



MANUAL DE PROCEDIMENTOS PARA ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO **JORNALISMO**

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO
SOCIAL



**GOVERNO
DE RORAIMA**

ESTADO DE RORAIMA

Roraima - Brasil



GOVERNO DO ESTADO DE RORAIMA

MANUAL DE PROCEDIMENTOS PARA ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO - JORNALISMO

Agência de Notícias
TV Agência Roraima

Roraima – Brasil - 2020



© 2020 Secom-RR

Tiragem: 50 exemplares

Governo do Estado de Roraima
Secretaria de Estado de Comunicação Social

Endereço:
Praça do Centro Cívico, 350
Palácio Senador Hélio Campos
Boa Vista/RR – CEP: 69301-380

Manual de Procedimentos para as Assessorias de Comunicação do Governo do Estado de Roraima
Manual de Redação Jornalística

Comissão de elaboração - Portaria nº 27/2020/UGAM/SECOM publicada no DOE Nº 3708 de 24 de abril de 2020.
Bruno Willemon dos Santos Barros, Damião Marques de Lima, Hênuia Patrícia Lima Andrade, Leandro Freitas dos Santos, Mágida Azulay Said El Khatab e Wirismar Soares Ramos.

Comissão de sistematização e revisão

Cyneida Menezes Correia, Leandro Freitas dos Santos, Damião Marques de Lima, Hênuia Patrícia Lima Andrade e Wirismar Soares Ramos

Colaboradores: William Roth da Silva, Isaque Lima Santiago, Siddharta Brasil

Projeto Gráfico, Diagramação e Capa: Marcos Moura, Philipe Ramayana Lobo Monte, Daiana Ross Veras Pereira, Deborah Evelyn Alves Sousa



Governador

Antonio Denarium (Antonio Olivério Garcia de Almeida)

Vice Governador

Frutuoso Lins (Frutuoso Lins Cavalcante Neto)

Chefe da Casa Civil

Francisco dos Santos Sampaio

Secretário de Estado de Comunicação Social

Francisco Doan Rabelo Nascimento

Secretária Adjunta de Estado de Comunicação Social

Cyneida Menezes Correia

Consultor Técnico

Fabiano Vieira de Cristo Silva

Gerente de Projetos

Hênuia Patrícia Lima Andrade



ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA

VICE-GOVERNADORIA

CASA CIVIL

GABINETE MILITAR

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CERIMONIAL DO GOVERNO DO ESTADO DE RORAIMA

SECRETARIA DE REPRESENTAÇÃO DO GOVERNO DE RORAIMA EM BRASÍLIA

PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO - PROGE

CONTROLADORIA-GERAL DO ESTADO DE RORAIMA – CGE-RR

OUVIDORIA GERAL DO ESTADO DE RORAIMA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO - CPL

SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO – SEPLAN

SECRETARIA DE ESTADO DE FAZENDA – SEFAZ

SECRETARIA DE ESTADO DE GESTÃO ESTRATÉGICA E ADMINISTRAÇÃO – SEGAD

SECRETARIA DE ESTADO DE INFRAESTRUTURA – SEINF



SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – SEAPA
SECRETARIA DE ESTADO DO TRABALHO E BEM-ESTAR SOCIAL – SETRABES
SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO E DESPORTOS - SEED
SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - SECULT
SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE - SESAU
SECRETARIA DE ESTADO DO ÍNDIO - SEI
SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA – SESP
POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE RORAIMA- PMRR
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DE RORAIMA - CBMRR
POLÍCIA CIVIL DO ESTADO DE RORAIMA - PCRR
SECRETARIA DE ESTADO DA JUSTIÇA E DA CIDADANIA - SEJUC
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE RORAIMA – UERR
UNIVERSIDADE VIRTUAL DE RORAIMA – UNIVIRR
SECRETARIA DE ESTADO DE ARTICULAÇÃO MUNICIPAL E POLÍTICA URBANA – SEAMPURR



ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA INDIRETA

AUTARQUIAS

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE RORAIMA – JUCERR
INSTITUTO DE PESOS E MEDIDAS DO ESTADO DE RORAIMA - IPEM
INSTITUTO DE PREVIDÊNCIA DO ESTADO DE RORAIMA - IPER
INSTITUTO DE TERRAS E COLONIZAÇÃO DO ESTADO DE RORAIMA – ITERAIMA
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO – DETRAN
INSTITUTO DE AMPARO A CIÊNCIA E TECNOLOGIA - IACT
AGÊNCIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA DO ESTADO DE RORAIMA - ADERR
AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DE RORAIMA - DESENVOLVE RR

FUNDAÇÕES

FUNDAÇÃO ESTADUAL DE MEIO AMBIENTE E RECURSOS HÍDRICOS- FEMARH

ECONOMIA MISTA

COMPANHIA ENERGÉTICA DE RORAIMA S.A– CER
COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS S.A – CAER
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DE RORAIMA - CODESAIMA



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	08
1 - DIRETRIZES GERAIS	10
I - Sobre o Executivo Estadual	
II - Canais oficiais	
2 - CONDOTA ÉTICA	13
I - Boa conduta	
II - Má conduta	
3 - ATRIBUIÇÕES DA SECOM-RR E ASCOMS	15
I -Atribuições da Secom-RR	
II - Estrutura da Secom-RR	
III -Atribuições da Ascom	
IV- Estrutura da Ascom	
V – Rotina de Trabalho	
VI - Solicitação de serviços à Secom-RR	

4 – MANUAL DE PROCEDIMENTOS PARA JORNALISMO ..	21
4.1 - REDAÇÃO/JORNALISMO	21
5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
6 - BIBLIOGRAFIA	31



APRESENTAÇÃO

O Manual de Procedimentos para as Assessorias de Comunicação do Estado de Roraima é um documento, cuja necessidade foi identificada, logo após o início de um trabalho de diagnóstico situacional realizado por uma equipe de consultores que somaram comigo quando assumi o cargo de secretário. Apenas para uma contextualização histórica sobre esse produto de comunicação, ao tomar posse, considerei oportuna a realização de um diagnóstico situacional da comunicação do nosso Estado, assessores e secretários, com os quais dialogamos nos últimos meses. Esse levantamento apontou a necessidade de termos em mãos um documento que nos direcione em nossas atividades. Afinal, a Assessoria de Comunicação trabalha diretamente com a elaboração de diferentes produtos e o manual oportuniza criar um padrão ao trabalho que já realizamos. Ele representa algumas das várias outras ações necessárias, que serão implementadas.

