



CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DO ESTADO DO TOCANTINS  
QUARTEL DO COMANDO GERAL  
SECRETARIA GERAL

SUPLEMENTO AO BOLETIM GERAL nº 1248

Palmas-TO, 18 de junho de 2020.

**GABINETE DO COMANDO GERAL**

I – PORTARIA / TRANSCRIÇÃO

**Portaria nº 013/2020/SEGER, de 16 de junho de 2020.**

Aprova as Normas Gerais de comunicação no âmbito do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Tocantins e adota outras providências.

**O COMANDANTE GERAL DO CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DO ESTADO DO TOCANTINS**, nos termos do art. 4º, da Lei Complementar 45, de 3 de abril de 2006,

Resolve:

Art. 1º Aprovar as Normas Gerais de comunicação no âmbito do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Tocantins, na conformidade dos Anexos I e II a esta Portaria.

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

**REGINALDO LEANDRO DA SILVA – CEL QOBM**  
Comandante-Geral e Coordenador Estadual de Proteção e Defesa Civil

ANEXO I À PORTARIA Nº 013/2020/SEGER, de 16 de junho de 2020.

**NORMAS GERAIS DE COMUNICAÇÃO DO CBMTO**

**CAPÍTULO I**

**DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Art. 1º** A Assessoria de Comunicação Social do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Tocantins - ASCOM é a seção de assessoramento do Comando Geral da

Corporação nos assuntos relativos às estratégias de comunicação social, marketing e cerimonial de eventos, tendo como principais atribuições:

I - propiciar o estabelecimento de canais e de medidas com vistas à promoção e ao aperfeiçoamento do relacionamento entre a Corporação e os públicos interno e externo;

II - buscar condições favoráveis à manutenção da imagem da Instituição como referência nacional, pela excelência na prestação de serviços de bombeiros e estabelecer ações proativas para enfrentamento de fatores de crise;

III - padronizar procedimentos em eventos, ações e documentos que envolvam atividades de comunicação social, conforme diretrizes do Comando Geral;

IV - convidar para eventos e solenidades as autoridades, empresas e órgãos indicados pelo Comando Geral, sendo que em eventos e solenidades no interior do Estado, a incumbência fica a cargo do comandante da unidade promotora;

V - coordenar o tráfego das informações e matérias, edição e publicação de notícias no portal da Corporação na internet e nas mídias corporativas;

VI - encaminhar ao órgão de Comunicação Social do Governo do Estado relatórios e notas solicitadas;

VII - agendar e distribuir entrevistas às unidades da Região Metropolitana de Palmas, sendo que no interior do Estado, esta atribuição fica a cargo do comandante da respectiva unidade;

VIII - divulgar operações e eventos organizacionais, ações e projetos da Corporação nos âmbitos interno e externo;

IX - monitorar matérias, informações, fatos noticiosos, fake news e notícias que possam atingir a imagem da Corporação, adotando medidas imediatas que possam mitigar possíveis resultados negativos;

X - assessorar o porta-voz indicado nas demandas institucionais;

XI - promover a boa imagem da Corporação por meio de campanhas publicitárias e ações de marketing;

XII - assessorar o comando nas questões relativas à imprensa, tais como entrevistas, notas, relatórios de comunicação, planos e projetos institucionais de marketing;

XIII - assessorar os representantes da comunicação social nas unidades do interior, a fim de uniformizar comportamentos na coleta, elaboração e divulgação de dados e informações de interesse do público interno e externo.

## **CAPÍTULO II**

### **DA PRODUÇÃO DA MATÉRIA**

#### **Seção I**

##### **Do texto**

**Art. 2º** São responsáveis por alimentar as mídias institucionais a Assessoria de Comunicação e os Comandantes de Unidades e Subunidades da Corporação.

**Art. 3º** As matérias de relevância institucional e que exijam maior disseminação, deverão ser encaminhadas para a Assessoria de Comunicação, por e-mail ou WhatsApp e serão por esta publicadas, após análise prévia do Comando Geral.

