



ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - BACHARELADO

LAURA PIOLA

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM ASSESSORIA DE IMPRENSA
SERVIÇO AUTÔNOMO MUNICIPAL DE ÁGUA E ESGOTO

Caxias do Sul

2021

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	03
2 INTRODUÇÃO	06
3 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO	07
4 DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO	22
5 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO	34
5.1 REFLEXÃO TEÓRICA	34
5.1.1 Conceito	34
5.1.2 Setor Público	35
5.1.3 Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa	36
5.1.4 Ações e Produtos da Assessoria de Imprensa	39
5.1.5 Mídias Sociais em Assessoria de Imprensa	41
5.2 PLANO DE AÇÃO	44
5.2.1 Curto Prazo	44
5.2.1.1 <i>Clipping</i>	44
5.2.1.2 <i>#SamaeNaMídia</i>	47
5.2.1.3 Semana do Meio Ambiente	48
5.2.1.4 <i>Samaezito por Caxias</i>	50
5.2.1.5 <i>Mailing</i>	50
5.2.1.6 Mural	52
5.2.2 Médio Prazo	53
5.2.2.1 Informativo de Circulação Interna	53
5.2.2.2 <i>Media Training</i>	54
5.2.3 Longo Prazo	56
5.2.3.1 Plano de Comunicação	56
6 RELATO DE EXECUÇÃO	58
6.1 PROCESSOS E RESULTADOS ALCANÇADOS	73
7 PARECER DO SUPERVISOR DO CAMPO DE ESTÁGIO	75
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
10 ANEXOS	80
11 APÊNDICES	81

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Matéria para o <i>site</i> do Samae	11
Figura 2 - Exemplo de texto para material impresso	12
Figura 3 - Foto de reunião no Salão Nobre da Prefeitura de Caxias do Sul	13
Figura 4 - Foto de obra executada na Avenida Júlio de Castilhos	14
Figura 5 - Publicação no <i>Instagram</i>	15
Figura 6 - Post de <i>#bt</i>	15
Figura 7 - Post de <i>#DicasdaEducaçãoAmbiental</i>	16
Figura 8 - Vídeo realizado para o Dia Internacional da Mulher	16
Figura 9 - Intranet do Samae	17
Figura 10 - Menus Administrativos	18
Figura 11 - Site do Samae	18
Figura 12 - Menu das últimas notícias	19
Figura 13 - Página no <i>Facebook</i> do Samae	19
Figura 14 - Perfil no <i>Instagram</i>	20
Figura 15 - Canal no YouTube	21
Figura 16 - Matéria de capa no Jornal Pioneiro	23
Figura 17 - Matéria ocupa meia página no Jornal Pioneiro	23
Figura 18 - Matéria no portal Leouve	24
Figura 19 - Matéria no portal Serra em Pauta	24
Figura 20 - Matéria no site da Rádio Caxias	25
Figura 21 - Capa do <i>site</i> da Prefeitura	26
Figura 22 - Matéria sobre o Samae no <i>site</i> da Prefeitura	26
Figura 23 - Posição das fotos nas matérias do <i>site</i>	27

Figura 24 - Pasta de Fotos	28
Figura 25 - <i>Insights</i> da página do <i>Facebook</i>	29
Figura 26 - Engajamento das últimas postagens	29
Figura 27 - Exemplo de reclamação 1	31
Figura 28 - Exemplo de reclamação 2	31
Figura 29 - Exemplo de reclamação 3	32
Figura 30 - Matriz <i>SWOT</i>	38
Figura 31 - Capa Relatório de Clipagem	45
Figura 32 - Capa mensal do Relatório de Clipagem	45
Figura 33 - <i>Template</i> do #SamaeNaMídia	47
Figura 34 - #SamaenaMídia matéria 1	59
Figura 35 - #SamaenaMídia matéria 2	59
Figura 36 - Matéria agenda da Semana do Meio Ambiente	60
Figura 37 - Matéria sobre a Semana do Meio Ambiente no jornal Pioneiro	61
Figura 38 - <i>Post</i> cronograma da Semana do Meio Ambiente	62
Figura 39 - Matéria da palestra na Casa Anjos Voluntários	63
Figura 40 - Matéria da palestra no SCFV Irmão Sol	63
Figura 41 - Publicação da palestra na Casa Anjos Voluntários	64
Figura 42 - Publicação da palestra no SCFV Irmão Sol	64
Figura 43 - Postagem de divulgação do vídeo "Roteiro Caminhos das Águas"	65
Figura 44 - Linha do Tempo do Dia Mundial do Meio Ambiente	66
Figura 45 - 5 dicas para preservar o meio ambiente	67
Figura 46 - <i>Reels</i> objetivo e a importância do Dia Mundial do Meio Ambiente	68
Figura 47 - <i>Reels</i> sobre a importância da preservação da água	68
Figura 48 - #tbt do Dia Mundial do Meio Ambiente	69

Figura 49 - #SamaezitoporCaxias na Praça Dante Alighieri	70
Figura 50 - Quiz da Educação Ambiental	71
Figura 51 - Resposta do Quiz da Educação Ambiental	71
Figura 52 - #bt História das represas	72
Figura 53 - Reels do #SamaezitoporCaxias	73

2 INTRODUÇÃO

O presente documento apresenta um relatório do período de Estágio Curricular na Assessoria de Imprensa (AI) do Serviço Municipal de Água e Esgoto (Samae), contemplando diagnóstico, estudo teórico e propostas de ações para a organização. O trabalho foi construído para a disciplina de Estágio em Jornalismo, orientada pela Prof. Ma. Adriana dos Santos Schleder, na Universidade de Caxias do Sul.

O objetivo deste documento é relatar as minhas vivências durante os meses de estágio, analisar as ações de comunicação realizadas na instituição e, a partir disso, identificar os seus pontos positivos e negativos. Para embasar a elaboração de propostas, foi realizada uma reflexão teórica, utilizando autores especializados no campo da Assessoria de Imprensa. Tudo isso foi feito a fim de poder elaborar um plano de ação visando qualificar o cotidiano da Assessoria de Imprensa da Autarquia.

3 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO

O Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) de Caxias do Sul é uma autarquia municipal, com autonomia administrativa, que atende à comunidade em saneamento básico. A atual sede administrativa localiza-se na rua Pinheiro Machado, 1615.

Para atender à população, o Samae Caxias possui seis estações de tratamento de água, abastecidas por seis bacias de captação. Para o tratamento de esgoto, são dez estações.

Criado pela Lei Nº 1.474 de 5 de janeiro de 1966, o Samae é produto de um contexto histórico em que os serviços de saneamento e outros serviços públicos brasileiros, passaram a receber autonomia administrativa e financeira, de forma que ampliassem seus recursos e, assim, melhorassem os seus resultados.

Uma autarquia é uma entidade pública, criada por lei específica, que possui autonomia, personalidade jurídica e patrimônio próprios em relação à administração do Município. São criadas para executar serviços próprios do Estado, contribuindo com a descentralização administrativa.

Conforme a Lei, compete ao Samae “estudar, projetar e executar diretamente ou mediante contrato com organizações especializadas em engenharia sanitária, obras relativas à construção, ampliação ou remodelação dos sistemas públicos de abastecimento de água potável e de esgotos sanitários, que não forem objeto de convênio entre Prefeitura e os órgãos federais ou estaduais específicos”. Dessa forma, o Samae é responsável pelos serviços de abastecimento de água e tratamento de esgoto em Caxias do Sul há 55 anos.

Desde o começo dos anos 2000, o SAMAE também vem realizando um trabalho de Educação Ambiental junto a instituições de ensino básico e superior, buscando propiciar às pessoas uma compreensão global e crítica do ambiente, desenvolvendo, a partir disso, a sensibilização a respeito da preservação e do uso consciente da água.

A missão do Samae é prestar serviços públicos de abastecimento de água e esgotamento sanitário de forma eficiente e qualificada, garantindo à população caxiense a constante melhoria, rumo à excelência, com sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. A visão do serviço é ser reconhecido pela excelência na prestação de serviços públicos, na qualidade da água fornecida, no

tratamento do esgoto e na relação transparente com a comunidade. Seus valores são a excelência em abastecimento de água e esgotamento sanitário com qualidade; a valorização dos servidores; a responsabilidade fiscal e socioambiental; a ética; e a transparência.

A Autarquia é organizada em nove divisões com competências específicas:

- 1) Gabinete do Diretor-Presidente: compete administrar, supervisionar e executar a política de saneamento do Município, cumprindo e fazendo cumprir a legislação que rege a atividade pública;
- 2) Divisão Comercial: responsável pelo atendimento ao usuário, pela administração dos negócios e fiscalização do SAMAE. Atende pedidos, reclamações e ligações de água;
- 3) Divisão Administrativa: recursos humanos, registro, conservação e manutenção do patrimônio, licitações e administrações de suprimentos;
- 4) Divisão Financeira: administração, controle e registro de todas as finanças da autarquia;
- 5) Divisão de Tecnologia da Informação: planejamento, administração, desenvolvimento, suporte e infraestrutura dos sistemas informatizados do Samae;
- 6) Divisão de Planejamento Integrado: responsável por pesquisas, estudos, projetos, execução, supervisão, gerenciamento, fiscalização de obras da Autarquia, desenvolvimento de diretrizes e aprovação de novos loteamentos da cidade e de grandes empreendimentos;
- 7) Divisão de Água: administra, gerencia, coordena e executa a operação, manutenção e tratamento do Sistema de Abastecimento de Água do Município. É responsável por manter a qualidade da água e realizar a sua distribuição. Abrange os processos de captação, tratamento e distribuição. É dividida em gerências com funções específicas nesses procedimentos. As gerências de *Operação* e de *Manutenção* trabalham especificamente na implantação e acompanhamento das redes de distribuição. A gerência *Eletromecânica* é responsável pela parte de equipamentos dos sistemas de abastecimento. E, por fim, a gerência de *Tratamento de água*, que é responsável pela potabilização e verificação da qualidade da água fornecida pelo Samae;

- 8) Divisão de Esgoto: administra, gerencia, coordena e executa a operação, manutenção e tratamento do Sistema de Esgoto do Município. Seu trabalho é dividido em duas gerências. A gerência de *Redes* é responsável pela coleta e afastamento do esgoto gerado na cidade, encaminhando-o para uma Estação de Tratamento de Esgoto. A partir daí a gerência de *Tratamento* é que faz a operação da estação, para assim, devolver este efluente tratado para o meio ambiente;
- 9) Divisão de Recursos Hídricos: responsável pela utilização e preservação dos recursos hídricos atuais e futuros do Município. Fiscaliza e protege as bacias de captação e mananciais de Caxias do Sul.

O Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto possui um canal telefônico que funciona 24 horas por dia, todos os dias da semana, o 115. Além do plantão, o Samae também possui um número de WhatsApp, o (54) 99180-0893, que funciona durante o horário de atendimento comercial, de segunda à sexta-feira, das 9h às 13h.

Realizo meu estágio no Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae), na área de Assessoria de Imprensa, no setor de Assessoria de Comunicação. Nesse setor, estão a Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, Criação de Arte e Educação Ambiental. A equipe é composta por uma Jornalista (Andréia Copini), e sete estagiários: duas estagiárias de Jornalismo (Andrielly Martins da Silva e Laura Piola), duas de Biologia (Letícia Viganó e Luana Bitencourt da Silva Pereira), uma de Relações Públicas (Cláudia Costa), uma de Publicidade e Propaganda (Clara Stedile Zanandrea) e um de Engenharia Ambiental (Tiago Gomes Gauber).

A escolha do diretor-presidente, cargo ocupado por Gilberto Meletti, é uma indicação política, da gestão eleita, observando os requisitos descritos em Lei. No caso da Andréia Copini, da mesma forma. Ela ocupa dois cargos, o de Coordenadora de Comunicação e Assessora de Relações Institucionais do Samae.

Os produtos e ações que são desenvolvidos pela comunicação do Samae são: matérias; monitoramento e produção de conteúdo para redes sociais; cobertura fotográfica; comunicação interna; eventos; protocolos; atendimento à imprensa; discursos; produção de material gráfico; campanhas; treinamento da equipe que atende no 115; institucional da Autarquia, como a participação ou não em eventos,

distribuição de água para eventos, parcerias, apresentações, placas de obras; entre outros.

Além da Assessoria de Comunicação, o Samae também conta com uma agência de marketing terceirizada, a Colmeia Comunicação Facilitada. O contrato com essa agência é anual. São atribuições da agência a entrega de três *cards* semanais, de acordo com a necessidade da Autarquia, bem como R\$100,00 por mês em impulsionamento nas redes sociais. Isso porque, enquanto órgão público, o Samae não pode fazer patrocínios diretamente, apenas por meio da agência. Mensalmente é realizada uma reunião virtual, em que é realizado o planejamento de comunicação para o mês seguinte.

Sou estagiária remunerada no Samae há três meses e, em função disso, também estou realizando meu estágio curricular na Autarquia. Minhas principais funções como estagiária remunerada são a de produção de textos, fotos, cobertura de eventos e atendimento à imprensa, bem como a produção de conteúdo para as redes sociais. Os textos que eu produzo são *releases* e matérias para a Intranet e para o site do Samae.

A) Exemplo de *release* redigido por mim:

Samae dá sequência na substituição de rede de água na região central

Trânsito está bloqueado na pista direita da Avenida Júlio de Castilhos, em direção ao bairro São Pelegrino, em dois pontos

O Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) dá sequência na substituição de rede de abastecimento de água tratada na região Central da cidade, desta vez, na Avenida Júlio de Castilhos, nas quadras entre as ruas Dr. Montauray e Visconde de Pelotas e na quadra entre as ruas Garibaldi e Marechal Floriano.

Ao todo, 700 metros de rede serão substituídos, desde a rua Dr. Montauray até a rua Coronel Flores. Duas equipes estão trabalhando nessa obra, sendo assim, cada uma faz uma quadra por semana. O trânsito estará bloqueado na pista da direita da Avenida Júlio, sentido bairro São Pelegrino, nas quadras em que as equipes estiverem executando a obra.

Durante o dia (das 8h até as 17h) o registro ficará fechado, podendo causar intermitências no abastecimento da região.

A tubulação antiga era feita de ferro fundido, material que, com o tempo, sofre desgastes, rompimentos frequentes, bem como pode afetar a qualidade da água distribuída. Por isso, a

substituição por canos de PVC se faz necessária, uma vez que o material é mais durável, o que irá diminuir as perdas de água e aumentará a eficácia na prestação do serviço.

Essa obra faz parte do contrato anual de extensões e substituições de redes de água e está sendo realizada pela empresa Nort Brasil, terceirizada da autarquia.

B) Exemplo de matéria publicada no *site*:

Figura 1 - Matéria para o *site* do Samae

Notícias

15/04/2021

Samae dá sequência na substituição de rede de água na região central

Trânsito está bloqueado na pista direita da Avenida Júlio de Castilhos, em direção ao bairro São Pelegrino, em dois pontos

 Compartilhar 0

 Tweetar

O Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) dá sequência na substituição de rede de abastecimento de água tratada na região Central da cidade, desta vez, na Avenida Júlio de Castilhos, nas quadras entre as ruas Dr. Montauray e Visconde de Pelotas e na quadra entre as ruas Garibaldi e Marechal Floriano.

Ao todo, 700 metros de rede serão substituídos, desde a rua Dr. Montauray até a rua Coronel Flores. Duas equipes estão trabalhando nessa obra, sendo assim, cada uma faz uma quadra por semana. O trânsito estará bloqueado na pista da direita da Avenida Júlio, sentido bairro São Pelegrino, nas quadras em que as equipes estiverem executando a obra.

Durante o dia (das 8h até as 17h) o registro ficará fechado, podendo causar intermitências no abastecimento da região.

A tubulação antiga era feita de ferro fundido, material que, com o tempo, sofre desgastes, rompimentos frequentes, bem como pode afetar a qualidade da água distribuída. Por isso, a substituição por canos de PVC se faz necessária, uma vez que o material é mais durável, o que irá diminuir as perdas de água e aumentará a eficácia na prestação do

(Fonte: *site* do Samae -

samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63944/samae-da-sequencia-na-substituicao-de-rede-de-agua-na-regiao-central)

Para redigir as matérias, costumo verificar com a minha supervisora quem é a pessoa responsável pelo caso. Após isso, entro em contato preferencialmente via *e-mail* e ligação telefônica. Em últimos casos, entro em contato diretamente por WhatsApp, a não ser que o mesmo tenha sido indicado pela Coordenação como primeira opção. Também é possível agendar com antecedência um horário com os motoristas terceirizados da Autarquia para me locomover até o local da pauta para coletar mais informações e produzir fotos e vídeos.

Além disso, produzo textos para materiais impressos, como *folders*, informativos e contas d'água, bem como materiais virtuais, como *e-mails* e *e-books*.

Figura 2 - Exemplo de texto para material impresso



Prezado(a) consumidor(a),
ao entrar em contato com o SAMAE tenha, em mãos,
uma conta de serviços e a leitura atual do hidrômetro.

Refis 2021

O Programa de Recuperação Fiscal (REFIS) é destinado a pessoas físicas ou jurídicas que desejem quitar os seus débitos com o Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (SAMAE). O pagamento pode ser feito à vista ou em até 120 parcelas. Aderindo ao Programa até o dia 31 de outubro de 2021, o consumidor terá a oportunidade de renegociar as suas pendências obtendo descontos em juros e multas.

Como aderir ao Refis 2021

O titular da conta deverá acessar a nossa plataforma via WhatsApp (54) 99180-0893 ou comparecer à Loja Comercial do SAMAE, de segunda a sexta-feira, das 9h às 16h, portando seus documentos pessoais. Em caso de dúvidas, ligue 115, plantão 24h.

Prezado(a) usuário(a):

Conforme o Decreto nº 5.440 de 04 de maio de 2005, as informações sobre a análise da qualidade da água e o relatório anual estão disponíveis no site do SAMAE, no endereço eletrônico www.samaecaxias.com.br na opção Institucional/Água ou na Seção de Atendimento da Divisão Comercial do SAMAE.

Orientações:

Onde existe rede de abastecimento público, não use água de poço para consumo humano. Procure tampar sua caixa d'água e limpe a cada seis meses.

Espaço para autenticação mecânica

Comprovante do consumidor

VISITE NOSSAS REDES SOCIAIS



SAMAE Caxias



@SAMAECAXIAS



[54] 99180-0893

(Verso da conta d'água do Samae)

C) Exemplo de texto para *e-mail* disparado internamente para todos os servidores da Autarquia:

Curso: Mudanças no CTB a partir da Lei 14071/20

A servidora aposentada Mari Tondello ministra as aulas

Em abril de 2021, passará a vigorar a lei 14071/20, a qual altera o Código Brasileiro de Trânsito. O curso “Mudanças no CTB a partir da Lei 14071/20”, de autoria da servidora aposentada Mari Tondello, detalha as modificações na legislação. As aulas serão em formato EaD, na plataforma Hotmart, a qual disponibiliza vídeos e materiais de apoio. São oito horas de curso, divididas em quatro módulos, totalizando 15 aulas. Nelas serão expostos, de forma organizada, os capítulos do CBT que sofreram alterações, por meio de vídeo-aulas didáticas e claras, juntamente com o texto original e as alterações a partir da nova lei. O curso possui um preço acessível ao público, de R\$ 150.

Link para acesso: <https://go.hotmart.com/S46984587A>

Todos os textos produzidos pelos estagiários passam pela revisão da supervisora, Andréia Copini, que realiza os ajustes necessários.