O Manual de Procedimentos para as Assessorias de Comunicação do Estado, tem como objetivo normatizar e orientar as ações de comunicação no que tange aos conteúdos jornalísticos produzidos pela Secom-RR (Secretaria de Comunicação Social), e profissionais que atuam nas Assessorias de Comunicação das secretarias e órgãos vinculados ao Executivo estadual, respeitando o direito de informação dos cidadãos e dos veículos de comunicação. Mais do que estabelecer regras, a proposta é garantir a unidade na comunicação do Estado, na medida em que distribui atribuições e norteia as ações de comunicação. O Manual de Procedimentos para as Assessorias de Comunicação do Estado é composto de quatro Manuais de Procedimentos, sendo um Manual para equipe de Jornalismo, (este que você tem em mãos), um outro Manual com orientações para as ações de Publicidade, (o qual contempla também o Manual de Identidade Visual), e um terceiro Manual com orientação para Mídias Sociais.

O direito à informação é indispensável para a democracia, principalmente em um momento em que a responsabilidade, a credibilidade, ética e a transparência são valores que referendam o respeito à coisa pública. O Governo do Estado de Roraima tem o compromisso de dar publicidade aos seus atos de forma transparente a todo e qualquer cidadão e deve informar à sociedade sobre suas ações, metas, resultados e demais atividades, cumprindo seu dever em atuar de forma



rápida e eficaz nas demandas recebidas da imprensa e de todo e qualquer cidadão que buscar informações.

Nesse sentido, o Manual de Procedimentos auxiliará secretários e gestores do Executivo estadual, e profissionais das Assessorias de Comunicação, por meio de seu conteúdo normativo, consolidando-se como base não apenas para a construção de uma imagem governamental mais sólida, mas, sobretudo, que conduza para a preservação da memória comunicacional do Estado e patrimônio social.

O serviço em Comunicação desenvolvido pelos servidores, praticado no âmbito da Secom-RR e das Assessorias do Governo do Estado de Roraima se pautará pelos princípios estabelecidos na Constituição Federal (legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência), assim como em consonância com a Constituição Estadual e o Código de Ética dos profissionais do setor, garantindo o máximo compromisso com a verdade, ética, impessoalidade e respeito à dignidade humana e aos direitos fundamentais.

O presente Manual foi construído à luz de documentos considerados relevantes para sua elaboração, a exemplo do Manual de Redação do Senado Federal e outros documentos que consultados, somaram como fontes importantes. Resultante de um trabalho coletivo, é importante ressaltar que o presente documento não esgota todo o conteúdo da área, tão dinâmica, e que se renova a cada dia. Portanto considere uma obra sua, pois é isso o que ela representa. Assim, contribuições para as atualizações serão sempre bem vindas. E, por último, fica aqui o compromisso de que este Manual de Procedimentos será revisto e atualizado sempre que necessário.

Francisco Doan Rabelo Nascimento
Secretário de Estado de Comunicação



1 - DIRETRIZES GERAIS

A alteração da Lei 499/2009¹ publicada em Diário Oficial de Roraima de nº 1079 de 08 de junho de 2009, a qual trata sobre a Administração Pública do Estado de Roraima, contempla que é responsabilidade da Secom-RR (Secretaria de Comunicação Social) auxiliar o (a) governador (a).

O Art. 3º, da mesma Lei passa a vigorar acrescido da seção e do dispositivo “Seção XIII Da Secretaria de Estado de Comunicação Social, conforme segue:

Art. 39-A. À Secretaria de Estado da Comunicação Social compete: I – coordenar as ações do Governo na área da comunicação social e das relações com a imprensa; II – orientar e articular com as assessorias de imprensa e comunicação dos Órgãos e Entidades da Administração Direta que compõem o sistema de comunicação; III – organizar e promover a comunicação social do Governo, no âmbito local, regional, nacional e internacional; IV – organizar e promover campanhas de interesse público e social do Governo; V – formular e coordenar a política de comunicação social do Governo, nas áreas de imprensa, publicidade e divulgação; VI – coordenar a contratação dos serviços de pesquisa, publicidade e propaganda do Estado; VII – coordenar, normalizar, supervisionar e controlar as implantações de programas informativos, de publicidades e de patrocínios dos Órgãos e Entidades do Governo; VIII – convocar redes obrigatórias de comunicação radiofônicas e televisivas.

A tratativa sobre a Estrutura do Poder Executivo aponta que:

Cada Secretaria de Estado é estruturada em sete níveis, a saber: I – Nível de Administração Superior, representado pelo Secretário de Estado, com as funções de Liderança, direção, articulação institucional, definição de políticas e diretrizes, bem como, responsabilidade pela atuação da Secretaria e Estado como um todo, inclusive a representação e as relações intragovernamentais, e pelos conselhos estaduais; II – Nível de Gerência Superior, representado pelo Secretário Adjunto, com funções relativas à coordenação e liderança técnica do processo de implantação e controle de programas e projetos, bem como, à coordenação das atividades de gerência relativas aos meios administrativos necessários ao funcionamento da Secretaria de Estado, através dos Órgãos componentes dos níveis de execução instrumental e execução programática, além da substituição imediata e automática do Secretário de Estado em suas ausências e impedimentos; III – Nível de Assessoramento (grifo nosso) relativo às funções

¹Acompanhe o histórico de atualizações da Lei Estadual na Bibliografia e faça consultas quando necessário.



de apoio direto da Secretaria de Estado, nas suas responsabilidades, compreendendo: a) Gabinete da Secretaria, dirigido pelo Chefe de Gabinete, com finalidade de dar apoio administrativo e coordenar o relacionamento social e administrativo da Secretaria de Estado; b) Consultoria Técnica, com finalidade de realizar estudos e projetos de cunho estratégico ou de natureza e complexidade singular que viabilizem a elaboração das políticas e diretrizes organizacionais, além de desenvolver as funções de planejamento e elaboração de cenários e programas e especiais; c) Assessoria, com a finalidade de proporcionar apoio administrativo à Secretaria de Estado, realizar estudos de caráter geral, desenvolver as funções de comunicação, prestar assessoramento jurídico ou outras atividades organizadas sob forma de sistemas, acompanhando e avaliando as ações do Órgão. IV – Nível de Execução Instrumental, composto pela Unidade Gestora de Atividades Meio, dirigida pelo Gestor de Atividades Meio e com as funções relativas à modernização administrativa, pessoal, material, patrimônio, encargos gerais, transportes oficiais, contabilidade, informática ou outras atividades meio organizadas sob forma de sistemas, nesse caso devendo ser tecnicamente vinculadas às Secretarias correspondentes; V – Nível de Execução Programática, com as funções de executar as atividades-fim que lhes forem atribuídas na estrutura de cada Secretaria, consubstanciadas em programas e ações, atividades, projetos e operações especiais ou em missões de caráter permanente; VI – Nível de Ação Regional, representado por unidades administrativas situadas em Municípios do Interior do Estado, visando à interiorização das ações programáticas da Secretaria de Estado; VII – Nível de Atuação Complementar, representado por: a) Entidades da Administração Indireta vinculadas à Secretaria de Estado e relacionadas com o seu Nível de Direção Superior, dele recebendo sugestão para o desenvolvimento de suas atividades; b) Órgãos atípicos, desprovidos de personalidade jurídica, subordinada ao Governador ou ao Secretário de Estado, nas formas de Unidades Administrativas Desconcentradas, Comissões Estaduais, Grupos Executivos, Grupos de Trabalho, Grupos Especiais, Unidades Gestoras e outros, de natureza operacional ou de assessoramento.