**Art. 4º** As informações a serem encaminhadas para a ASCOM a fim de serem publicadas, devem ser enviadas nas seguintes condições:

I - em um curto espaço de tempo, preferencialmente nos primeiros 30 minutos que sucedem ao desencadeamento das ações, por ser a notícia “pericível”;

II - com título do texto, constando o nome da OBM e do município;

III - devem os textos ter interesse institucional e oportunidade de divulgação;

IV - os assuntos semelhantes devem ser agrupados em única matéria (exemplo: todas as visitas que a OBM recebeu no mês ou ocorrências da mesma natureza em curto espaço de tempo);

V - deve a mensagem conter o maior número de informações relevantes possíveis, o que aumenta a possibilidade de divulgação nos canais de comunicação.

**Art. 5º** Os textos publicados nos canais de comunicação devem ser bem redigidos, editados e revisados, obedecendo às particularidades de cada canal e atendendo, prioritariamente, ao formato da linguagem jornalística - lead.

**Parágrafo único.** Em jornalismo, lead é a primeira parte de uma notícia, visando fornecer ao leitor as informações básicas sobre o tema e prender-lhe o interesse.

**Art. 6º** As informações encaminhadas às ASCOM sob o formato de lead, a fim de informar qual é o fato noticiado e as principais circunstâncias em que ele ocorre, devem, sempre que possível, responder às seguintes questões básicas:

I - O quê?;

II - Quem?;

III - Quando?;

IV - Onde?;

V - Como?;

VI - Por quê?/ Para quê?;

VII - Quantos?

**Art. 7º** As matérias publicadas são responsabilidade da autoridade que autorizou a postagem, que procederá à análise do texto, a fim de não comprometer a imagem e a segurança da Corporação e do Estado.

**Parágrafo único.** Antes da inserção da matéria nas mídias, recomenda-se que seja o texto revisto por pelo menos duas pessoas.

## **Seção II**

### **Das imagens e vídeos**

**Art. 8º** As notícias enviadas devem estar, preferencialmente, acompanhadas de arquivos digitais do tipo fotografia ou vídeo.

**Art. 9º** As imagens e os vídeos devem:

I - possuir boa resolução;

II - estar preferencialmente no formato paisagem (horizontal), compatível com a maioria das mídias;

III - ser coerentes com o texto;

III - colaborar para a divulgação do trabalho do CBMTO.

**Parágrafo único.** É importante ter senso de oportunidade, buscando captar na foto, além do cenário do evento, a equipe que fez o trabalho, viaturas e equipamentos do CBMTO e, no caso de vídeos, as saídas dadas ao caso.

**Art. 10.** Fotografias ou vídeos que exponham vítimas de ocorrências não devem ser publicados.

§1º É responsabilidade de quem produz as imagens zelar pela privacidade das pessoas envolvidas.

§2º O foco principal dos registros é sempre a ação do CBMTO durante a ocorrência ou evento, voltando-se a publicação para a equipe que atuou e para o local da ocorrência.

**Art. 11.** Os integrantes do CBMTO são vedados de divulgar fotografias ou vídeos de vítimas em quaisquer situações, inclusive em fóruns e redes sociais na internet.

**Parágrafo único.** Em casos especiais de salvamento, eventos e ações positivas, será possível publicar imagens de pessoas nos canais de comunicação da Corporação, desde que não cause constrangimento aos envolvidos.

**Art. 12.** Não serão publicadas matérias enviadas nas seguintes condições:

I - relatando atividades corriqueiras da OBM, de pouca atração para o leitor;

II - atividades sociais com caráter de promoção exclusivamente pessoal;

III - fotografias com resolução muito baixa;

IV - fotografias inseridas em arquivos dos programas Microsoft Word, PowerPoint ou similares;

V - fotografias com militares mal uniformizados, desequipados ou com postura inadequada.