Produzo fotos de obras, reuniões, eventos internos e externos, bem como fotos para serem utilizadas em materiais do Samae. Segue abaixo algumas de minhas produções fotográficas:

Figura 3 - Foto de reunião no Salão Nobre da Prefeitura de Caxias do Sul



(Foto: Laura Piola)

Figura 4 - Foto de obra executada na Avenida Júlio de Castilhos



(Foto: Laura Piola)

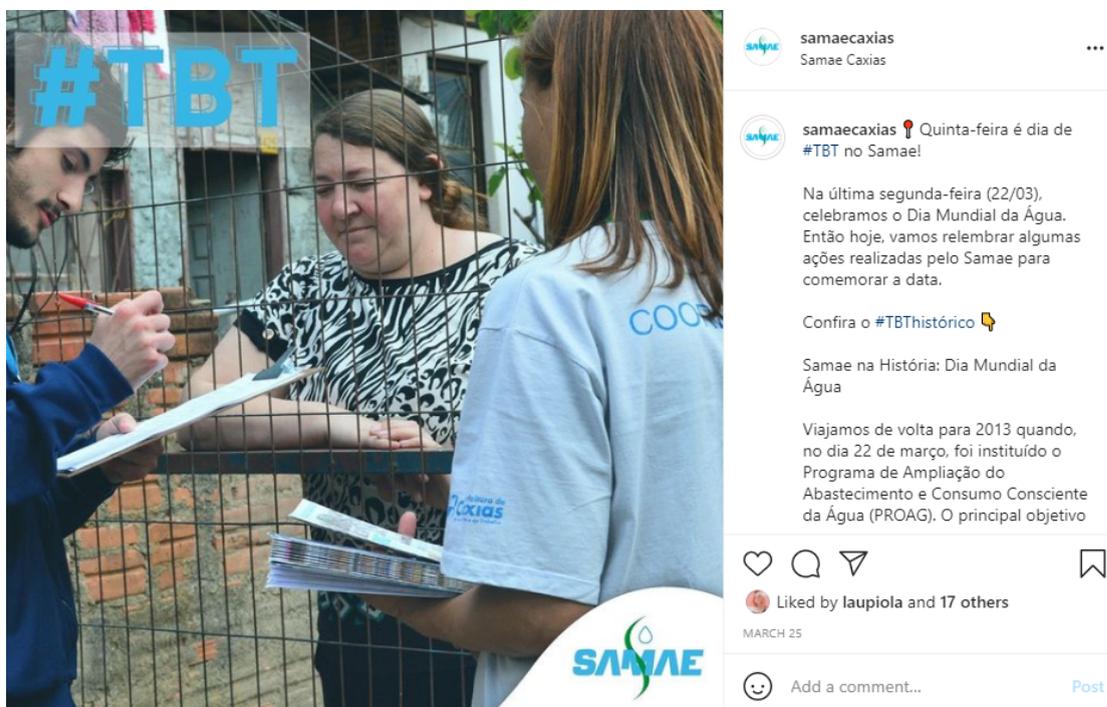
Por causa da pandemia de covid-19, desde que eu entrei no Samae, em janeiro de 2021, não foram realizados eventos. Por isso, ainda não tive a oportunidade de participar de uma cobertura.

O atendimento à imprensa é feito, na maioria das vezes, pela minha supervisora, Andréia Copini, pois os veículos a procuram diretamente.

Na produção de conteúdo para as redes sociais, participo da criação de publicações para o Facebook e *Instagram*, redigindo a legenda das mesmas. Sou responsável por dois quadros fixos, que são o *#tbt*, publicado nas quintas-feiras e o *#DicasdaEducaçãoAmbiental*, publicado toda sexta-feira. Além disso, também faço a postagem de *stories*.

Figura 5- Publicação no *Instagram*

(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CNsGoCgJkqj/>)

Figura 6 – Post de *#tbt*

(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CM2ySjiBnf8/>)

Figura 7 – Post de #DicasdaEducaçãoAmbiental



(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CNursQFHfZD/>)

Além disso, também participo da produção, gravação e edição de vídeos para as redes sociais.

Figura 8 – Vídeo realizado para o Dia Internacional da Mulher

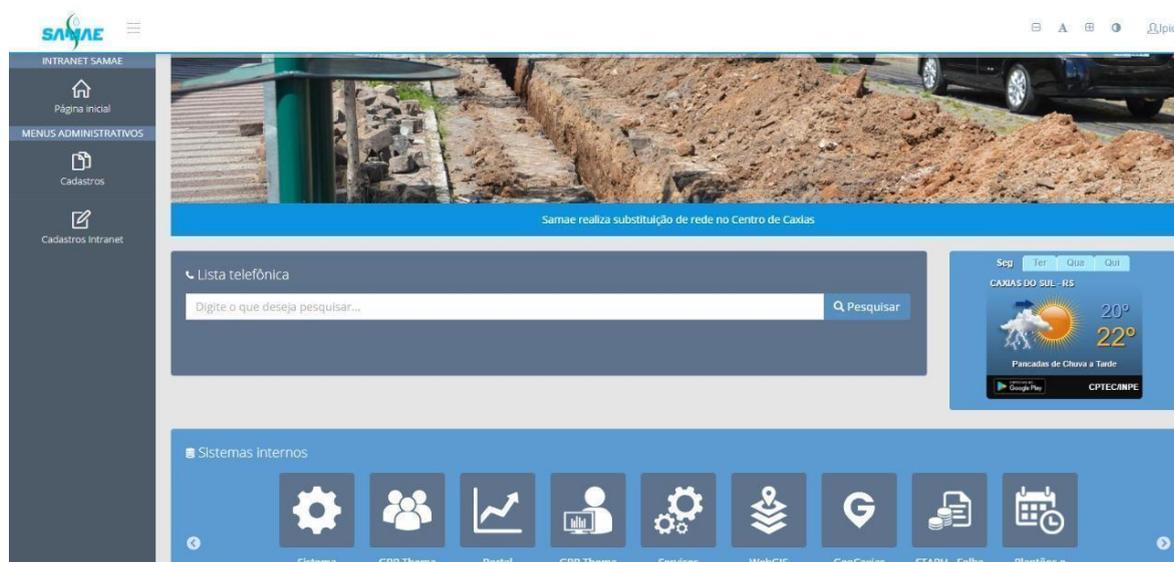


(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CMKESIUsG4S/>)

As plataformas da Comunicação do Samae são: Intranet, *site* (<https://www.samaecaxias.com.br/>), perfil do Facebook (<https://www.facebook.com/samaecaxias>), perfil do *Instagram* (<https://www.instagram.com/samaecaxias/>) e canal do YouTube (https://www.youtube.com/channel/UCmjjLaQjeoOHSz1_7ra3ICA).

A Intranet é uma rede de computadores privada, de uso exclusivo de um determinado local. No caso do Samae, ela só pode ser acessada pelos seus servidores.

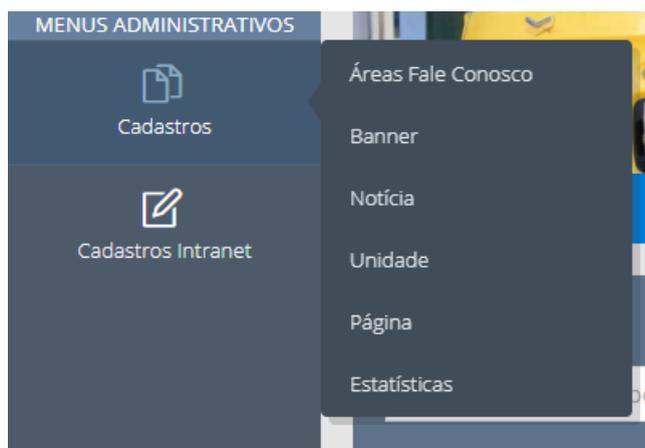
Figura 9 – Intranet do Samae



(Fonte: página inicial da Intranet do Samae)

Na página inicial da Intranet da Autarquia, o servidor busca a lista telefônica, vê a previsão do tempo, acessa os sistemas internos, confere os aniversariantes do dia, lê as últimas notícias, verifica o nível das represas, encontra links úteis e informações importantes. Na barra lateral estão os “Menus Administrativos”. É através deles que a Comunicação consegue fazer alterações e cadastros no site e na Intranet do Samae.

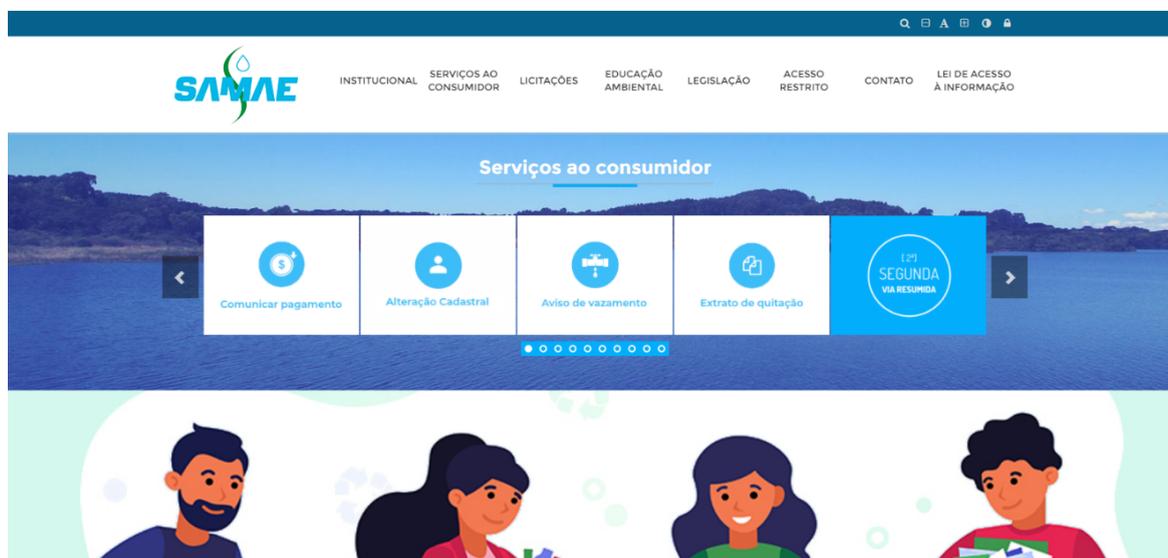
Figura 10 – Menus Administrativos



(Fonte: Intranet do Samae, atalhos pelos quais são feitas as alterações no site)

O site do Samae foi criado em 2015 e, desde então, a sua interface permanece a mesma. No menu principal o usuário pode acessar a área institucional, os serviços ao consumidor, as licitações, a Educação Ambiental, a legislação, o acesso restrito, o contato e a Lei de Acesso à Informação. Além disso, na página inicial ficam todos os serviços ao consumidor disponíveis *online*.

Figura 11 – Site do Samae



(Fonte: *site* do Samae - <https://www.samaecaxias.com.br/>)

No site é possível que qualquer pessoa acesse as últimas notícias do Samae. Em média, são publicadas 15 matérias por mês, variando entre duas a três por semana.

Figura 12 – Menu das últimas notícias



(Fonte: *site* do Samae - <https://www.samaecaxias.com.br/Noticia/Listagem>)

Além disso, é possível acessar também os canais interativos, o nível das represas, mais serviços, como concursos públicos, orientações técnicas e *webmail*, dados dos serviços realizados no mês, como volume micromedido, hidrômetros atualizados e ligações novas.

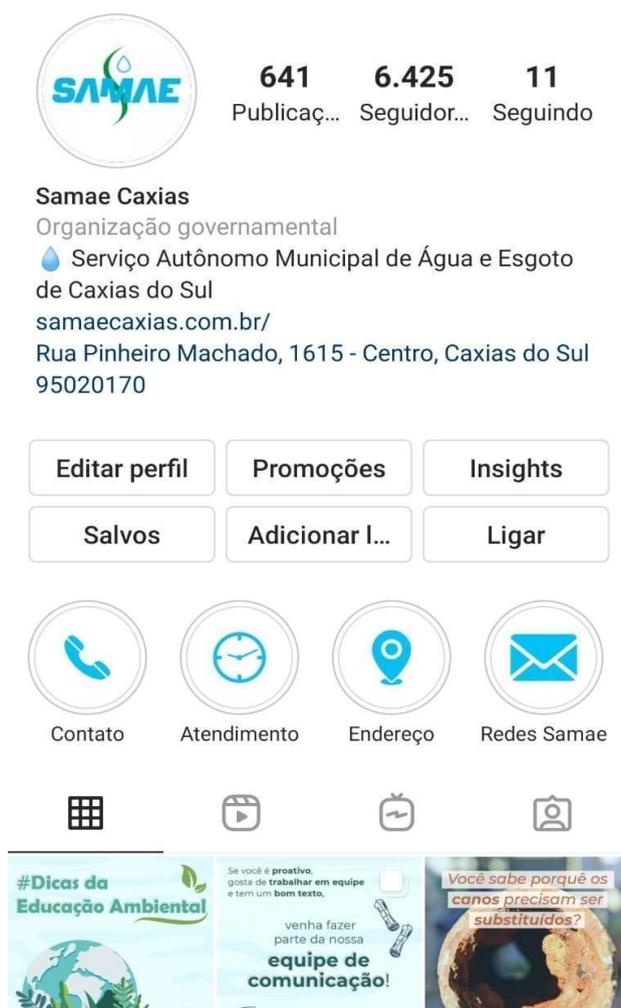
No ar desde 2014, a página do Samae no *Facebook*, quando acessada no dia 16 de abril de 2021, possuía 14.823 curtidas até então. Na página são feitas aproximadamente de 5 a 7 publicações por semana. A seção "sobre" contém informações importantes sobre o Samae, como o que ele é, endereço, *link* para o *site*, e-mail, número de telefone e horário de atendimento.

Figura 13 – Página no *Facebook* do Samae

(Fonte: página oficial do *Facebook* do Samae - <https://www.facebook.com/samaecaxias>)

Já o perfil no *Instagram* é mais recente, ele foi criado em fevereiro de 2017. Até a data de análise, 16 de abril de 2021, ela possuía 6.425 seguidores. A biografia do perfil descreve de forma breve o que é Samae, possui o link para o *site* da Autarquia e o endereço da mesma. Abaixo ficam os botões de ação com opções para ligar, enviar mensagens e e-mails. Também foram criados destaques de *stories* contendo informações importantes de interesse dos consumidores. Os *posts* do *Instagram* são os mesmos publicados no *Facebook*.

Figura 14 – Perfil no *Instagram*

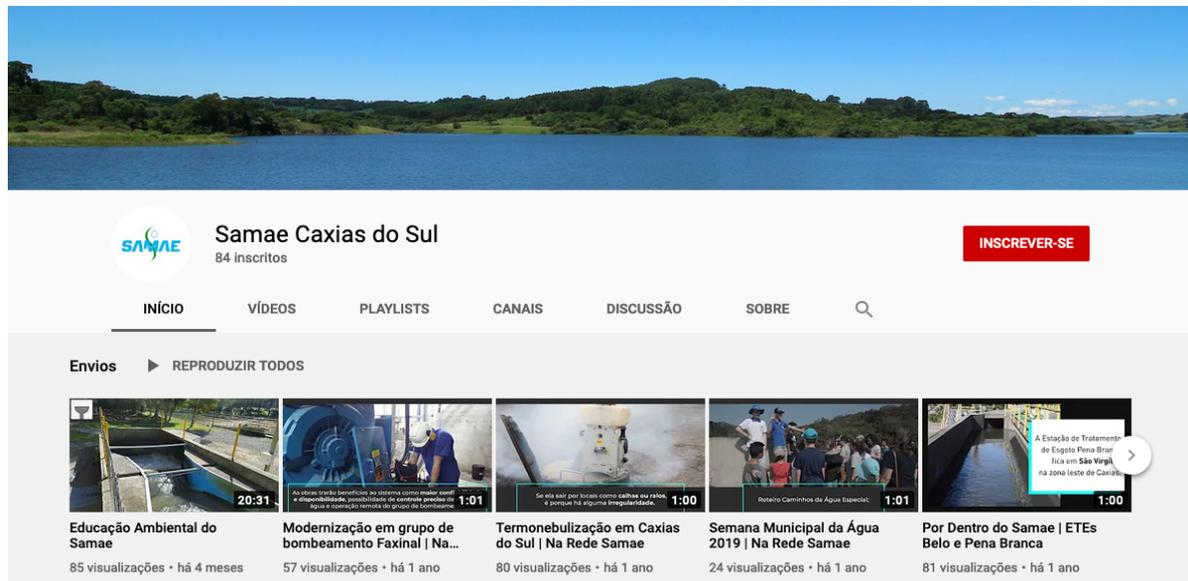


(Fonte: perfil oficial do *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/samaecaxias/>)

O Samae possui um canal no YouTube, que até a data de análise, 18 de abril de 2021, possuía 84 inscritos e 35 vídeos publicados, sendo o último datado de quatro meses atrás. Nenhum conteúdo é feito pensando exclusivamente na

plataforma, ela serve apenas como um local de armazenamento de vídeos produzidos pela Autarquia.

Figura 15 - Canal no YouTube



(Fonte: canal oficial do YouTube do Samae -

https://www.youtube.com/channel/UCmjjLaQjeoOHSz1_7ra3ICA)

4 DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO

Após a coleta de dados sobre o Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto e apresentação dos mesmos, pude diagnosticar o que considero os pontos fracos e os pontos fortes na Comunicação da autarquia.

A Comunicação possui uma equipe relativamente grande e que contempla todas as áreas da Comunicação, não sobrecarregando os profissionais e nem os fazendo assumir tarefas de outras especialidades, apesar da maioria ser estagiários. Um ponto forte é que a equipe sempre é incentivada a sugerir novas ideias e fica livre para executá-las, desde que estejam de acordo com a Coordenação. Porém, por conta de trocas de governo e de chefia, em alguns momentos o envolvimento e a dedicação da equipe são baixos. Acredito que para um bom funcionamento do Setor de Comunicação, é preciso que haja comunicação entre os funcionários. Apesar do relacionamento entre a maioria dos colegas ser harmônico, falta comprometimento no trabalho. Também é preciso que as tarefas de cada um sejam claras e objetivas, e que tenham prazos a serem cumpridos, gerando assim, mais motivação para alcançar os objetivos.

Como pontos fortes, destaco a autonomia que o Setor tem para enviar *releases* para a imprensa, publicar matérias no *site*, bem como criar conteúdo para as redes sociais, sem depender da Comunicação da Prefeitura. A Comunicação possui um orçamento próprio de 80 mil reais por ano e uma agência para geração de conteúdo e compra de divulgação publicitária.

Apesar de possuir os próprios canais de comunicação, como já fora apresentado anteriormente, ainda é através da imprensa que a maior parte da comunidade caxiense se mantém informada a respeito das atividades da Autarquia. Os *releases* produzidos pela equipe de Jornalismo buscam antecipar problemas, situações, dados e informações de interesse público. Por isso, saber o que está ocorrendo dentro da Autarquia é essencial, além de ser sempre bom que a equipe evite ficar sabendo das notícias do Samae pelos veículos de imprensa.

Em média, são enviados de um a três *releases* ao longo da semana. Os mesmos são sempre acompanhados de fotografias de autoria da equipe de Jornalismo para ilustrar o texto e são assinados pela Coordenação de Comunicação.

Abaixo, seguem exemplos de *releases* enviados pelo Jornalismo do Samae que se transformaram em notícia.

Figura 16 - Matéria de capa no Jornal Pioneiro

Pioneiro AD TEU LADO

LICITAÇÃO A CAMINHO
Edital dos projetos do aeroporto de Vila Oliva será lançado em 15 dias

Contratação de uma empresa para elaborar o planejamento que guiará a futura obra é uma etapa importante para tirar do papel um sonho de décadas em Caxias do Sul e região. Os recursos estão garantidos pelo Fundo Nacional da Aviação Civil. **Página 7**

ABASTECIMENTO
Trocas contra o desperdício
 Substituição das tubulações de metal (foto) e de fibrocimento é parte do plano para reduzir a perda de água tratada em Caxias. **Página 12**

COVID-19
Pessoas com comorbidades são as próximas a serem vacinadas
 Confinar quais as categorias que vão ser atendidas na campanha. Depende da imunização de idosos. **Páginas 2 e 4**

MUTAÇÃO DO VÍRUS
Análise do Hospital Tacchini aponta novas variantes da covid-19 na Serra
 Três cepas diferentes foram identificadas em pacientes que tiveram o agravamento precoce dos sintomas. **Página 5**

DENÚNCIA
Policiais pulam sacada de prédio para socorrer idosa agredida pela filha
 Vizinhos flagraram mulher esganando e empurrando a mãe em apartamento da área central do município. **Página 13**

(Fonte: jornal digital Pioneiro, site do Pioneiro -pioneiro.clicrbs.com.br)

Figura 17 - Matéria ocupa meia página no Jornal Pioneiro

Geral Pioneiro 12

ABASTECIMENTO Metade do volume tratado em Caxias é desperdiçado em vazamentos e ligações clandestinas, entre outros

Meta é reduzir 20% da perda de água

“É um sistema muito grande, complexo”

Ampliação do tratamento de esgoto

“É um sistema muito grande, complexo”

A rede de distribuição, contudo, não é o único ponto de desperdício. Vazamentos constantes ocorrem também em estações de bombeamento, que o Samae planeja modernizar com equipamentos mais eficientes.

Entram na conta das perdas ainda a água que chega ao consumidor, mas não foi contabilizada. É o caso de lotamentos com floculantes por camêfilos pipa, como o Alvaro de Galvão, as ligações clandestinas e o desperdício dos hidrômetros que, ao longo do tempo, passam a marcar para menos, segundo Gilberto Medeiros.