Com base na Lei nº 499/2005, a atuação da Assessoria de Comunicação encontra-se no Nível III dessa estrutura e cabe aos profissionais o exercício de suas atribuições, em consonância com a Missão Básica do Poder Executivo, prevista no Capítulo III da referida Lei.

I - Sobre o Executivo estadual

A missão básica do Poder Executivo², conforme previstos nos art. 8.9 e 10, da Lei 499/2009, publicada em Diário Oficial de Roraima de nº 1079 de 08 de junho de 2009, consiste em:



Art. 8º O Poder Executivo tem a missão básica de conceber e implantar planos, programas, ações, projetos, atividades e operações especiais que traduzam, de forma ordenada, os objetivos emanados da Constituição Estadual e das leis específicas, em estreita articulação com os demais Poderes e com os outros níveis de Governo.

Art. 9º Os Órgãos e Entidades que atuam na esfera do Poder Executivo visam atender às atividades coletivas.

Art. 10º. O resultado das ações empreendidas pelo Poder Executivo deve propiciar a melhoria das condições sociais e econômicas da população, nos seus diferentes segmentos, e a perfeita integração do Estado ao esforço de desenvolvimento regional e nacional.

Tendo como premissa o que compete à Secom e Ascom na atividade profissional para o Executivo estadual, é importante considerar os diversos públicos de interesse para o oferecimento dos serviços em comunicação e a elaboração dos diferentes materiais, de modo a cumprir a missão do Poder Executivo estadual.

II - Canais oficiais

Os canais de comunicação oficiais do Governo do Estado de Roraima compreendem o Portal Roraima,³ no qual constam a Agência Roraima,⁴ com a TV Agência Roraima e a Agência de Notícias; e as mídias sociais, Facebook⁵ e Instagram,⁶ meios para os quais os departamentos de Jornalismo e de Marketing e Publicidade, com amparo das Assessorias de Comunicação, publicarão periodicamente informações de interesse público, especialmente conteúdos relacionados a:

- a) Atos, resultados, metas, balanços, programas, campanhas e demais atividades relacionadas à gestão.
- b) Publicidade dos serviços prestados pelo Poder Executivo e dos direitos e deveres do cidadão.
- c) Informações e ações de comunicação que promovam os serviços públicos, cidadania e informação sobre as ações do executivo estadual e incentivem o respeito à diversidade religiosa, racial, cultural, étnica, sexual.
- d) Conteúdos que valorizem e promovam a imagem do Estado, por meio dos serviços públicos.

³Acesse <http://portal.rr.gov.br/>

⁴Acesse <http://portal.rr.gov.br/index.php/agencia-roraima/tv-agencia>

⁵Acesse <https://www.facebook.com/govroraima>

⁶Acesse <https://www.instagram.com/govroraima>



2 - CONDUITA ÉTICA

O exercício da atividade do profissional de comunicação, seja jornalista, publicitário, relações públicas, radialista, ou designer, social mídia e demais profissionais que atuem na área, deve ser pautada de modo permanente na conduta ética e moral de sua atividade profissional. A todos é dado o direito a suas opiniões e convicções políticas, com ampla liberdade de expressá-las, devendo utilizar canais apropriados.

Portanto, as matérias e a edição de todo e qualquer produto de comunicação não devem refletir predisposição favorável ou contrária a qualquer tendência política. A realização de campanhas político-partidárias no ambiente de trabalho, da mesma maneira, é vedada pela legislação eleitoral brasileira (Lei nº 9.504/97, art. 37). Assim, todo e qualquer servidor público pertencente aos quadros da administração direta e indireta do Governo do Estado de Roraima deve seguir as diretrizes estabelecidas na LC (Lei Complementar) Nº 053/2001 (Regime Jurídico dos Servidores Públicos Civis do Estado de Roraima).

O relacionamento do jornalista e dos demais profissionais de comunicação com o (a) governador (a), secretários (as) de Estado e dirigentes das demais autarquias e empresas de economia mista pertencentes à estrutura administrativa do Governo do Estado de Roraima deve ser pautado pelo respeito devido e pela cerimônia que o cargo ou função recomenda. De modo que, utilizar-se de uma possível proximidade com o chefe do Poder Executivo, detentor de mandato parlamentar ou demais autoridades, para fins particulares, em atitude incompatível fere o decoro funcional.

A LC 053/2001⁷ e outras normas pertinentes exigem de cada profissional ligado à Secom-RR, assim como de qualquer funcionário, o respeito às regras relativas ao traje adequado para o local de trabalho e ao uso de documentos e crachás de identificação. A identificação como profissional da comunicação do Estado, que garante livre acesso às dependências do Palácio Senador Hélio Campos (sede do Governo de Roraima) e demais unidades do Executivo Estadual, deve ser utilizada para facilitar o trabalho. É proibido o uso para fins particulares dentro ou fora das dependências da Instituição.



I-Boa conduta

A conduta dos servidores que atuam na Comunicação do Estado de Roraima seja na Secom-RR e/ou Assessorias de Comunicação está pautada pelas seguintes normas:

- a) Tratar a todos com respeito e cordialidade;
- b) Cuidar do ambiente de trabalho e equipamentos zelando pela boa administração da Comunicação;
- c) Municiar com informações, os titulares, diretores do Órgão do Executivo sobre a unidade que assessora, e auxiliar para atuarem de forma adequada como porta-vozes do Executivo estadual;
- d) Primar pela produtividade e comportamento ético;
- e) Atender às demandas internas e externas alusivas as atribuições da comunicação;
- f) Respeitar o direito à imagem, privacidade e honra dos cidadãos e primar por materiais produzidos em consonância com o que é previsto na Lei;
- g) Manter bom relacionamento com a imprensa e demais públicos de interesse, criando um ambiente de confiança e estreito relacionamento para a divulgação das informações produzidas pela Secom-RR e Ascom, dentro dos limites éticos;
- h) O trabalho da Ascom deve ser realizado obedecendo às políticas de comunicação instituídas pela Secom-RR;
- i) O atendimento à imprensa, por parte da Ascom, deve primar pelo crivo e quando for o caso, edição por parte da Secom-RR, a fim de evitar desgastes na imagem pública e prevenir crises institucionais;
- j) As ações de cunho publicitário de qualquer natureza devem primar pelo atendimento ao público com necessidades especiais e à legislação vigente;
- k) O profissional da Secom-RR ou Ascom, sempre que fizer uso de informações produzidas por terceiros, em prol do Governo do Estado de Roraima, deve obter a autorização e/ou registrar o devido crédito;
- l) Informações de caráter sigiloso e/ou não autorizadas, devem ser mantidas no âmbito da Secom-RR e Ascom;
- m) Os profissionais que atuam no âmbito da Secom-RR e Ascom, devem atentar para o Código de Ética dos Profissionais de Comunicação: jornalismo,⁸ publicidade,⁹ relações públicas.¹⁰

