

Diretrizes da Política para Porta-Vozes da FAPESP

O relacionamento entre instituições ligadas à ciência, tecnologia e inovação e os meios de comunicação tem papel fundamental na disseminação do conhecimento e na valorização da ciência. Contribui ainda para manter a sociedade bem informada e reforça a percepção da ciência como um dos pilares do desenvolvimento humano.

Por ser parte importante do sistema de CT&I, por sua representatividade e seu papel de colaboração na formulação das políticas do setor, as agências de fomento à pesquisa são instituições cujas iniciativas e posicionamentos são valorizados pela imprensa. A abertura e a manutenção de diálogo transparente com os meios de comunicação e a clareza das mensagens são requisitos indispensáveis para que se alcancem os benefícios esperados dessa relação para ambas as partes – e isso será dinamizado pela atuação eficiente dos porta-vozes e sua capacidade de responder às demandas.

O porta-voz é a face pública da instituição e tem sobre ela, geralmente, altas responsabilidades e profundo envolvimento com sua missão, visão, valores e suas iniciativas. São essas características que dão credibilidade e autoridade às mensagens da instituição. Por isso, em geral, os seus dirigentes são seus porta-vozes naturais.

Além de emprestarem voz à instituição, esses dirigentes também são responsáveis por definir os discursos a serem adotados e, com apoio da área específica, os melhores instrumentos de comunicação para que as mensagens cheguem de forma clara, coesa e inequívoca aos públicos de interesse.

Neste ponto, é preciso considerar o amplo espectro das ações de comunicação de uma instituição. A atuação dos porta-vozes não se restringe à concessão de entrevistas à imprensa e estende-se à publicação de artigos em veículos de comunicação impressos e digitais, à apresentação em eventos e em mensagens institucionais veiculadas em canais audiovisuais.

Atenção também deve ser dada às redes sociais, ou mídias sociais, que se tornaram meios férteis de disseminação de informação – e desinformação. Os comunicadores que atuam

nesses ambientes, também chamados de “influenciadores”, têm ganhado relevância e devem ser considerados.

Os porta-vozes da FAPESP

Os porta-vozes tratam, de maneira geral, dos seguintes assuntos:

- Temas institucionais da FAPESP;
- Instrumentos e estratégias de fomento da Fundação;
- Outros temas ligados aos sistemas de CT&I paulista e nacional nos quais a Fundação tenha participação ou influência.

Estão autorizados a manter diálogo institucional com a imprensa, influenciadores e com seus principais públicos de interesse os dirigentes da Fundação, a saber:

- O presidente do Conselho Superior; e
- Os diretores do Conselho Técnico-Administrativo

O presidente do Conselho Superior e o diretor-presidente do Conselho Técnico-Administrativo tratam, geralmente, dos assuntos institucionais da Fundação. Os diretores Científico e Administrativo, dos temas relacionados às suas áreas.

Nenhum outro colaborador está autorizado a se manifestar em nome da FAPESP. O mesmo se aplica a pesquisadores, representantes de parceiros, fornecedores e prestadores de serviços.

Os dirigentes da Fundação podem, eventualmente, designar assessores da Direção para atender aos jornalistas como fontes de informação pontuais sobre iniciativas da FAPESP e para apresentação em eventos.

Atendimento à imprensa: a intermediação dos contatos dos porta-vozes com a imprensa e com comunicadores de mídias sociais se dá pelo setor responsável pela Comunicação da FAPESP, que recebe as demandas dos jornalistas e influenciadores e, no caso de necessidade de conceder entrevistas, avalia internamente o porta-voz mais indicado para o atendimento da solicitação. O porta-voz recebe o detalhamento do pedido de imprensa da Área de Comunicação, que se encarrega de coletar informações para subsidiar a entrevista e de fazer o agendamento do contato.

Papel da Área de Comunicação: os profissionais do setor de Comunicação da FAPESP são qualificados para entender as demandas jornalísticas, negociar os prazos para atendê-las, identificar os porta-vozes mais adequados e coletar as fontes de informação internas e externas disponíveis. Portanto, é indispensável que todas as solicitações de entrevistas ou de informações que sejam feitas pelos meios de comunicação ou por comunicadores de mídias sociais a colaboradores internos e externos e que tenham como tema a FAPESP, seus programas e iniciativas institucionais sejam encaminhadas para atendimento inicial pela Área de Comunicação da FAPESP¹.

Recomendações do Conselho Superior

1. Manter dinâmica de “portas abertas” da FAPESP com comunicadores de imprensa e de mídias sociais a fim de estabelecer diálogo transparente, didático claro e inequívoco com esses profissionais;
2. Reforçar o papel da Área de Comunicação junto aos colaboradores internos e externos da Fundação, ressaltando sua qualificação para atendimento às demandas jornalísticas e prazos negociados;
3. Estimular os porta-vozes a contarem com o acompanhamento da Área de Comunicação durante a concessão de entrevistas, a fim de dar atendimento integral às demandas dos jornalistas e contribuir para dirimir eventuais dúvidas posteriores ao contato com o porta-voz;
4. Adotar discurso didático, objetivo, claro e inteligível por todos os segmentos da população para que a mensagem seja veiculada de forma inequívoca e tenha eficácia;
5. Estimular pesquisadores responsáveis e coordenadores de projetos de pesquisa financiados pela FAPESP a manter diálogo com jornalistas e comunicadores de mídias sociais para divulgação de seus trabalhos e a mencionar nessas ocasiões e em apresentações o apoio recebido da Fundação.

¹ Pesquisadores responsáveis e coordenadores de pesquisas apoiados pela FAPESP podem conceder entrevistas sobre seus projetos sem necessidade de intermediação da área de Comunicação da Fundação. Apenas recomenda-se que a mantenham informada da divulgação realizada.