— Se mede a saída do sistema e depois o que foi balanceado, a diferença é a perda. Como se tem uma cidade total com rede,

vários os fatores que contribuem para que a água não chegue na casa dos consumidores. Um dos principais é a deterioração da rede, que em alguns pontos da cidade chega a ter 40 anos. As tubulações mais antigas eram construídas em metal e fibrocimento, materiais mais sujeitos ao desgaste do tempo e, conseqüentemente, a vazamentos nem sempre aparentes.

O material usado atualmente é PVC, muito mais durável. Por conta disso, o objetivo da autarquia é substituir ao menos três quilômetros de rede por anos, totalizando 12 quilômetros entre 2022 e 2025, período que compreende o PPS.

Atualmente, Caxias tem apenas 600 quilômetros de rede com separador absoluto, o que corresponde a 20% do total. Essa canalização leva os resíduos para as ETEs já existentes para receberem a destinação correta. Entre a rede mista, atualmente 50% tem ligação com ETEs, mas, como não há separação, o tratamento é menos eficiente.

— A intenção é ampliar de 20% para 30% a rede com separador absoluto. Com isso, o resíduo chega mais puro, com menos água e as bactérias do próprio resíduo têm uma reação melhor — explica Medeiros, acrescentando que a ampliação na rede exclusiva

representa 40 quilômetros de tubulações nos próximos quatro anos.

A melhoria do tratamento de esgoto também passa por reformas e ampliações das ETEs. O PPS prevê a desativação da ETE Dal Bó com o tratamento sendo absorvido pela ETE Claretta, que será ampliada. A ETE Iga deve passar por modernização.

O total de recursos estimados no PPS até 2025 para que as metas sejam cumpridas é de R\$ 393,5 milhões. As melhorias têm o objetivo de adequar o município ao marco do saneamento, que prevê acesso universal à água e ao esgoto até 2033.

(Fonte: jornal digital Pioneiro, site do Pioneiro -pioneiro.clicrbs.com.br)

Figura 18 - Matéria no portal Leouve



NO AR Seleccione uma rádio Escolha uma cidade: Estado RS

ÚLTIMAS OBRAS

Obras do Samae bloqueiam ruas da área central de Caxias do Sul

Trânsito está bloqueado na pista direita da Avenida Júlio de Castilhos, em direção ao bairro São Pelegrino, em dois pontos

NOT

Caminhão de postes e de Cunha sem

ABRA L AUROR RESERV E SINTA

(Fonte: portal Leouve -

<https://leouve.com.br/ultimas/obras-do-samae-bloqueiam-ruas-da-area-central-de-caxias-do-sul>)

Figura 19 - Matéria no portal Serra em Pauta

Câmara de Caxias aprova a criação do Refis do Samae

Matéria do Executivo também regulamenta o parcelamento de créditos não tributários



Redação

redacao@serraempauta.com

06.04.2021 - 19h50min

Samae/Divulgação



(Fonte: site Serra em Pauta -

<https://www.serraempauta.com/noticia/camara-de-caxias-aprova-a-criacao-do-refis-do-samae>)

Figura 20 - Matéria no site da Rádio Caxias

NOTÍCIAS

CAXIAS DO SUL

Balanço
13/04/2021 | 16h12

Samae aplica mais de R\$ 32 milhões em obras nos primeiros 100 dias de governo



Durante os primeiros 100 dias do governo de Adiló Didomenico (PSDB), o Samae destinou mais de R\$ 32 milhões em uma série de obras em Caxias do Sul. O maior investimento no período foi aplicado na reforma da Estação de Tratamento de Água (ETA) Dr. Celeste Gobatto, acima de R\$ 23 milhões. Nesse caso, o dinheiro foi voltado para construir quatro novas unidades hidráulicas, cada uma com capacidade para tratar 160 litros por segundo (L/s).



Foto: Prefeitura de Caxias do Sul/ Divulgação

(Fonte: *site* oficial da Rádio Caxias -

<https://radiocaxias.com.br/portal/noticias/samae-aplica-mais-de-r-32-milhoes-em-obras-nos-primeiros-100-dias-de-governo-125225>)

Apesar disso, a equipe de Jornalismo do Samae não costuma realizar a "clipagem" do material publicado a respeito da Autarquia nos veículos de imprensa, nem de forma física, nem digital, não tendo assim nenhum tipo de relatório do trabalho realizado.

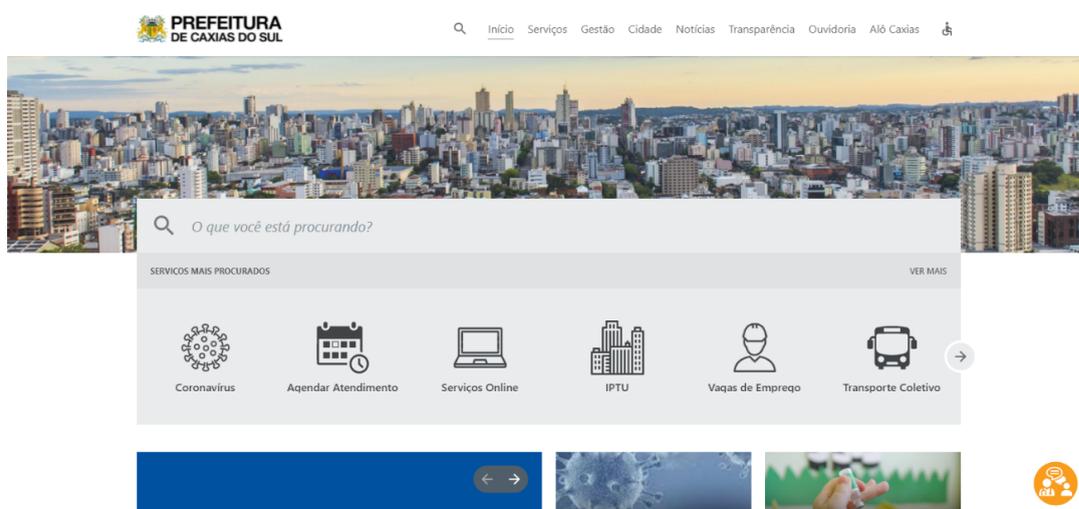
Uma das dificuldades encontradas pela equipe do Setor é a de manter o *mailing* atualizado, isso por causa da alta rotatividade de profissionais na imprensa da região. Essa atividade fica a cargo dos próprios estagiários de Jornalismo, pois nem a Comunicação do Samae, nem a da Prefeitura, possui um profissional dedicado a isso ou empresa terceirizada para a prestação desse serviço.

Acredito que é de extrema importância que o Samae tenha um bom relacionamento com a Imprensa, principalmente por se tratar de um órgão público, mantendo assim a transparência das informações. Além de notícias divulgando obras e eventos factuais, a Autarquia também tem o compromisso de educar o usuário dos serviços dela, sendo assim, é essencial que as notícias também

tenham a explicação do porquê aquele trabalho está sendo executado e no que ele irá beneficiar a população.

Como já foi apresentado, o Samae também possui um *site* de domínio próprio, diferente de outros setores da Prefeitura, que utilizam a plataforma da mesma. Porém, as matérias publicadas no portal da Autarquia, também são replicadas no *site* do Executivo Municipal.

Figura 21 – Capa do *site* da Prefeitura



(Fonte: página inicial do *site* da Prefeitura - <https://caxias.rs.gov.br/>)

Figura 22 - Matéria sobre o Samae no *site* da Prefeitura



(Fonte: *site* da Prefeitura -

<https://caxias.rs.gov.br/noticias/2021/04/samae-da-sequencia-na-substituicao-de-rede-de-agua-na-regiao-central>)

Outro ponto já destacado, é o de grande parte da comunidade se manter informada através dos veículos de imprensa, enquanto a quantidade de acessos ao *site* da Autarquia é menor. Acredito que isso ocorra devido à falta de divulgação da própria plataforma. Além das notícias, os usuários têm acesso a uma série de serviços procurados de forma recorrente na Loja Comercial do Samae e nas plataformas de atendimento. Isso é um ponto forte da Autarquia, principalmente em tempos de pandemia, em que é recomendado que as pessoas permaneçam em casa. Porém, o portal carece de um guia explicativo de como utilizar esses serviços, que geram bastante dúvidas em quem acessa.

Além disso, o layout do *site* permanece o mesmo desde a sua criação, estando desatualizado. A interface dos sites e também a forma como o usuário interage com as plataformas digitais mudaram, e isso requer uma atualização constante. Acredito que poderiam haver modificações quanto ao design da notícia, para que seja feita uma leitura mais agradável. Também não há uma padronização do tamanho das imagens e elas não possuem destaque na notícia, além de não haver a possibilidade de inserção de vídeos.

Figura 23 - Posição das fotos nas matérias do *site*

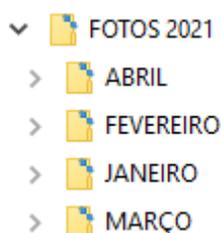


(Fonte: *site* do Samae - www.samaecaxias.com.br)

Há uma grande produção fotográfica por parte da Comunicação do Samae, que além de volumosa, possui alta qualidade técnica e estética, por ser realizada, na maior parte do tempo, com equipamento profissional próprio e equipe qualificada.

Em outros casos, os próprios profissionais da autarquia fazem as fotos e compartilham com a Comunicação. Porém, muitas vezes elas não possuem enquadramento e iluminação adequada, além de serem enviadas via WhatsApp, perdendo assim a qualidade do material. Também não há um banco de dados ou um arquivo na nuvem para que a produção seja armazenada. Atualmente ela fica guardada dentro da rede interna de computadores da Comunicação. Apesar de tentarmos manter uma organização, categorizando as fotos em pastas por ano e mês, muito da produção está dispersa por essa rede. Devido a troca de governo, é difícil manter uma organização, pois a cada nova coordenação as coisas são feitas de um jeito diferente.

Figura 24 – Pasta de Fotos

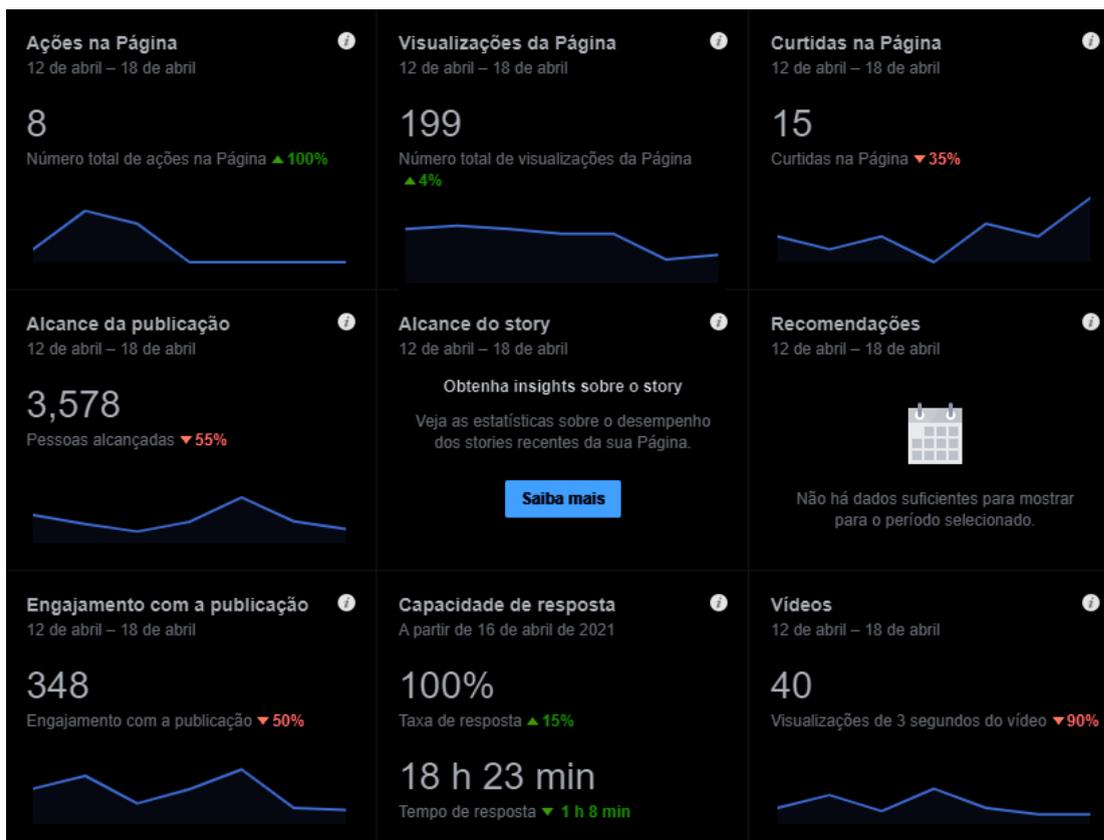


(Fonte: organização das fotos, rede de computadores interna do Samae)

Percebo que as notícias publicadas no *site* do Samae poderiam ser melhor divulgadas, pois apesar de algumas pautas também renderem conteúdos para as redes sociais, o público acaba não lendo elas na íntegra, ficando apenas com o que é publicado nos *cards* e legendas. Uma plataforma interessante de ser utilizada pela Autarquia é o Twitter, pois é onde muitas pessoas se mantêm informadas. Porém o perfil do Samae na rede social foi desativado, pois estava sem uso.

O *Facebook* do Samae, como já foi apresentado anteriormente, possui uma quantidade relativamente grande de curtidas na página, sendo a rede social da Autarquia com o maior público. Porém, esse número não se reflete na entrega do conteúdo para os usuários, nem nas taxas de engajamento. Não há um estudo mais aprofundado sobre os melhores horários e dias para as postagens, por exemplo. Também não é mantida a frequência das mesmas.

Figura 25 – Insights da página do Facebook



(Fonte: dados da página oficial do Facebook do Samae, acesso em 19/04/21)

Figura 26 – Engajamento das últimas postagens

Suas 5 publicações mais recentes

Alcance: orgânico/pago Cliques em publicações Reações, comentários

Publicado	Publicação	Tipo	Direcionamento	Alcance	Engajamento
16/4/2021 17:31	E aí? Qual seu mood para o final de	Evento	Global	377	0 7
16/4/2021 15:00	Durante a semana, o Samae	Evento	Global	1,2K	24 61
16/4/2021 11:00	Para este final de semana, a equipe da	Evento	Global	268	1 8
15/4/2021 18:00	ALERTA DE VAGA DE ESTÁGIO	Evento	Global	1,3K	9 26
15/4/2021 10:58	Ao andar pela região central, você deve	Evento	Global	599	2 26

(Fonte: dados da página oficial do Facebook do Samae, acesso em 19/04/21)

Um ponto positivo é que, as matérias do *site* não têm o seu conteúdo apenas replicado nos posts. É procurado sempre que elas sejam adaptadas para a linguagem das mídias digitais, podendo até gerar conteúdo para mais de um *post*, dependendo da abordagem feita. Acredito que sim, é difícil manter a frequência das publicações, pois em uma semana a Autarquia pode gerar várias pautas e, em outra, nenhuma. Porém, seria interessante ter um cronograma de postagens, além de uma lista de ideias de conteúdos em reserva.

No *Instagram* acontece a mesma coisa, pois a maioria das postagens feitas no *Facebook*, também vão para lá. Acredito que, observando as particularidades dessa rede, os *stories* poderiam ser melhor aproveitados, para gerar mais proximidade com os usuários, além da nova ferramenta de vídeos, o *reels*, que proporciona uma maior taxa de engajamento e uma entrega muito maior dos conteúdos, para angariar mais seguidores para o perfil. Além disso, como o *Instagram* é uma rede social mais visual, acredito que a padronização nas imagens do *feed* seria benéfica, intercalando com fotos, por exemplo.

Não sei até que ponto gerar conteúdo exclusivo para o YouTube é benéfico, pois a maior parte do público do Samae não está lá. Percebo que, a melhor solução no momento, é aproveitar os recursos de vídeos dos próprios *Facebook* e *Instagram*.

A presença de uma agência de marketing terceirizada é um dos pontos positivos da Comunicação do Samae, pois é, por exemplo, uma ajuda que nem a Prefeitura possui. Porém, acredito que ela poderia ser melhor utilizada, traçando um plano que conversasse mais com o que é produzido pela equipe interna da Comunicação no dia a dia.

O fluxo de informações dentro da Autarquia pode ser considerado defasado. Não há nenhum protocolo estabelecido para a busca de material para realização das pautas. Na maioria das vezes, é a equipe de Jornalismo que precisa ir atrás das atividades que estão sendo realizadas dentro da Autarquia. Não há consciência dentro dos setores de que informações importantes devem ser passadas para a Comunicação.

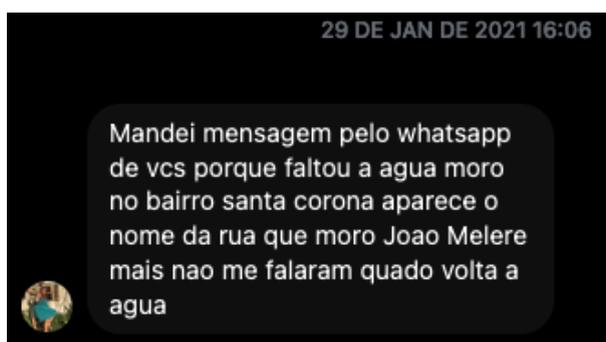
Para os veículos de imprensa, o diretor-presidente acaba sendo a fonte oficial de informações. Porém, dentro da Autarquia, o que considero um ponto forte, é que a equipe de Jornalistas busca as informações primeiro com os representantes de cada área, como técnicos, engenheiros, entre outros, para obter dados mais

específicos, informações essas que são repassadas depois para o diretor-presidente ficar informado.

No que diz respeito ao relacionamento com o público em geral, há uma forte reclamação quanto à incompatibilidade de informações repassadas. Como ao longo do dia muitas ordens de serviço são geradas, é praticamente impossível comunicar tudo para a comunidade. Porém, o canal de comunicação com o público não é eficiente no que se refere a passar essas informações quando solicitadas. Muitas vezes o WhatsApp não é respondido e o canal telefônico demora no atendimento. Além disso, informações repassadas por pessoas diferentes não conferem e isso acaba por colocar em risco a credibilidade da Autarquia.

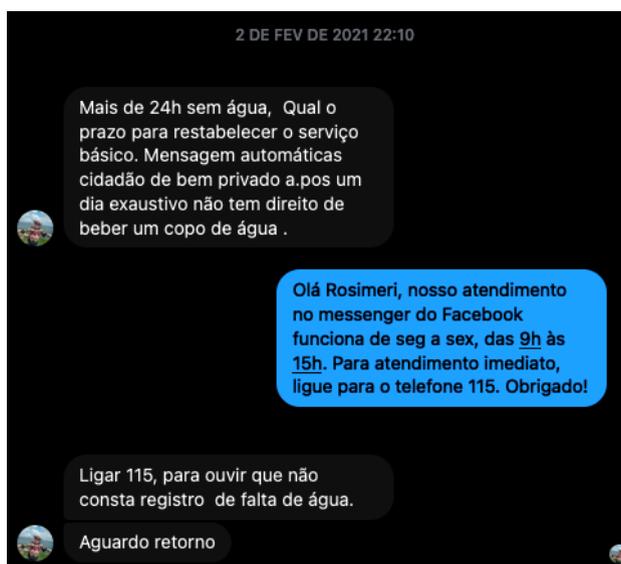
Segue abaixo exemplos de reclamações a respeito do atendimento:

Figura 27 - Exemplo de reclamação 1



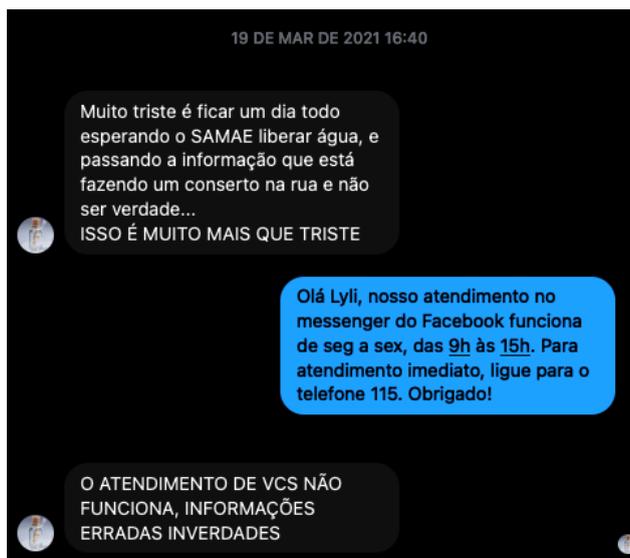
(Fonte: Mensagem da página oficial do *Facebook* do Samae)

Figura 28 - Exemplo de reclamação 2



(Fonte: Mensagem da página oficial do *Facebook* do Samae)

Figura 29 - Exemplo de reclamação 3



(Fonte: Mensagem da página oficial do Facebook do Samae)

Aqui vemos a importância da existência de um protocolo para o repasse de informações, tanto interna, quanto externamente. Acredito que isso possa ser solucionado com um *media training* e também com a denominação de profissionais de cada setor como fontes oficiais de informação a serem procuradas. Além disso, falta a realização de um treinamento com as equipes de atendentes. Não responder ao público acaba gerando uma imagem de falta de comprometimento por parte da Autarquia.