⁸ Para relembrar e/ou conhecer acesse: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf

⁹ Para relembrar e/ou conhecer acesse: http://www.cenp.com.br/PDF/Legislacao/Codigo_de_etica_dos_proffissionais_da_propaganda.pdf

¹⁰ Para relembrar e/ou conhecer acesse: <http://conferp.org.br/codigo-de-etica/>



II - Má conduta

Os servidores públicos que atuam na comunicação do Estado de Roraima, seja na Secom-RR e/ou Assessorias de Comunicação dos demais órgãos vinculados ao Governo deverão pautar sua conduta pela seriedade, ética e profissionalismo, não sendo admitida a contratação/manutenção no cargo ou função de membro que cometa condutas que contraponham o que está definido como boa conduta neste manual.

3 - ATRIBUIÇÕES DA SECOM-RR E ASCOMS

I - Atribuições da Secom-RR

A Secom-RR é a Pasta gestora de toda a política de Comunicação Social do Governo do Estado de Roraima, tendo como atribuições: o planejamento da política de comunicação, o controle e orientação das Assessorias de Comunicação Social das secretarias estaduais e demais órgãos da administração direta e indireta do Poder Executivo; planejamento, execução e controle, inclusive dos contratos de publicidade com vistas à divulgação de atividades e realizações governamentais e assistir direta e imediatamente o(a) governador(a), conforme o que prevê a Lei nº 499/2005 de 19 de julho de 2005, que dispõe sobre a organização administrativa do Estado, em especial,

- a) Coordenar as ações do Governo na área da comunicação social e das relações com a imprensa;
- b) Orientar e articular com as assessorias de imprensa e comunicação dos Órgãos e Entidades da Administração Direta que compõem o sistema de comunicação;
- c) Organizar e promover a comunicação social do Governo, no âmbito local, regional, nacional e internacional;
- d) Organizar e promover campanhas de interesse público e social do Governo;
- e) Formular e coordenar a política de comunicação social do Governo, nas áreas de imprensa, publicidade e divulgação;
- f) Coordenar a contratação dos serviços de pesquisa, publicidade e propaganda do Estado;
- g) Coordenar, normalizar, supervisionar e controlar as implantações de programas informativos, de publicidades e

- de patrocínios dos Órgãos e Entidades do Governo;
- h) Convocar redes obrigatórias de comunicação radiofônicas e televisivas;
 - i) Exercer outras atividades correlatas. (AC)
 - j) Na coordenação e na consolidação da comunicação governamental nos canais próprios de comunicação.
 - k) Na organização e no desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública.

II - Estrutura da Secom-RR

A Secretaria de Comunicação Social do Governo de Roraima tem como estrutura básica:

- Gabinete do secretário e secretário adjunto.
- Ugam (Unidade Gestora de Atividades Meio)
- Departamento de Jornalismo.
- Departamento de Marketing e Publicidade.
- Departamento Operacional.
- Departamento de Mídias Sociais.

III - Atribuições da Ascom

Embora os dois termos sejam bem semelhantes, a Ascom (Assessoria de Comunicação) e AI (Assessoria de Imprensa), têm atividades diferentes dentro de uma instituição, principalmente por sua estrutura. A Assessoria de Imprensa, geralmente é composta por um jornalista responsável pelo planejamento e produção de conteúdos para os meios de comunicação social e redes sociais para a divulgação do(a) assessorado(a), e um fotógrafo. Enquanto a Ascom é composta por uma equipe mais completa, com profissionais de marketing, publicidade e propaganda, relações públicas, jornalistas e, em alguns casos, fotógrafo e cinegrafista.

O Governo de Roraima adota a Ascom como modelo padrão para suas secretarias e demais órgãos da administração direta e indireta. São atribuições da Ascom, assistir direta e imediatamente o(a) secretário(a), especialmente:



- a) É uma unidade de apoio e assessoramento direto do Gabinete do secretário e secretário adjunto, ou gestores dos demais órgãos da administração direta e indireta do Governo de Roraima e responde à Secom-RR.
- b) Elaborar planejamento de comunicação para o Órgão para o qual presta serviço com o objetivo de facilitar os processos e dar celeridade aos serviços.
- c) Enviar cópia do planejamento para a Secom com o objetivo de convalidar agendas, principalmente no caso de eventos, para os quais seja necessário, a presença do Governador, Vice, 1ª Dama e demais secretários dos órgãos do Poder Executivo para o apoio à cobertura de mídia.
- d) No planejamento de ações conjuntas com outros órgãos é importante a participação da Secom-RR.
- e) Produzir mensalmente Relatório de produção da Ascom e remeter ao secretário do Órgão. Além de ser um documento importante, auxilia na auto avaliação daquilo que é produzido, facilita a organização e arquivo memorial e contribui para a prestação de contas realizada pela UGAM.
- f) Zelar pela imagem institucional da Pasta.
- g) Manter bom relacionamento com a imprensa local, regional e nacional, buscando sempre responder às demandas, respeitando o deadline.
- h) Coordenar e monitorar a divulgação das ações da Pasta em site próprio e/ou redes sociais permitidas pela Política de Comunicação Social implementada pela Secom, e manter o titulares e diretores indireta informados(as) sobre a repercussão na imprensa.
- i) Buscar, sempre que necessário, apoio da Secom-RR no relacionamento com a imprensa e todos os públicos de interesse.
- j) Consultar a Secom-RR sobre o melhor caminho em caso de gerenciamento de crise.
- k) Manter a busca ativa de pautas e conteúdos relevantes para divulgação junto às diretorias que compõem a Pasta que assessora.
- l) Produzir fotos e/vídeos com qualidade para uso do âmbito da Secom e demais públicos interessados
- m) Orientar o secretário do órgão que assessora e demais gestores sobre conteúdos relevantes a serem publicados



para a formação de imagem positiva para a estrutura do executivo.

