

INSTRUÇÃO NORMATIVA SCM-01/2020

Versão: 01

Publicação: DOE nº de ___ / ___ / 2020

Unidade Responsável: Assessoria de Imprensa e Comunicação - ASCOM

I - FINALIDADE

Estabelecer regras e procedimentos de controle para o público interno, defensores públicos e servidores, sobre os requisitos e elementos necessários para que a Assessoria de Imprensa e Comunicação produza, divulgue e negocie a publicação de conteúdo jornalístico de interesse público, relacionado às atividades institucionais e à atuação de defensores e servidores da Defensoria Pública do Estado de Mato Grosso.

II - ABRANGÊNCIA

Abrange todas as unidades administrativas da Defensoria Pública do Estado de Mato Grosso (DPMT), defensores públicos, servidores e integrantes da Administração Superior, quando do encaminhamento de material para análise de produção e divulgação de produtos jornalísticos.

III - CONCEITOS

Para fins desta Instrução Normativa considera-se:

1. Informação

É a matéria prima do trabalho do jornalista/assessor de imprensa. Para poder elaborar e criar sugestões de produtos jornalísticos, a equipe da unidade deve receber, de forma sistemática e rotineira, informações relevantes sobre o trabalho fim dos integrantes da instituição.

2. Tipos de Informação

As informações podem ser divididas em duas grandes categorias:

a) Informações de interesse externo: são as que despertam interesse da população tais como eventos; investimentos que impactam na qualidade dos serviços; mudanças administrativas que afetam grande número de pessoas, orientações, posicionamentos sobre fatos sociais relevantes, proposições jurídicas curiosas, inéditas, abrangentes; anúncios de serviços aguardados e qualquer ação que beneficie um grande número de pessoas.

b) Informações de interesse do público interno: aquelas que alteram a rotina, melhoram a qualidade de vida, reestruturam setores, tratam da carreira, remuneração e são focadas na vida e rotina gerencial e de trabalho dos servidores e defensores.

3. Relevância

Informações administrativas, jurídicas e políticas têm maior relevância quanto mais impactam a vida do cidadão, dos membros e servidores do órgão. Quanto maior a relevância da informação, maior a importância dela ser divulgada. Quanto mais abrangente e relevante socialmente é a atuação do defensor e servidor, mais chances a Comunicação têm de trabalhar o fato para que seja atraente como notícia para a Imprensa.

4. Notícia

É toda informação relevante, organizada dentro de técnica jornalística, que seja de interesse de um público ou de vários, divulgadas de forma ágil, obedecendo as convenções e literatura da área. Profissionalmente elas são produzidas por jornalistas e divulgadas por meio de veículos de comunicação como jornais, rádio, tv, sites e mídias sociais, em diversos formatos, tais como nota, matéria, reportagem, cartões, entre outros.

Para ser notícia o assunto deve ter um ou vários desses elementos: gravidade, curiosidade, afetar grande número de pessoas, ser inédito, importante, abrangente ou especial.

5. Fonte

É pessoa, entidade, grupo, setor ou mesmo documentos, filmes, livros e etc, que fornecem dados ou informações para Assessoria de Imprensa iniciar a produção de um produto jornalístico. Integrantes de todas as unidades administrativas, membros e servidores podem ser fontes de informações para produtos de comunicação. Para ter o status de fonte oficial, a pessoa deve concentrar o maior número de informações autênticas e precisas sobre o tema. No caso de falar em nome da Instituição, deve-se ocupar o topo da hierarquia da Instituição ou ter competência e autorização.

6. Pauta

Assunto que será foco de apuração jornalística para que, em se confirmando o apelo noticioso, se torne um produto. As pautas são sugestões de temas que podem ser trabalhados para divulgar fatos, serviços, medidas, condutas, conquistas e outros.

7. Apuração

Atividade de levantar o maior número de informações, dados e declarações que permitam ao jornalista contar uma história, relatar um fato, explicitar um tema, de maneira que faça o leitor, ouvinte, telespectador entender o que é informado.

8. Lead

É o primeiro parágrafo de um texto jornalístico, onde devem estar as principais informações sobre o assunto. É no lead, que respondemos às perguntas: O que? Quando? Como? Onde? E por quê? Ele introduz o leitor no tema a ser tratado. Se o lead é atraente, as chances de que o texto inteiro seja lido aumentam.

9. Deadline

É o prazo limite dado por quem solicita uma informação. Ele é estabelecido de forma a dar tempo dessa informação ser trabalhada para virar um produto comunicacional, aproveitando o interesse público pelo tema. Nos órgãos públicos o deadline deve ser respeitado, porém, sem desconsiderar a segurança, precisão e qualidade da informação que será repassada. Respeitar o chamado deadline é fundamental para garantir a boa imagem de presteza e competência de uma Instituição, tanto interna como externamente.

