

Como organizar a assessoria de imprensa da gestão pública de prefeituras e governos?

Um guia completo para estruturar e gerenciar a comunicação oficial com a imprensa

Quem sou

Fabiana Vitorino

Jornalista | Especialista em Assessoria de Imprensa e Marketing Político

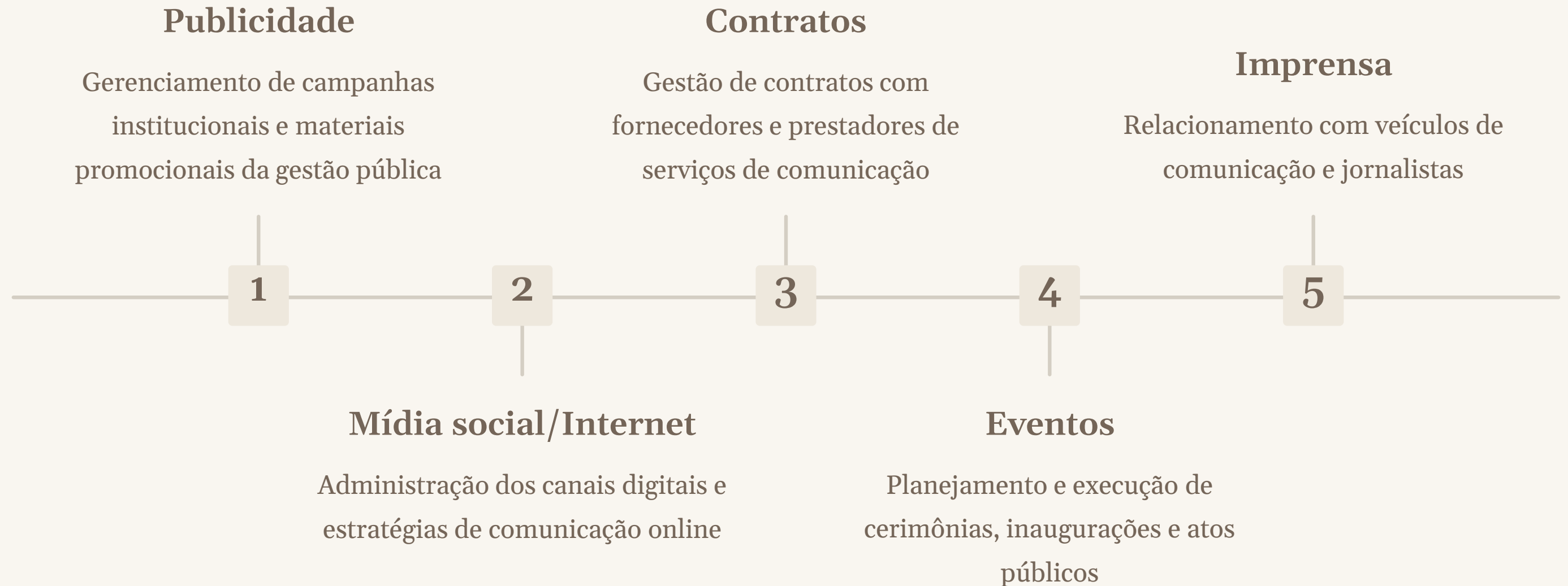
Jornalista, consultora de marketing político e especialista em estratégia de conteúdo e narrativa para políticos. Atuo há mais de 15 anos com comunicação, marketing político e media training.

Fui chefe da assessoria de imprensa do Governador de Brasília, assessorei deputados estaduais, federais e secretários de estado, como o Chefe da Casa Civil do Distrito Federal e presidentes de grandes instituições, como Petrobras.

Coordenei diversas campanhas eleitorais. Sou coautora do livro *Seja Vereador*, sobre marketing e comunicação política, e professora de redação política.



Estrutura básica de uma SECOM



O que é Assessoria de Imprensa?

Área estratégica da comunicação governamental responsável por:

- Gerenciar o relacionamento com os veículos de comunicação
- Promover a transparência e a imagem institucional
- Organizar o fluxo de informações públicas

 É quem comunica diretamente com a imprensa.



O quarto poder

Fiscalização

Capacidade de monitorar e questionar as ações dos três poderes constitucionais, servindo como um contrapeso no sistema democrático

Influência

Poder de moldar e direcionar a opinião pública através da seleção e enquadramento das notícias veiculadas

Credibilidade

Capacidade de conferir legitimidade às informações, potencializando sua disseminação e impacto social



Qual a importância da Assessoria de Imprensa?



Fortalecer imagem institucional

Construir e manter uma reputação positiva da gestão, inclusive otimizando sua presença no Google



Divulgar ações e resultados

Comunicar efetivamente os projetos, iniciativas e conquistas da administração pública



Responder com estratégia

Atender demandas da mídia com agilidade e alinhamento estratégico



Minimizar crises

Gerenciar situações adversas e combater desinformação e fake news



Preparar porta-vozes

Capacitar gestores para representar a administração em entrevistas e declarações públicas



Atribuições principais da Assessoria de Imprensa

Zelar pela imagem da gestão

Alinhar narrativa com a estratégia geral

Produzir releases, notas e artigos

Monitorar imprensa e tendências

Organizar coletivas e entrevistas

Gerenciar e atualizar o mailing

Planejar pautas estratégicas

Preparar porta-vozes

Atuar na gestão de crise

Organizando a Assessoria de Imprensa

Modelos de atuação

Descentralizado

Cada pasta cuida da própria comunicação, resultando em mensagens desalinhadas e falta de coesão estratégica.

Centralizado

Estrutura padrão e integrada, garantindo unidade de mensagem e eficiência operacional.

