

Fundação de
Amparo à
Pesquisa do
Estado de Goiás



ESTADO DE GOIÁS
FUNDAÇÃO DE AMPARO A PESQUISA DO ESTADO DE GOIÁS

PORTARIA Nº 096/PRES, de 14 de julho de 2022

Institui a Política de Comunicação Social da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG), com o objetivo do fomento à profissionalização, modernização e padronização da gestão em comunicação midiática e relacionamento com meios de comunicação.

O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DE GOIÁS - FAPEG, no uso de suas atribuições legais,

considerando os cinco princípios da administração pública exarados no Artigo 37 da Constituição Federal de 1988: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;

considerando o Decreto Nº 9.660/2020, publicado no Diário Oficial do Estado, dia 07 de maio, que institui os oito princípios da governança pública em Goiás: foco no cidadão, capacidade de resposta, integridade, confiabilidade, melhoria regulatória, prestação de contas e responsabilidade, relações de trabalho humanizadas e transparência;

considerando a Lei Nº 15.472, de 12 de dezembro de 2005, que cria a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG) e dá outras providências;

considerando as competências elencadas no Decreto 9.597, de 21 de janeiro de 2020, que aprova o Estatuto da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás e dá outras providências;

considerando a Lei Estadual Nº 10.460, de 22 de fevereiro de 1988, que institui o Estatuto do Servidor Público de Goiás;

considerando o Decreto Nº 9.406, de 18 de fevereiro de 2019, que institui o Programa de *Compliance* Público do Poder Executivo do Governo de Goiás (PCP), composto por quatro eixos prioritários: Eixo I - Ética, Eixo II - Transparência, Eixo III - Responsabilização e Eixo IV - Gestão de Riscos;

considerando a relevância social e o interesse público das atividades desenvolvidas pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG);

considerando a instituição de normatização e padronização de divulgações de ações da FAPEG junto à mídia jornalística para uniformidade e identidade institucional na construção e desenvolvimento da imagem dessa instituição;

considerando a instituição de plano de trabalho para consolidação e ampliação da imagem, identidade e reputação da FAPEG junto à sociedade na promoção do conhecimento mais amplo sobre a importância social dessa instituição;

considerando as diretrizes da Política de Comunicação do Governo do Estado de Goiás, instituídas por meio da Secretaria de Comunicação do Governo de Goiás;

considerando normativas internas da FAPEG que versam sobre a proteção de informação pública, em geral;

considerando o objetivo de promover o fortalecimento da imagem institucional e promover maior transparência acerca da atuação da autarquia junto à sociedade e demais públicos de interesse, resolve:

Art. 1º Instituir a Política de Comunicação da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG).

CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

Art. 2º A Política de Comunicação da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG) tem por objetivo estabelecer diretrizes para nortear as ações da Assessoria de Comunicação no âmbito da entidade, contribuindo para o fortalecimento de sua imagem institucional e conferindo maior transparência acerca de sua atuação junto à comunidade científica, à sociedade e aos demais públicos de interesse. São objetivos específicos dessa Política:

I - consolidar a comunicação como instrumento de gestão e ferramenta estratégica da FAPEG na construção de setor de inteligência midiática capaz de produzir conhecimento, prever riscos futuros à imagem institucional e propor soluções junto à gestão administrativa;

II - disponibilizar informações de interesse da sociedade, do público interno, dos órgãos públicos e dos veículos de comunicação; e

III - trabalhar de forma integrada às demais áreas e departamentos da Fundação para potencializar os resultados da comunicação.

Art. 3º A missão da Assessoria de Comunicação é informar a sociedade e os públicos de interesse acerca das ações e do trabalho realizados pela FAPEG, ressaltando sua importância para a sociedade, de forma eficiente, ética e transparente.

DAS CARACTERÍSTICAS

Art. 4º A comunicação institucional da FAPEG, obrigatoriamente, deve ter por características:

I - a unidade: o discurso institucional deve ser íntegro e coerente, favorecendo uma leitura única pelos distintos públicos de interesse;

II - a qualificação da informação: a Assessoria de Comunicação deve garantir que o tratamento dado às informações divulgadas e o nível de complexidade do discurso se adaptem ao universo do público a ser atingido. Também devem ser adotados formato, linguagem e abordagem mais adequados a cada conteúdo;

III - a Assessoria de Comunicação deve disponibilizar aos públicos informações assertivas e precisas, de forma clara e inspiradora; e

IV - a credibilidade: A informação pública, distribuída e disponibilizada por esse setor deve ser pertinente e credível para sustentar a relação de confiabilidade entre a instituição e seus diversos públicos.