10. Comunicação Pública

Um dos conceitos de comunicação pública define que ela é exercida quando uma instituição, empresa e outros, fornecem informações sem que o objetivo desse fornecimento seja incentivar a compra de um produto ou serviço. Essa comunicação deve ser didática e contribuir para conferir sentido à vida individual e coletiva.

11. Assessor de Imprensa

É o profissional formado em jornalismo que entre outras várias atribuições atua para intermediar a relação entre uma instituição, órgão, empresa e etc, com os seus públicos internos e externos. Essa intermediação é feita por meio do repasse de informações de interesse público, brutas ou formatadas como produtos jornalísticos, para veículos de comunicação, comunicadores e o público interno.

IV - BASE LEGAL E NORMATIVA

Constituição Federal de 1988 (artigo 5º, inciso IV, V, X, XII, XIV e artigos 37 e 220).

Constituição Estadual (artigo 256, que reconhece a comunicação como bem cultural e direito inalienável de todo o cidadão).

Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação).

Decreto Lei nº 972, de 17 de outubro 1969 que regulamenta o exercício da profissão de jornalista.

V - RESPONSABILIDADES EM RELAÇÃO AOS PROCEDIMENTOS DE CONTROLE

1. Da Unidade de Assessoria de Imprensa e Comunicação - enquanto órgão central do Sistema de Assessoria de Imprensa e Comunicação

Especificar as regras gerais e os procedimentos de controle nas instruções normativas do SCI atinentes ao SCM - Sistema de Assessoria de Imprensa e Comunicação, elaboradas ou atualizadas com base na metodologia apresentada na versão vigente da Instrução Normativa SCI - 01/2019, submetendo a minuta da IN à análise da Unidade de Controle Interno;

Promover discussões técnicas periódicas com as unidades que participam dos processos afetos ao sistema administrativo, visando assegurar que as instruções normativas contenham sempre a correta e atualizada especificação das regras gerais e dos procedimentos de controle que se fazem necessários;

Monitorar a eficácia dos procedimentos de controle através dos Indicadores de Controle Interno que forem estabelecidos;

Orientar as unidades executoras do sistema administrativo e supervisionar a observância às regras gerais e dos procedimentos de controle que foram estabelecidos.

2. Das Unidades Executoras do Sistema de Comunicação Institucional:

Observar fielmente as regras gerais e executar os procedimentos de controle especificados nas Instruções Normativas do Sistema de Controle Interno, relacionados ao Sistema de Comunicação Institucional - SCM, objetivando a observância das normas legais e regulamentares e o cumprimento dos demais objetivos de cada processo;

Atender às solicitações da Assessoria de Imprensa e Comunicação Institucional na fase de definição ou atualização de procedimentos de controle, quanto ao fornecimento de informações e à participação nos estudos;

Alertar a Assessoria de Imprensa e Comunicação Institucional sobre alterações que se fizerem necessárias nas rotinas de trabalho, objetivando o aprimoramento dos procedimentos de controle e o aumento da eficiência operacional;

Manter os servidores orientados para a fiel observância das regras gerais e dos procedimentos de controle a que a unidade se sujeita, no cumprimento de suas funções finalísticas ou no tocante a atividades auxiliares.

3. Da Unidade de Apoio à Gestão Estratégica - UAGE, quanto às atividades relacionadas ao gerenciamento por processos:

Disponibilizar informações à Assessoria de Imprensa e Comunicação Institucional e à Unidade de Controle Interno, quando solicitadas, a respeito das atividades atinentes ao mapeamento de processos, para fins de alinhamento de ações;

Contemplar nos mapas dos processos as rotinas de trabalho inerentes aos procedimentos de controle que forem estabelecidos ou revisados, inclusive, quando aplicável, os relacionados à geração e monitoramento dos Indicadores de Controle Interno;

Prestar apoio técnico à Assessoria de Imprensa e Comunicação Institucional na elaboração de mapas provisórios de processos, nas situações onde ainda não houve o mapeamento dos processos de trabalho.

4. Da Unidade de Controle Interno - UCI:

Prestar orientação técnica aos órgãos centrais de sistemas administrativos quanto à aplicação da metodologia para identificação, avaliação e definição dos procedimentos de controle afetos aos pontos de controle atinentes aos processos de trabalho de seu âmbito, bem como na elaboração ou atualização das Instruções Normativas do Sistema de Controle Interno;

Aferir a observância das regras, responsabilidades e procedimentos definidos nesta Instrução Normativa;

Exercer o acompanhamento sobre a efetividade dos procedimentos de controle mediante análise dos Indicadores de Controle Interno;

Através da atividade de auditoria interna e correlatas, avaliar a eficácia dos procedimentos de controle inerentes a cada sistema administrativo, propondo alterações necessárias para o aprimoramento dos controles, inclusive, se for o caso, mediante atualização ou elaboração de novas instruções normativas;

Manter atualizado o Manual de Rotinas Internas e Procedimentos de Controle, de forma que contenha sempre a versão vigente de cada instrução normativa do Sistema de Controle Interno, disponibilizando-o em meio documental e/ou digital a todas as Unidades Executoras do Sistema de Controle Interno.