Por fim, nos deparamos com o maior ponto fraco do Samae: não existe comunicação interna. Por se tratar de uma empresa de grande porte, com várias unidades, e públicos alvos, é uma tarefa difícil alcançar a todos. Ao todo, existem 410 servidores, isso sem contar com os estagiários, funcionários terceirizados e Cargos de Confiança. Atualmente existem três formas de se comunicar com os funcionários da Autarquia: através da Intranet, do *e-mail* e dos murais. Em visita às dependências do Samae, pude verificar que muitos murais estão abandonados, não há mais o controle por parte da Comunicação do que é colocado neles e também se encontram mal posicionados.

Já no caso da Intranet e do *e-mail*, temos o problema de que apenas os servidores possuem acesso a eles. As equipes de trabalhadores terceirizados, obreiros que ficam nas ruas, profissionais que estão de *home office*, entre outros, na maioria, não conseguem acessá-los.

Por causa disso, é comum ouvirmos comentários dos próprios servidores contando que se sentem excluídos das atividades da Autarquia. Acredito que a criação de ações que envolvam esses profissionais, a retomada do uso dos murais e a criação de um informativo interno podem ser ferramentas que ajudem a fortalecer o vínculo com os servidores do Samae.

5 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO

5.1 REFLEXÃO TEÓRICA

A atuação em uma Assessoria de Comunicação requer que o Jornalista possua conhecimentos teóricos sobre o tema, além de que ele tenha clareza sobre as suas funções e os produtos que são gerados nela, a fim de que um bom trabalho seja realizado. Neste capítulo, serão abordadas questões que tem o objetivo de embasar e fundamentar a criação do plano de ação da disciplina de Estágio.

5.1.1 Conceito

Para a elaboração desse trabalho, é necessário ter conhecimento acerca da Assessoria de Imprensa (AI). Portanto, serão apresentados os conceitos de Assessoria de Comunicação e de Imprensa, bem como as funções de um assessor.

Segundo Elisa Kopplin Ferraretto e Luiz Artur Ferraretto, na obra *Assessoria de imprensa: teoria e prática* (2009, p.8), "a vida de uma organização está diretamente relacionada aos seus públicos, ou seja, a grupos de pessoas que com ela possuem interesses comuns". Os autores identificam dois tipos de públicos, que podem ser internos ou externos. O interno refere-se aqueles que fazem parte da organização, enquanto o externo são aqueles que não fazem parte da instituição, mas estão vinculados a ela de alguma forma. Para aprimorar o fluxo de informações entre as organizações e esses dois públicos, Ferraretto e Ferraretto (2009) afirmam que as organizações utilizam os serviços de uma assessoria de comunicação social (ACS), que pode ser tanto realizado por um departamento interno, quanto por terceiros, ou ainda a combinação dos dois.

Os autores comentam o papel da Assessoria de Comunicação diante dos públicos de uma instituição:

A ACS presta um serviço especializado, coordenando as atividades de comunicação entre um assessorado e seus públicos e estabelecendo políticas e estratégias que englobem iniciativas nas áreas de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p. 8).

A partir do conceito de Assessoria de Comunicação apresentado pelos autores, é possível caracterizar o que é uma Assessoria de Imprensa, área de atuação do jornalista dentro de uma organização. Jorge Duarte, no artigo *Assessoria de Imprensa no Brasil* (2018), afirma que o papel da Assessoria de Imprensa é gerir o relacionamento e os fluxos de informação entre o assessorado e a imprensa. Para o autor, a principal função do Assessor de Imprensa "é informar à sociedade sobre assuntos de interesse público com características noticiosas sobre os quais a fonte ou organização em que atua tem protagonismo ou interesse" (2018, p. 66).

De acordo com Ferraretto e Ferraretto (2009), algumas das atividades realizadas pelo Assessor de Imprensa são: relacionamento com os veículos de Comunicação; realização da *clipagem*; organização e atualização da *mailing list*; edição de *house organs*; elaboração de fotografias, vídeos e material para o *site* da organização; produção de impressos variados e estabelecimento de estratégias de comunicação. Duarte (2018) também menciona como atribuições do profissional: editar publicações; produzir e gerenciar conteúdo para as mídias sociais; atuar com assessoramento político; curadoria de conteúdo; comunicação interna; marketing de conteúdo e consultoria.

A Assessoria de Imprensa pode ser realizada em diferentes âmbitos da sociedade, cada um com diferentes características. O Samae é um serviço público, por isso, no próximo subtítulo, o conceito de Assessoria de Imprensa no setor público será aprofundado.

5.1.2 Setor Público

Antes de entender como funciona a Assessoria de Imprensa no setor público, é preciso levar em consideração os outros setores existentes. Regina Martinez, no artigo *Implantando uma Assessoria de Imprensa* (2018), divide as assessorias em três tipos de organizações: empresas e entidades da iniciativa privada; órgãos e empresas governamentais e organizações do terceiro setor (não governamentais, as ONGs). Segundo a autora, essa segmentação é feita pois, cada setor tem as suas particularidades, e precisa adequar a assessoria à realidade de cada um.

É de extrema importância que as organizações públicas possuam uma Assessoria de Imprensa, pois elas têm o dever de prestar contas e de manter a

transparência com a sociedade. Esse dever é lei no Brasil, como mostram Cláudia Lemos e Rozália del Gáudio, no artigo *Publicações Jornalísticas* (2018), a partir das exigências da Constituição de 1988 a respeito da transparência e publicidade das ações governamentais, bem como a Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011). Graça França Monteiro, no artigo *A notícia institucional* (2018), também fala que é papel da assessoria tornar público, via imprensa, o trabalho da instituição, com a finalidade de prestar contas à sociedade. De acordo com a autora, dessa forma será possível avaliar o que está sendo feito e verificar se está de acordo com seus interesses e necessidades.

O Samae é um serviço público da cidade de Caxias do Sul, por isso, agora, será aprofundada a realidade das assessorias em órgãos públicos no âmbito municipal. Martinez (2018) fala que as assessorias dos governos municipais são carentes de boas estruturas. A autora afirma que, em geral, elas são improvisadas, e que muitos profissionais são contratados com a interferência de políticos e autoridades. Outro dado bastante preocupante abordado por Martinez (2018, p.211) é que, "em sua grande maioria, os órgãos de governo, especialmente nos [...] municípios mais pobres, não contam com assessorias de imprensa em seus organogramas administrativos". A autora também fala que, "os municípios mais prósperos ou que sediam o governo de seu estado, em especial os das regiões Sul e Sudeste, têm mais recursos, uma exposição maior à imprensa e da mesma forma têm assessorias mais bem estruturadas" (MARTINEZ, 2018, p. 212).

Desta maneira, é possível entender ainda mais a importância e urgência das Assessorias de Imprensa no setor público, principalmente em âmbito municipal, onde elas ainda são carentes de estrutura e atenção. E para desenvolver um trabalho qualificado na organização, é preciso elaborar um Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa. No próximo subtítulo, serão abordadas as etapas do planejamento estratégico para que, efetivamente, a assessoria cumpra o seu papel.

5.1.3 Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa

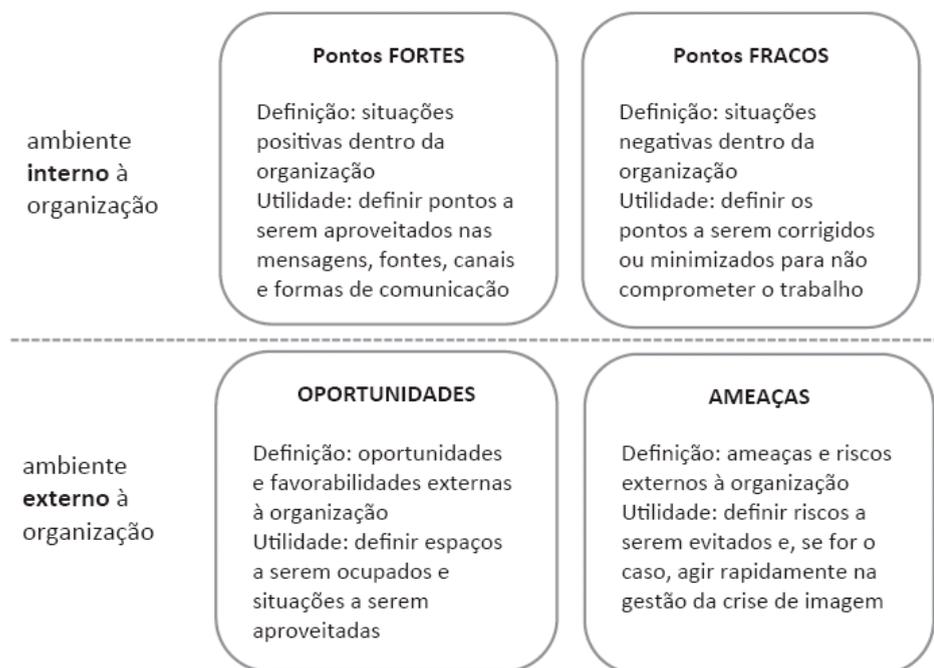
Uma das funções da Assessoria de Imprensa mencionadas por Ferraretto e Ferraretto (2009) é o estabelecimento de estratégias de comunicação, como já foi mencionado. Isso é feito a partir da elaboração de um planejamento estratégico,

documento no qual estão presentes as ações que tem como objetivo atingir as metas da organização na área da Comunicação. De acordo com André Lorenzetti, Eduardo Ribeiro e Gisele Lorenzetti, no artigo *Planejamento Estratégico em Relacionamento com a Imprensa e outras mídias* (2018), para obter um bom planejamento estratégico em comunicação é preciso traduzir a identidade da organização, mostrar quem ela é, o que faz, o que visa, as principais características e ainda ter foco, ser criativo, ser flexível e adaptável. Além disso, o documento deve ter objetivos que gerem e definam estratégias de relacionamento com a mídia. Os autores salientam que o planejamento estratégico não pode perder de vista a missão, os valores e o propósito da organização. A partir disso, Lorenzetti, Ribeiro e Lorenzetti (2018) afirmam que o conteúdo precisa prever mecanismos de fiscalização da sua própria implementação e ser medido, acompanhado e avaliado, comprovando os resultados.

De acordo com os autores, esse planejamento estratégico pode ser desenvolvido em seis fases. A primeira, *Pesquisa, mapeamento e diagnóstico* é o momento em que se apresenta a organização. Aqui, deve-se levantar o máximo de informações possíveis. Nele devem conter a missão, visão e valores da instituição, o setor de atuação, seus concorrentes e seu histórico, o ambiente setorial, como é feita a comunicação com os públicos interno e externo e a repercussão da organização na mídia. Essa é a base do planejamento estratégico. Quanto mais detalhado, melhor.

A segunda fase, *Análise e interpretação*, é quando o Assessor de Imprensa poderá avaliar como é vista a empresa naquele momento e como ela pretende ser percebida. Lorenzetti, Ribeiro e Lorenzetti (2018) utilizam a matriz *SWOT* como método para verificar os pontos fortes e fracos, bem como as ameaças e oportunidades da organização.

Figura 30 - Matriz SWOT



(Fonte: Lorenzetti, Ribeiro, Lorenzetti, 2018, p. 226)

Na terceira fase, *Planejamento macro*, é possível definir um planejamento macro para as ações na mídia. De acordo com Lorenzetti, Ribeiro e Lorenzetti (2018), essa etapa deve conter mensagens-chave que vão contribuir para que a empresa tenha o posicionamento buscado em seu planejamento estratégico; uma lista de veículos, mídias e influenciadores estratégicos para o relacionamento com a organização; e a definição e preparação de porta-vozes que falarão em nome da instituição.

A quarta fase, *Descer ao detalhamento*, é quando são definidas as táticas e ações que serão implementadas, bem como a sua frequência no relacionamento com a mídia; a definição do cronograma de atividades especiais que podem contribuir com a disseminação das mensagens preferenciais; uma lista de efemérides que podem ser utilizadas pela Assessoria de Comunicação, a consideração do uso de *owned* e *paid media* (mídias próprias, compradas e ganhas); e a definição de como será feita a mensuração dos resultados.

A quinta fase do planejamento é o *Cronograma geral*. Ela consiste em organizar, em ordem cronológica e de forma visual, a realização das atividades planejadas. Lorenzetti, Ribeiro e Lorenzetti (2018) afirmam que esse cronograma

deve ser periodicamente revisado e ajustado, em caso de possíveis mudanças internas e externas que ocorram durante o seu andamento.

A sexta e última fase do planejamento estratégico é a *Mensuração de resultados*. Segundo os autores, o ideal é que ela seja feita com alguma periodicidade, para que a Assessoria de Comunicação possa ter um conhecimento preciso de onde está indo bem, onde está indo mal e o que precisa ser aprimorado ou modificado. Eles sugerem que isso seja realizado mensalmente.

Tendo em vista todos os passos necessários para a realização do planejamento estratégico, no próximo subtítulo serão abordados outros produtos e serviços que são realizados pelo Assessor de Imprensa.

5.1.4 Ações e Produtos da Assessoria de Imprensa

Além da construção de um planejamento estratégico, a Assessoria de Imprensa tem como papel a realização de uma série de ações e produtos jornalísticos. Jorge Duarte (2018) enumera 39 produtos e serviços de uma AI, porém, neste tópico, serão apresentados somente aqueles que possuem relação com o diagnóstico e com as ações que serão desenvolvidas neste relatório. São eles:

- a) *Apoio a eventos e demais áreas*: não é a principal ação de um assessor, mas ele deve estar presente em todas as etapas da organização de um evento. Seu papel é criar condições para obter visibilidade, atrair interesse e facilitar acesso à informação, bem como acompanhar o evento ao vivo. Além disso, o assessor de imprensa deve estar à par de todas as atividades e projetos que aconteçam na organização;
- b) *Banco de informações e de imagens*: no setor público, muitas vezes, a memória da organização é propositalmente ignorada com a troca de dirigentes. Por isso, o ideal é que ele seja institucionalizado. Diante disso, com a cada vez maior exigência de velocidade no fornecimento de informações, ter conteúdo consolidado e organizado pode ser decisivo;
- c) *Clipping*: Consiste em monitorar, sistemática e rotineiramente, veículos de comunicação para identificar as citações sobre a organização ou temas

- previamente determinados, organizá-las, avaliá-las e encaminhar ou disponibilizar para conhecimento dos interessados;
- d) *Consultorias*: o assessor deve atuar como um técnico, um executivo e um consultor especializado, dando suporte às decisões, orientando, planejando, executando, mostrando riscos, alternativas e possibilidades, apresentando soluções de comunicação para os desafios de dirigentes, fontes e da organização;
 - e) *Fotos*: são utilizadas para ilustrar *releases*, disponibilização nas mídias sociais, produção de publicações institucionais, entre outros. A própria equipe pode produzir as fotos. Elas devem sempre trazer o crédito do autor, estar identificadas e ter boa resolução;
 - f) *Gestão das Mídias Sociais*: a assessoria deve ter uma estratégia de utilização das mídias sociais para oferecer informação e interagir com a sociedade. Elas devem ser diariamente acompanhadas e atualizadas frequentemente com conteúdos relevantes;
 - g) *Jornal mural*: é uma espécie de informativo, que contém notícias e avisos destinados ao público interno da instituição;
 - h) *Mailing*: é a relação de jornalistas e veículos de interesse da organização. Ele deve ter atualização permanente para manter a eficiência;
 - i) *Media training*: o investimento em capacitação das fontes é uma das melhores maneiras de qualificar o relacionamento com a imprensa. O assessor deve ser um educador interno nos mais variados níveis sobre a boa comunicação;
 - j) *Monitoramento*: acompanhamento permanente e em tempo real de informações veiculadas na mídia sobre a organização, que permite que correções sejam feitas caso ocorram distorções;
 - k) *Planejamento*: é a definição dos meios de interferir no futuro de maneira a alcançar objetivos previamente definidos. O planejamento e o acompanhamento pelo assessorado ajudam a dar coerência entre os objetivos e metas da organização e as ações de comunicação;
 - l) *Relatórios*: são utilizados como uma avaliação permanente da atuação e demonstração dos resultados obtidos após determinados períodos ou na conclusão de projetos e ações. Eles podem incluir a descrição de ações, resultados, análise do ambiente, problemas enfrentados e recomendações;

- m) *Release*: é o instrumento mais tradicional de uma assessoria de imprensa. É um texto produzido com técnica jornalística para apresentar uma pauta a um jornalista potencialmente interessado no assunto. Ele sempre é redigido a partir do ponto de vista da organização. Regra básica: deve ser entendido como sugestão de pauta ou subsídio e não como notícia acabada, embora possa ser veiculado na íntegra;
- n) *Veículos jornalísticos*: englobam desde a produção de textos, até a elaboração do projeto editorial e gráfico, bem como o acompanhamento de sua produção. As publicações jornalísticas institucionais são importantes na manutenção do fluxo de informação com diferentes públicos, principalmente o interno.

Os produtos jornalísticos citados servem para qualificar e organizar o trabalho do Assessor de Imprensa. No próximo subtítulo será aprofundada a gestão das mídias sociais, tratada neste tópico, tendo em vista que é uma das áreas de atuação do assessor que tem ocupado cada vez mais espaço na rotina de trabalho.

5.1.5 Mídias Sociais em Assessoria de Imprensa

Cada vez mais o trabalho nas Assessorias de Imprensa têm focado nas mídias digitais. Rodrigo Capella, Armando Medeiros de Faria e Jorge Duarte, no artigo *Gestão das mídias sociais em Assessoria de Imprensa* (2018) abordam essa questão e falam do aumento das exigências do assessor por atualização e agilidade, além de ter que lidar e interagir em múltiplas plataformas no dia a dia de trabalho. Os autores afirmam que, "gestão de mídias sociais em assessoria de imprensa significa admitir o impacto que a nova infraestrutura informativa provocou na oferta de conteúdos e engajamento de públicos" (CAPELLA, FARIA, DUARTE, 2018, p. 369).

A partir dessa conceituação, Capella, Faria e Duarte (2018) apresentam como características dos novos modelos de informação: a diversidade de fontes, plataformas e mídias, que aumentam os veículos fornecedores de informação; a fragmentação e segmentação dos públicos e canais informativos, que tornam cada vez mais difícil a interação com todos eles; a disseminação de informação rápida e superficial coexistindo com conteúdo mais denso; os veículos de referência perdem

importância, mas seguem sendo os principais fornecedores de conteúdo primário; o público passou a não só consumir informação, mas também produzir conteúdo; o público escolhe onde, quando e como consumir informação; e a facilidade para distribuir conteúdo, em contrapartida com a alta competitividade no mercado informativo.

Diante disso, Capella, Faria e Duarte (2018) também apontam o que seriam os novos desafios enfrentados pelos assessores: articular a produção e distribuição de conteúdo para a mídia tradicional, para o ambiente digital e para as mídias sociais; considerar os espaços nas redes sociais como mídias a serem alcançadas; ser capaz de identificar, em cada caso, o peso relativo da imprensa tradicional e das redes sociais para alcançar e informar cada público de interesse; admitir a incapacidade de falar com todos os públicos de uma só vez; ter clareza dos objetivos da comunicação e que impactar o público-alvo exige estratégia específica em cada caso; e ter claro que o papel do assessor de imprensa deixa de ser apenas interagir com jornalista, mas informar ao conjunto da sociedade e a seus segmentos.

Para os autores, as redes sociais são ambientes de informação com forte apelo emocional, devido à ampla variedade de formatos disponíveis e do conceito de humanização de marca. Eles salientam que torna-se comum postagens com o objetivo de propor conversas com seguidores, de despertar sentimentos por meio de imagens impactantes ou de *emoticons* ou de tentar estimular a curiosidade. Além disso, surgem oportunidades de uso dos canais digitais para relacionamento com a imprensa e sugestões de pautas.

Capella, Faria e Duarte (2018) dividem os canais digitais em duas categorias:

- a) canais já consolidados para a grande parte dos potenciais usuários (por exemplo Twitter, *Facebook*, YouTube, WhatsApp, LinkedIn e *Instagram*);
- b) canais em consolidação, cujas características e potencialidades ainda estão sendo assimiladas.