IV - Estrutura da Ascom

- Gerência de Comunicação Social
- Técnico de Publicidade/Design
- Técnico em Mídias Sociais
- Fotógrafo/cinegrafista

V- Rotina de Trabalho

Os profissionais jornalistas, publicitários, relações públicas, radialistas e/ou operadores de mídias sociais e demais profissionais, que atuam na Secom-RR ou nas Ascom's dos demais órgãos vinculados ao Governo, deverão cumprir as seguintes diretrizes dentro da rotina de trabalho:

- a) Sua função é assessor(a) de comunicação ou de imprensa do poder executivo, portanto, não faz parte da imprensa comum e não deve interferir em coletivas cabendo-lhe apenas a função de coordenar e/ou organizar o evento.
- b) Deve comportar-se como parte integrante da Secom-RR, embora preste serviço como assessor de outra Secretaria, empresa pública, ou qualquer outro órgão vinculado ao Governo do Estado de Roraima.
- c) Acompanhar diariamente a agenda do secretário/diretor da secretaria/autarquia a qual presta serviços.
- d) Organizar quando necessário, as demandas de imprensa acerca de entrevistas e coletivas. O Assessor de comunicação é o mediador(a) entre a Secretaria e a imprensa. É oportuno que antes do agendamento, o assessor alinhe com a Secom-RR, com antecedência, para evitar a coincidência de pautas do Governo.
- e) Os assessores podem solicitar à Secom-RR apoio na cobertura de eventos, desde com antecedência mínima de 48 horas. As solicitações devem ser feitas com antecedência, para verificar a disponibilidade das equipes de TV, rádio, foto e mídias sociais. Exceto para casos emergenciais.

- f) Orientar o(a) assessorado(a) sobre postura diante de entrevista ou coletiva de imprensa.
- g) Atender demanda da imprensa de modo célere e respeitoso.
- h) Não deixar qualquer cidadão esperando por muito tempo. Para isso, manter a busca ativa diária, junto a cada diretoria da Pasta do Executivo, garante o conhecimento sobre todas as ações, projetos e programas desenvolvidos pelo Órgão que representa.
- i) As Notas de esclarecimento a respeito de um assunto demandado podem ser emitidas nos casos que não sejam possíveis conceder entrevistas.
- j) Rever e organizar o calendário de ações da secretaria, que deve ser elaborado a cada dois meses ou mensalmente.
- k) Compartilhar a agenda da secretaria e do (a) secretário (a) com os editores da Secom-RR, para evitar o choque de pautas e permitir o planejamento das coberturas e respectivas equipes.
- l) Conteúdos elogiosos aos gestores ou fotos posadas devem ser evitadas.
- m) Monitoramento do conteúdo publicado nos veículos de comunicação, deve ser realizado diariamente e procurar estabelecer contato cordial para a correção de eventuais falhas ou dados imprecisos que sejam divulgados.
- n) Estreitar o relacionamento com os servidores dos diferentes núcleos da secretaria, para facilitar o fluxo e a busca diária de informações e a produção de conteúdo.
- o) A resposta às demandas requeridas pelos veículos, deve seguir os posicionamentos do departamento de jornalismo da Secom-RR e toda comunicação entre veículo e Ascom deve ser via Secom-RR.
- p) Realizar leitura diária das publicações oficiais com relação direta o órgão do Executivo que representa, e órgãos afins, bem como leitura das publicações dos principais meios de comunicação.
- q) O envio de conteúdo para a imprensa local, nacional e internacional deve partir da Secretaria de Comunicação Social. As Assessorias de Comunicação produzem o conteúdo, que é editado, finalizado e disparado ao público externo por meio da Secom-RR.
- r) Em caso de pautas e ações pertinentes a mais de uma secretaria, os assessores devem alinhar previamente a



- cobertura entre si e com seus assessorados, elaborando um planejamento e em caso de dúvida, consultar o diretor de Jornalismo.
- s) Atentar para o planejamento de comunicação interna de modo que os servidores conheçam não apenas a estrutura da qual fazem parte, mas inclusive o que os setores realizam.
 - t) Em eventos com a presença da Presidência da República ou representantes da esfera federal, o assessor deve acessar, com antecedência, a Comunicação do Governo Federal, em seus canais oficiais, a fim de buscar informações necessárias para um melhor planejamento da ação. É primordial que esse planejamento seja feito em conjunto com a Secom e o Cerimonial do Governo do Estado de Roraima.
 - u) Em pautas que solicitem dados estatísticos é fundamental o atendimento. O Governo Federal, por meio de suas políticas públicas, tem trabalhado com base em dados estatísticos das esferas estaduais e municipais para a liberação de recursos públicos (repasses), e elaboração de seus Planos. Além de mostrar eficiência e transparência pública, também se gera uma linha temporal a partir das publicações que possibilitam ajustes e melhorias no trabalho realizado.
 - v) Participar ativamente das reuniões de trabalho convocadas pela Secom-RR.

VI - Solicitação de serviços à Secom-RR

Solicitação de serviços à Secom-RR deve ser feita por meio do SEI (Sistema Eletrônico de Informações) e/ou e-mail, quando necessário, indicando no ícone "assunto" se a solicitação é específica para jornalismo, marketing e/ou mídias sociais.



4.1 - REDAÇÃO/JORNALISMO

O profissional de jornalismo pode elaborar os mais diversos formatos de produtos. O mais comum em nossos Órgãos do Executivo, tem sido a sugestão de pauta, entregues na forma de releases aos veículos de comunicação. Contudo, a elaboração de matérias, cujo objetivo sejam alcançar espaços em veículos nacionais e mesmo regionais de renome, auxiliam a fomentar uma imagem mais positiva do Estado e de todos os servidores que compõe o Órgão.

A edição de jornais, revistas, sites de notícia e material jornalístico para vídeos; preparação de textos de apoio, sinopses, súmulas e artigos; e-books, cartilhas, conteúdos em áudio como os podcasts, também são exemplos de excelentes produtos os quais devem ser explorados por parte da Assessoria, assim como também a realização de pesquisas em comunicação.


O relacionamento formal e informal com os profissionais dos meios de comunicação, responsáveis pelas pautas, repórteres e editores da mídia; o acompanhamento de entrevistas de seus assessorados; a organização de coletivas; organização do mailling; o serviço de clipping de notícias (impressos, rádio, TV e Internet), o arquivo do material jornalístico (CDOC), contribui para a participação mais estratégica da comunicação do Estado. E isso implica dizer que a comunicação interna é questão indispensável para esse fim. Afinal o público interno é a mola propulsora do trabalho ao qual o profissional da Assessoria dá visibilidade.

A produção de conteúdo de comunicação, a exemplo dos textos, deve-se priorizar uma redação de texto de releases e/ou matérias como se fosse o texto final a ser divulgado pela Secom-RR e publicado na Agência de Notícias do Governo de Roraima. Embora os textos possam ser alterados pelos editores, cada repórter deve escrever seus conteúdos institucionais de modo que possam ser imediatamente divulgados.