VII - PROCEDIMENTOS

As rotinas concernentes às atividades abrangidas por esta instrução normativa estão especificadas no mapa de processo GCO 01.1 e GCO 02.1 que poderá ser acessado pelo link: https://www.gp.srv.br/transparencia_dpemt/servlet/home_controle_interno.

CAPÍTULO I - REGRAS GERAIS

1 - É responsabilidade de todos os defensores públicos e de todas as unidades administrativas da Defensoria Pública de Mato Grosso manter a Assessoria de Imprensa informada sobre todas as ações, decisões, fatos de relevância, interesse público e jornalístico gerados por membros e integrantes da Instituição.

1.2 - As pautas devem ser sugeridas à Assessoria de Imprensa por meio de e-mail, ligações telefônicas, conversas, reuniões, documentos e aplicativos de mensagens como whatsapp, tão logo o tema seja identificado como relevante para ser divulgado pela fonte da informação.

2 - Antes de encaminhar qualquer informação para a Assessoria de Imprensa, a fonte deve assegurar que a informação é precisa, correta e verdadeira. Fatos, dados e declarações devem representar o mais próximo a verdade e a realidade.

2.1 - Ao solicitar notícias relacionadas a pendências processuais, como por exemplo, as que indicam tempo transcorrido entre a concessão de uma liminar e o seu não cumprimento, verificar se a situação descrita no processo, ainda corresponde à realidade.

2.2 - Ao trabalhar com dados numéricos, verificar se o total da soma ou subtração correspondem aos itens individuais que compõem a operação. O mesmo procedimento deve ser observado ao se trabalhar com percentuais.

2.3 - Junto com o pedido de matéria, enviar, sempre que houver, documentos que fundamentam a iniciativa, informações, declarações, assim como o contato de pessoas que possam ser entrevistadas para ilustrar o caso.

2.4 - Todas as informações consideradas de extrema importância ou urgentes pela fonte devem ser, além de remetidas pelos meios eletrônicos mais ágeis, comunicadas precisamente por ligações telefônicas.

3 - Quando a pauta tiver relação com eventos, deverá ser comunicada à Assessoria de Imprensa desde a fase de planejamento até a execução.

3.1 Quando o evento (lançamento de produtos, reuniões, declarações públicas e outros) necessitar de cobertura, ele deverá ser solicitado com três dias de antecedência, exceto nos casos classificados como urgente.

4 - Medidas judiciais como ações civis públicas, apelações, recursos, entre outras, deverão ser enviadas para a Assessoria de Imprensa,

quando o autor quiser a divulgação, logo que forem concluídas ou protocoladas na Justiça. A Assessoria de Imprensa deverá ser informada logo que o autor da medida tomar conhecimento de decisões no processo, para dar continuidade à notícia.

5 - Os produtos comunicacionais mais complexos, que exigem planejamento, diagramação, produção de conteúdo específico, tais como revistas, cartilhas, manuais e outros, deverão ser solicitados com prazo de antecedência de, no mínimo, seis meses.

5.1 - A confecção de cartilhas de baixa complexidade (até quatro folhas) deverá ser solicitada com, no mínimo, três meses de antecedência.

5.2 - Para a confecção de folhetos, a solicitação deverá ser feita com antecedência mínima de dois meses.

5.3 - A classificação quanto à complexidade do produto comunicacional é definida pelo profissional jornalista, que expressará tecnicamente sua decisão, após solicitação dos produtos.

6 - A Assessoria de Imprensa e Comunicação da DPMT é a única unidade autorizada a produzir e postar conteúdos jornalísticos de interesse público no site e páginas de mídias sociais da Instituição.

7 - Conteúdos de cunho técnico, jurídico ou administrativo serão postados no site pelas unidades responsáveis, com a orientação da Assessoria de Imprensa e da equipe de Tecnologia de Informação, e sob a responsabilidade de cada área. A Assessoria de Imprensa auxiliará na avaliação do conteúdo para enquadrá-lo em linguagem objetiva e clara, quando solicitada.

8 - Quando as informações de cunho jornalístico tiverem abrangência estadual ou forte impacto social, as unidades da DPMT e defensores deverão priorizar a disponibilização delas à Assessoria de Imprensa, antes de repassá-la aos meios de comunicação externos. Em caso de impossibilidade da equipe da Assessoria em trabalhar o conteúdo, ela orientará sobre a melhor forma do material ser divulgado.

9 - Compete à Assessoria de Imprensa avaliar se um tema tem ou não elementos de notícia. Mas, se após tomar conhecimento que o tema não tem relevância como notícia, a fonte quiser que o assunto seja publicado, ele o será, assim que as notícias forem concluídas.