Ainda como desafios, Capella, Faria e Duarte (2018) mencionam que as assessorias demoraram para enxergar nas redes sociais ambientes importantes para relacionamento. Além disso, a própria rotina da Assessoria de Imprensa deixa as redes sociais de lado e houve resistência por parte de muitos clientes em adotar

esses canais. Os autores comentam que algumas assessorias de imprensa são avessas a novas tecnologias e preferem operar no modo tradicional e que muitas vezes não há o esforço de produzir conteúdo específico para cada plataforma a partir das características do tema, do público e da mídia em questão.

Em suma, a produção de conteúdo nos canais digitais englobam a própria distribuição de conteúdo jornalístico institucional. Esse processo pode ser feito por meio de diversas plataformas, o que o torna complexo e bastante estratégico. A partir da apresentação de todos esses conteúdos, agora temos a base para desenvolver as ações propostas no próximo capítulo.

5.2 PLANO DE AÇÃO

Após o estudo teórico realizado, agora será proposto um plano com ações de curto, médio e longo prazo, que buscam agregar e qualificar o trabalho da Assessoria de Comunicação do Samae.

5.2.1 Curto Prazo

As ações de curto prazo apresentadas neste tópico são aquelas de rápida execução e que poderão ser realizadas ainda durante o período de duração do Estágio Curricular.

5.2.1.1 *Clipping*

Como já foi mencionado, o *clipping* é uma das atividades mais características da Assessoria de Imprensa. Porém, quando eu cheguei no Samae (em janeiro de 2021), a atividade não era realizada. O relatório até chegou a ser feito em outras administrações, porém, com as trocas de governo, essa prática foi descontinuada. O foco do *clipping* é monitorar, diariamente, os veículos de comunicação previamente selecionados e organizar essas informações. Por isso, a tarefa é tão importante, pois somente a partir da sua execução será possível avaliar e mensurar o trabalho da Assessoria, bem como a reputação da autarquia na imprensa.

O primeiro passo para a elaboração do *clipping* é definir se o seu formato será físico ou digital. Acredito que a mais viável entre as duas seja a digital, pois, no momento, o Samae não recebe nenhum tipo de veículo impresso. Para que isso aconteça, um documento será criado na plataforma do *site* Canva, com um *layout* que siga os padrões visuais da Autarquia, contendo uma capa para o ano, uma segunda capa para cada mês, e em cada página, o nome do veículo, acompanhado do *link* e a data de publicação, juntamente com um *print* da matéria para ilustrá-la.

Figura 31 - Capa Relatório de Clipagem

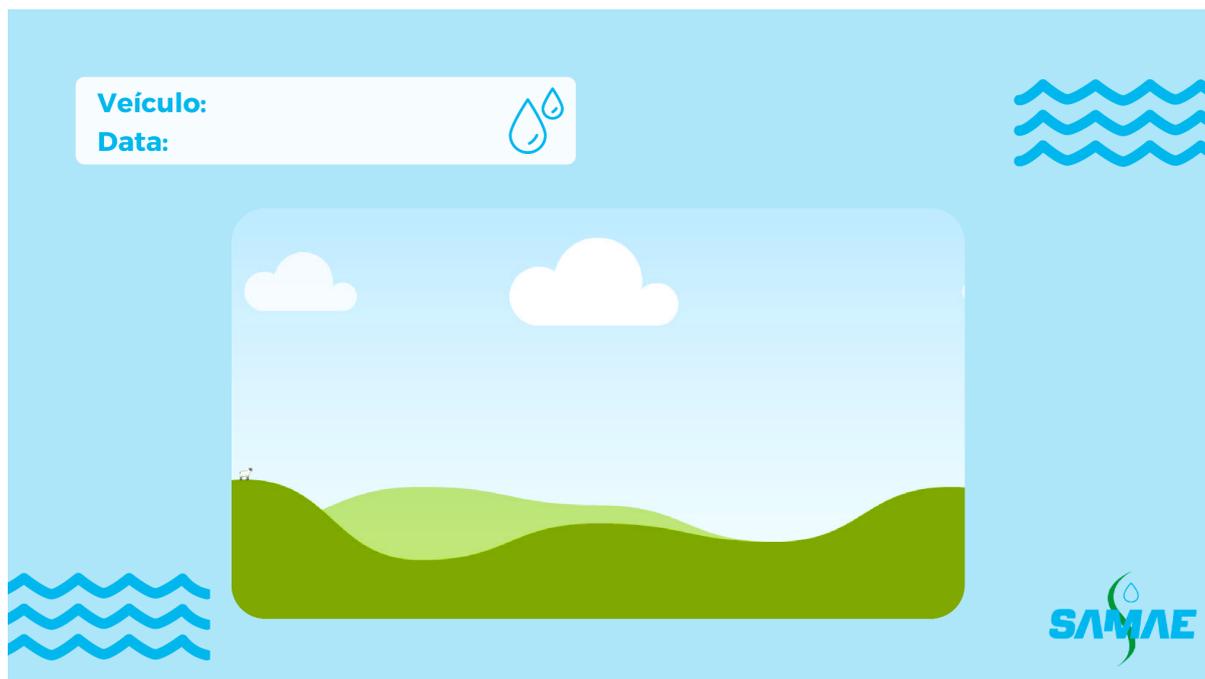


Fonte: site Canva (<https://www.canva.com/>)

Figura 32 - Capa mensal do Relatório de Clipagem



Fonte: site Canva (<https://www.canva.com/>)

Figura 32 - *Layout* da página do Relatório de Clipagem

Fonte: site Canva (<https://www.canva.com/>)

O segundo passo é determinar a frequência com que as notícias serão monitoradas. Acredito que por se tratar de um serviço público, ele deve ser monitorado diariamente, preferencialmente no período da manhã, captando todas as notícias que foram divulgadas nas últimas vinte e quatro horas, além de ser verificado ao longo do dia, caso ocorra o surgimento de novas pautas. Com o formato e a frequência determinados, será possível identificar quais veículos serão selecionados. Por se tratar do Samae de Caxias do Sul, apenas veículos da cidade serão monitorados, a partir da relevância que eles têm no cotidiano da cidade. São eles: jornal Pioneiro, Rádio Caxias, Tua Rádio, portais Leouve, Serra em Pauta e Câmara Caxias.

Tendo tudo isso em vista, o relatório será enviado mensalmente para a Coordenação de Comunicação, que o encaminhará para os superiores. Além disso, uma cópia de segurança de cada mês será salva na pasta da rede da Comunicação, para que os registros não sejam perdidos. Dessa forma, também é possível imprimi-lo e encaderná-lo ao final de cada ano, para fins de arquivo. A mensuração da ação será realizada a partir da contabilização do número total de aparições do Samae na mídia durante o mês, bem como quantas vezes ele foi

mencionado em cada veículo. Esses dados serão incluídos no relatório de ações da Comunicação que é entregue para a coordenadora Andréia no início de cada mês.

5.2.1.2 #SamaeNaMídia

A segunda ação se chama "#SamaeNaMídia", e será uma forma de divulgar nas redes sociais do Samae, tanto no *Facebook*, quanto no *Instagram*, quando ocorrerem manifestações sobre a Autarquia na Imprensa. Para isso, foi elaborado junto ao setor de Criação de Arte, um *template* padrão para as postagens da *hashtag*.

Figura 33 - *Template* do #SamaeNaMídia



Fonte: arquivo Samae

A ideia aqui é que matérias que possam impactar os usuários do Samae sejam compartilhadas, abordando pautas que já foram publicadas pela própria Autarquia, para que o público das redes veja que ela comunica com transparência e que um bom trabalho está sendo realizado com a imprensa. Não será uma *tag* fixa no perfil do Samae, pois não é sempre que ele tem tantas aparições na mídia. Essa

ação é uma extensão do Relatório de Clipagem para as redes sociais. Por isso, o #SamaeNaMídia seguirá os mesmos critérios de monitoramento de veículos utilizados na execução do *clipping*.

A mensuração da ação será feita a partir da análise dos dados de engajamento de cada publicação do #SamaeNaMídia, fornecidos pelas próprias redes sociais. Os dados serão apresentados no relatório mensal de ações da Comunicação.

5.2.1.3 Semana do Meio Ambiente

A Semana do Meio Ambiente é uma ação que o Samae irá realizar em parceria com a Secretaria do Meio Ambiente e a Codeca, programada para acontecer entre os dias 01 e 11 de junho, com o objetivo de celebrar o Dia Mundial do Meio Ambiente (05/06).

Ao longo dos 11 dias, a Autarquia seguirá o cronograma de atividades oficiais:

02/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental na Casa Anjos Voluntários;

05/06 - Lançamento do roteiro virtual "Caminhos das Águas" nas redes sociais do Samae;

07/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental no Centro de Convivência Santo Antônio;

08/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental no Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos (SCFV) Irmão Sol;

11/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental na Casa Anjos Voluntários.

A equipe do Jornalismo será responsável pela cobertura das quatro palestras e produção de fotos, além do apoio aos eventos. Primeiramente, sugiro que o Samae envie um *release* para a imprensa comunicando o cronograma da Semana do Meio Ambiente. Esse cronograma também pode ser publicado na Intranet para informar os servidores e postado nas redes sociais para o público em geral. Durante

os quatro dias de palestras, sugiro que seja feito uma matéria para cada uma, além da cobertura nas redes sociais através dos *stories* e fotos no *feed*.

Além das ações mencionadas, foi estipulado pela Coordenação de Comunicação um calendário de publicações especiais nas redes sociais da Autarquia, que abrangerá os dias 01, 03, 04, 05, 06, 09 e 10 de junho. Para esse material, sugiro que sejam utilizados formatos de produção de conteúdo diferentes, como *memes*, *gifs*, carrossel contínuo e até mesmo os *reels*, a fim de explorarmos mais possibilidades. Os conteúdos podem abordar desde a história do Dia Mundial do Meio Ambiente, até sua importância e a relação com a água e o esgoto, focos do Samae. Além disso, é uma ótima oportunidade para conscientizar as pessoas, trazendo pequenas atitudes que possam ajudar o planeta. A partir disso, faço a sugestão das seguintes pautas:

01/06 - *card* em formato de carrossel contínuo, contendo um breve histórico do Dia do Meio Ambiente, com datas importantes para marcar o início da Semana do Meio Ambiente;

03/06 - vídeo em formato de *reels* falando sobre o objetivo e a importância do Dia Mundial do Meio Ambiente;

04/06 - carrossel com *cards* que possuam *gifs* e memes abordando de forma descontraída cinco dicas de como as pessoas podem preservar o meio ambiente;

05/06 - publicação para o lançamento do vídeo "Roteiro Caminhos das Águas";

06/06 - vídeo em formato de *reels* falando sobre a importância da preservação da água;

09/06 - *card* em formato de lista enumerando as ações do Samae para ajudar a preservar o meio ambiente;

10/06 - *card* com *#tbt* do Dia Mundial do Meio Ambiente no Samae.

Ao final da ação será entregue um relatório contendo todos os materiais produzidos, a quantidade de matérias redigidas, a repercussão na mídia e as taxas de engajamento das publicações nas redes sociais. Dessa forma poderemos avaliar se os formatos dos *posts* funcionaram e medir o êxito da ação.

5.2.1.4 Samaezito por Caxias

A *hashtag* “Samaezito por Caxias” é uma ação externa do Samae para celebrar o aniversário de 131 anos de Caxias do Sul, comemorado no dia 20 de junho. A equipe envolvida nessa ação é composta pelos setores de Criação de Arte, Jornalismo e Educação Ambiental do Samae. O objetivo da ação é que o mascote do Samae, o Samaezito, visite locais característicos da cidade e tire *selfies* nesses pontos. Serão ao todo, oito locais, ou seja, oito fotos publicadas nas redes sociais do Samae (Instagram e Facebook), ao longo dos dias 14 a 16 e 18 (segunda a sexta-feira) de junho (serão duas fotos por dia).

As locações das fotos serão no Monumento Nacional ao Imigrante, na Praça Dante Alighieri, na ETA Parque da Imprensa, no Jardim Botânico, nos parreirais em Forqueta, nos campos do Caxias e do Juventude e nos Pavilhões da Festa da Uva. O registro será feito entre os dias 14 a 16 de junho.

Além disso, durante a visita a esses locais, o Samaezito gravará um pequeno vídeo. Esse material será publicado no dia 20 de junho, dia que Caxias faz aniversário.

Na quinta-feira (17/06), será postado um carrossel de *#bt* com uma linha do tempo do Samae e as contribuições para a cidade ao longo dos 131 anos. Nos *stories*, será feito um *quiz* da Educação Ambiental, relacionando o Samae com o aniversário de Caxias do Sul.

Para medir os resultados dessa ação, será feita a análise dos índices de engajamento de cada uma das publicações e entregue um relatório com os dados.

5.2.1.5 Mailing

O atual *mailing* do Samae não possui qualquer vínculo com a Prefeitura. O Samae tem a própria lista de contatos, muitos trazidos pela própria Andréia. Eu, como estagiária, tenho acesso livre a ele, inclusive, sempre que há a necessidade de atualizá-lo, é solicitado a mim. Esse mailing reúne os contatos dos jornalistas dos principais veículos de comunicação de Caxias, como jornal Pioneiro, Rádio Caxias, e vários outros.

Porém, muitos desses contatos já são antigos e nem trabalham mais nesses veículos. Uma situação frequente que ocorre ao enviar um *release* é recebermos

uma mensagem avisando que o endereço de *e-mail* não existe mais ou que a caixa de entrada da pessoa está lotada. Por isso, acredito ser de extrema importância a atualização mensal do *mailing*, de preferência já na primeira semana do mês, e que entremos em contato com todos os veículos da lista para verificar se novos jornalistas entraram e se algum saiu da sua equipe. O resultado dessa ação poderá ser percebido no próprio dia a dia da Comunicação, quando os *e-mails* pararem de retornar e nossas mensagens forem recebidas pelos veículos.

5.2.1.6 Mural

Os murais são uma das formas mais eficazes de se comunicar com o público interno da Autarquia. Porém, é mais um dos produtos da Assessoria que não estava sendo aproveitado. Acredito que o primeiro passo para a retomada da utilização deles seja identificar quantos murais temos e onde cada um deles está localizado, bem como a sua condição de estado.

Eles são uma parceria da Comunicação com outros setores e funcionários da Autarquia. Por isso, para o próximo passo, sugiro que um *e-mail* interno seja enviado aos servidores perguntando sugestões do que eles mesmos gostariam de ver nos murais. Nesse *e-mail* também pode ser feito um combinado de que os conteúdos do mural precisam ser previamente analisados pela Comunicação, para mantermos um certo controle.

O Samae possui murais espalhados por todos os seus prédios, o que torna difícil a manutenção por parte da Comunicação. Diante disso, a minha sugestão é selecionar representantes em cada setor para que nós possamos enviar os materiais a serem fixados nos murais. Essa pessoa poderia indicar as necessidades dos servidores do local e também fazer a mediação do contato deles conosco.

Como conteúdos a serem fixados no mural, sugiro orientações sobre cuidados diante da *covid-19*, ações internas que envolvam os funcionários, dicas sobre organização do local de trabalho e separação correta do lixo e conteúdos sobre a rotina interna. Também seria interessante firmar uma parceria com o setor de Recursos Humanos, já que eles também precisam se comunicar frequentemente com os servidores e sempre tem avisos para dar, tendo nos murais um local apropriado para isso.

Com essas ações realizadas, será possível retomar o uso dos murais com frequência. O ideal seria que pelo menos uma vez por mês alguém da equipe da Comunicação visitasse os locais onde estão os murais para mantê-los sempre atualizados. Além disso, poderíamos abrir um canal de comunicação para os servidores enviarem as suas sugestões do que gostariam ou sentem necessidade de ver nos murais, já que essa troca precisa ser frequente. Uma urna poderia ser deixada ao lado dos murais para que os funcionários deixassem ali sua opinião.

5.2.2 Médio Prazo

As ações de médio prazo apresentadas neste tópico são tão importantes quanto as de curto prazo, porém sua execução exigirá mais tempo devido a complexidade maior das tarefas.

5.2.2.1 Informativo de circulação interna

Outra ação destinada ao público interno do Samae é a criação de um informativo institucional. O objetivo de sua implantação é, além de informar os servidores, fazer com que eles se sintam pertencentes ao processo de comunicação.

Sugiro que ele seja feito de forma impressa, pois a autarquia já possui uma gráfica ganhadora de licitação para impressos. Já nos foi relatado por diversos funcionários que a maioria não acessa o *e-mail* nem a Intranet, mais um motivo para que ele seja físico. Acredito que em um primeiro momento ele pode ser veiculado mensalmente, porém, no futuro, o ideal seria que fosse divulgado quinzenalmente.

O primeiro passo para a sua realização é a elaboração do projeto editorial gráfico, para termos, assim, uma noção de tamanho e espaço para a produção dos textos. Acredito que isso possa ser feito em parceria com o setor de Criação de Arte, para definir uma arte visual padrão. Para um projeto piloto, ele poderia ter o tamanho de uma folha A4 frente e verso. Porém, mais adiante, não se descarta a ideia de que ele possa ter mais páginas.

A ideia dessa ação é que o informativo seja um produto humanizado e que foque no servidor. Para que isso ocorra, proponho as seguintes pautas: o "por dentro do Samae", mostrando em cada mês um setor diferente da Autarquia, quem

trabalha e o que fazem ali; escolher um funcionário do mês e redigir uma espécie de entrevista de perfil, contando sua história; divulgar futuras campanhas internas; relatar o andamento ou a conclusão dessas campanhas; e mostrar as principais obras ou inovações do mês, como uma forma de registrar o trabalho realizado pelos servidores e Autarquia.

Assim como na ação dos murais, aqui poderíamos utilizar um canal de comunicação para que os servidores enviem as suas sugestões. Isso pode ser realizado através do WhatsApp, por exemplo.

5.2.2.2 *Media training*

O *media training* é um dos produtos jornalísticos que julgo ser um dos mais necessários no Samae. Será a partir dele que a comunicação da Autarquia se tornará realmente efetiva, pois o principal foco deste é fazer com que os trabalhadores da instituição compreendam o trabalho e a importância da comunicação e do relacionamento com as pessoas.

Como já mencionei no diagnóstico, uma das principais queixas dos usuários dos serviços do Samae é o atendimento deficiente, seja através do plantão 24 horas, por telefone, pelo WhatsApp ou presencialmente na Loja Comercial. Além disso, desde que iniciei meu estágio remunerado (em janeiro de 2021), nenhuma capacitação com os servidores foi realizada. Isso impacta diretamente em outro problema já mencionado, que é o fluxo de informações defasado dentro do Samae. Apesar do setor de Comunicação estar no topo do fluxograma da instituição, não há um entendimento dele como prioridade pelos outros setores, e acabamos muitas vezes sendo os últimos a ter acesso às informações.

Primeiramente, apresento como proposta um *media training* com o setor de atendimento ao público. Isso engloba recepcionistas, telefonistas, plantão 115, atendimento presencial e quem responde pelo WhatsApp. O ideal seria ter um treinamento específico para cada setor, porém nesse caso, a necessidade é unificar a comunicação com o público externo, para que, se ele entrar em contato com as diferentes plataformas, elas tenham uma unidade nas informações e não se contradigam, fato que também já foi apontado no diagnóstico.

A segunda proposta de *media training* é destinada a todos os servidores do Samae. Eles podem ser separados por setores ou selecionados líderes de cada um

para participarem e depois comunicarem aos outros. Nesse caso, seria explicado desde o conceito de Comunicação, qual é a diferença de comunicação e informação, como é a rotina da assessoria dentro da autarquia, quais as funções de cada um dentro dela, o que é *release*, como analisar se uma pauta é boa ou não para ser divulgada e como mandar essas informações para o assessor.

Com esses públicos devidamente capacitados, certamente a qualidade da comunicação do Samae irá crescer, facilitando assim o próprio trabalho da Assessoria e melhorando a imagem da Autarquia perante o público externo. Exemplo de capacitações:

a) Público 1: Atendimento ao público

Capacitação 1: O que é Comunicação? Por que é importante unificar a comunicação? Qual é a importância do atendimento ao público? A imagem da organização perante os olhos do público. Passo a passo do atendimento. Perguntas frequentes.

Duração: Dois encontros de 1 hora cada.

Quando: As capacitações irão ocorrer todos os meses, para contemplar todas as áreas do atendimento ao público.

Periodicidade: Trimestralmente, a partir da última capacitação que o setor recebeu.