I – PRODUÇÃO TEXTUAL

- a) Para a elaboração de um material jornalístico, parte-se da premissa de que é necessário atender algumas etapas que compõe a estrutura do texto/material: definir a pauta, realizar a apuração das informações/ fatos, transformar esses dados em produto (release, matéria, nota, etc), realizar a edição do texto (corrigir e revisar), e publicar.
- b) É importante o conhecimento prévio do objetivo de toda e qualquer pauta/evento realizado. Para isso, a busca ativa de informações junto à diretoria/ unidade, diretamente responsável, é fundamental para o conhecimento prévio do assunto.
- c) A Secom-RR recomenda que a estrutura dos releases e matérias sejam divididas em parágrafos de, em média, seis ou sete linhas. Os parágrafos poderão ser menores quando reproduzirem declarações.
- d) O lide, informativo e com períodos curtos, deve ser claro, conciso e atrativo.
- e) Os textos também devem ser claros e concisos. O repórter deve optar por escrever de forma direta, em linguagem acessível, e evitar se alongar sem necessidade.
- f) As aspas devem ser usadas sempre quando houver no texto, o uso do discurso indireto na reprodução de frases de entrevistados, também em capítulos de livros, títulos de palestras, artigos e reportagens de jornais e revistas, que devem ser escritos com a primeira inicial maiúscula e para personagens de peças, livros, filmes e novelas usa-se tipo claro, sem aspas: “Deus é brasileiro”
- g) Os verbos dicendi (que acompanham uma declaração, dando continuidade de diálogo): afirmou, disse. Adotados quando se reproduz a palavra de alguém, deve-se reproduzi-las na terceira pessoa.
- h) Evite textos que contenha juízo de valor, opinião do jornalista/repórter, ou conteúdo elogioso, exceto quando o elogio parte do entrevistado. O fato é o objetivo da pauta.
- i) No meio do texto, é adequado usar subtítulos, para tornar o texto mais leve. Além de dar destaque a determinado assunto dentro da contextualização.
- j) Em um texto, quando houver a necessidade de referir-se ao País, enquanto Nação Brasileira, deve-se utilizar com letra maiúscula (País).

- 
- k) A palavra capital sempre deve ser escrita em letra minúscula, assim como interior. A abreviatura do nome de cidades ocorre apenas em títulos: BV (Boa Vista). A mesma regra serve para abreviar o nome de estados.
- l) O material produzido pela Secom-RR e Assessorias, para distribuição à imprensa e publicado no Portal de Notícias do Governo de Roraima, e demais canais de comunicação, deve ter como prioridade a exatidão das informações e a transcrição das declarações para manter a credibilidade do serviço realizado.
- m) Os infográficos são ferramentas importantes que além de enriquecer um conteúdo, facilitam sua leitura. Quando possível, faça uso deles.
- n) Os números e nomes próprios mencionados em cada texto da Secom-RR e Ascom's merecem atenção redobrada. A grafia correta dos nomes do(a) chefe do Poder Executivo, secretários de Estado, ou dirigentes dos demais órgãos da administração direta e indireta, deve ser verificada sempre e o nome pelo qual a autoridade é mais conhecida. Ao citar, use primeiro por cargo e nome completo para o início do texto, depois o nome pelo qual a autoridade é mais conhecida, exceto se o cargo for extenso.
- o) A mesma regra deve ser adotada para todos os entrevistados.
- p) A Secom-RR prefere adotar a tradução em português das palavras estrangeiras sempre que for possível. No entanto, quando isso não for possível, os termos estrangeiros serão sempre escritos em itálico.
- q) Quando houver necessidade de citar quantias e percentuais, por vezes, as repetições são necessárias, seja de símbolos ou palavras. Para a correta aplicação do termo, não é necessário escrever por extenso o nome da moeda, uma vez que tenha usado o cifrão (R\$ 9 milhões de reais). O correto é R\$ 9 milhões.
- r) O repórter da Secom-RR ou da Ascom deve tomar cuidado ao reproduzir a fala de alguém que possa ter cometido erros de português, ou ferido a lógica ou os fatos. Caso ocorra algo nesse sentido, procure esclarecimento junto ao entrevistado ou com sua assessoria.
- s) Os nomes dos órgãos do Executivo estadual que contenham siglas, devem aparecer inicialmente a sigla e depois por extenso entre parênteses o nome da Instituição. Exemplo: CMBRR (Corpo de Bombeiros Militar de Roraima) ou também Seinf (Secretaria de Infraestrutura).
- t) A palavra telefone, televisão, e indicador de logradouro, tais como avenida, travessa, são escritos por extenso e



jamais abreviadas.

- u) Na Secom-RR, o uso do verbo no presente deve estar limitado a títulos e à reprodução de opinião do entrevistado em um parecer, pois neste caso trata-se de declarações constantes em um documento.
- v) Os documentos públicos, exceto aqueles que têm nome próprio, a exemplo das Leis as quais vêm acompanhados do respectivo número (Lei nº 8.666, Medida Provisória nº 2.078) devem ser grafados com letra maiúscula.

IX – ESCREVE-SE POR EXTENSO

- a) Pesos e medidas exceto quando usados em tabelas e gráficos
- b) As siglas quando aparecem a primeira vez no texto, e deve ser seguida do nome por extenso e entre parênteses. No caso de siglas pronunciáveis, como Seinf, Sesau, Secult. Em outras situações, a sigla deve ser escrita em caixa alta.
- c) Números ordinais até o décimo, exceto para mesa diretora, 1º presidente, etc.

4.2 - TV AGÊNCIA

I - Repórteres e editores

O papel de repórteres e editores é fundamental no processo de consolidação da notícia. Os profissionais que atuam na Secom e Ascom do Executivo estadual devem atender algumas orientações, para a elaboração dos conteúdos e produtos de comunicação.

- 1) Os profissionais devem atentar para o fato de que o mesmo conteúdo pode ser utilizado em diferentes canais de comunicação. Desse modo, sua produção e/ou edição deve primar por atender a possibilidade de uso do maior