10 - A Assessoria de Imprensa adotará como conduta para estabelecer a prioridade na produção de produtos jornalísticos os seguintes critérios:

- a) casos de urgência e emergências. Caracterizados nas situações em que o cidadão que buscou apoio da Defensoria Pública corre risco de vida pela falta de uma Unidade de Terapia Intensiva (UTI), medicação, rebeliões e outros. Esses serão prioridade na divulgação sobre todos os outros;
- b) determinações da Administração Superior;
- c) casos relevantes, que afetam um grande número de pessoas e têm apelo midiático;
- d) assuntos que chegarem primeiro, quando nenhum dos outros elementos citados antes estiverem presentes;

11 - Todas as atividades da Assessoria de Imprensa deverão ser desenvolvidas com base nos critérios técnicos do jornalismo e nos princípios administrativos de legalidade, publicidade, impessoalidade, moralidade, eficiência, descritos no artigo 37 da Constituição Federal, no Código de Ética do profissional e em outras leis que regem a transparência na Administração Pública. E estes devem ser o norte para guiar os profissionais do órgão que solicitarem conteúdos jornalísticos.

12 - Cabe ao assessor de imprensa, com o auxílio de defensores e servidores, encontrar, dentro da instituição, a melhor fonte de informações para atender pedidos da imprensa ou mesmo, identificar internamente junto às fontes das notícias, quais temas e assuntos têm potencial para virar notícia.

13 - Compete a todos os integrantes do órgão, ao identificar assuntos que possam causar danos à imagem da Instituição ou gerar abordagens midiáticas negativas, comunicar à Assessoria de Imprensa sobre a ocorrência ou as chances de ela ocorrer, pelos meios mais adequados a cada tema.

13.1 - Caso o assunto seja muito grave, o tema deve ser tratado em reunião, com participação dos envolvidos, da Administração Superior e de áreas-chave para apontar medidas práticas (jurídicas, administrativas e comunicacionais) para mitigar o problema.

13.2 - Da reunião devem surgir propostas de como e quando as medidas serão trabalhadas.

14 - O único cargo com competência para falar em nome da Defensoria Pública de Mato Grosso, como instituição, é o de Defensor Público-Geral (DPG). Essa regra de representatividade pode ser alterada quando o DPG indicar alguém que fale em seu nome. Caso a imprensa procure diretamente o Defensor Público-Geral para falar sobre assuntos graves e polêmicos, antes de prestar qualquer declaração pública, o representante do órgão deve buscar auxílio da Assessoria de Imprensa para avaliarem juntos a situação e posicionamentos.

14.1 - Os membros e servidores da Instituição que receberem a incumbência de falar sobre temas polêmicos, graves e negativos, em nome do DPG, devem contactar integrantes da Assessoria de Imprensa para alinhar informações e juntos, avaliarem posicionamentos.

14.2 - Os outros integrantes da Instituição, ao serem procurados diretamente pela imprensa para falar sobre temas polêmicos ou melindrosos, relacionados às suas competências e áreas de atuação, devem buscar o apoio da equipe de comunicação, sempre que julgarem necessário.

15 - É dever dos integrantes de órgãos públicos prestar informações, dados e esclarecimentos ao cidadão, sobre a prestação de seus serviços, via Imprensa, sempre que tal solicitação for feita. Porém, é direito de todo servidor ou membro:

a) solicitar tempo hábil para levantar informações precisas, seguras, confiáveis e oficiais sobre o tema em foco.

b) se abster de dar entrevistas para rádios e tvs, quando essa exposição representar uma barreira pessoal. Nesse caso, deve-se levantar as informações solicitadas e, ao disponibilizá-las, se dispor a esclarecer dúvidas, fazer esclarecimentos e interpretações necessárias ao entendimento do assunto.

CAPÍTULO II - PROCEDIMENTOS DOS MEMBROS, SERVIDORES E UNIDADES ADMINISTRATIVAS

1 - Repassar informações de interesse público com potencial de virar notícia, interna ou externa, geradas pela atividade individual pessoal ou da unidade, logo que essas informações forem identificadas, observando das regras gerais especificadas no Capítulo I desta IN.

1.1 - Quanto antes a Assessoria de Imprensa tomar conhecimento de um fato a ser divulgado, mais tempo terá para pensar na melhor linguagem, no melhor veículo, no melhor formato para divulgá-lo e, conseqüentemente, terá mais agilidade e foco para torná-lo público. Tão logo identificar um tema com apelo noticioso ou que precisa de divulgação, deve-se encaminhá-lo à Assessoria de Imprensa e Comunicação.

2 - Atender aos jornalistas da Defensoria Pública e de outros veículos para prestar informações sobre a atuação que gere ou tenha gerado interesse do cidadão; que necessite de esclarecimentos, orientações e explicações.

3 - Atender as solicitações de dados, documentos e informações, feitas pelas empresas de Comunicação, via Assessoria de Imprensa, no tempo informado em cada pedido, sem deixar de considerar a precisão, a segurança e a oficialidade da informação.

4 - Quando do surgimento da pauta, ela deverá ser encaminhada à Assessoria de Imprensa via e-mail, imprensa2@dp.mt.gov.br; telefone, contato pessoal ou whatsapp.

