

Um dia com a Comunicação do Senado

Integração entre os veículos, presença nas mídias sociais e parcerias com outros setores da Casa deixam o Legislativo cada vez mais aberto ao cidadão

SE NAS DUAS últimas décadas o sistema de comunicação do Senado tem servido como olhos e ouvidos da sociedade no Parlamento, em 2015 os veículos fortaleceram-se como canais de participação ativa dos cidadãos.

O Portal Senado Notícias, por exemplo, com conteúdo de todos os veículos da Casa, saiu de 548 mil visualizações em janeiro para 1,2 milhão em novembro. A página da TV Senado

foi de 1,6 milhão em 2014 para 12,4 milhões este ano, enquanto o tempo de transmissão das sessões plenárias e das comissões somou 2.897 horas. Já o alcance acumulado da página do Senado no Facebook ultrapassou 690 milhões de visualizações em 2015.

Além disso, a Comunicação tem acompanhado as ações de outros setores da Casa, como a Secretaria de Comissões, em busca de uma

interatividade cada vez maior com os cidadãos. É o caso dos projetos de lei citados em reportagens do Portal Senado Notícias. Eles recebem links que levam os internautas ao Portal e-Cidadania, onde o leitor opina sobre as propostas.

Rádio, Jornal e Relações Públicas também têm registrado maior alcance entre os cidadãos, o que pode ser conferido a seguir, acompanhando um

dia típico na Comunicação do Senado. — Temos a plena consciência desse trabalho para o cidadão, para o Senado, para os senadores, para o Poder Legislativo e para a democracia brasileira — afirma a diretora da Secretaria de Comunicação Social do Senado (Secom), Virgínia Galvez.

Também no início da manhã, os repórteres da Agência Senado já estão em campo atrás das notícias da Casa. A cobertura leva em conta a agenda das comissões e do Plenário e é definida na noite anterior em uma reunião de pauta.

— A nós, jornalistas, cabe o trabalho de fazer a sociedade entender as leis e transmitir de forma resumida tudo o que é votado aqui dentro — conta a chefe de reportagem da manhã, Teresa Cardoso.

O Serviço de Fotografia produz 5 mil imagens nos dias de agenda lotada. Cerca de 1,5 mil são arquivadas e 300 vão para um banco acessado pelos veículos internos, pelas assessorias de senadores e pela mídia externa.

— Um dia de movimentação intensa na Casa é um dia de movimentação intensa na nossa área, porque a gente tem que cobrir todas as atividades — explica Leonardo Sá, chefe do serviço.

Todo o conteúdo produzido pelos repórteres da Agência alimenta o Portal Senado Notícias e o *Jornal do Senado*. O compromisso diário é cobrir tudo o que acontece na Casa, incluindo audiências públicas, votações em Plenário, discursos de senadores e eventos institucionais.

— A gente trabalha com vários públicos, porque são vários assuntos, vários temas diferentes que interessam à sociedade — diz Sheyla Assunção, chefe de reportagem da tarde.

Em 2015, a TV avançou na transição da tecnologia analógica para a digital. E vai continuar avançando em 2016, com um novo espaço para a redação e a edição. Quando os novos equipamentos e sistemas estiverem em operação, a TV vai gerar um sinal de qualidade superior e vai trabalhar com ainda mais agilidade.

— Como jornalistas e servidores, a gente tem uma grande responsabilidade ao resumir o que ocorre no Senado — lembra o repórter Thiago Tibúrcio.

A Assessoria de Imprensa respondeu este ano, até novembro, a 384 pedidos de informação. O serviço também recebeu cerca de 100 consultas mensais por telefone. Segundo o assessor Luís Carlos Fonteles, “além de atender às demandas de jornalistas, a assessoria trabalha de forma integrada com o Portal da Transparência, no sentido de aperfeiçoar os mecanismos de publicidade dos atos administrativos”.