- número de canais com o objetivo de ampliar a divulgação das ações.
- 2) As matérias devem ser produzidas com títulos que não ultrapasse 60 caracteres, e tempo de duração máxima de 2'30" (dois minutos e 30 segundos) editada. Exceções devem ser discutidas com o Assessor chefe.
 - 3) No caso de materiais cujo tempo ultrapasse os 2'30" (dois minutos e 30 segundos), debater a possibilidade do produto ser distribuído em partes menores cumprindo o objetivo da comunicação.
 - 4) Adjetivações, juízo de valor, opiniões do profissional de comunicação ou conteúdo elogioso nas matérias produzidas não são permitidos, exceto quando se tratar de declaração da autoridade entrevistada.
 - 5) Matérias sobre serviços (exemplos: coleta de sangue, emissão de documentos, concursos, contratações, serviços feitos por delegacias) devem informar, quando possível, os canais para obter informações, tais como telefones e/ou e-mail para contatos, horário de funcionamento ou outro canal de comunicação por meio do qual o cidadão acesse as informações sobre os serviços. Editores devem lembrar o uso de caracteres.
 - 6) Textos sobre portarias, decretos e outras publicações devem conter detalhes sobre a data da publicação e necessariamente seu número e exercício (ano) em que foi elaborado e quando de sua validade legal.
 - 7) Matérias com personagens devem sempre conter a identificação dos entrevistados, como nome e patente (militares), cargo (agentes públicos), parlamentares (partido e estância legislativa), profissão (autônomos, prestadores de serviço, profissionais liberais) vínculo familiar (quando a matéria envolver familiares das personagens).
 - 8) É fundamental que as reportagens que envolvam personagens do povo, como em enquetes, por exemplo, tenham a devida autorização da entrevistada ou entrevistado, para veiculação do fato, notícia ou opinião. A autorização pode ser por escrito ou gravado, diretamente na câmera, antes e depois da entrevista.
 - 9) O nome do órgão na legenda do vídeo deve sempre começar com maiúsculas: Secretaria de Saúde). Já a função (presidente, secretário, diretor) será sempre em letra minúscula: secretário de saúde, presidente da Agência de Defesa Agropecuária do Estado de Roraima, etc.
 - 10) Os nomes dos órgãos devem ser sempre escritos por extenso e informados no off (áudio), quando citados pela primeira vez e, necessariamente, escritos na legenda (edição), juntamente com a identificação do personagem,



- acompanhados da sigla em primeiro plano. Exemplo: Sesp (Secretaria de Segurança Pública).
- 11) Siglas de até três letras devem ser sempre escritas em caixa alta. Exemplo: SEI (Secretaria do Índio), PGE (Procuradoria-Geral do Estado). Siglas com mais de três letras devem ser escritas apenas com a inicial maiúscula, quando a sigla formar uma palavra. Exemplos: Sefaz (Secretaria de Fazenda), Setrabes (Secretaria do Trabalho e Bem-Estar Social), Seinf (Secretaria de Infraestrutura).
 - 12) Siglas com mais de três letras devem ser escritas inteiramente em caixa alta, quando não formar uma palavra pronunciável. Exemplos: MPRR (Ministério Público de Roraima), CBM-RR (Corpo de Bombeiros Militar de Roraima), TJRR (Tribunal de Justiça de Roraima), HMINSN (Hospital Materno Infantil Nossa Senhora de Nazareth).
 - 13) Sempre que for citada uma cidade do interior, é preciso informar a distância dela para a capital, Boa Vista, e a região em que ela está localizada (Sul, Norte, Nordeste, Centro-Oeste).
 - 14) As matérias só devem estar liberadas para edição, após a revisão dos textos, pelo superior hierárquico imediato e, em sua ausência, pelo coordenador geral de redação. Apenas em casos excepcionais (viagens, urgência para publicação e indisponibilidade de acesso) a elaboração do texto e revisão ficará sob a responsabilidade do jornalista indicado para a matéria.
 - 15) Evitar a utilização de imagens de arquivo para ilustrar matérias televisivas, salvo raras exceções, como a impossibilidade de colher novas imagens, seja por agenda corrida (governador com vários compromissos, normalmente em viagens), pautas de última hora ou convocação da Secom-RR para eventos extraordinários.
 - 16) Aos editores, cabe a responsabilidade de armazenar o material e a autorização, por tempo indeterminado, a fim de evitar futuros processos judiciais, por uso indevido de imagem.
 - 17) Os materiais produzidos e publicados pela Secom-RR e Ascom devem ser armazenadas e arquivadas em Hds externos para a formação do banco de imagem do Executivo estadual e utilização futura.
 - 18) Usar frases curtas, evitar generalizações e contar a notícia de forma lógica, com começo, meio e fim.
 - 19) As imagens utilizadas sempre devem ter relação (inclusive temporal) com a notícia, seja em razão do compromisso com a verdade, seja para evitar processos judiciais. Atente principalmente para a possibilidade de



direitos autorais, para o caso de uso de imagens de terceiros.

- 20) É permitido aproveitar material gerado por equipamentos portáteis de áudio e vídeo (como câmeras, gravadores, aparelhos celulares e tablets) podem ser usados quando houver a necessidade de dar agilidade, autonomia e praticidade na veiculação da informação ou mesmo para enriquecer ou complementar as informações. Contudo deverá sempre ser submetida à avaliação.
- 21) O editor é responsável pelo que publica. É sua responsabilidade o trato final do produto de comunicação, e a qualidade de seus conteúdos em áudio, vídeo, ícones como caracteres, infográficos, gráficos, etc. Portanto, o trabalho de edição vai além do ato de cortar, gravar, tornar mais claro, escrever melhor, apañhar erros.

5 - OPERACIONAIS

Os profissionais que atuam no Departamento Operacional são fundamentais para o processo de produção e execução das pautas da Secom-RR e Ascom's. São profissionais que operam as câmeras (filmadoras e fotográficas), seus auxiliares e ainda os condutores de veículos, tão importantes para o deslocamento da equipe e para o cumprimento de pauta externa.

5.1 - Cinegrafistas:

- a) Cabe aos cinegrafistas buscarem sempre a melhor imagem, o melhor ângulo, a melhor iluminação, ajustar os equipamentos e buscar a excelência no vídeo. Portanto antes da cobertura, verifique todo seu equipamento, como lentes, sensores, áudio e demais recursos.
- b) Preferível o uso de foco manual e tripé para manter a boa qualidade de imagem.
- c) Evitar gravar contra a luz e sempre usar movimentos de câmera que não prejudiquem o entendimento do assunto principal. Ajuste os filtros de densidade.
- d) O uso de imagem de pessoas deve ser sempre feito de forma consentida, salvo em situações que envolvam figuras públicas em lugares públicos e que a imagem seja disponibilizada de forma contextualizada, com



interesse público.

- e) A autorização para uso da imagem deve ser requerida por escrito, ou ainda por foto ou por uma gravação em vídeo do(a) entrevistado(a) comunicando a autorização de uso.