Ministrante: Assessor de Imprensa e Relações Públicas.

b) Público 2: Servidores do Samae

Capacitação 1: Conceito de Comunicação. Pertencimento: como o meu trabalho impacta na imagem da organização. Diferença entre Comunicação e informação. Rotina da assessoria e as funções de cada um dentro dela. O que é *release*. Como analisar se uma pauta é boa ou não para ser divulgada. Como enviar informações para o assessor.

Duração: Dois encontros de 1 hora cada.

Quando: As capacitações irão ocorrer todos os meses, contemplando todos os setores.

Periodicidade: Semestralmente, a partir da última capacitação que o setor recebeu.

Ministrante: Assessor de Imprensa

Após cada uma das capacitações, será fornecida uma pesquisa de satisfação para que os servidores respondam. O resultado dessa ação poderá ser percebido no próprio dia a dia, com o *feedback* dos usuários dos serviços do Samae. Uma pesquisa de satisfação poderia ser feita após os atendimentos.

5.2.3 Longo Prazo

A ação de longo prazo apresentada neste tópico visa um período maior para a sua execução e não poderá ser realizada durante o período de duração do Estágio Curricular.

5.2.3.1 Plano de Comunicação

A elaboração de um Plano Estratégico em Comunicação é vital para o funcionamento de qualquer Assessoria de Imprensa. Em 2014, quando a Andréia implantou a Assessoria de Comunicação do Samae, ele até chegou a ser feito. Porém, após a saída dela na troca de governo, ela acabou perdendo esse arquivo e não conseguiu encontrá-lo agora que voltou ao cargo. Sendo assim, será preciso fazer um novo. Apesar de ainda estarmos correndo contra o tempo, sua realização será fundamental para definir as ações para os próximos três anos.

Sua construção irá englobar todos os setores da Comunicação, por se tratar de um documento tão grande e importante. Para a sua elaboração, sugiro que um cronograma seja seguido, contemplando as seis fases do planejamento estratégico propostas por André Lorenzetti, Eduardo Ribeiro e Gisele Lorenzetti (2018).

A primeira fase, que contempla a pesquisa, o mapeamento e o diagnóstico, pode ser iniciada em julho, pois é uma etapa que demanda bastante tempo para pesquisa. Ela é a base do planejamento estratégico, então quanto mais detalhes tivermos, melhor. Nela é necessário informar: missão, visão e valores da instituição; setor de atuação, concorrentes e histórico; ambiente setorial; como é feita a comunicação com os públicos interno e externo; e repercussão da organização na mídia.

A segunda fase é a de análise e interpretação, que será realizada em outubro. Nela sugiro utilizar a matriz *SWOT* como método para verificar os pontos fortes e fracos, bem como as ameaças e oportunidades da organização. A terceira

fase, a ser realizada em dezembro, é o planejamento macro para as ações na mídia. É nele que deve conter mensagens-chave que vão contribuir para que a empresa tenha o posicionamento buscado em seu planejamento estratégico; uma lista de veículos, mídias e influenciadores estratégicos para o relacionamento com a organização; e a definição e preparação de porta-vozes que falarão em nome da instituição.

A quarta fase, descer ao detalhamento, poderá ser realizada em março de 2022. Aqui é onde são definidas as táticas e ações que serão implementadas, bem como a sua frequência no relacionamento com a mídia; cronograma de atividades especiais que podem contribuir com a disseminação das mensagens preferenciais; e a definição de como será feita a mensuração dos resultados.

A quinta fase é a do cronograma geral. Ela só poderá ser realizada depois da conclusão da etapa anterior, provavelmente a partir de junho. Ela consiste em organizar, em ordem cronológica e de forma visual, a realização das atividades planejadas. Após a conclusão do planejamento estratégico, será realizada mensalmente a mensuração do plano de ação, para revisar se as atividades estão obtendo resultados.

Para ilustrar com clareza as etapas do Plano de Comunicação e seus prazos, segue o quadro abaixo:

ETAPAS	JUL, AGO, SET	OUT - NOV	DEZ - FEV	MAR - MAI	JUN	2º SEMESTRE DE 2022
Pesquisa, mapeamento e diagnóstico	X					
Análise e interpretação		X				
Planejamento macro			X			
Descer ao detalhamento				X		
Cronograma geral					X	
Mensuração de resultados						X

Após a descrição do plano de ações, no próximo capítulo será possível relatar como as atividades propostas foram realizadas durante o período de Estágio Curricular.

6 RELATO DE EXECUÇÃO

Das ações que propus acima, as que realizei durante o meu período de Estágio Curricular foram o *Clipping*, o #SamaeNaMídia, a Semana do Meio Ambiente e o Samaezito por Caxias. As demais atividades também chegaram a ser apresentadas para a supervisora de estágio, porém, devido ao curto período de tempo disponível, não foram executadas. Mesmo assim, existe a perspectiva de realização delas a médio e longo prazo.

O *Clipping* foi a primeira proposta a ser apresentada. Ela logo gostou da ideia, já que a atividade não vinha sendo realizada. O *layout* proposto no plano de ação foi aprovado, então já pude dar início à atividade. Assim que entramos no mês de maio de 2021, o Relatório de Clipagem passou a fazer parte da minha rotina de estágio. Quando chego no Samae, além de fazer a ronda diária nas redes sociais e verificar as mensagens e *e-mails* recebidos, também faço o monitoramento dos veículos de imprensa.

Durante o primeiro mês do *clipping*, a Autarquia teve 32 aparições na mídia, sendo 13 no jornal Pioneiro, oito na Câmara Caxias, sete no portal Leouve, quatro na Rádio Caxias e uma na Tua Rádio. Acredito ter sido uma excelente maneira de mensurarmos e avaliarmos o trabalho feito pela Assessoria de Imprensa do Samae. Essa é uma atividade que com certeza passará a fazer parte da minha rotina mesmo após a conclusão do Estágio Curricular.

Durante esse período, consegui fazer a publicação de apenas um #SamaenaMídia. Ele foi realizado no dia 17 de maio de 2021, e abordou as pautas "Samae encaminha levantamento para possíveis alterações na chamada Lei das Águas", na Rádio Caxias e "A explicação para a água amarelada", no jornal Pioneiro.

Figura 34 - #SamaenaMídia matéria 1



(Fonte: Instagram do Samae - <https://www.instagram.com/p/CO-XYMyDyTn/>)

Figura 35 - #SamaenaMídia matéria 2



(Fonte: Instagram do Samae - <https://www.instagram.com/p/CO-XYMyDyTn/>)

Optei por divulgar essas matérias pois ambas realizam o papel de prestação de contas e transparência com a comunidade. No caso da segunda matéria, que fala da água amarelada, nós até chegamos a publicar uma nota de esclarecimento no dia 13 de maio de 2021, explicando o porquê daquela situação. Sendo assim, o papel de sugerir uma pauta para a imprensa foi cumprido.

Não houveram mais publicações com a *hashtag* Samae na Mídia pois, como foi mencionado nos critérios para a realização da ação, ela não é uma *tag* fixa. Isso se deve ao fato de após a data não termos tantas aparições na imprensa. Também ocorreu o caso de uma pauta ter sido publicada pela imprensa e não ter sido vista a tempo, e, por causa disso, nós perdemos o *timing* para realizar a postagem.

Na proposta da ação da Semana do Meio Ambiente, sugeri que divulgássemos o cronograma de atividades oficiais tanto na imprensa quanto nas redes sociais. Para isso, já no dia primeiro de junho, data de início da ação, foi redigido um *release* para ser enviado à imprensa, que também foi publicado no *site*.

Figura 36 - Matéria agenda da Semana do Meio Ambiente

01/06/2021

Samae divulga programação alusiva à Semana do Meio Ambiente

Atividades desenvolvidas pela equipe de Educação Ambiental são retomadas

 Compartilhar 0

 Tweeter

O Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) divulga a programação alusiva à Semana Nacional do Meio Ambiente, a qual foi estendida e ocorre de 1º a 11 de junho de 2021.

Confira a agenda:

DATA	AÇÃO
02/06	Palestra “Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente”, ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae na Casa Anjos Voluntários.
05/06	Lançamento do roteiro virtual “Caminhos das Águas” nas redes sociais.
07/06	Palestra “Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente”, ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae no Centro de Convivência Santo Antônio – Projeto Mão Amiga.
08/06	Palestra “Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente”, ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae no Centro de Convivência Santo Antônio – Projeto Mão Amiga.
11/06	Palestra “Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente”, ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae na Casa Anjos Voluntários.

(Fonte: *site* do Samae -

<https://www.samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63973/samae-divulga-programacao-alusiva-a-semana-do-meio-ambiente>)

O *release* surgiu efeito e o nosso cronograma, juntamente com o das outras duas entidades presentes na ação, foram pauta na imprensa, na versão *online* do jornal Pioneiro, publicado no dia cinco de junho.

Figura 37 - Matéria sobre a Semana do Meio Ambiente no jornal Pioneiro

PRESERVAÇÃO

Programação da Semana do Meio Ambiente de Caxias do Sul convida a refletir sobre cuidados com os recursos naturais

Debates incluem temas como a separação de lixo, preservação de espécies e o empreendedorismo sustentável

05/06/2021 - 11h42min



Uma tempo para refletir sobre algo que é essencial para a nossa sociedade: os recursos naturais. Isso é o que propõe a programação da Semana do Meio Ambiente, que a prefeitura de Caxias do Sul programou para celebrar o Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado neste sábado (5). A programação trata de temas como a separação de lixo, preservação de espécies e o empreendedorismo sustentável.

Publicidade



(Fonte: *site* do jornal Pioneiro -

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/geral/noticia/2021/06/programacao-da-semana-do-meio-ambiente-de-caxias-do-sul-convida-a-refletir-sobre-cuidados-com-os-recursos-naturais-ckpjqcwj50009018mm55w9mph.html>)

Além da matéria, o cronograma também foi publicado nas redes sociais do Samae.

Figura 38 - Post cronograma da Semana do Meio Ambiente

Samae Caxias
Publicado por Laura Piola · 1 de junho às 12:00 · 🌐

O Samae divulga a programação alusiva à Semana Nacional do Meio Ambiente, que ocorre de 1º a 11 de junho de 2021.

Arraste para o lado e confira ➡

Para mais informações sobre a programação, acesse o link:
<https://cutt.ly/VnhnAeK>

Confira a programação da

Semana do Meio Ambiente

- 02/06** Palestra "Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente". Ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae na Casa Anjos Voluntários.
- 06/06** Lançamento do roteiro virtual "Caminhos das Águas" nas redes sociais.
- 07/06** Palestra "Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente". Ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae no Centro de Convivência Santo Antônio – Projeto Mão Amiga.
- 08/06** Palestra "Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente". Ministrada pela equipe de Educação Ambiental no Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos (SCFV) Irmão Sol – Projeto Mão Amiga.
- 11/06** Palestra "Água em Foco Preservação e Consumo Consciente". Ministrada pela equipe de Educação Ambiental do Samae na Casa Anjos Voluntários.

555 Pessoas alcançadas 8 Engajamentos **Turbinar publicação**

👍❤️ 6

(Fonte: página oficial do Samae no *Facebook* -

<https://www.facebook.com/samaecaxias/photos/pcb.4236365289761235/4236365239761240/>)

Em relação às palestras, estive presente em duas delas fazendo a cobertura e o apoio aos eventos. Fui até a Casa Anjos Voluntários, no dia dois de junho e no SCFV Irmão Sol, no dia oito. Nas outras duas, minha colega da equipe de Jornalismo, Andrielly, foi até os locais. Durante as ocasiões, tive a oportunidade de redigir as matérias e produzir as fotos das atividades em que eu estive presente.

Figura 39 - Matéria da palestra na Casa Anjos Voluntários

02/06/2021

Educação Ambiental do Samae palestra na Casa Anjos Voluntários

Atividade marcou a abertura da Semana do Meio Ambiente

[Compartilhar 0](#) [Tweetar](#)

Na manhã desta quarta-feira (02/06), a equipe de Educação Ambiental do Serviço Autônomo Municipal (Samae) palestrou na Casa Anjos Voluntários, no bairro Charqueadas. Com o tema "Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente", a atividade marcou o início da Semana do Meio Ambiente, que acontece de 01 a 11 de junho.

Além da apresentação, o espaço foi aberto para bate-papo e a realização de atividades, como o "Mural da Sustentabilidade", em que as crianças escreveram sobre as ações que elas desenvolvem para preservar o meio ambiente. Ao final do encontro, um kit foi entregue a todos, contendo atividades da Educação Ambiental.



(Fonte: *site* do Samae -

<https://www.samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63974/educacao-ambiental-do-samae-palestra-na-casa-anjos-voluntarios>)

Figura 40 - Matéria da palestra no SCFV Irmão Sol

08/06/2021

Educação Ambiental do Samae realiza palestra no SCFV Irmão Sol

A atividade faz parte do calendário da Semana do Meio Ambiente

[Compartilhar 0](#) [Tweetar](#)

A equipe de Educação Ambiental do Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) palestrou, na manhã desta terça-feira (08/06), para cerca de 20 crianças e pré-adolescentes atendidas no Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos (SCFV) Irmão Sol, no Loteamento Campos da Serra.

A palestra com o tema "Água em Foco – Preservação e Consumo Consciente", dá sequência aos eventos da Semana do Meio ambiente, que acontece até o dia 11 de junho. Ao longo do bate-papo as crianças puderam fazer uma série de perguntas e, ao final da atividade, todos receberam um kit contendo atividades da Educação Ambiental.



(Fonte: *site* do Samae -

<https://www.samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63977/educacao-ambiental-do-samae-realiza-palestra-no-scfv-irmao-sol>)

Além disso, também realizei a cobertura das palestras nos *stories* do Instagram e publiquei as fotos nas redes sociais do Samae.

Figura 41 - Publicação da palestra na Casa Anjos Voluntários



(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CPoBsaAtV1C/>)

Figura 42 - Publicação da palestra no SCFV Irmão Sol



(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CP3PlmBNimU/>)

A retomada das palestras despertou interesse da imprensa, e, no dia 10 de junho, a Educação Ambiental foi convidada pela Beverli Rocha, apresentadora da Tua Rádio, para conceder uma entrevista ao vivo às 11 horas, no programa “Tá na Pauta”.

Ainda no plano de ação, sugeri a realização de algumas pautas para os conteúdos especiais nas redes sociais. Das sete ideias propostas, seis delas foram realizadas e uma precisou ter a data ajustada. O *card* em formato de lista enumerando as ações do Samae para ajudar a preservar o meio ambiente foi descartado, pois a publicação do vídeo "Roteiro Caminhos das Águas" precisou ser adiada. Isso ocorreu porque editora do vídeo não conseguiu concluí-lo a tempo e ele ainda não havia sido aprovado pela coordenação. Por isso, o *card* elaborado para a divulgação do vídeo, que era pra sair no dia cinco, foi publicado no dia nove.

Figura 43 - Postagem de divulgação do vídeo "Roteiro Caminhos das Águas"



(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CP5snrZhv86/>)

As demais publicações seguiram o cronograma previamente estabelecido e não houveram alterações nas pautas. A primeira postagem foi a da linha do tempo,

que abordou através de um carrossel infinito, a história do Dia Mundial do Meio Ambiente. Como a história é longa, afinal, são quase 50 anos, selecionei as datas que abordassem os assuntos mais interessantes para o Samae, sendo elas: 1972, origem da data; 1974, sua primeira comemoração; 1981, quando o tema “Tóxicos nas águas” foi abordado; 1992, em que o Dia Mundial do Meio Ambiente foi sediado no Rio De Janeiro; 1998, quando o tema “Ecossistemas marinhos” foi destaque; 2003, quando o tema da data foi “Água - dois bilhões de pessoas estão morrendo por ela”; 2007, quando foi falado sobre o derretimento do gelo; 2011, ano em que Gisele Bundchen plantou mais de 50 mil árvores; 2014, quando foi tratado do aquecimento global e o aumento do nível do mar; e 2020, quando a biodiversidade e o *covid-19* pautaram as comemorações.

Figura 44 - Linha do Tempo do Dia Mundial do Meio Ambiente



(Fonte: Instagram do Samae - <https://www.instagram.com/p/CPmGGI1NzB2/>)

A próxima postagem foi a "5 dicas para preservar o meio ambiente". Aqui utilizamos o humor para falar sobre algo importante. Cada card do carrossel foi destinado para uma atitude, sendo elas: poupar água, separar e reciclar corretamente o lixo, usar meios de transporte alternativos, não desperdiçar alimentos e economizar energia.

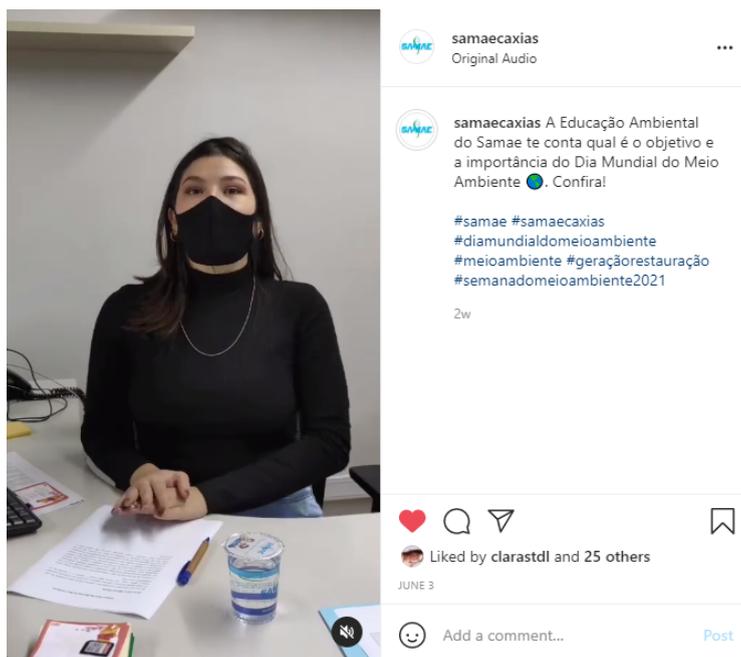
Figura 45 - 5 dicas para preservar o meio ambiente



(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/p/CPs9l8st914/>)

Nesta ação foi possível utilizar a ferramenta *reels* do Instagram. Fizemos dois vídeos curtos, um falando sobre o objetivo e a importância do Dia do Meio Ambiente e o outro sobre a importância da preservação da água. Fiz parte do processo desde a escrita do roteiro, até a gravação e edição do material.

Figura 46 - Reels objetivo e a importância do Dia Mundial do Meio Ambiente



(Fonte: Instagram do Samae - <https://www.instagram.com/reel/CPq7mkQDeX3/>)

Figura 47 - Reels sobre a importância da preservação da água



(Fonte: Instagram do Samae - <https://www.instagram.com/reel/CPywcM5iHJH/>)

Para a publicação de #tbt, optamos por relembrar uma das atividades da programação da Semana do Meio Ambiente que o Samae realizou em 2014.

Figura 48 - #tbt do Dia Mundial do Meio Ambiente



(Fonte: Instagram do Samae - <https://www.instagram.com/p/CP88kfzNc-3/>)

Iniciamos a execução da ação #SamaezitoporCaxias na manhã do dia 14 de junho, quando saímos para produzir as fotos e os vídeos. Conseguimos ir até o Monumento ao Imigrante, a ETA Parque da Imprensa, o Jardim Botânico e os Pavilhões da Festa da Uva. À tarde, foram feitos os materiais nos estádios do S.E.R. Caxias e Esporte Clube Juventude. Optamos por descartar as fotos nos parreirais de Forqueta devido a distância e o cronograma apertado. Sendo assim, de oito fotos programadas, produzimos sete. As fotos foram registradas com o intuito de parecer que o Samazito estava turistando mesmo, fazendo *selfies* e posando na frente das locações.

Para a publicação das fotos, foi aplicado o logo do Samaezito por Caxias, feito pela Criação de Arte, para identificar os conteúdos da ação. Foram ao total seis publicações, pois achamos melhor juntar as dos estádios, para não gerar conflitos. Em cada postagem, legendas foram criadas, como se fosse o Samaezito falando. Utilizando esse tipo de discurso, acredito que a humanização e identificação com o personagem é maior, facilitando a interação com o público.