5 - Para que a fonte tenha certeza de que uma informação é pauta jornalística, além do apelo social, relevância e importância do tema, deve ter em mente que um dos atributos essenciais à informação que sustenta a pauta é a confiabilidade. Para ser confiável ela deve ter autenticidade, deve ser passada por fonte autorizada, competente e ser baseada na verdade.

6 - Quando atuar no processo como fonte da informação, certificar-se e responsabilizar-se pela veracidade, precisão e autenticidade dos dados, informações e declarações repassadas.

7 - Alertar o assessor de imprensa, desde o primeiro contato, sobre os pontos sensíveis da pauta, caso existam. Se, por exemplo, a divulgação de alguma informação colocar em risco a vida do assistido, do membro ou do servidor ou criar dificuldades para esses, isso deve ser informado, para que juntos avaliem a melhor forma de divulgar a informação.

8 - Compete à fonte da informação, ao ter qualquer dúvida sobre a conveniência ou não do tema virar notícia, conversar com o assessor de imprensa e apontar os motivos de receios, medos e inseguranças, para que a melhor estratégia seja definida.

9 - Expressões jurídicas e muito técnicas devem ser evitadas ou usadas de forma a deixar o sentido da informação claro, principalmente ao falar em veículos de comunicação abrangentes, tais como emissoras de televisão.

CAPÍTULO III - PROCEDIMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR

1 - Incluir a equipe da Assessoria de Imprensa nas etapas de discussão, planejamento e execução de iniciativas fundamentais para a boa condução do órgão, que possam gerar desgastes, mídias negativas ou resultados comunicacionais positivos, diante dos públicos internos e externos.

2 - Dar conhecimento à Assessoria de Imprensa, logo que souber, de casos polêmicos, graves e que podem comprometer a imagem da Instituição ao se tomarem públicos.

2.1 - Repassar informações sobre medidas adotadas ou que serão tomadas para reverter problemas, desgastes e fragilidades que comprometam o órgão ou suas atividades.

3 - Repassar informações de interesse público relacionadas a novidades administrativas, de gestão, de organização institucional, de atendimento e outras, que melhorem ou causem mudanças na vida do cidadão que usa os serviços da DPMT. As informações devem ser repassadas em todas as etapas do processo, desde a ideia, concepção da proposta, implantação, validação e uso oficial.

4 - Atender, com agilidade, solicitações de entrevista feitas por jornalistas à Assessoria de Imprensa. Assim como atender às solicitações da própria Assessoria de Imprensa.

5 - Orientar, a cada início do ano, quais serão as prioridades a serem trabalhadas na área de comunicação e fazer reuniões periódicas para manter ou rever o planejamento. Caso as reuniões não sejam possíveis, estabelecer outras formas de orientação da equipe.

6 - Auxiliar a equipe da Ascom a sensibilizar os membros e servidores sobre a natureza das atividades da unidade e sobre a importância da disseminação de informações para o aperfeiçoamento do relacionamento entre os públicos interno e externo.

CAPÍTULO IV - PROCEDIMENTOS DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO

1 - De forma abrangente, o trabalho da Assessoria de Imprensa e Comunicação envolve a produção de conteúdo jornalístico, atendimento à

imprensa, coleta e análise de informações veiculadas nos meios de comunicação sobre o órgão e seus integrantes. Além da criação, produção, elaboração, formatação de produtos, campanhas e informações publicitárias para a população e seus membros e servidores, relacionadas à atuação do órgão.

1.1 - Esta Instrução Normativa trata do objeto: produção de conteúdo jornalístico.

2 - Em relação ao objeto desta IN, é da responsabilidade dos jornalistas da Assessoria de Imprensa:

a) propor e sugerir ações de divulgação de informação precisa, correta e oficial de interesse público sobre a Instituição, entre os vários públicos do órgão, interno e externo, a partir de informações repassadas pelas fontes em reuniões, declarações, documentos, entrevistas e fatos.

b) receber sugestões de pautas dos membros e servidores da Instituição e trabalhar com os temas de modo que o conteúdo seja divulgado amplamente para o público desejado.

c) sugerir à Administração ferramentas e produtos comunicacionais gratuitos ou que necessitem de contratação de serviços, quando for importante para aperfeiçoar a comunicação do órgão com seus públicos.

d) informar às fontes de informações quando o tema não preencher os critérios de notícia de interesse público (interno e externo) ou quando apresentar algum inconveniente que possa causar prejuízo para a imagem do órgão.

e) quando um tema preencher os requisitos para ser notícia, orientar sobre em que tempo é mais adequado que o material seja trabalhado, em que formato, por meio de quais veículos, etc e qual a posição da sugestão na fila de trabalhos.

f) levantar informações com as fontes adequadas para redigir produtos jornalísticos, em conformidade com os atributos técnicos da área jornalística e as leis que tratam do acesso à informação.

g) após a conclusão e validação do material, enviar para a imprensa (tv, rádio, jornal, sites, blogs) e disponibilizar o material em nossos sites e páginas de mídias sociais.