DAS DIRETRIZES

Art. 5º As diretrizes da Política de Comunicação norteiam as práticas da comunicação institucional da FAPEG com seus públicos interno e externo.

Art. 6º Todas as ações de comunicação devem ser idealizadas, planejadas e executadas de forma a auxiliar a instituição no cumprimento de sua missão e atribuições.

Art. 7º A gestão da comunicação deve ser estratégica, focada em resultados e direcionada ao atendimento das metas essenciais da instituição.

Art. 8º Todos os processos de comunicação da Fundação devem ser guiados pela busca da qualidade, o que implica dispor de uma estrutura organizacional profissionalizada para atender às diretrizes propostas nesta Política.

Art. 9º As práticas e projetos de comunicação devem ser planejados e mensurados, sendo passíveis de monitoramento e análise de desempenho, de forma a municiar o gestor da área com ferramentas de gestão adequadas para a busca permanente por resultados.

Art. 10. Todos os servidores envolvidos com a comunicação devem primar seu trabalho pela ética profissional, direcionando suas atividades para facilitar à sociedade o direito às informações de relevância social e pública.

Art. 11. As ações e decisões da FAPEG, que são públicas, devem estar disponíveis, na sua integralidade, à sociedade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança das informações do Governo do Estado.

Art. 12. Todos os setores da Fundação devem responder aos questionamentos feitos pela Assessoria de Comunicação com agilidade e eficiência, de modo a permitir a publicação de matérias e respostas à imprensa em tempo hábil, viabilizando à sociedade o acesso aos dados requeridos.

Art. 13. É prerrogativa da Assessoria de Comunicação analisar e trabalhar as informações, adequando-as aos valores estabelecidos nesta Política de Comunicação, respeitando as normativas e a hierarquia da FAPEG, preocupando-se, antes de tudo, com o bem comum.

Art. 14. Toda e qualquer informação ou mensagem repassada à imprensa deverá ter fonte segura, de credibilidade e passível de checagem, sendo vedado à FAPEG divulgar dados sem base consistente.

Art. 15. O atendimento às demandas de imprensa deve ser sempre ágil, na velocidade que exige a dinâmica do jornalismo, num esforço do atendimento, na medida do possível, os prazos solicitados pela mídia, responsável por levar as informações à sociedade.

Parágrafo único. As demandas devem ser respondidas efetivamente, atendendo a todos os questionamentos feitos, justificando ao requerente, em tempo hábil, as eventuais impossibilidades de atendimento, numa postura estratégica que alia transparência e soluções.

Art. 16. A atuação da Assessoria de Comunicação deve ser integrada e organizada de forma a buscar o aumento do share of mind (fixação da imagem da instituição na mente das pessoas), com reconhecimento das ações da FAPEG e de sua atuação em benefício da sociedade. A redação deve primar, portanto, por ter como foco principal o nome da instituição e a importância da participação nos eventos e pautas para as quais for solicitada ou for proponente. Trata-se da não pessoalização das ações institucionais. Os gestores são peças-chaves da força da imagem institucional, mas a instituição-Estado deve ser o ponto focal.

Art. 17. A FAPEG deve fazer uso adequado das mídias on-line, utilizando o site, a intranet e as redes sociais, devendo possuir sistematização e um plano de atuação. As redes que, porventura, não tiverem frequência usual, devem ser excluídas. As redes usuais devem ter alimentação frequente, de acordo com as características técnicas de cada uma delas.

Art. 18. A Assessoria de Comunicação deve ampliar o diálogo com instituições que fazem trabalho integrado com a FAPEG, com o propósito de que a Fundação seja percebida como parceira na gestão correta dos recursos públicos e das políticas públicas de fomento à pesquisa científica e à inovação tecnológica.

Art. 19. A Assessoria de Comunicação deve priorizar, na produção de conteúdo, as deliberações e as atividades que importem em impacto social ou necessidade de dar conhecimento à sociedade.

Art. 20. A Assessoria de Comunicação deve observar, na produção de conteúdo para divulgação, a materialidade, relevância, risco e urgência das deliberações e das ações.

Art. 21. A FAPEG deve tratar de forma isonômica e respeitosa os diversos veículos e profissionais de comunicação, assim como aqueles que atuam de forma independente, se pautando pela ética e a moralidade, sem privilégios e pessoalidades.