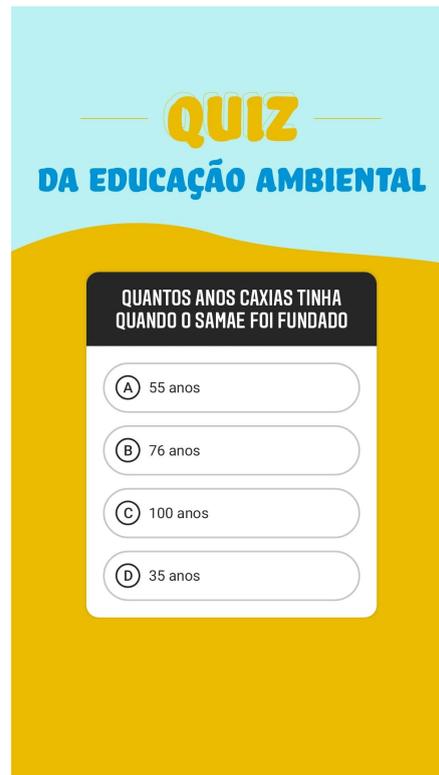
Figura 49 - #SamaezitoporCaxias na Praça Dante Alighieri



(Fonte: *Instagram* do Samae - https://www.instagram.com/p/CQGz_pitG6e/)

Na ação foi possível fazer o *quiz* da Educação Ambiental nos *stories* do Instagram, utilizando mais uma das ferramentas disponíveis que a própria plataforma nos oferece. Para isso, foi criado um *layout* temático e as perguntas tiveram relação com o Samae e a história de Caxias. Ele foi publicado no mesmo dia do *#tbt*. Para a seleção das perguntas e das respostas corretas, contei com a ajuda da minha colega Letícia da equipe de Educação Ambiental.

Figura 50 - Quiz da Educação Ambiental



(Fonte: *Instagram* do Samae : <https://www.instagram.com/samaecaxias/>)

Figura 51 - Resposta do Quiz da Educação Ambiental



(Fonte: *Instagram* do Samae : <https://www.instagram.com/samaecaxias/>)

O *post* de *#tbt* ficou de responsabilidade da minha colega Andrielly, já que eu fui encarregada das fotos e da edição do vídeo. Optamos por abordar a história das represas, que são de extrema importância para a cidade.

Figura 52 - *#tbt* História das represas



(Fonte: *Instagram* do Samae - https://www.instagram.com/p/CQOU_Kjto0i/)

Assim como na ação da Semana do Meio Ambiente, aqui também criamos conteúdo para a ferramenta *reels* do *Instagram*. O uso desse recurso já havia sido solicitado pela Andréia antes mesmo do início do meu Estágio Curricular. Por ser um vídeo rápido e curto, ele tem a capacidade de atingir mais pessoas. Nesse caso, ele foi utilizado para encerrar a semana de conteúdos especiais e parabenizar a cidade. Aqui tive a oportunidade de gravar e editar o vídeo.

Figura 53 - Reels do #SamaezitoporCaxias



(Fonte: *Instagram* do Samae - <https://www.instagram.com/reel/CQW3HdbjW1x/>)

6.1 PROCESSOS E RESULTADOS ALCANÇADOS

A partir da realização das atividades propostas no plano de ação do relatório de estágio, pude fazer a análise dos processos e resultados alcançados. O *Clipping*, por exemplo, até a data de análise (28 de junho de 2021), já contabiliza 68 aparições na mídia. O #SamaeNaMídia, no entanto, não gerou tanto engajamento, possuindo, até a data de análise (28 de junho de 2021), apenas nove curtidas no *Facebook* e 19 no *Instagram*, o que é pouco comparado a média de *likes* das outras postagens.

A ação da Semana do Meio Ambiente nos gerou bons frutos, como já mencionado no relato de execução, tendo aparições na mídia e o convite para uma entrevista. Além disso, houve uma boa aceitação dos seguidores no Quiz da Educação Ambiental, com cerca de 100 respostas para as perguntas, os *reels* obtiveram números de alcance altos se comparados com os anteriores, chegando a ter mais de duas mil visualizações até a data de análise (29 de junho de 2021) e a

retomada das palestras serviu como incentivo para que a própria equipe da Educação Ambiental procurasse mais escolas a fim de realizar mais ações do tipo. O #SamaezitoporCaxias foi bastante positivo, pois a figura do mascote do Samae gera simpatia nas pessoas e possibilitou uma nova forma de interação com os usuários da Autarquia, que com certeza será utilizada novamente.

Devido ao pouco tempo que restou entre a apresentação das ações para a supervisora, algumas delas não puderam ser realizadas durante o período de estágio. Apesar de elas não terem resultados concretos, acredito que somente o fato de terem sido aceitas e a Coordenação de Comunicação ter demonstrado interesse em executá-las no futuro, já é uma grande conquista.

Poderia limitar esse tópico do meu relatório de Estágio Curricular apenas a apresentação de dados e métricas que as ações obtiveram. Porém, acredito que, mais do que números, os resultados alcançados a partir do desenvolvimento das ações propostas podem ser medidos pelo meu aprendizado. Antes do Estágio Curricular, minhas tarefas consistiam em apagar incêndios e ficava muito refém do dia a dia de trabalho, que por muitas vezes, era monótono. Ao me distanciar para realizar a análise e propor as ações necessárias, pude ver a Comunicação do Samae com outros olhos. Com certeza, a partir daqui, não deixarei de dar continuidade e de iniciar as atividades que não puderam ser realizadas durante esse período.

7 PARECER DO SUPERVISOR DO CAMPO DE ESTÁGIO

Segue parecer sobre a Proposta de Plano de Ação, elaborada pela estudante de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul, Laura Piola:

"Desde o século XX, quando o jornalista Ivy Lee foi chamado para intermediar as relações do grupo Rockefeller com a imprensa, muita coisa mudou, mas a necessidade do diálogo continua a mesma. A finalidade da assessoria de imprensa, desde os primórdios, sempre foi estabelecer um diálogo entre as instituições e o público, humanizar as relações e promover a transparência.

No plano de ações intitulado "Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa – Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto", da estudante de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS) Laura Piola, fica claro a necessidade da autarquia de se comunicar, bem como as fragilidades impostas com as trocas de governos. Sem ter a continuidade do trabalho, praticamente tudo que é construído em uma gestão se perde, fazendo com que a próxima tenha que recomeçar.

Estive à frente da Assessoria de Comunicação do Samae em 2015 e 2016, retornando em janeiro deste ano. Todo o conteúdo que existe hoje, seja impresso ou digital, ainda foi desenvolvido por mim, há seis anos. Até a clipagem, um item básico da assessoria, não foi mais feita. Nem o plano de comunicação, o qual norteia todo o trabalho que será desenvolvido nos próximos anos, não foi planejado.

Diante de tudo isso, reitero a importância do trabalho executado pela Laura, uma vez que foram pontuados todos os gargalos da comunicação, além de expor todas as necessidades do setor. Certamente esse conteúdo irá auxiliar a diagnosticar pontos positivos e também as falhas, visando aprimorar a comunicação do Samae com a comunidade e também com os seus servidores, incluindo as inovações tecnológicas.

Como mencionado pela universitária, após o seu diagnóstico, muitas ações já passaram a fazer parte do dia a dia do setor, auxiliando a mensurar o trabalho desenvolvido. As demais, serão implementadas a longo prazo, pois são fundamentais para a construção positiva de uma marca".

Andréia Copini

Assessora de Relações Institucionais - SAMAE

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizei estágio remunerado no Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae), mais especificamente no setor de Comunicação, durante dois meses, antes de iniciar o Estágio Curricular. Ao todo, são cinco meses e meio de experiência na Autarquia. Desde que iniciei, sempre fui incentivada a sugerir pautas e ideias na Assessoria de Imprensa do Samae. Por isso, senti bastante liberdade para pensar em ações e propor um planejamento estratégico para a Assessoria de Imprensa da organização. A experiência do Estágio Curricular permitiu-me distanciar da rotina de trabalho e propor ações que, talvez, não fossem possíveis sem o suporte acadêmico.

O trabalho que eu realizei no Samae foi grande, apesar do curto período de tempo que tive disponível para desenvolver as ações, e o retorno delas foi positivo, como já relatei anteriormente. Não é porque o período do Estágio Curricular se encerrou que não darei continuidade às tarefas e, a partir do Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa, elaborado durante essa disciplina, que apresentei para a minha supervisora de estágio, pretendo, nos próximos meses, dar início às atividades de médio e longo prazos propostas. Avalio que, com a aplicação delas, o trabalho da Assessoria será qualificado, bem como a imagem da Autarquia.

Espero que esse projeto que desenvolvi na disciplina tenha auxiliado a diagnosticar os pontos positivos e as falhas e, também, auxilie a comunicação do Samae a dialogar com a comunidade e os servidores.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNETTO, Paula. Obras do Samae bloqueiam ruas da área central de Caxias do Sul. **Leouve**. Caxias do Sul, 16 de abr. de 2021. Disponível em: <https://leouve.com.br/ultimas/obras-do-samae-bloqueiam-ruas-da-area-central-de-caxias-do-sul>. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

Câmara de Caxias aprova a criação do REFIS do Samae. **Serra em Pauta**. Caxias do Sul, 06 de abr. de 2021. Disponível em: <https://www.serraempauta.com/noticia/camara-de-caxias-aprova-a-criacao-do-refis-do-samae>. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

DE FARIA, Armando Medeiros; DUARTE, Jorge; CAPELLA, Rodrigo. Gestão das mídias sociais em Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

Educação Ambiental do Samae realiza palestra no SCFV Irmão Sol. **Site do Samae**. Caxias do Sul, 08 de jun. de 2021. Disponível em: <https://www.samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63974/educacao-ambiental-do-samae-palestra-na-casa-anjos-voluntarios>. Acesso em: 15 de jun. de 2021.

Educação Ambiental do Samae palestra na Casa Anjos Voluntários. **Site do Samae**. Caxias do Sul, 02 de jun. de 2021. Disponível em: <https://www.samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63974/educacao-ambiental-do-samae-palestra-na-casa-anjos-voluntarios>. Acesso em: 15 de jun. de 2021.

Facebook do Samae. Disponível em: <https://www.facebook.com/samaecaxias/> Acesso em: 05 de abr. de 2021.

FIEDLER, André. Meta é reduzir 20% da perda de água. **Jornal Pioneiro**. Caxias do Sul, 14 de abr. de 2021. Disponível em: pioneiro.clicrbs.com.br. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. Porto Alegre: Summus, 2009.

Instagram do Samae. Disponível em: <https://www.instagram.com/samaecaxias/>
Acesso em: 05 de abr. de 2021.

LEMOS, Cláudia; DEL GÁUDIO, Rozália. Publicações Jornalísticas. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

LORENZETTI, André; RIBEIRO, Eduardo; LORENZETTI, Gisele. Planejamento Estratégico em Relacionamento com a Imprensa e outras mídias. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

MARTINEZ, Regina. Implantando uma Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

Programação da Semana do Meio Ambiente de Caxias do Sul convida a refletir sobre cuidados com os recursos naturais. **Jornal Pioneiro**. Caxias do Sul, 05 de jun. de 2021. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/geral/noticia/2021/06/programacao-da-semana-do-meio-ambiente-de-caxias-do-sul-convida-a-refletir-sobre-cuidados-com-os-recursos-naturais-ckpjqcwj50009018mm55w9mph.html>. Acesso em: 15 de jun. de 2021.

Samae aplica mais de R\$ 32 milhões em obras nos primeiros 100 dias de governo. **Rádio Caxias**. Caxias do Sul, 13 de abr. de 2021. Disponível em: <https://radiocaxias.com.br/portal/noticias/samae-aplica-mais-de-r-32-milhoes-em-obras-nos-primeiros-100-dias-de-governo-125225>. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

Samae dá sequência na substituição de rede de água na região central. **Site do Samae**. Caxias do Sul, 14 de abr. de 2021. Disponível em: samaecaxias.com.br/Noticia/Exibir/63944/samae-da-sequencia-na-substituicao-de-rede-de-agua-na-regiao-central. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

Samae dá sequência na substituição de rede de água na região central. **Prefeitura de Caxias do Sul**. Caxias do Sul, 15 de abr. de 2021. Disponível em: <https://caxias.rs.gov.br/noticias/2021/04/samae-da-sequencia-na-substituicao-de-rede-de-agua-na-regiao-central>. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

Samae divulga programação alusiva à Semana do Meio Ambiente. **Site do Samae**. Caxias do Sul, 01 de jun. de 2021. Disponível em: <https://radiocaxias.com.br/portal/noticias/samae-aplica-mais-de-r-32-milhoes-em-obras-nos-primeiros-100-dias-de-governo-125225>. Acesso em: 15 de jun. de 2021.

Site da Prefeitura. Disponível em: <https://caxias.rs.gov.br/>. Acesso em: 05 de abr. de 2021.

Site do Samae. Disponível em: <https://www.samaecaxias.com.br/>. Acesso em: 05 de abr. de 2021.

Trocas contra o desperdício. **Jornal Pioneiro**. Caxias do Sul, 14 de abr. de 2021. Disponível em: pioneiro.clicrbs.com.br. Acesso em: 20 de abr. de 2021.

Youtube do Samae. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCmjjLaQjeoOHSz1_7ra3ICA. Acesso em: 05 de abr. de 2021.

10 ANEXOS

ANEXO A – PARECER DA SUPERVISORA DO CAMPO DE ESTÁGIO



Andréia Copini

para mim ▾

qua., 23 de Jun. 16:03 (há 5 dias) ☆ ↶ ⋮

Desde o século XX, quando o jornalista Ivy Lee foi chamado para intermediar as relações do grupo Rockefeller com a imprensa, muita coisa mudou, mas a necessidade do diálogo continua a mesma. A finalidade da assessoria de imprensa, desde os primórdios, sempre foi estabelecer um diálogo entre as instituições e o público, humanizar as relações e promover a transparência.

No plano de ações intitulado "Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa – Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto", da estudante de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS) Laura Piola, fica claro a necessidade da autarquia de se comunicar, bem como as fragilidades impostas com as trocas de governos. Sem ter a continuidade do trabalho, praticamente tudo que é construído em uma gestão se perde, fazendo com que a próxima tenha que recomeçar.

Estive à frente da Assessoria de Comunicação do Samae em 2015 e 2016, retornando em janeiro deste ano. Todo o conteúdo que existe hoje, seja impresso ou digital, ainda foi desenvolvido por mim, há seis anos. Até a clipagem, um item básico da assessoria, não foi mais feita. Nem o plano de comunicação, o qual norteia todo o trabalho que será desenvolvido nos próximos anos, não foi planejado.

Diante de tudo isso, reitero a importância do trabalho executado pela Laura, uma vez que foram pontuados todos os gargalos da comunicação, além de expor todas as necessidades do setor. Certamente esse conteúdo irá auxiliar a diagnosticar pontos positivos e também as falhas, visando aprimorar a comunicação do Samae com a comunidade e também com os seus servidores, incluindo as inovações tecnológicas.

Como mencionado pela universitária, após o seu diagnóstico, muitas ações já passaram a fazer parte do dia a dia do setor, auxiliando a mensurar o trabalho desenvolvido. As demais, serão implementadas a longo prazo, pois são fundamentais para a construção positiva de uma marca.

Andréia Copini

Assessora de Relações Institucionais - SAMAE

11 APÊNDICES

APÊNDICE A - Relatório de ações entregue para a supervisora de estágio



ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - BACHARELADO

LAURA PIOLA

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM ASSESSORIA DE IMPRENSA
SERVIÇO AUTÔNOMO MUNICIPAL DE ÁGUA E ESGOTO

Caxias do Sul

2021

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	03
1 INTRODUÇÃO	04
2 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO	05
2.1 CURTO PRAZO	05
2.1.1 <i>Clipping</i>	05
2.1.2 #SamaeNaMídia	08
2.1.3 Semana do Meio Ambiente	09
2.1.4 Samaezito por Caxias	11
2.1.5 <i>Mailing</i>	12
2.1.6 Mural	12
2.2 MÉDIO PRAZO	13
2.2.1 Informativo de Circulação Interna	13
2.2.2 <i>Media Training</i>	14
2.3 LONGO PRAZO	16
2.3.1 Plano de Comunicação	16
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	19

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa Relatório de Clipagem	07
Figura 2 - Capa mensal do Relatório de Clipagem	07
Figura 3 - <i>Layout</i> da página do Relatório de Clipagem	08
Figura 4 - <i>Template</i> do #SamaeNaMídia	09

1. INTRODUÇÃO

O presente documento apresenta um planejamento estratégico de ações pensado e sugerido para o Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) de Caxias do Sul, a partir da realização de estágios remunerado e curricular. O projeto foi construído em conjunto com a professora Adriana dos Santos Schleder, que ministra a disciplina de Estágio em Jornalismo, do currículo de Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul.

Neste planejamento serão apresentadas propostas de ações de curto, médio e longo prazo, que foram pensadas e discutidas em conjunto com a professora orientadora e embasadas a partir de reflexões teóricas, após a análise de necessidades da Autarquia. O objetivo deste documento é agregar e qualificar o trabalho da Assessoria de Imprensa da organização.

2. PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO

Após o estudo teórico realizado a partir dos pesquisadores Elisa Kopplin Ferraretto e Luiz Artur Ferraretto, em *Assessoria de Imprensa: teoria e prática* (2009); e Jorge Duarte e Ana Viale Moutinho, em *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica* (2010), proponho as seguintes ações, as quais avalio que podem contribuir para o cotidiano da Comunicação do Samae.

2.1 CURTO PRAZO

As ações de curto prazo apresentadas neste tópico são aquelas de rápida execução e que poderão ser realizadas ainda durante o período de duração do Estágio Curricular.

2.1.1 *Clipping*

Como já foi mencionado, o *clipping* é uma das atividades mais características da Assessoria de Imprensa. Porém, quando eu cheguei no Samae (em janeiro de 2021), a atividade não era realizada. O relatório até chegou a ser feito em outras administrações, porém, com as trocas de governo, essa prática foi descontinuada. O foco do *clipping* é monitorar, diariamente, os veículos de comunicação previamente selecionados e organizar essas informações. Por isso, a tarefa é tão importante, pois somente a partir da sua execução será possível avaliar e mensurar o trabalho da Assessoria, bem como a reputação da autarquia na imprensa.

O primeiro passo para a elaboração do *clipping* é definir se o seu formato será físico ou digital. Acredito que a mais viável entre as duas seja a digital, pois, no momento, o Samae não recebe nenhum tipo de veículo impresso. Para que isso aconteça, um documento será criado na plataforma do *site* Canva, com um *layout* que siga os padrões visuais da Autarquia, contendo uma capa para o ano, uma segunda capa para cada mês, e em cada página, o nome do veículo, acompanhado do *link* e a data de publicação, juntamente com um *print* da matéria para ilustrá-la.

Figura 31 - Capa Relatório de Clipagem

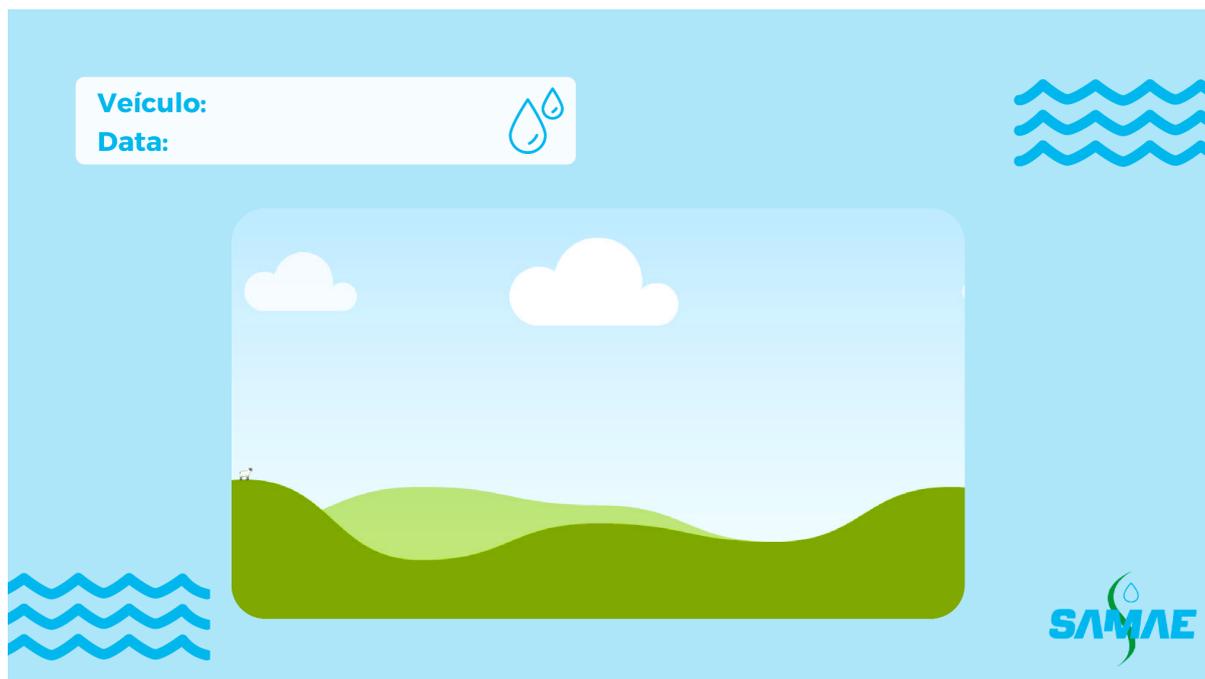


Fonte: site Canva (<https://www.canva.com/>)

Figura 32 - Capa mensal do Relatório de Clipagem



Fonte: site Canva (<https://www.canva.com/>)

Figura 32 - *Layout* da página do Relatório de Clipagem

Fonte: site Canva (<https://www.canva.com/>)

O segundo passo é determinar a frequência com que as notícias serão monitoradas. Acredito que por se tratar de um serviço público, ele deve ser monitorado diariamente, preferencialmente no período da manhã, captando todas as notícias que foram divulgadas nas últimas vinte e quatro horas, além de ser verificado ao longo do dia, caso ocorra o surgimento de novas pautas. Com o formato e a frequência determinados, será possível identificar quais veículos serão selecionados. Por se tratar do Samae de Caxias do Sul, apenas veículos da cidade serão monitorados, a partir da relevância que eles têm no cotidiano da cidade. São eles: jornal Pioneiro, Rádio Caxias, Tua Rádio, portais Leouve, Serra em Pauta e Câmara Caxias.