h) ligar para os veículos de comunicação oferecendo a presença de membros da Instituição para explicar o tema, quando ele for de grande repercussão e interesse social.

i) sugerir contratação de empresas de prestação de serviços, quando a atividade jornalística ou que interfere na produção dela, estiver além das capacidades técnicas e de recursos humanos da equipe.

j) fazer a cobertura jornalística de eventos realizados pela Instituição quando os profissionais forem comunicados com antecedência; houver disponibilidade de recursos humanos e esses eventos não conflitarem com atividades definidas como prioritárias pela Administração Superior ou de urgência e emergência.

k) ao conhecer fatos que possam comprometer de forma negativa a imagem de toda a Instituição, a Assessoria de Imprensa deve informar, imediatamente, aos seus superiores sobre o tema, sugerir condutas comunicacionais a serem tomadas e levantar informações sobre providências.

l) ser ponte de comunicação entre a Instituição e os Veículos de Comunicação atendendo as solicitações feitas pela Imprensa em relação ao órgão e vice-versa.

m) facilitar o acesso do cidadão às informações sobre as atribuições essenciais e especiais do órgão.

A - QUANDO DO SURGIMENTO DA PAUTA

1 - Ao receber a pauta, a Assessoria de Imprensa avalia se o tema tem potencial para virar um produto jornalístico e em caso afirmativo, contata as principais fontes de informação e com elas levanta dados, declarações, imagens e informações relevantes para a composição da história.

1.1 - Esse contato será feito imediatamente após o conhecimento da informação, e o tema também será trabalhado de forma imediata, desde que outras pautas prioritárias não estejam em produção naquele momento.

1.2 - Caso outra pauta esteja em andamento naquela data, o tema será avaliado de acordo com os critérios de prioridade com os quais a Assessoria de Imprensa trabalha e o assunto entrará na fila de produção, de acordo com o estabelecido no item 10 das Regras Gerais desta Instrução Normativa (IN).

B - QUANDO DA PRODUÇÃO DO CONTEÚDO

1 - O processo de apuração do produto jornalístico é iniciado após o assunto ser reconhecido como pauta e ser enquadrado nos critérios estabelecidos no item 10 das Regras Gerais desta IN.

1.1 - É fundamental que o jornalista/assessor de imprensa entenda o assunto que irá abordar e isso é feito no contato com a fonte e com os materiais fornecidos por ela.

1.2 - Durante a apuração cabe ao jornalista/assessor de imprensa identificar e destacar os elementos mais importantes e de maior interesse para o público. Esses elementos, como regra geral, devem ser valorizados logo no início da notícia, matérias, reportagens, posts e outros.

1.3 - É durante a apuração e conversa com as fontes de informações que o assessor de imprensa deve identificar os riscos de cada pauta. Nesse momento deve-se verificar as implicações legais, morais e sociais da divulgação de informações sensíveis, tais como nome de vítimas, pacientes, local de moradia, idade ou outras que possam fragilizar a fonte, ou o assistido, ou causar danos ao serem explicitadas.

1.4 - Nessa etapa o jornalista também verifica quais as opções para ilustrar o material, se fotos ou ilustrações. Se puder contar com fotos, já as solicita para a fonte da informação ou para o profissional responsável em produzi-las.

2 - Caberá ao jornalista/assessor de imprensa sugerir que o tema também seja trabalhado em forma de publicidade, sempre que ele tiver potencial para ser melhor apreendido pelo público, se trabalhado nos dois formatos.

3 - Após a conclusão do conteúdo jornalístico, no formato adequado, ele será validado com a fonte da informação e com um integrante da Administração Superior. Aprovado, será postado nas mídias da Instituição e encaminhado para a imprensa por e-mail, whatsapp e outras formas necessárias à maior ou mais eficaz publicidade.

4 - Se o tema é muito relevante, a Assessoria de Imprensa fará contato imediato com os principais veículos de comunicação e colocará a fonte da informação à disposição para esclarecimentos e entrevistas.

5 - O texto noticioso deve ser o mais simples possível, desde que respeite as regras gramaticais. Cada veículo exige que o texto tenha uma característica, porém, o padrão comum em todos é que ele seja informativo, objetivo, claro, conciso, direto e factual. Em textos jornalísticos exige-se o uso de dados e fatos que embasem declarações e o uso de substantivos em vez de adjetivos.

C - QUANDO DA EDIÇÃO DO CONTEÚDO E POSTAGEM

1 - Após a conclusão do texto da notícia, matéria ou reportagem ele recebe um título, que segue normas e padrões jornalísticos, na tentativa de valorizar o aspecto mais importante da notícia. Ele deve estar associado ao que foi trabalhado no primeiro parágrafo do texto, o chamado lead. Além do título, o texto recebe também um subtítulo, que traz detalhes complementares importantes de serem ressaltados.

