunto – o que, com os Boletins, seria impossível, pois não há como registrar todas as pautas tratadas em seus títulos de lançamento – limitação do Joomla 1.5, plataforma e versão do banco de dados do site, que não permite a utilização de marcadores.

Por fim, retornando ao ponto sobre a aceitação que tratei acima, a experiência de substituição do Boletim mostrou que o mesmo era vigorosamente acessado por ser praticamente a única opção fornecida a quem quisesse se informar sobre as notícias e atividades do Sinasefe; por ser “exclusivo” e não possuir concorrência de outros canais – ao ser substituída por outra, que foi a alimentação contínua do site, ela – a opção do Boletim – caiu em desuso.

### **Comunicação com as bases**

É importante frisar que os diretores do Sinasefe tem por necessidade se comunicar com as bases do Sindicato.

No caso, a DN, como emissora, possuindo as bases e Seções como receptoras, precisam de um veículo para lançar conteúdo informativo.

Entendemos que esse papel pode ser feito tanto pelo Boletim Eletrônico, quanto pelo site, quanto por diversos outros meios. Mas é inegável que, dentro do que possuímos, o site cumpre este papel de maneira mais ágil e eficiente – o próprio Boletim depende do site para ter fluidez e ser hospedado, enquanto o site não possui vínculo de dependência com o Boletim.

E mais: uma pauta que estiver agendada para o Boletim não deveria ser trabalhada no site para evitar a redundância no lançamento e o desinteresse pelo acesso ao Boletim – desta forma, o Boletim acaba prejudicando o site por retirar de suas possibilidades um número considerável de pautas.

### **Velocidade de publicização e forma de acesso**

As matérias do Boletim, por necessidade de diagramação, precisam, antes de veiculadas, passar por leitura e aprovação dos plantonistas.

Já no site, as matérias podem ser escritas, veiculadas e, em seguida, informadas aos plantonistas.

Em havendo discordância ao conteúdo escrito, as matérias do site podem passar por edição rápida – possibilidade que não existe no Boletim, fazendo com que o mesmo seja mais lento.

O acesso às notícias do site depende de apenas um *click* – podendo ser visualizado diretamente em dispositivos móveis sem problemas.

Já o acesso ao Boletim depende de download prévio ou acesso a conteúdo de *flipbook*, ambas as opções necessitando de leitor PDF e podendo ser visto, quase que unicamente, em computadores.

A visualização tanto do *flipbook* quanto do PDF em *smartphones*, por exemplo, não permite uma leitura confortável – o tamanho do arquivo para visualização da tipografia precisa ser constantemente alterado pelo usuário.

### **Diagramação**

O Sinasefe já foi provocado por mim sobre a necessidade de contratação de um diagramador para seu quadro de funcionários, o que foi reconhecido como necessidade em algumas oportunidades por alguns diretores, mas nunca avançou para uma ação concreta.

A diagramação – criação de identidades visuais, de logomarcas, de comunicação gráfica para complemento das matérias etc – é um pré-requisito para lançamento dos Boletins, pois há um trabalho amplo nesse sentido para formatação do mesmo.

No site e nas redes sociais também utilizamos deste recurso, mas para criação de mídias, o que é bem mais simples e toma muito menos tempo.

Para lançar uma notícia, ao fazer a produção de uma mídia para o site e outra para as redes sociais, levo em média 30 minutos no trabalho de criação. No caso do Boletim, o trabalho de diagramação exige um mínimo de cinco horas.

A diagramação, como função profissional, não é atribuição ligada aos jornalistas e tenho cumprido esta demanda por questão de necessidade e ausência de profissional da área em nosso quadro funcional.

Atribuir essa tarefa como pertencente da assessoria de comunicação não é correta – trata-se de desvio de função e até de precarização de minha condição de trabalho, e isso já foi esclarecido em janeiro de 2015, na reunião sobre o plano de carreira dos funcionários com representantes da DN, na qual o Sindicato dos Jornalistas do DF esteve presente.

Por duas vezes, nos Boletins de nº 570 e 571, houve a contratação *freelancer* de um diagramador para confecção dos mesmos. Entretanto, devido ao alto valor pago pelo serviço e da impossibilidade de contratação de profissional pelo Sinasefe, o regime não se manteve e os oito boletins da greve 2015 foram diagramados por mim.

### **Conclusão**

Como profissional, não cabe a mim decidir o que será feito, mas sim de avaliar o cenário e expor as alternativas à DN.

Está claro, pelo texto escrito até aqui, que produzir um Boletim é mais dispendioso que produzir um grupo de notícias para publicação no site. E, também, que o Boletim é mais inacessível à visualização em relação ao grupo de notícias – sobretudo em dispositivos móveis.

O caminho adotado pelos profissionais de comunicação deste sindicato – em mudar o protagonismo do Boletim para o website – se mostrou acertado, tendo em vista que o processo de lançamento de informação às bases foi ampliado.

O site atual existe desde o início de 2011 e a produção de 2014, 2015 e do primeiro semestre de 2016 (dois anos e meio) supera a que foi veiculada em 2011, 2012 e 2013 (três anos): 880 notícias contra 320. Isso dá mais opções de leitura direta de conteúdo e torna a atualização do site mais visível.

É possível retornar o Boletim? Sim, é. Mas qual a necessidade em retorná-lo se o sistema atual tem funcionado? Qual a viabilidade em se dispender trabalho com diagramação, pré-aprovação e lançamento de notícias que também podem ser publicadas no site de maneira mais rápida e com uma maior facilidade de acesso? Fora que, para fazer um Boletim, pelo menos um dia de trabalho de um dos jornalistas do Sinasefe será reservado a isso.

