



POLÍTICA INTERNA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA DE GOIÁS (SECULT)

1 OBJETIVO

Esta Política tem o objetivo de promover, coordenar e normatizar os processos de comunicação institucional, interna, de relacionamento com a imprensa, canais de comunicação próprios e redes Sociais da secretaria. Dessa forma, visa a garantir a consistência da cultura e do propósito da organização perante seus públicos-alvo, por meio de diferentes ferramentas de comunicação e atuação alinhada e integrada com a estratégia da pasta.

2 ABRANGÊNCIA

Esta Política aplica-se a chefes, assessores, designers, fotógrafos, estagiários e demais servidores da Comunicação Setorial da Secretaria de Estado da Cultura de Goiás.

3 POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Os principais pilares de atuação da comunicação setorial da Secult Goiás são:

comunicação institucional: está relacionada aos aspectos corporativos e visa a conquistar confiança, construindo uma identidade/imagem com credibilidade e influência na sociedade. Tem por objetivo tornar comuns a personalidade e o propósito da secretaria, acompanhando sua reputação.

comunicação interna: direcionada para que os funcionários fiquem informados sobre as atividades da secretaria para que compreendam e internalizem os valores da organização. Estimula comportamentos, compartilha informações e engaja os funcionários em iniciativas e temas da secretaria. É também papel da comunicação interna assegurar a transparência em todas as divulgações, além de informar, motivar, valorizar, criar sentimento de pertencimento, promover a inclusão e permitir a interação das pessoas.

imprensa: o relacionamento com os profissionais de imprensa e seus veículos têm por base um conjunto de estratégias e ações de relacionamento desenvolvido com o intuito de fortalecer a credibilidade e posicionar estrategicamente a secretaria por meio do fornecimento de informações de interesse próprio, via seus porta-vozes, com transparência, rapidez e consistência.

canais próprios (sites e redes sociais): são meios para divulgar temas relevantes e de interessada secretaria, disseminar posicionamentos estratégicos e trabalhar positivamente sua reputação.



4 DIRETRIZES

A Comunicação Setorial da Secretaria de Estado da Cultura de Goiás deve fortalecer e preservar a reputação e a credibilidade da secretaria ante os públicos com os quais se relaciona, garantindo que a organização se apresente à sociedade de maneira uniforme, alinhada à sua cultura e ao seu propósito. Para tanto, deve empregar uma estratégia de comunicação baseada nas seguintes diretrizes abaixo:

- **Unidade do discurso:** a comunicação deve estar pautada em um discurso institucional único e coerente que favoreça o reconhecimento uniforme e eficaz pelos diferentes públicos de relacionamento da secretaria.
- **Qualificação e clareza da informação:** a comunicação deve garantir que as informações divulgadas aos públicos externo e interno sejam transparentes, equânimes, assertivas e fidedignas.
- **Reconhecimento do público-alvo:** a comunicação ocorre em diversos níveis e atinge diferentes públicos. Por essa razão, é preciso assegurar que a mensagem tenha um conteúdo consistente, eficiente e adequado a cada público-alvo, que compreende:
 - Público interno: colaboradores abrangidos por esta política;
 - Jornalistas e influenciadores;
 - Sociedade em geral;
 - Autoridades governamentais;
 - Órgãos e entidades.

5 RESPONSABILIDADES

Cabe à Comunicação Setorial da Secretaria de Estado da Cultura de Goiás:

- Definir a estratégia e fazer a gestão da comunicação institucional ,interna, canais próprios e de relacionamento com a imprensa;
- disseminar as mensagens-chave alinhadas com a estratégia da secretaria, ampliando o conhecimento e o alcance dessas informações para os públicos-alvo;
- garantir o atendimento das demandas por informações institucionais e promover a adequação das mensagens, linguagens e dos canais de comunicação aos diferentes públicos atendidos pela secretaria;
- gerir, em conjunto com outras áreas e pastas, a reputação da secretaria;
- produzir posicionamentos institucionais;
- todos os posicionamentos e declarações oficiais devem passar pelo processo de aprovação do secretário de Cultura;
- promover a integração das ações e a racionalização dos recursos dos planos de comunicação;
- organizar e uniformizar a identidade visual das comunicações seguindo as diretrizes do manual de identidade visual do Governo de Goiás;



- fazer a gestão do mail institucional;
- orientar, avaliar e aprovar a criação de novas marcas ou submarcas, quando estritamente necessário, como, por exemplo, no caso de projetos e eventos;
- desenvolver uma estratégia para o uso e aplicação da nova marca e de sua identidade visual e verbal em todos os materiais de comunicação da secretaria;
- desenvolver a estratégia de divulgação de todos os eventos realizados pela pasta e realizar a divulgação junto à imprensa e público-alvo;
- identificar a melhor representação com o porta-voz para as solicitações da imprensa;
- orientar porta-vozes a não emitir opinião pessoal ou de natureza política que não reflita nas posições oficiais da secretaria;
- fazer a gestão de conteúdo do site e das redes sociais vinculadas a secretaria;
- orientar e aprovar a criação de novos sites e redes sociais vinculados a secretaria;
- fazer o relacionamento com o público que interage nas redes sociais da secretaria, respondendo comentários e dúvidas dos seguidores;
- os pedidos de informação da imprensa que chegarem a outras áreas devem ser encaminhados à Comunicação Setorial;
- produzir convites, artes para redes sociais e demais materiais gráficos da Secretaria de Estado da Cultura de Goiás.