Tendo tudo isso em vista, o relatório será enviado mensalmente para a Coordenação de Comunicação, que o encaminhará para os superiores. Além disso, uma cópia de segurança de cada mês será salva na pasta da rede da Comunicação, para que os registros não sejam perdidos. Dessa forma, também é possível imprimi-lo e encaderná-lo ao final de cada ano, para fins de arquivo. A mensuração da ação será realizada a partir da contabilização do número total de aparições do Samae na mídia durante o mês, bem como quantas vezes ele foi

mencionado em cada veículo. Esses dados serão incluídos no relatório de ações da Comunicação que é entregue para a coordenadora Andréia no início de cada mês.

2.1.2 #SamaeNaMídia

A segunda ação se chama "#SamaeNaMídia", e será uma forma de divulgar nas redes sociais do Samae, tanto no *Facebook*, quanto no *Instagram*, quando ocorrerem manifestações sobre a Autarquia na Imprensa. Para isso, foi elaborado junto ao setor de Criação de Arte, um *template* padrão para as postagens da *hashtag*.

Figura 33 - *Template* do #SamaeNaMídia



Fonte: arquivo Samae

A ideia aqui é que matérias que possam impactar os usuários do Samae sejam compartilhadas, abordando pautas que já foram publicadas pela própria Autarquia, para que o público das redes veja que ela comunica com transparência e que um bom trabalho está sendo realizado com a imprensa. Não será uma *tag* fixa no perfil do Samae, pois não é sempre que ele tem tantas aparições na mídia. Essa

ação é uma extensão do Relatório de Clipagem para as redes sociais. Por isso, o #SamaeNaMídia seguirá os mesmos critérios de monitoramento de veículos utilizados na execução do *clipping*.

A mensuração da ação será feita a partir da análise dos dados de engajamento de cada publicação do #SamaeNaMídia, fornecidos pelas próprias redes sociais. Os dados serão apresentados no relatório mensal de ações da Comunicação.

2.1.3 Semana do Meio Ambiente

A Semana do Meio Ambiente é uma ação que o Samae irá realizar em parceria com a Secretaria do Meio Ambiente e a Codeca, programada para acontecer entre os dias 01 e 11 de junho, com o objetivo de celebrar o Dia Mundial do Meio Ambiente (05/06).

Ao longo dos 11 dias, a Autarquia seguirá o cronograma de atividades oficiais:

02/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental na Casa Anjos Voluntários;

05/06 - Lançamento do roteiro virtual "Caminhos das Águas" nas redes sociais do Samae;

07/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental no Centro de Convivência Santo Antônio;

08/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental no Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos (SCFV) Irmão Sol;

11/06 - Palestra "Água em Foco - Preservação e Consumo Consciente", ministrada pela equipe de Educação Ambiental na Casa Anjos Voluntários.

A equipe do Jornalismo será responsável pela cobertura das quatro palestras e produção de fotos, além do apoio aos eventos. Primeiramente, sugiro que o Samae envie um *release* para a imprensa comunicando o cronograma da Semana do Meio Ambiente. Esse cronograma também pode ser publicado na Intranet para informar os servidores e postado nas redes sociais para o público em geral. Durante

os quatro dias de palestras, sugiro que seja feito uma matéria para cada uma, além da cobertura nas redes sociais através dos *stories* e fotos no *feed*.

Além das ações mencionadas, foi estipulado pela Coordenação de Comunicação um calendário de publicações especiais nas redes sociais da Autarquia, que abrangerá os dias 01, 03, 04, 05, 06, 09 e 10 de junho. Para esse material, sugiro que sejam utilizados formatos de produção de conteúdo diferentes, como *memes*, *gifs*, carrossel contínuo e até mesmo os *reels*, a fim de explorarmos mais possibilidades. Os conteúdos podem abordar desde a história do Dia Mundial do Meio Ambiente, até sua importância e a relação com a água e o esgoto, focos do Samae. Além disso, é uma ótima oportunidade para conscientizar as pessoas, trazendo pequenas atitudes que possam ajudar o planeta. A partir disso, faço a sugestão das seguintes pautas:

01/06 - *card* em formato de carrossel contínuo, contendo um breve histórico do Dia do Meio Ambiente, com datas importantes para marcar o início da Semana do Meio Ambiente;

03/06 - vídeo em formato de *reels* falando sobre o objetivo e a importância do Dia Mundial do Meio Ambiente;

04/06 - carrossel com *cards* que possuam *gifs* e memes abordando de forma descontraída cinco dicas de como as pessoas podem preservar o meio ambiente;

05/06 - publicação para o lançamento do vídeo "Roteiro Caminhos das Águas";

06/06 - vídeo em formato de *reels* falando sobre a importância da preservação da água;

09/06 - *card* em formato de lista enumerando as ações do Samae para ajudar a preservar o meio ambiente;

10/06 - *card* com *#tbt* do Dia Mundial do Meio Ambiente no Samae.

Ao final da ação será entregue um relatório contendo todos os materiais produzidos, a quantidade de matérias redigidas, a repercussão na mídia e as taxas de engajamento das publicações nas redes sociais. Dessa forma poderemos avaliar se os formatos dos *posts* funcionaram e medir o êxito da ação.

2.1.4 Samaezito por Caxias

A *hashtag* “Samaezito por Caxias” é uma ação externa do Samae para celebrar o aniversário de 131 anos de Caxias do Sul, comemorado no dia 20 de junho. A equipe envolvida nessa ação é composta pelos setores de Criação de Arte, Jornalismo e Educação Ambiental do Samae. O objetivo da ação é que o mascote do Samae, o Samaezito, visite locais característicos da cidade e tire *selfies* nesses pontos. Serão ao todo, oito locais, ou seja, oito fotos publicadas nas redes sociais do Samae (Instagram e Facebook), ao longo dos dias 14 a 16 e 18 (segunda a sexta-feira) de junho (serão duas fotos por dia).

As locações das fotos serão no Monumento Nacional ao Imigrante, na Praça Dante Alighieri, na ETA Parque da Imprensa, no Jardim Botânico, nos parreirais em Forqueta, nos campos do Caxias e do Juventude e nos Pavilhões da Festa da Uva. O registro será feito entre os dias 14 a 16 de junho.

Além disso, durante a visita a esses locais, o Samaezito gravará um pequeno vídeo. Esse material será publicado no dia 20 de junho, dia que Caxias faz aniversário.

Na quinta-feira (17/06), será postado um carrossel de *#bt* com uma linha do tempo do Samae e as contribuições para a cidade ao longo dos 131 anos. Nos *stories*, será feito um *quiz* da Educação Ambiental, relacionando o Samae com o aniversário de Caxias do Sul.

Para medir os resultados dessa ação, será feita a análise dos índices de engajamento de cada uma das publicações e entregue um relatório com os dados.

2.1.5 Mailing

O atual *mailing* do Samae não possui qualquer vínculo com a Prefeitura. O Samae tem a própria lista de contatos, muitos trazidos pela própria Andréia. Eu, como estagiária, tenho acesso livre a ele, inclusive, sempre que há a necessidade de atualizá-lo, é solicitado a mim. Esse mailing reúne os contatos dos jornalistas dos principais veículos de comunicação de Caxias, como jornal Pioneiro, Rádio Caxias, e vários outros.

Porém, muitos desses contatos já são antigos e nem trabalham mais nesses veículos. Uma situação frequente que ocorre ao enviar um *release* é recebermos

uma mensagem avisando que o endereço de *e-mail* não existe mais ou que a caixa de entrada da pessoa está lotada. Por isso, acredito ser de extrema importância a atualização mensal do *mailing*, de preferência já na primeira semana do mês, e que entremos em contato com todos os veículos da lista para verificar se novos jornalistas entraram e se algum saiu da sua equipe. O resultado dessa ação poderá ser percebido no próprio dia a dia da Comunicação, quando os *e-mails* pararem de retornar e nossas mensagens forem recebidas pelos veículos.

2.1.6 Mural

Os murais são uma das formas mais eficazes de se comunicar com o público interno da Autarquia. Porém, é mais um dos produtos da Assessoria que não estava sendo aproveitado. Acredito que o primeiro passo para a retomada da utilização deles seja identificar quantos murais temos e onde cada um deles está localizado, bem como a sua condição de estado.

Eles são uma parceria da Comunicação com outros setores e funcionários da Autarquia. Por isso, para o próximo passo, sugiro que um *e-mail* interno seja enviado aos servidores perguntando sugestões do que eles mesmos gostariam de ver nos murais. Nesse *e-mail* também pode ser feito um combinado de que os conteúdos do mural precisam ser previamente analisados pela Comunicação, para mantermos um certo controle.

O Samae possui murais espalhados por todos os seus prédios, o que torna difícil a manutenção por parte da Comunicação. Diante disso, a minha sugestão é selecionar representantes em cada setor para que nós possamos enviar os materiais a serem fixados nos murais. Essa pessoa poderia indicar as necessidades dos servidores do local e também fazer a mediação do contato deles conosco.

Como conteúdos a serem fixados no mural, sugiro orientações sobre cuidados diante da *covid-19*, ações internas que envolvam os funcionários, dicas sobre organização do local de trabalho e separação correta do lixo e conteúdos sobre a rotina interna. Também seria interessante firmar uma parceria com o setor de Recursos Humanos, já que eles também precisam se comunicar frequentemente com os servidores e sempre tem avisos para dar, tendo nos murais um local apropriado para isso.

Com essas ações realizadas, será possível retomar o uso dos murais com frequência. O ideal seria que pelo menos uma vez por mês alguém da equipe da Comunicação visitasse os locais onde estão os murais para mantê-los sempre atualizados. Além disso, poderíamos abrir um canal de comunicação para os servidores enviarem as suas sugestões do que gostariam ou sentem necessidade de ver nos murais, já que essa troca precisa ser frequente. Uma urna poderia ser deixada ao lado dos murais para que os funcionários deixassem ali sua opinião.

2.2 MÉDIO PRAZO

As ações de médio prazo apresentadas neste tópico são tão importantes quanto as de curto prazo, porém sua execução exigirá mais tempo devido a complexidade maior das tarefas.

2.2.1 Informativo de circulação interna

Outra ação destinada ao público interno do Samae é a criação de um informativo institucional. O objetivo de sua implantação é, além de informar os servidores, fazer com que eles se sintam pertencentes ao processo de comunicação.

Sugiro que ele seja feito de forma impressa, pois a autarquia já possui uma gráfica ganhadora de licitação para impressos. Já nos foi relatado por diversos funcionários que a maioria não acessa o *e-mail* nem a Intranet, mais um motivo para que ele seja físico. Acredito que em um primeiro momento ele pode ser veiculado mensalmente, porém, no futuro, o ideal seria que fosse divulgado quinzenalmente.

O primeiro passo para a sua realização é a elaboração do projeto editorial gráfico, para termos, assim, uma noção de tamanho e espaço para a produção dos textos. Acredito que isso possa ser feito em parceria com o setor de Criação de Arte, para definir uma arte visual padrão. Para um projeto piloto, ele poderia ter o tamanho de uma folha A4 frente e verso. Porém, mais adiante, não se descarta a ideia de que ele possa ter mais páginas.

A ideia dessa ação é que o informativo seja um produto humanizado e que foque no servidor. Para que isso ocorra, proponho as seguintes pautas: o "por dentro do Samae", mostrando em cada mês um setor diferente da Autarquia, quem trabalha e o que fazem ali; escolher um funcionário do mês e redigir uma espécie de

entrevista de perfil, contando sua história; divulgar futuras campanhas internas; relatar o andamento ou a conclusão dessas campanhas; e mostrar as principais obras ou inovações do mês, como uma forma de registrar o trabalho realizado pelos servidores e Autarquia.

Assim como na ação dos murais, aqui poderíamos utilizar um canal de comunicação para que os servidores enviem as suas sugestões. Isso pode ser realizado através do WhatsApp, por exemplo.

2.2.2 *Media training*

O *media training* é um dos produtos jornalísticos que julgo ser um dos mais necessários no Samae. Será a partir dele que a comunicação da Autarquia se tornará realmente efetiva, pois o principal foco deste é fazer com que os trabalhadores da instituição compreendam o trabalho e a importância da comunicação e do relacionamento com as pessoas.

Como já mencionei no diagnóstico, uma das principais queixas dos usuários dos serviços do Samae é o atendimento deficiente, seja através do plantão 24 horas, por telefone, pelo WhatsApp ou presencialmente na Loja Comercial. Além disso, desde que iniciei meu estágio remunerado (em janeiro de 2021), nenhuma capacitação com os servidores foi realizada. Isso impacta diretamente em outro problema já mencionado, que é o fluxo de informações defasado dentro do Samae. Apesar do setor de Comunicação estar no topo do fluxograma da instituição, não há um entendimento dele como prioridade pelos outros setores, e acabamos muitas vezes sendo os últimos a ter acesso às informações.

Primeiramente, apresento como proposta um *media training* com o setor de atendimento ao público. Isso engloba recepcionistas, telefonistas, plantão 115, atendimento presencial e quem responde pelo WhatsApp. O ideal seria ter um treinamento específico para cada setor, porém nesse caso, a necessidade é unificar a comunicação com o público externo, para que, se ele entrar em contato com as diferentes plataformas, elas tenham uma unidade nas informações e não se contradigam, fato que também já foi apontado no diagnóstico.

A segunda proposta de *media training* é destinada a todos os servidores do Samae. Eles podem ser separados por setores ou selecionados líderes de cada um para participarem e depois comunicarem aos outros. Nesse caso, seria explicado

desde o conceito de Comunicação, qual é a diferença de comunicação e informação, como é a rotina da assessoria dentro da autarquia, quais as funções de cada um dentro dela, o que é *release*, como analisar se uma pauta é boa ou não para ser divulgada e como mandar essas informações para o assessor.

Com esses públicos devidamente capacitados, certamente a qualidade da comunicação do Samae irá crescer, facilitando assim o próprio trabalho da Assessoria e melhorando a imagem da Autarquia perante o público externo. Exemplo de capacitações:

c) Público 1: Atendimento ao público

Capacitação 1: O que é Comunicação? Por que é importante unificar a comunicação? Qual é a importância do atendimento ao público? A imagem da organização perante os olhos do público. Passo a passo do atendimento. Perguntas frequentes.

Duração: Dois encontros de 1 hora cada.

Quando: As capacitações irão ocorrer todos os meses, para contemplar todas as áreas do atendimento ao público.

Periodicidade: Trimestralmente, a partir da última capacitação que o setor recebeu.

Ministrante: Assessor de Imprensa e Relações Públicas.

d) Público 2: Servidores do Samae

Capacitação 1: Conceito de Comunicação. Pertencimento: como o meu trabalho impacta na imagem da organização. Diferença entre Comunicação e informação. Rotina da assessoria e as funções de cada um dentro dela. O que é *release*. Como analisar se uma pauta é boa ou não para ser divulgada. Como enviar informações para o assessor.

Duração: Dois encontros de 1 hora cada.

Quando: As capacitações irão ocorrer todos os meses, contemplando todos os setores.

Periodicidade: Semestralmente, a partir da última capacitação que o setor recebeu.

Ministrante: Assessor de Imprensa

Após cada uma das capacitações, será fornecida uma pesquisa de satisfação para que os servidores respondam. O resultado dessa ação poderá ser percebido no próprio dia a dia, com o *feedback* dos usuários dos serviços do Samae. Uma pesquisa de satisfação poderia ser feita após os atendimentos.

2.3 LONGO PRAZO

A ação de longo prazo apresentada neste tópico visa um período maior para a sua execução e não poderá ser realizada durante o período de duração do Estágio Curricular.

2.3.1 Plano de Comunicação

A elaboração de um Plano Estratégico em Comunicação é vital para o funcionamento de qualquer Assessoria de Imprensa. Em 2014, quando a Andréia implantou a Assessoria de Comunicação do Samae, ele até chegou a ser feito. Porém, após a saída dela na troca de governo, ela acabou perdendo esse arquivo e não conseguiu encontrá-lo agora que voltou ao cargo. Sendo assim, será preciso fazer um novo. Apesar de ainda estarmos correndo contra o tempo, sua realização será fundamental para definir as ações para os próximos três anos.

Sua construção irá englobar todos os setores da Comunicação, por se tratar de um documento tão grande e importante. Para a sua elaboração, sugiro que um cronograma seja seguido, contemplando as seis fases do planejamento estratégico propostas por André Lorenzetti, Eduardo Ribeiro e Gisele Lorenzetti (2018).

A primeira fase, que contempla a pesquisa, o mapeamento e o diagnóstico, pode ser iniciada em julho, pois é uma etapa que demanda bastante tempo para pesquisa. Ela é a base do planejamento estratégico, então quanto mais detalhes tivermos, melhor. Nela é necessário informar: missão, visão e valores da instituição; setor de atuação, concorrentes e histórico; ambiente setorial; como é feita a comunicação com os públicos interno e externo; e repercussão da organização na mídia.

A segunda fase é a de análise e interpretação, que será realizada em outubro. Nela sugiro utilizar a matriz *SWOT* como método para verificar os pontos fortes e fracos, bem como as ameaças e oportunidades da organização. A terceira

fase, a ser realizada em dezembro, é o planejamento macro para as ações na mídia. É nele que deve conter mensagens-chave que vão contribuir para que a empresa tenha o posicionamento buscado em seu planejamento estratégico; uma lista de veículos, mídias e influenciadores estratégicos para o relacionamento com a organização; e a definição e preparação de porta-vozes que falarão em nome da instituição.

A quarta fase, descer ao detalhamento, poderá ser realizada em março de 2022. Aqui é onde são definidas as táticas e ações que serão implementadas, bem como a sua frequência no relacionamento com a mídia; cronograma de atividades especiais que podem contribuir com a disseminação das mensagens preferenciais; e a definição de como será feita a mensuração dos resultados.

A quinta fase é a do cronograma geral. Ela só poderá ser realizada depois da conclusão da etapa anterior, provavelmente a partir de junho. Ela consiste em organizar, em ordem cronológica e de forma visual, a realização das atividades planejadas. Após a conclusão do planejamento estratégico, será realizada mensalmente a mensuração do plano de ação, para revisar se as atividades estão obtendo resultados.

Para ilustrar com clareza as etapas do Plano de Comunicação e seus prazos, segue o quadro abaixo:

ETAPAS	JUL, AGO, SET	OUT - NOV	DEZ - FEV	MAR - MAI	JUN	2º SEMESTRE DE 2022
Pesquisa, mapeamento e diagnóstico	X					
Análise e interpretação		X				
Planejamento macro			X			
Descer ao detalhamento				X		
Cronograma geral					X	
Mensuração de resultados						X

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto é uma das maiores Autarquias da Prefeitura de Caxias do Sul, reunindo muitos servidores e públicos diferentes. Durante o meu período de estágio curricular, tive a oportunidade de propor e executar tarefas a partir das minhas sugestões, o que foi bastante desafiador. Acredito que o Samae, por ser tão grande e prestar um serviço tão essencial e importante para a população, pode qualificar ainda mais a sua comunicação.

Chegando ao final deste período de Estágio Curricular, avalio que o trabalho da Comunicação do Samae é muito bom, contudo pode ainda ser mais qualificado. Todas as ações propostas acima e seus formatos foram pensadas especificamente para a Autarquia e visam auxiliar na qualificação das atividades desenvolvidas.