O nível de participação nas redes sociais do Senado só tem aumentado no Twitter, no Tumblr, no YouTube e no Instagram. Mas no Facebook os números explodiram. A quantidade de seguidores registrados no início do ano, 200 mil, foi multiplicada por quatro, o que se reflete no alcance ampliado das postagens.

— Já conseguimos alcançar mais de 20 milhões de brasileiros praticamente todas as semanas — diz Tarso Rocha, do Núcleo de Mídias Sociais.



Para o advogado Rodrigo Pereira, o portal e as mídias sociais do Senado permitem “a verdadeira participação do cidadão nas decisões do Poder Legislativo, comentando, protestando, tomando conhecimento sobre novas leis ou projetos ainda em andamento”. — Como sou advogado e possuo interesse direto na tramitação de projetos de lei e propostas de emenda constitucional que tratam da área de direito eleitoral, acompanhar essas informações é imprescindível.



A matéria-prima da Coordenação de Publicidade e Marketing do Senado também é a cidadania. A área se encarrega de divulgar os serviços prestados aos cidadãos pelos diversos setores da Casa, além de veicular campanhas de caráter educativo, que explicam como as leis aprovadas no Parlamento melhoram a vida das pessoas.

— É um trabalho que utiliza bastante criatividade, bastante envolvimento da equipe, para que o cidadão consiga compreender o que se passa no Senado e ter acesso aos produtos e serviços que a Casa oferece — diz o publicitário Fábio Duarte.

No início da noite, os coordenadores de todos os veículos de comunicação do Senado fazem uma reunião para avaliar a produção do dia e planejar a jornada seguinte. A palavra de ordem é integração para compartilhar conteúdos, evitar a superposição de trabalhos e otimizar a cobertura, diminuindo custos.

— A gente levanta todas as pautas, todas as atividades dos parlamentares, tudo o que vai acontecer em Plenário, tudo o que está previsto na Casa e aí, então, começa a preparar a cobertura do dia seguinte — explica a diretora de Jornalismo, Ester Monteiro.



A reta final do dia é dedicada à edição do *Jornal do Senado*, que consolida a cobertura feita pela Agência desde o início da manhã. A publicação também produz conteúdo próprio como o *Especial Cidadania*, o *Arquivo S* e os encartes sobre temas específicos.

— Apesar da crise do jornalismo impresso, o *Jornal do Senado* tem despertado o interesse do cidadão, até por causa da parceria com os outros veículos — afirma o editor-chefe, Marcio Maturana.

Irmã mais nova do *Jornal*, a revista *Em Discussão!* publica amplas reportagens sobre temas diversos debatidos pelas comissões da Casa.



Quando o *Jornal* impresso deixa a Gráfica, já é o dia seguinte e o ciclo em busca da notícia recomeça nos corredores do Congresso. Às 7h, a Rádio coloca o *Conexão Senado* no ar.

— Nós estamos aqui para levar ao cidadão a informação sobre o trabalho do Senado e dos senadores. Nós estamos aqui para aproximar o Senado do cidadão. E essa missão nós fazemos com muita seriedade e estamos aqui para fazer cada vez melhor — diz a diretora da Secom, Virgínia Galvez.



O primeiro noticiário do dia é o *Conexão Senado*, da Rádio, às 7h. Por telefone (0800 612211), e-mail (radio@senado.leg.br) ou WhatsApp (61 8611-9591), ouvintes mandam mensagens para esclarecer dúvidas e opinar sobre os projetos de lei.

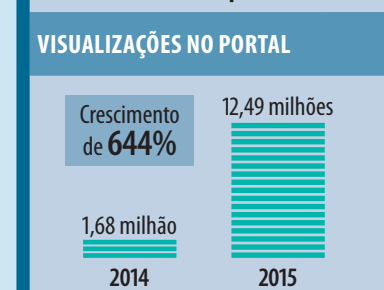
— Isso serve para o senador ter um termômetro daquilo que está acontecendo, de fato, nas várias regiões do país — afirma Vladimir Spinoza, diretor-adjunto da Rádio.