Art. 22. A Assessoria de Comunicação deve criar mecanismos de ampliação do conhecimento interno, entre os servidores da Fundação, sobre as ações e o funcionamento da instituição, tendo o servidor como agentes de divulgação e multiplicadores capazes de esclarecimentos e respostas, dentro e fora, sobre a instituição que ele pertence. Cabe à Assessoria de Comunicação promover o conhecimento interno sobre os objetivos e a missão da FAPEG, assim como suas políticas e procedimentos.

Art. 23. São vedadas as seguintes práticas referentes à comunicação no âmbito da FAPEG:

I - ações de comunicação que agridam ou desrespeitem os direitos humanos e civis, ou que contenham mensagens preconceituosas ou discriminatórias; e

II - práticas de comunicação que deem espaço para o favorecimento pessoal de colaboradores, diretores ou parceiros. Nos textos sobre as pesquisas e produtos científicos resultantes de fomentos da FAPEG, a linha editorial institucional deverá se pautar pela importância da instituição e da participação da FAPEG nesses resultados científicos.

Art. 24. Para fins de comunicação, são considerados públicos da FAPEG:

I - externo: imprensa, pesquisadores, bolsistas, fornecedores, órgãos públicos e organizações e instituições parceiras; e

II - interno: diretores, gerentes, servidores, jovens aprendizes e funcionários de empresas terceirizadas.

CAPÍTULO II

COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS DOS LÍDERES

Art. 25. Cabe à alta gestão executiva da FAPEG (presidência, diretorias, setoriais e gerências):

I - garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que os servidores estejam devidamente informados sobre o que ocorre na FAPEG e estimulados a contribuir com a missão do órgão ao qual pertencem;

II - garantir que os servidores tenham abertura para apresentar suas opiniões em fóruns e reuniões;

III - garantir a confidencialidade das informações exclusivas aos fóruns deliberativos da FAPEG;

IV - garantir que as decisões tomadas em reuniões executivas sejam compartilhadas com a equipe;

V - dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam; e

VI - garantir um atendimento rápido às demandas da Assessoria de Comunicação, mesmo em horários e dias fora do expediente administrativo, considerando a urgência de respostas às solicitações dos veículos de comunicação.

DOS SERVIDORES

Art. 26. No seu dia a dia, os servidores atuam, dentro e fora da FAPEG, como agentes de divulgação. Cabe a eles conhecer os objetivos e a missão da autarquia, assim como suas políticas e procedimentos, que devem ser fornecidos já no processo de integração que se realiza logo após a posse nas funções que ocupam.

Art. 27. Os servidores, especialmente aqueles que ocupam funções da alta gestão, devem identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las à Assessoria de Comunicação.

DA GESTÃO DA MARCA

Art. 28. A marca é um dos ativos mais valiosos da FAPEG, sendo responsabilidade da Assessoria de Comunicação trabalhar pela preservação de sua credibilidade.

Art. 29. Cabe à Assessoria de Comunicação desenvolver estratégias para o uso e a aplicação da marca e de sua identidade visual nos materiais de comunicação, sejam eles institucionais ou de projetos.

Art. 30. Todas as demais áreas da FAPEG são corresponsáveis pela aplicação correta da marca da Fundação e devem seguir o manual de aplicação da logomarca, o qual deve estar disponibilizado no site FAPEG.

Art. 31. Cabe à Assessoria de Comunicação orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca da FAPEG em peças de comunicação, quer sejam produzidas internamente, por fornecedores ou por organizações parceiras.

Art. 32. Definir sempre, em processos de mudança, revitalização ou atualização da marca, por uma produção/criação com o objetivo de tornar clara a percepção da atuação da FAPEG por todos os públicos estratégicos. Assim, não deverão ser criadas novas marcas ou submarcas para projetos, ferramentas ou eventos da autarquia.

DAS FONTES E TEMAS ASSOCIADOS

Art. 33. Deve ser facilitado à Assessoria de Comunicação o reconhecimento e o acesso às fontes de notícias dentro da FAPEG. Fontes são portadores de informação, que podem ser pessoas, documentos ou materiais audiovisuais, e devem ser transparentes quanto à origem e ao conteúdo divulgado para ter credibilidade.

Art. 34. A partir do acesso de que trata o item VI do Art. 26, a Assessoria de Comunicação e a Presidência podem identificar os porta-vozes ou documentos mais adequados a cada tema trabalhado pela entidade, no atendimento às demandas da imprensa.