Modelo Descentralizado

O pior cenário para a comunicação pública

Neste modelo, cada secretaria ou órgão da prefeitura/governo atua de forma independente em sua comunicação, sem coordenação central.

✖ Falta de Unidade

Cada pasta define suas próprias pautas e agendas, priorizando os objetivos individuais do secretário ou gestor.

✖ Desalinhamento Estratégico

A comunicação fragmentada muitas vezes entra em conflito com os objetivos e a mensagem geral da gestão.

✖ Perda de Credibilidade

Mensagens inconsistentes e contraditórias podem confundir a população e minar a confiança na administração.

⊗ Este modelo resulta em uma comunicação caótica, ineficaz e prejudicial à imagem da gestão pública.

Modelo Centralizado

A estrutura base para a assessoria de imprensa de uma comunicação governamental

Neste modelo, todas as ações de comunicação da gestão são coordenadas por uma única estrutura central, geralmente sob o comando da Secretaria de Comunicação (SECOM).

Coordenação de relações com imprensa

- Assessoria de imprensa do gestor
- Assessorias das pastas e autarquias da gestão
- Núcleo de monitoramento de notícias
- Núcleo de verificação/checagem de informações
- Núcleo de atendimento à imprensa

- ✔ A quantidade de profissionais e a integração com áreas como digital, segurança, cerimonial e gabinete do prefeito variam conforme o projeto político e a necessidade da gestão.

Postura da assessoria de imprensa

Reativo

Responde às demandas da mídia conforme surgem



Proativo

Propõe pautas estratégicas alinhadas aos objetivos da gestão

A mídia funciona todos os dias. Você pode esperar ser acionado ou escolher pautar o debate.

A estratégia ideal combina os dois modelos, priorizando a proatividade para manter o controle da narrativa, mas com capacidade de resposta rápida às demandas externas.

AO VIVO



Principais tarefas da Assessoria de Imprensa



Envio da agenda oficial do prefeito/governador/presidente para a imprensa



Envio de aviso de pauta (quando necessário)



Acompanhamento das agendas públicas do gestor/secretariado quando há possibilidade de presença da imprensa ou para produção de notícia, quando estratégico (cuidado com a imagem, atenção aos jornalistas, organização)



Reuniões mensais para definição de pautas macro e cronograma de eventos e ações



Identificar os porta-vozes e técnicos das pastas e dos principais projetos de governo

Principais tarefas da Assessoria de Imprensa



Reunião de pauta semanal/ronda com as secretarias e demais órgãos do governo



Produção de releases, notas oficiais, artigos;



Follow-up



Monitoramento diário da mídia (clipagem/jornais ao vivo/rádios/on-line) e análise de tendências e oportunidades.



Organização de coletivas de imprensa, entrevistas e visitas técnicas.

Principais tarefas da Assessoria de Imprensa



Gestão do mailing de jornalistas e atualização constante dos contatos.



Planejamento de pautas e distribuição estratégica das informações



Agendas de relacionamento com jornalistas



Matérias exclusivas para determinados veículos



Briefing para discursos e entrevistas

Principais tarefas da Assessoria de Imprensa



Verificação de dados e informações



Manutenção de relacionamento constante com jornalistas e influenciadores. Promoção de encontros, cafés com a imprensa, visitas e eventos exclusivos.



Facilitação do acesso da imprensa a informações seguras e rápidas.



Treinamento do gestor e porta-vozes para entrevistas e pronunciamentos. (media training)



Gestão de crise



Um dia na Assessoria de Imprensa da gestão

Início do dia (6h-9h)

Leitura de jornais e portais, análise de repercussões, verificação das agendas do dia e orientação aos gestores sobre posicionamentos.

Tarde (12h-18h)

Nova leitura de portais, atendimento a demandas da imprensa, produção de conteúdos e acompanhamento de eventos.

Manhã (9h-12h)

Follow-up com imprensa, organização de coberturas, acompanhamento de entrevistas e divulgação de materiais.

Final do dia (18h-20h)

Novas análises de repercussão, compilação de resultados do dia e envio da agenda do próximo dia para a imprensa.

Principais desafios e como resolvê-los



Como não deixar o secretário furar a pauta do gestor?



O secretário não quer falar com a imprensa



A coordenação de agenda mete o gestor em roubadas



Quando não responder à imprensa? Secretário ou Secretaria

Principais desafios e como resolvê-los



Como lidar com os blogues e blogueiros (necessidade de integração com o setor de Publicidade)



Assessoria de imprensa focada no gestor



Como preparar o gestor ou secretário para dar entrevistas?

.

Dicas finais

Jornalista não é amigo

Mantenha relações cordiais, mas sempre profissionais. Lembre-se que eles têm seus próprios interesses editoriais.

Respeite prazos

Conheça e respeite os horários de fechamento dos veículos para garantir a publicação das suas pautas.

Esteja atento a tudo

O assessor precisa enxergar problemas antes que aconteçam e antecipar cenários possíveis.

Amplie seu acervo

Busque conhecimento constante através de leituras especializadas e treinamentos como a palestra que tenho de [Media Training no meu canal do YouTube](#).

Dúvidas?

Recadinhos da AVM

Vagas limitadas!

Faltam apenas 15 vagas para o curso presencial!

Última aula preparatória

Dia 28, às 19h30

Não perca a última aula antes do início do curso, com professor Marcelo Vitorino e o fotógrafo Bruno Zotto sobre como usar a imagem para comunicar

Obrigada!

Fabiana Vitorino

fabianavitorino.com.br | @FabianaVitorino_

📞 61 98156-0888