TV Senado
www.senado.leg.br/tv

ALCANÇE

- 19 milhões de assinantes de TV por assinatura — cabo e DTH
- 20 milhões de antenas parabólicas
- Sinal aberto em 20 capitais



Mídias Sociais
www.facebook.com/senadofederal

INTERAÇÃO COM O CIDADÃO

- A página do Senado no Facebook alcançou 800 mil seguidores, um crescimento de 184% ao longo de 2015. Isso representou um salto da 21ª para a 13ª colocação no ranking das páginas de governo.
- O alcance médio das publicações subiu: em janeiro era de 900 mil pessoas por dia e chegou a 2,4 milhões de pessoas por dia em novembro.
- O alcance acumulado do ano ultrapassou 690 milhões de visualizações em 2015, cinco vezes maior que o de 2014, que foi de 139 milhões.
- O engajamento da página, que mostra o grau de envolvimento dos internautas com as publicações, chegou a ser o maior do mundo inteiro, superando, inclusive, as páginas da Nasa e da Casa Branca.
- No Twitter, o crescimento também foi consistente: o ano começou com 139 mil seguidores e já são mais de 262 mil — um acréscimo de 88%.

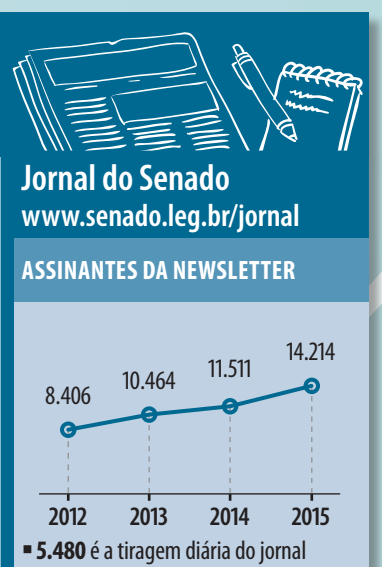
Relações Públicas

VISITAS AO CONGRESSO
www.congressonacional.leg.br/visite

- 121.791 visitantes até novembro
- O Guia Michelin concedeu 3 estrelas (melhor classificação) na categoria Atrações Turísticas
- O Trip Advisor conferiu certificado de excelência pela quantidade de avaliações favoráveis dos internautas

JOVEM SENADOR
www.senado.leg.br/jovemseador

- Em 2015 houve o 8º Concurso de Redação do Senado
- Participação de 267.244 alunos, quantidade 73% superior a 2014



Portal Senado Notícias
www.senado.leg.br/noticias

TOTAL DE VISUALIZAÇÕES

Crescimento de 125%

1.235.179

548.664

jan./15 nov./15

Rádio Senado
www.senado.leg.br/radio

ALCANÇE

- 10 capitais — Brasília, Fortaleza, João Pessoa, Natal, Manaus, Cuiabá, Rio Branco, Macapá, Teresina e São Luís
- 3.138 emissoras parceiras em todo o Brasil
- 1.133.305 acessos no portal da Rádio na internet

Publicidade e Marketing

NÚMEROS DE 2015

Campanhas	88
Eventos e exposições	21
Premiações e concursos	11
Total	120

Assessoria de Imprensa

ATENDIMENTOS

- 384 atendimentos a veículos de imprensa
- Média de 100 atendimentos telefônicos por mês

Saiba mais

Veja o vídeo sobre os veículos da Casa:
<http://bit.ly/ComunicacaoSenado>

Veja todas as edições do *Especial Cidadania* em www.senado.leg.br/especialcidadania

Reportagem: Aline Guedes, André Fontenelle, Eduardo Leão, Silvio Burle
Arte: Bruno Bazilio, Cássio Sales Costa