Art. 35. São porta-vozes da FAPEG: o presidente, os diretores, os gerentes e a chefia da Procuradoria Setorial, cada um no contexto técnico da sua especificidade de atuação.

Art. 36. Cabe ao presidente e às diretorias, preferencialmente, a abordagem midiática de temas estratégicos, de relevância ou de grande repercussão política.

Art. 37. Quem fala em nome da FAPEG não deve emitir opinião pessoal sobre os assuntos relativos à entidade. O porta-voz deve adotar, impreterivelmente, postura e discurso institucionais, em consonância com as diretrizes da gestão.

Art. 38. Opiniões e posicionamentos pessoais, especialmente os de natureza política, que não reflitam as posições oficiais da FAPEG não devem ser divulgados também pelo e-mail institucional da Fundação ou qualquer outra forma de atendimento ao público.

Art. 39. Os servidores da FAPEG não estão autorizados a representá-la nem a emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas que não sejam relacionadas com o seu trabalho na Fundação, a menos que previamente autorizados.

DO WEBSITE

Art. 40. O principal veículo de comunicação da FAPEG na internet é o site da instituição. Nele são divulgados as ações e o conhecimento gerado pela fundação, por meio de matérias jornalísticas, notas, fotos, apresentações e vídeos.

Art. 41. Cabe à Assessoria de Comunicação selecionar, produzir ou editar o material que será divulgado no site, sendo de sua responsabilidade a aprovação, quando necessária, com os autores e fontes de informação.

Art. 42. A divulgação das iniciativas da FAPEG será feita, preferencialmente, por meio do seu site.

Art. 43. A linguagem do site buscará clareza e completude das informações e deverá estar alinhada à identidade da Fundação.

DAS REDES SOCIAIS

Art. 44. A gestão do uso das redes sociais será de responsabilidade da Assessoria de Comunicação, que deverá indicar quais servidores terão permissão para administrar os perfis institucionais e acessos restritos às senhas.

Art. 45. Assim como nos demais meios de divulgação da FAPEG, nas redes sociais também não será tolerada nenhuma forma de opinião com conteúdos discriminatórios em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência, classe ou idade.

CAPÍTULO III

RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS E SECRETARIAS DE DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO

Art. 46. A Assessoria de Comunicação da FAPEG é, diretamente ligada à Comunicação Setorial da Secretaria de Estado de Desenvolvimento e Inovação (SEDI), e tecnicamente subordinada à Secretaria de Comunicação do Estado (SECOM), devendo, portanto, manter diálogo direto e rotineiro com os setores citados.

Art. 47. Todo material jornalístico produzido pela Assessoria de Comunicação para divulgação institucional deve ser enviado ao grupo de WhatsApp da SECOM, criado pela pasta pra o acompanhamento coletivo das produções das assessorias de comunicação de todos os órgãos do Estado.

Art. 48. A comunicação institucional da FAPEG deve estar em consonância com as diretrizes estipuladas pela SECOM para a comunicação do Governo do Estado.

Art. 49. É responsabilidade da Assessoria de Comunicação informar os projetos e as ações da FAPEG à SEDI e SECOM para elaboração, em conjunto, sempre que necessário, de estratégias de comunicação.

Art. 50. A Assessoria de Comunicação poderá contar com apoio e suporte técnico da SEDI e SECOM na criação e divulgação de material para veiculação das ações da FAPEG em site, redes sociais e outras mídias.

IMPrensa

Art. 51. O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade da FAPEG, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas.

Art. 52. O contato com os jornalistas deve ser feito, prioritariamente, pela Assessoria de Comunicação, que é a responsável pela divulgação das informações que a FAPEG quer publicar.

Art. 53. Nenhuma informação para os jornalistas poderá ser disseminada sem o aval da Assessoria de Comunicação.

Art. 54. Todos os porta-vozes da FAPEG, dentro da sua especialidade, devem estar preparados para estabelecer um relacionamento com a mídia, colocando-se como fonte de informação

sobre os temas trabalhados pela autarquia.

Art. 55. Caberá à Assessoria de Comunicação oferecer, sempre que necessário, o curso de mídia training para os porta-vozes da FAPEG.

Art. 56. Os pedidos de informação da imprensa que chegarem a outras áreas devem ser, impreterivelmente, encaminhados à Assessoria de Comunicação.

