1. **Objetivo**

Definir diretrizes e padronizar procedimentos que suportem os processos do departamento de Comunicação Interna e Externa da SP Turismo, visando o melhor planejamento e possibilitando a tomada de decisão por parte dos gestores. Assim como estabelecer critérios na utilização e concessão de conteúdos digitais e audiovisuais da SP Turismo.

1. **Abrangência**

As definições, diretrizes e demais orientações introduzidas por esta norma aplicam-se aos colaboradores envolvidos na GCP.

1. **Definições**
   1. ATO DPR: Publicação de diretrizes e/ou definições sobre um determinado assunto ou tema que seja pertinente à São Paulo Turismo feita pelo Presidente da São Paulo Turismo. Este tipo de publicação pode ser usado para tratar sobre decretos municipais, processos administrativos entre outros.
   2. CI: Correspondência Interna.
   3. DMV: Diretoria de Marketing e Vendas.
   4. DPR: Diretor Presidente.
   5. DTU: Diretoria de Turismo.
   6. E-mail Corporativo: Também chamado de correio eletrônico empresarial, é uma ferramenta de trabalho baseada na Intranet (webmail) da empresa, que permite ao colaborador compor, enviar e receber mensagens dentro da empresa ou nas suas relações profissionais com outras empresas/pessoas externas à companhia.
   7. Intranet: Na SP Turismo essa ferramenta de comunicação é utilizada principalmente para disponibilizar instrumentos normativos, formulários padronizados, pesquisa de ramais telefônicos e celulares, suporte técnico da GTI, Atos–DPR, tabelas de órgãos e siglas e outros arquivos de uso comum para os colaboradores.
   8. GCP:Gerência de Comunicação.
   9. GJU: Gerência Jurídica.
   10. GRH: Gerência de Recursos Humanos.
   11. GTI: Gerência de Tecnologia da Informação.
   12. SP Turismo: São Paulo Turismo SA.
2. **Diretrizes**
   1. **Correspondência Interna**
      1. A Correspondência Interna deve ocorrer de duas maneiras: através de comunicados eletrônicos via Intranet ou através do blog.
      2. Para os comunicados eletrônicos via intranet, as demandas devem ser enviadas para a GCP pelas áreas da SP Turismo.
      3. As áreas devem enviar via e-mail para a Secretária da GCP - Gerência de Comunicação) a sugestão de texto do comunicado.
      4. A GCP é responsável por verificar se o texto enviado pela área está de acordo com os critérios dessa norma.
      5. Se o texto estiver em conformidade com a norma, a Secretária deve revisá-lo, adaptá-lo à linguagem utilizada, deve solicitar “mailing” atualizado da GRH (quando necessário) e deve enviar por meio do módulo de envio de comunicados internos da Intranet (http://intranet.spturis.com.br) para todos os colaboradores da SP Turismo ou apenas para os colaboradores específicos, conforme solicitado pelo requisitante.
      6. Na ausência da Secretária, o texto deve ser analisado e revisado pelos Analistas de Comunicação.
      7. Se a Secretária identificar a ausência de informações relevantes no texto enviado, essa deve solicitar as informações para a área que o enviou.
      8. Caso a Secretária identifique que será necessário realizar alguma alteração importante no conteúdo do texto, esse deve ser enviado para análise da Gerente de Comunicação.
      9. Quando os textos recebidos pela GCP não estiverem adequados à norma, a Gerente deve informar para a área solicitante que o texto não será divulgado.
      10. Para comunicações no blog, a GCP deve realizar uma reunião semanal a fim de definir os assuntos que serão abordados. Assim como, para a definição dos responsáveis pela execução dos textos e imagens.
      11. Quando as publicações forem postadas no blog, a GCP deve enviar um comunicado para os colaboradores da SP Turismo informando sobre a postagem.
   2. **Conteúdo**
      1. Os comunicados enviados pela Comunicação Interna devem, obrigatoriamente, ter conteúdo de interesse coletivo, ou seja, é proibido seu uso para a divulgação de mensagens que não sejam de interesse de todos os órgãos e/ou colaboradores;
      2. A utilização da Correspondência Interna deve destinar-se exclusivamente às questões de interesse da administração da empresa, sendo vedadas aquelas que não atendam ao interesse funcional do trabalho e não atendam às exigências legais, éticas e morais adotadas pela SP Turismo, especialmente: De conteúdo comercial ou publicitário estranho à empresa; de promoção pessoal ou de propaganda político-partidária; de caráter ofensivo, discriminatório, calunioso, difamatório ou de conteúdo pornográfico; que infrinja a legislação; que incite a violência, ou seja, atentatória aos direitos fundamentais do ser humano; e que não seja matéria de trabalho da empresa (como nascimento de crianças, envio de fotos, cartões de Natal etc.).
