

Notícias

FIQUE POR DENTRO Nº 100: UMA VITÓRIA

Transparente, ágil, democrático e participativo. Essas palavras resumem a ideia central do Fique por Dentro, informativo interno semanal que nasceu em 2010 e chega à centésima edição.

Ele nasceu tímido e pequeno. “No começo não tínhamos um fluxo. Era difícil identificar onde nascia a informação, que ficava restrita ao grupo mais envolvido com a ação. Começamos organizando a agenda interna de eventos. Então uma demanda represada foi aparecendo e conseguimos profissionalizar um espaço para a notícia. Aos poucos, ele foi se transformando: definição de linha editorial, aquisição de softwares de diagramação e equipe com as competências necessárias”, lembra a supervisora do NCO, Cristiane Fragalle.

O Fique por Dentro foi uma das primeiras ações do plano de comunicação interna. Identificada a necessidade de informar continuamente os empregados, ele nasceu como parte de uma estratégia maior para melhorar a comunicação interna, que inclui vários canais (reuniões, intranet, murais digitais etc.). “O diferencial do informativo é que ele não nasceu sozinho. De nada servem veículos oficiais de comunicação interna se não houver a disposição das lideranças para o diálogo e um ambiente favorável à troca de ideias”, diz Cristiane.

Outra preocupação foi evitar a chamada comunicação descendente, aquela que flui da chefia para os empregados, e utilizar a comunicação horizontal, mais efetiva. “Não existe controle rígido sobre os assuntos abordados. A participação dos empregados na definição das pautas faz parte da estratégia participativa de diálogo e interação com o leitor”, explica a jornalista Larissa Moraes, hoje editora do informativo.

As notícias são definidas em reuniões com empregados de outros setores. A cada semana alguém é convidado a participar. O objetivo é permitir o debate, ter o olhar do empregado e fugir do modelo que engessa a criatividade e burocratiza o processo de produção jornalística.

O informativo hoje é ágil, segue um planejamento estratégico, tem uma linha editorial e mantém uma periodicidade definida, tornando-se um meio confiável para obter informação. Segundo Cristiane, um dos ganhos foi ter se tornado um processo. “Não está preso a pessoas. Independente de férias e afastamentos de alguns membros da equipe, o informativo está disponível todas as semanas”.

Mas ainda é necessário melhorar o fluxo de informação. “Sabemos do fato muitas vezes depois que ele aconteceu e perdemos a chance de antecipar a informação para os empregados”, afirma Larissa. “A agenda eletrônica da intranet ajudou bastante, mas não é suficiente. Ainda buscamos meios para ter acesso mais rápido às informações relevantes”.

“Temos ainda muitos desafios, mas já é uma vitória ter consolidado um veículo interno como fonte de informação, mesmo com uma equipe nova, num setor que nasceu há pouco tempo”, diz Cristiane.

Você sabe como se faz o informativo? Quantas horas são gastas, quantos profissionais envolvidos para que a notícia chegue a você? Quatro pessoas trabalham semanalmente na produção. São gastas seis horas semanais de cada empregado e colaborador (textos, imagens e diagramação). Ao longo desses três anos, mais de 1.100 notícias internas foram produzidas.



Última reunião de pauta do NCO teve como convidada a pesquisadora Teresa