Art. 57. Para os veículos de projeção nacional, a prioridade de contato é com o presidente da FAPEG, seguido dos diretores, salvo em situações que a Assessoria de Comunicação verifique a necessidade de alterações.

Parágrafo único. Na impossibilidade de atendimento por uma dessas duas fontes, a solicitação deve ser atendida pela gerência especializada no tema em questão ou, em sua indisponibilidade, excepcionalmente, pelo chefe da Assessoria de Comunicação.

Art. 58. A Assessoria de Comunicação deve cultivar uma relação de proximidade e parceria com os veículos e profissionais de comunicação, atuando de forma estratégica, prezando pela transparência, cordialidade e eficiência.

Art. 59. Cabe à Assessoria de Comunicação apurar dados, adequar as informações para a linguagem jornalística e se responsabilizar pelos registros fotográficos e pelas imagens utilizadas nas publicações.

Art. 60. São atividades de relacionamento com a imprensa:

I - elaboração de releases e sugestões de pauta;

II - redação de matérias jornalísticas que atendam aos critérios de noticiabilidade;

III - estruturação do banco de fontes;

IV - produção de manuais para subsidiar os processos de produção de notícias pelos setores de comunicação; e

V - organização e/ou acompanhamento de entrevistas com a imprensa ou outros grupos, quando necessário. Recomenda-se que as fontes sejam capacitadas para o atendimento da mídia e que recebam orientações de mídia training.

Art. 61. A Assessoria de Comunicação deve estar preparada para reconhecer as oportunidades e atender as demandas de imprensa com deadline alinhado, promover a divulgação das ações da instituição, promover espaços de interação como eventos, visitas e publicações de materiais de interesse jornalístico, receber sugestões de produção de conteúdo e avaliar os canais e a linguagem adequados para a sua divulgação.

Art. 62. À Assessoria de Comunicação cabem ainda as atividades de monitoramento, mensuração e análise da mídia.

SEGUIDORES

Art. 63. O relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pela orientação cordial ao manifestante do encaminhamento, por ele mesmo, de sua demanda à Ouvidoria da FAPEG, para que pelo e-mail de atendimento institucional, ele obtenha de maneira esclarecedora a manifestação dele.

SERVIDORES

Art. 64. O relacionamento com o público interno deve estar baseado nos valores da ética, transparência e respeito, a fim de contribuir positivamente para o desenvolvimento pessoal e profissional e para o alcance dos objetivos e metas da instituição.

Art. 65. A comunicação interna, realizada em parceria com a área de recursos humanos da fundação, deve estimular a circulação de informações qualificadas, incentivar o comprometimento dos públicos com os objetivos institucionais, consolidar a cultura organizacional e favorecer a criação de um clima organizacional saudável e produtivo.

Art. 66. A relação da Assessoria de Comunicação com os servidores deve ser pautada pelo respeito, transparência e estímulo à participação.

Art. 67. Os servidores devem ser informados pela Assessoria de Comunicação, em primeira mão e dentro do possível, sobre os atos e decisões da administração que serão divulgados aos demais públicos.

Art. 68. A Assessoria de Comunicação deve compartilhar, nos canais de comunicação internos, especialmente os grupos de WhatsApp de servidores e grupos de trabalho, as informações que agregam conhecimento sobre as ações da FAPEG; novidades e conquistas de comitês internos; e o reconhecimento de conquistas pessoais dos servidores que fortaleçam a imagem institucional.

Art. 69. Os grupos de WhatsApp de servidores e grupos de trabalho, bem como o e-mail institucional de atendimento da Ouvidoria da FAPEG têm como finalidade informar as questões institucionais que dizem respeito à autarquia e não devem ser usados para endereçar questões pessoais.

Art. 70. À Diretoria de Gestão Integrada, Diretoria de Atendimento e Inovação Institucional, Diretoria Técnica, Diretoria de Operações, Comunicação Setorial e Assessoria de Controle Interno para conhecimento e cumprimento.

Art. 71. Esta portaria entra em vigor na data de sua assinatura.

Robson Domingos Vieira

Presidente



Documento assinado eletronicamente por **ROBSON DOMINGOS VIEIRA, Presidente**, em 15/07/2022, às 14:48, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1 informando o código verificador 000031850147 e o código CRC 246D0D68.

GABINETE DO PRESIDENTE

RUA DONA MARIA JOANA 150 Qd.F14 Lt.AREA, - Bairro SETOR SUL - GOIANIA - GO - CEP 74083-140 - .



Referência: Processo nº 202210267000493

SEI 000031850147