5.2 - Fotógrafos:

- a) Cabe aos fotógrafos buscarem sempre a melhor imagem, o melhor ângulo, a melhor iluminação, ajustar os equipamentos e buscar a excelência na imagem. As postagens das fotos deverão ter legendas e tratamento adequado com padrão de, no mínimo, dois mega de tamanho.
- b) O cuidado com as posturas e expressões do assessorado, que inclui o governador, secretariado e demais autoridades (buscar fotos com expressões positivas, ter cuidado com caretas, olhos fechados ou vermelhos e evitar posições desfavoráveis e/ou situações constrangedoras).
- c) O fotógrafo pautado para o Gabinete deverá ter postura adequada, agir discretamente e ser preciso na cobertura do evento para não atrapalhar a reunião.
- d) Todas as fotografias feitas em reuniões em pautas factuais e com caráter de urgência deverão ser agilizadas para mídias sociais (Instagram e/ou Facebook) e repórteres, via wi-fi da câmera para o celular/smartphone.
- e) O fotógrafo deverá ter um terno com gravatas para coberturas oficiais e manter na Redação um blazer para demandas correntes em que for necessária a vestimenta (pautas presidenciais, governamentais, com autoridades do Legislativo, Executivo e Judiciário) pedem vestimentas adequadas.
- f) O fotógrafo escalado para pautas externas com o governador deverá acompanhar as autoridades, diversificando o foco do assessorado com o conteúdo do evento (inaugurações, obras, secretarias, fachadas, ações e coberturas gerais). O profissional deve atentar para o briefing do evento.
- g) Não se prender somente na figura do governador no evento, mas também ao impacto de interesse público da pauta.
- h) Para isso, o profissional deve também ler o briefing da pauta e alinhar o tom junto ao repórter responsável para saber qual o direcionamento das fotografias que serão usadas nos releases.
- i) No caso de eventos que exijam vestimentas específicas, atentar para o indicativo no Convite.

- j) Aproveitar as pautas para fomentar o banco de imagem do Governo, das secretarias, das ações e das obras realizadas (fotos abertas, detalhadas, para serem usadas em diversas matérias ou demandas a serem concluídas).
- k) O fotógrafo pautado deverá seguir a formalidade determinada em cada órgão, instituição e/ou setor.
- l) Todas as fotos deverão ser tratadas e classificadas para envio à imprensa junto com os releases e/ou matérias e publicação no Portal de notícias e redes sociais do Governo e do governador.
- m) As fotos deverão ter legendas com a correta identificação das pessoas.
- n) Todas as fotos deverão ser guardadas em HDs externos e arquivadas para pedidos ou demandas de imprensa ou autoridades.
- o) Todas as fotos deverão ter os créditos do fotógrafo.
- p) O profissional que atua na Ascom deve seguir o mesmo rito para a cobertura de eventos junto à Pasta onde desenvolve suas funções.

5.3 - Designer:

Entende-se como design a atividade profissional responsável por planejar, criar e desenvolver produtos e serviços. Os mais comuns são a criação de anúncios e logotipos, com o uso correto de cores, tipografias, e outros elementos que compõem uma comunicação visual. Desse modo, o profissional em suas produções, deve:

- a) Seguir as orientações previstas neste Manual e nos Manuais de Publicidade, o qual contém o MIV com as devidas indicações sobre o uso da marca de Governo, e o Manual para Mídia Social.
- b) Para a elaboração de Campanhas mesmo que internas, é de bom tom, a consulta junto à Secom para a validação do material antes de sua produção. Isso evitará possíveis equívocos e/esquecimentos.
- c) Orienta-se para que o avatar das páginas de mídia social do órgão que representa siga a correta aplicação da marca.



6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração desse Manual conforme citado anteriormente, objetivou atender a necessidade de alinhamento da comunicação do Executivo estadual para oferecer uma unidade comunicacional aos órgãos do Estado.

Enquanto documento, considerando-se o tamanho da estrutura pública do Estado de Roraima, compreende-se que seja possível, não atender nesta primeira edição, todas as questões que o envolvem. Contudo, reforçamos que este Manual não é um produto estático, mas dinâmico e que será atualizado. De modo que sua contribuição é fundamental para que alcancemos o atendimento de todas as questões aqui ausentes.

Deve-se considerar ainda, que novos canais de comunicação sejam inseridos ao longo do processo e que por hora não estão contemplados nesta edição. O que implica dizer que a edição posterior deva contemplar as novas informações e atualizações.

Use-o com frequência. Consulte quando sentir necessidade a SECOM. Proponha mudanças que considerar oportunas e necessárias. Embora estejamos distribuídos em unidades distintas, formamos um único corpo de comunicação do Executivo Estadual e a imagem pública existente é formada por cada um de nós. Daquilo que produzimos, como produzimos, como publicamos e para quem e com quem falamos. Quanto mais fortalecidos formos e integrados em nossas ações, mais fortalecida será a imagem pública do Estado.



6 - BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Congresso. Senado Federal. Secretaria de Comunicação Social. Manual de Redação: Agência do Senado, Jornal do Senado. Brasília: Senado Federal, 2001.

BRASIL. Lei nº 499, de 19 de julho de 2005, Dispõe sobre Reorganização Administrativa do Estado de Roraima. Alterada pela Lei nº 530, de 22 de Fevereiro de 2006 (Publicado no Diário Oficial nº 281 de 22 de fevereiro de 2006) Alterada pela Lei nº 569, de 01 de Dezembro de 2006 (Publicado no Diário Oficial nº 469 de 04 de dezembro de 2006) Alterada pela Lei nº 640, de 11 de Março de 2008 Alterada pela Lei nº 721, de 06 de julho de 2009 (Publicado no Diário Oficial nº 1.097, de 07 de julho de 2009) Alterada pela Lei nº 890, de 23 de janeiro de 2013 (Publicado no Diário Oficial nº 1957, de 23 de janeiro de 2013) Alterada pela Lei Complementar nº223, de 27 de janeiro de 2014

GARCIA, Luiz (Org.). Manual de redação e estilo. 26ª ed., São Paulo : Globo, 1999.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003

LUPETTI, Márcelia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE TEXTOS: normas básicas de editoração para a elaboração de originais, composição e revisão. Brasília, Senado Federal. Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1997.

MARINHO, Bruno. Conheça os tipos de mídias sociais. Marketing e Mídias Sociais. Publicado em 16.01.2015. Disponível em < <https://marketingemidiassociais.com.br/blog/conheca-os-tipos-de-midias-sociais/>>



MARTINS, Eduardo (Org.). Manual de redação e estilo. 3ª ed., São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MICHAELIS: Moderno dicionário da língua portuguesa. 2ª ed. São Paulo: Melhoramentos, 1998.

CONSULTAS IMPORTANTES

ABCINE

<https://abcine.org.br/site/>

ABERJE

<https://www.aberje.com.br/>

ABRAFOTO

http://www.abrafoto.com.br/Guia_Abrafoto/guia-do-fotografo

Cartilha da OMS – orienta sobre como fazer pautas sobre o suicídio

https://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_port.pdf

Cartilha do Ministério da Saúde - orienta sobre como tratar pautas sobre o suicídio

<http://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2017/setembro/20/Folheto-jornalistas-15x21cm.pdf>

Escola de Comunicação da ABERJE – Cursos Gratuitos

<http://www.escolaaberje.com.br/form/ficha-curso-gratuito.html>