      3. Não é recomendável enviar duas ou mais vezes uma mensagem com o mesmo conteúdo;
      4. Apenas eventos de interesse institucional e/ou do público interno poderão ser divulgados, sendo excluídos os eventos sociais setorizados como aniversários de colegas, festas entre outros;
      5. Somente os diretores, os titulares da Chefia de Gabinete e da Auditoria, os gerentes, ou, ainda, as pessoas que deles recebam delegação expressa, sendo esta delegação feita através de correspondência interna dirigida à GCP, poderão publicar informações em nome da Diretoria ou dessas Gerências;
      6. Todos os textos serão previamente analisados pela GCP e, caso necessário, será realizada a revisão e/ou adequação para correção e melhor compreensão da mensagem, sendo o conteúdo revisado submetido à aprovação do órgão emitente;
      7. A GCP fica terminantemente impedida de efetuar qualquer alteração em textos de caráter institucional como: editais, atos, regimentos, instrumentos normativos, estatutos dentre outros;
      8. O sistema de envio de e-mails depende de conexão via Intranet e pode ficar indisponível quando a rede estiver com problemas técnicos;
      9. Os e-mails enviados pela Correspondência Interna são automáticos e não permitem que sejam respondidos;
      10. Toda informação enviada pela Correspondência Interna tem caráter oficial;
      11. Ressalta-se que somente os comunicados enviados pela Correspondência são de caráter oficial, quaisquer outros comunicados enviados de e-mails próprios de colaboradores ou mesmo listas de e-mails não caracterizam comunicados oficiais, qualquer que seja o conteúdo da mensagem.
      12. A GCP reserva-se o direito de não enviar quaisquer mensagens que não cumpram estas diretrizes, informando o órgão emitente das razões desse impedimento;
      13. Aos gerentes cabe divulgar de forma tempestiva, utilizando-se de quaisquer meios de comunicação, as informações recebidas pela Correspondência Interna aos seus subordinados que não dispõem de conta de e-mail corporativo;
   3. **Critérios de envio dos textos** 
      1. Os pedidos de envio de comunicados pela Correspondência Interna devem ser solicitados à GCP, preferencialmente, com no mínimo 6 horas de antecedência, por meio do e-mail imprensa@spturis.com com cópia para Secretária da GCP;
      2. Não é recomendado o envio de mais de 01 (um) anexo por mensagem, porém, se necessário, os tamanhos dos anexos somados não poderão exceder a 10 (dez) MB (dez megabytes);
      3. Os comunicados devem ser solicitados pelos diretores, titulares da Chefia de Gabinete e da Auditoria, gerentes, ou, ainda, pelas pessoas que deles recebam delegação expressa;
      4. Todas as mensagens devem ter a expressa identificação do solicitante e do órgão responsável;
      5. Os Atos DPR devem ser enviados com nome e cargo do responsável e, por recomendação da Chefia de Gabinete, sem a assinatura;
      6. Os arquivos devem possuir o formato “doc” (Word). Os arquivos em outros formatos somente serão aceitos no caso de não ser possível utilizar os recursos do Word. No entanto, todos os comunicados a serem enviados também devem vir com uma versão em texto para que os funcionários com deficiência visual possam ter acesso ao seu conteúdo, pois dessa forma as mensagens podem ser lidas pelos programas leitores de tela instalados em seus computadores. Ou seja, mensagens com arquivos de imagens, PowerPoint (ppt), PDFs e afins devem vir acompanhadas de uma versão em texto no corpo do e-mail;
      7. Eventuais dúvidas e casos omissos deverão ser submetidos à apreciação da GCP.
   4. **Comunicação Externa – Assessoria de Imprensa**
      1. A GCP deve divulgar as ações da SP Turismo à imprensa, deve escrever o texto do press release, deve escolher a imagem e deve enviá-lo (através da ferramenta Comunique-se).
      2. Caso necessário a Gerente pode solicitar que a área demandante revise.
      3. A SP Turismo também recebe demandas de jornalistas. Quando as demandas são menos complexas, a Gerente de Comunicação é responsável por atendê-las diretamente ou orientar o analista de comunicação como atender.
      4. Quando se trata de demandas mais críticas, as resoluções devem ser submetidas à aprovação da área envolvida e do Presidente da SP Turismo.
   5. **Cerimonial**
      1. Na ocorrência de necessidade de cerimoniais internos (recepção de autoridades pelo Presidente) ou quando o Presidente da SP Turismo participa de eventos internos/externos, a Comunicação deve ser responsável por elaborar um resumo do evento com todas as informações importantes.