2 - Para que o texto seja publicado e atraia a atenção do leitor, além de força ou leveza, ele trará ilustrações, fotografias, gráficos ou desenhos. Tudo em associação com o tema trabalhado. Caso a fonte de informação autorize, pedidos e decisões feitas em processos também são anexados ao conteúdo.

2.1 - Quando o texto fica muito longo, mas o tema exige a explicitação de detalhes, ele pode ser fragmentado, na mesma página, com o uso de subtítulos. Os subtítulos são quebras de páginas indicadas por uma palavra-chave, no início da linha, separada com um traço do restante do texto da linha.

3 - Os assessores de imprensa da DPMT apuram, produzem, revisam e editam os próprios textos. A edição é o final do processo e a fase em que o produto é validado com a fonte de informação e aprovado pelos superiores hierárquicos.

4 - Assim que todo o processo é concluído, o sistema informatizado do site é acessado por senha.

4.1 - O conteúdo e as imagens são inseridos, um a um, na plataforma gerenciada pela Empresa Mato-Grossense de Tecnologia de Informação (MTI), responsável pelo site. Ao final, verifica-se se a publicação tem correta visibilidade para o leitor e estando tudo correto, o processo é encerrado.

5 - O material postado no site institucional também é disponibilizado na página do Facebook, no Instagram e enviado por e-mail para a Imprensa. Nos casos urgentes, o mesmo material é enviado por whatsapp e comunicado por ligações telefônicas.

6 - Quando o material gera interesse na mídia, a Assessoria de Imprensa dá início a outra etapa do trabalho, que é o agendamento de entrevistas para que servidores ou membros da DPMT conversem diretamente com os diversos veículos de comunicação externos: tv, rádio, jornal impresso, sites, blogues e outros.

6.1 - Esse tema será objeto da IN sobre atendimento à Imprensa.

CAPÍTULO V - DISPOSIÇÕES FINAIS

1 - Os esclarecimentos a respeito desta Instrução Normativa poderão ser acessados na Assessoria de Imprensa e Comunicação.

2 - Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

3 - A matriz de Riscos e Controles integra esta Instrução Normativa como anexo único.

Cuiabá/MT, 06 de outubro de 2020.

Márcia R. R. de Oliveira

Alexandre Guimarães

Analistas Jornalista

Analista Jornalista

(original assinado)

(original assinado)

Clodoaldo Aparecido Gonçalves de Queiroz

(original assinado)

ANEXO I

MATRIZ DE RISCOS E CONTROLES

SISTEMA ADMINISTRATIVO: SCM - Sistema de Assessoria de Imprensa e Comunicação.

Processo ou atividade: Especificar condutas, procedimentos e estabelecer orientações para evitar erros e danos no processo de transmissão de conhecimentos e informações importantes, ao divulgar a Instituição, o trabalho de seus integrantes, seus produtos e serviços para a população.

Objetivos: Assegurar confiabilidade ao conteúdo jornalístico produzido pela DPMT e a eficácia temporal na divulgação de conteúdos positivos, polêmicos e negativos, com vistas a valorizar os bons trabalhos e mitigar prejuízos e danos possíveis, diante de tema polêmicos e negativos.

Base legal e regulamentar associada: Constituição Federal de 1988 (artigos 5º, IV, V, X, XII, XIV, 37, 220 e outros)

- Constituição Estadual (artigo 256, que reconhece a comunicação como bem cultural e direito inalienável de todo o cidadão).

- Lei de Acesso à Informação 12.527/2011.

- Decreto Lei nº 972, de 17 de outubro 1969 que regulamenta o exercício da profissão de jornalista.