Quais as críticas ao modelo de alimentação do site e das redes sociais que existem para se pretender alterar esse formato? E, se existem críticas, como elas podem apontar ao retorno de uma metodologia – centralização em Boletim – que nos fazia receber reclamações de sindicalizados em maior número que a metodologia atual?

O Boletim, no formato anterior, de lançamento de notícias em meio eletrônico, caiu em desuso. Se lançado novamente nesse formato, não terá muito destaque – a menos que ele inviabilize o site e consiga para si uma exclusividade das principais pautas.

De certa forma, se retornar, ele fará isso ainda que minimamente, pois durante um tempo significativo em que poderia estar se produzindo conteúdo para o site, se produzirá o Boletim.

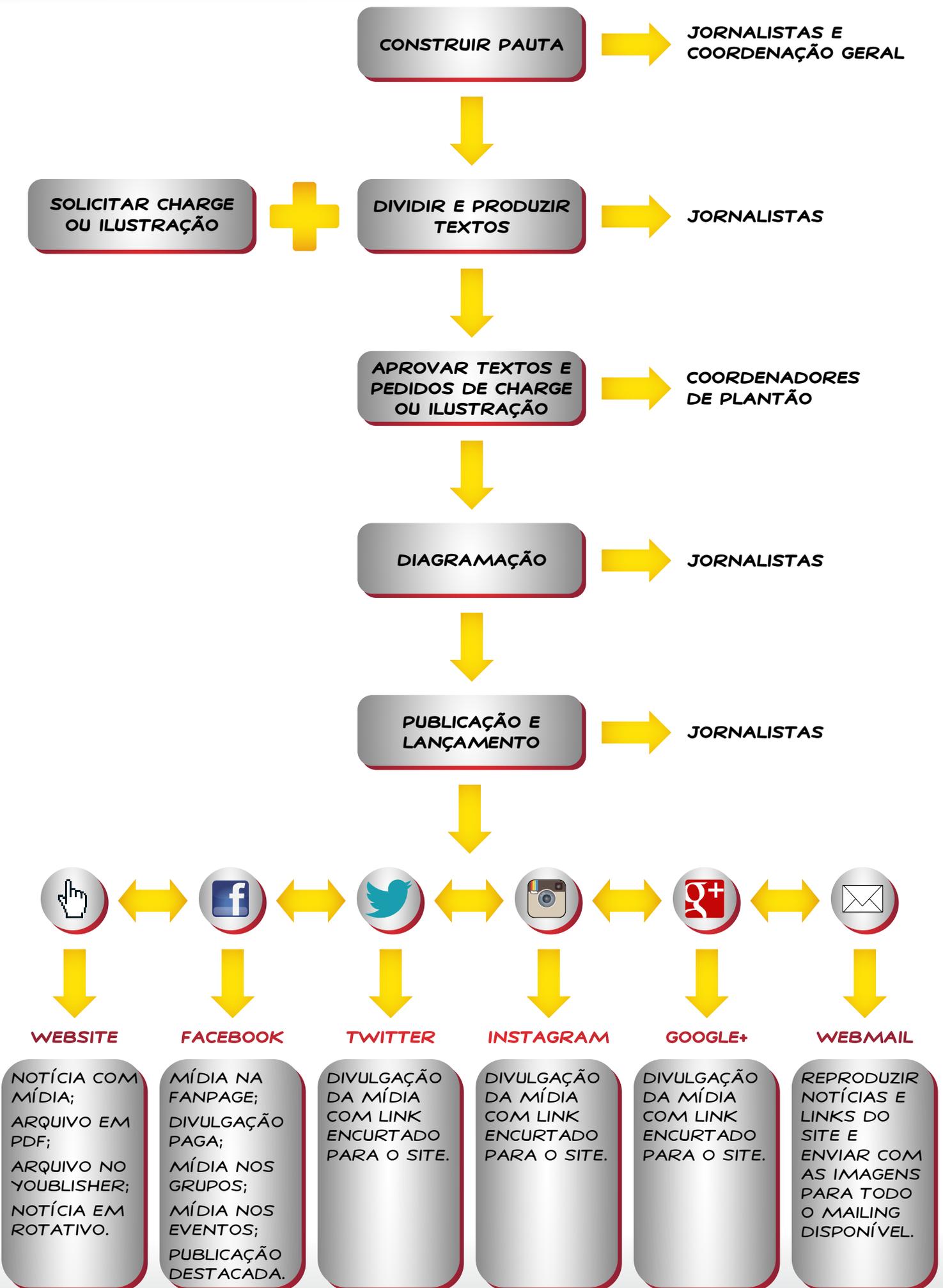
Se não, se for haver alimentação do Boletim e do site em simultâneo, com as mesmas pautas saindo em ambos, ficamos com uma duplicidade de conteúdo que levará o Boletim a informar apenas o que já foi informado – a outra opção a isso é a exclusividade de pautas.

A opção que penso ser viável é de um Boletim que não mais paute notícias, mas reportagens – seja mais analítico e profundo, com textos maiores. E que, também, tenha uma periodicidade mensal, sendo este impresso ou eletrônico, a exemplo da publicação do Andes-SN – o InformAndes. Esta opção trata da manutenção do Boletim, mas altera suas características devido a superação do veículo em sua formatação anterior.

*Brasília-DF, 26 de julho de 2016*

*Mário Rufino Ferreira Júnior  
Assessor de Comunicação do Sinasefe  
MTE-AL 1374*

# Produção do Boletim Eletrônico



# Divulgação de eventos