      2. A Comunicação também deve acompanhá-lo/auxiliá-lo durante o evento.
   6. **Conteúdo & Digital e Audiovisual**
      1. A GCP deve gerenciar todos os conteúdos para os sites (SP Turismo, Imprensa, Observatório, SP de Bike e os Hot sites específicos de eventos como carnaval, natal e etc.) redes sociais (Instagram, Linkedin, Facebook, Twitter e Youtube), além de materiais (folhetos, guias, etc.) e newsletters eletrônicas da SP Turismo.
      2. Quando as áreas (DTU, DMV, GTI, Presidência ou outras) precisam divulgar temas relevantes e/ou precisam materiais, ou até mesmo de fotografias, elas devem demandar solicitações para a GCP.
      3. Para essas demandas internas, a GCP deve analisar a necessidade da área e deve determinar quais recursos serão necessários para atendê-las.
      4. Posteriormente, deve enviar para aprovação da área solicitante antes da publicação/divulgação ou antes da entrega do material.
      5. Nos casos que são necessários realizar fotografias extras que não estão no banco de imagem da GCP, a área solicitante deve ser a responsável por arcar com as providências relativas ao deslocamento e credenciamento do fotografo.
      6. A GCP deve definir, semanalmente, os assuntos que serão abordados nas redes sociais ou nos sites.
      7. No decorrer da semana a GCP deve monitorar as redes sociais com a finalidade de compartilhar informações relevantes que venham a surgir.
      8. A GCP deve elaborar quinzenalmente os “newsletters”, contendo informações importantes. As divulgações dos eventos futuros são definidas e enviadas por mailing (ferramenta de disparo de e-mail marketing - AKNA).
      9. Os “newsletters” devem ser submetidos à revisão da Gerente da GCP.
      10. A GCP também deve administrar a TV SP Turismo e deve definir, semanalmente, os assuntos que serão abordados pela TV.
      11. A TV SP Turismo deve realizar vídeos de turismo ou coberturas de eventos.
      12. A GCP deve ser a responsável por elaborar o roteiro do vídeo, deve agendar as filmagens com os participantes do vídeo, deve marcar a cobertura, deve efetuar a edição e deve adicionar o vídeo no canal do Youtube da TV SP Turismo.
      13. O vídeo deve ser adicionado apenas após aprovação da Gerente da GCP.
      14. O banco de imagens e as novas fotografias da SP Turismo são responsabilidades da GCP.
      15. A GCP deve efetuar o gerenciamento da utilização das fotografias quando solicitadas pelas áreas da SP Turismo ou por demandas externas.
      16. A GCP deve realizar uma análise sobre a finalidade de uso da fotografia de acordo com Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5°, inciso X, assegurando a devida utilização da imagem.
      17. Frequentemente, a GCP recebe propostas de parcerias, como por exemplo, trocas de conteúdo/imagens. A GCP deve realizar uma análise subjetiva das parcerias e posteriormente deve optar por concretizá-las ou não. Quando necessário, deve solicitar orientação da GJU.
      18. Em conjunto com a DTU (Diretoria de Turismo), a GCP deve atuar no estabelecimento de “press trips”. Essa ação deve ter como objetivo a divulgação da Cidade de São Paulo.
      19. A GCP junto à DTU deve buscar parcerias com empresas (restaurantes, agências de viagens, empresas aéreas, hotéis e etc.) com a intenção de promover e divulgar destinos e empreendimentos através do convite de representantes de diversos veículos ligados à mídia, sejam eles tradicionais ou alternativos, como os blogs.
3. **Penalidades**
   1. Todos os colaboradores estarão sujeitos às penalidades das normas disciplinares da SP Turismo, em especial a **NG GRH 07 - Conduta Funcional**, no caso de descumprimento desta Norma.
4. **Legislação básica** 
   1. LEI FEDERAL Nº 13.303 - Lei de Responsabilidade das Estatais.
   2. LEI FEDERAL Nº 12.813 - Lei de Conflito de Interesses.
   3. Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5°, inciso X.
5. **Anexos**
   1. Não existem anexos referentes a esta Norma.
6. **Revisões**
   1. Anualmente, as definições e diretrizes desta norma devem ser revisadas e aprovadas pela Gerência de Comunicação (GCP).
7. **Histórico de alterações**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Revisão** | **Data** | | **Alterações** | **Revisores/Aprovadores** |
| Publicação | Implantação |
| REV. 00 |  |  | Não aplicável | DIE: Lilian Natal |