Riscos	Nível	Procedimentos de controle	Momento do processo (ponto de controle)
Perda da atualidade e do tempo certo para divulgar assuntos com potencial de notícia positiva ou para mitigar danos diante de temas negativos, por falta de atitude de membro ou servidor em comunicar tais fatos à Assessoria de Imprensa.	Alto	Estabelecer como regra que - ao tomar conhecimento de informações com potencial de virar notícia positiva ou mesmo de casos polêmicos com potencial de prejudicar a imagem da Instituição - servidores e membros devem comunicar imediatamente os fatos aos profissionais da Assessoria de Imprensa.	Conforme estabelece o Capítulo I desta IN, cabe a todos observar essa regra, tão logo a Instrução entre em vigor. No Capítulo I devem ser observados os itens: 1, 1.2, 3, 4, 5, 8 e especialmente o 13 e o 13.1. No Capítulo II, devem ser considerados os itens: 1, 1.2, 4 e 5. E no Capítulo III, os itens: 1, 2, 4 e 6.
Comprometimento da credibilidade do profissional e da Instituição, ao encaminhar à Assessoria de Imprensa assunto, estudo, levantamento de dados, peça processual inconsistentes, com falhas, erros, inverdades ou sem conexão com a realidade.	Alto	Estabelecer que a responsabilidade pela segurança, veracidade e precisão das informações de Imprensa a fonte da informação repassadas à Assessoria de Imprensa são da fonte deve verificar se elas obedecem aos critérios descritos no Capítulo I, item 2, 2.1 e 2.2. Capítulo II, item 6 e 7 e compartilhamento. E que no processo de apuração, Capítulo III, item 1 e 2. Capítulo IV, a Assessoria de Imprensa auxilie na identificação subpartição A, item 1 e subpartição B de inconsistências.	Antes de enviar a pauta à Assessoria de Imprensa a fonte da informação deve verificar se elas obedecem aos critérios descritos no Capítulo I, item 2, 2.1 e 2.2. Capítulo II, item 6 e 7 e compartilhamento. E que no processo de apuração, Capítulo III, item 1 e 2. Capítulo IV, a Assessoria de Imprensa auxilie na identificação subpartição A, item 1 e subpartição B de inconsistências. item 2.3.
Perda do controle e possibilidade de não espelhar a visão adequada da Instituição ao tratar de tema polêmico, complexo e difícil diretamente com veículos de comunicação, antes de buscar o auxílio da Assessoria de Imprensa e Comunicação.	Alto	Definir que, em se tratando de comunicação oficial da DPMT, tanto com o público interno, quanto pelo público externo, em casos polêmicos, é necessário envolver a equipe da Assessoria de Imprensa e Comunicação antes que o assunto se torne público.	A s orientações relacionadas a esse tópico devem ser observadas quando a IN entrar em vigor, conforme descrição feita no Capítulo I, itens 1, 14, 14.1 e 14.2. Capítulo II, item 7 e Capítulo IV item 2, letra k e item 1.3.
Perda de recursos públicos ou uso inadequado de valores ao solicitar produtos que exigem trabalho intelectual e braçal de médio e longo prazo, de forma intempestiva, sem tempo suficiente para que a unidade atenda à demanda com qualidade, dentro das técnicas jornalísticas.	Alto	Estabelecer, para produção de revistas, A o solicitar o produto na Assessoria informativos com periodicidade fixa e projetos cujas etapas de elaboração, apuração e conclusão sejam observar o descrito nas Regras complexos, o prazo mínimo de seis meses, entre a solicitação e a entrega.	Gerar e observar o descrito nas Regras Gerais dessa normativa, no Capítulo I, itens 5, 5.1, 9 e 10.

De não garantir visão real da situação, ao possibilitar que integrantes da Assessoria de Imprensa e Comunicação definam, sozinhos, os riscos da divulgação de matérias polêmicas, graves, ou com potencial de repercussão negativa.

Definir como conduta institucional que, sempre que um assunto polêmico, com potencial de se tornar negativo na Imprensa, surgir e envolver o nome da Instituição, ele seja discutido internamente sob os aspectos jurídicos, sociais, administrativos e institucionais, entre integrantes da Administração Superior e a equipe da Assessoria de Imprensa e Comunicação.

O problema pode ser mitigado diante do cumprimento das orientações definidas no Capítulo I, itens 13, 13.1, 14, 14.1 e 14.2. No Capítulo II, item 7 e no Capítulo III, item 1.

Espelhar insegurança, desalinhamento e falta de coordenação ao permitir que a Assessoria de Imprensa e Comunicação tome conhecimento de temas polêmicos, negativos que envolvam membros e servidores da Instituição, por meio da imprensa.

Manter a conduta de comunicar a equipe da Comunicação de fatos dessa natureza, para que ela não seja pega de surpresa. A prévia comunicação é importante para levantar dados, avaliar cenários e elaborar procedimentos de contenção de danos.

Esse item pode ser mitigado caso as instruções orientadas no Capítulo I itens 1, 2.2, 13, 13.1, 14 e 14.1 foram seguidas.

Perda da cobertura jornalística de eventos por informar sobre a necessidade do serviço horas antes. O pequeno número de integrantes na área de comunicação faz desse um grande risco.

Comunicar, com o mínimo de três dias de antecedência, a necessidade de cobertura jornalística dos eventos.

Quando da definição da data do evento ou do planejamento para a sua execução, conforme solicitado no Capítulo I das Regras Gerais, no item 3 e considerando o descrito no item 10.

Perda de credibilidade e de espaços na mídia para se posicionar, apresentar resultado de trabalhos e falar com a população, por não atender demandas de veículos de comunicação, no tempo solicitado por jornalistas.

Facilitar e auxiliar o acesso dos assessores de imprensa à melhor fonte para atender à demanda ou à fontes alternativas, de forma ágil, rápida e prática.

A p ó s tomar conhecimento da solicitação, conforme registrado no item 15 do Capítulo I das Regras Gerais, item 2 do Capítulo II e item 4 do Capítulo III desta Instrução Normativa.

Superintendência da Imprensa Oficial do Estado de Mato Grosso
Rua Júlio Domingos de Campos - Centro Político Administrativo | CEP 78050-970 | Cuiabá, MT

Código de autenticação: dcf6c62a

Consulte a autenticidade do código acima em https://iomat.mt.gov.br/legislacao/diario_oficial/consultar