## CAPÍTULO III

### DAS ORIENTAÇÕES GERAIS PARA COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA

**Art. 13.** A concessão de entrevistas no Corpo de Bombeiros Militar deverá obedecer aos seguintes critérios:

I - para os assuntos de grande abrangência e repercussão, as entrevistas serão concedidas por porta-voz designado pelo Comandante Geral ou Chefe de Estado Maior da Corporação;

II - em situações que se revestirem de característica técnica específica ou com repercussão limitada à região onde ocorreu, serão concedidas pelo Comandante da respectiva Unidade ou pelo Chefe da Seção pertinente ao assunto, ou ainda, por representante por estes designado;

III - nas situações rotineiras, tais como ocorrências, poderão ser concedidas por qualquer bombeiro militar designado, sob a coordenação e orientação do Assessor de Comunicação Social ou Comandante da Unidade, devendo ater-se exclusivamente a aspectos técnicos e profissionais da área abordada.

**Parágrafo único.** Em casos excepcionais, em que seja impossível a comunicação com autoridade superior, fica o bombeiro militar mais antigo autorizado a conceder a entrevista ou designar militar que o faça, restringindo-se aos aspectos técnicos do fato objeto da informação, sem quaisquer comentários adicionais, principalmente opinião pessoal.

**Art. 14.** No tratamento com a imprensa os representantes da Corporação devem atentar-se às seguintes orientações:

I - para qualquer situação, tratar a imprensa de forma respeitosa, evitando tratamentos ásperos ou indelicados e buscando demonstrar transparência e interesse na prestação das informações;

II - não se esquivar de responder a algum questionamento, mesmo que seja para dizer que não há informações sobre o assunto, sendo que na dúvida, deve-se solicitar assessoria junto à ASCOM;

III - em todas as formas de comunicação com a imprensa, o militar deve primar pelo destaque do nome da Corporação.

**Art. 15.** Os planos de operação e ordens de serviço emanados para execução de atividades técnicas e operacionais deverão conter orientações claras sobre o comportamento do militar em relação à divulgação e contato com a imprensa.

## CAPÍTULO IV

### DAS MÍDIAS INSTITUCIONAIS

#### Seção I

#### Mídias institucionais existentes no âmbito do CBMTO

**Art. 16.** O Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Tocantins tem como formas de comunicação entre a Corporação e seus públicos interno e externo as seguintes mídias institucionais:

- I - sítio da Instituição;
- II - páginas do Facebook;
- III - perfis no Instagram;
- IV - grupos no WhatsApp;
- V - canal no Youtube;
- VI - perfil no Twitter.

## **Seção II**

### **Características das mídias institucionais e seus públicos**

**Art. 17.** São características e públicos das mídias institucionais adotadas pelo CBMTO:

I - Sítio institucional: é o endereço da organização na web. É um espaço exclusivo na internet, que insere a Corporação no universo digital, disponibilizando informações sobre a instituição aos públicos interno e externo. Geralmente, é o primeiro canal que o público procura para se informar sobre a organização. Por isso, o sítio institucional deve apresentar uma seção “sobre nós”, contendo a missão, visão e valores da Corporação, suas ações sociais e projetos, além de contar sua história e transmitir sua cultura;

II - Facebook: mídia social com foco no relacionamento interpessoal, em que o público pode ser segmentado por meio da criação de grupos específicos. Pode ser utilizada para dar amplo conhecimento das atividades desenvolvidas pelas Organizações Bombeiro Militares, bem como para agregar valores sociais à instituição;

III - Instagram: mídia social com foco em imagens e vídeos curtos, podendo ser utilizada para a divulgação das atividades operacionais e sociais do CBMTO. Possui interação social restrita, o que reduz o alcance total;

IV - WhatsApp: é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos em PDF e outros formatos, além de fazer ligações grátis por meio de uma conexão com a internet. Na prática, o melhor meio de dar publicidade das ações institucionais e ainda a melhor interação com o público interno do CBMTO, com feedback;

V - Youtube - considerado um dos maiores canais de distribuição de vídeos do mundo. Ideal para publicação de vídeos educativos e institucionais.

## **Seção III**

### **Criação das mídias institucionais**

**Art. 18.** A escolha das mídias institucionais a serem operadas depende do objetivo, da disponibilidade contínua de conteúdo e de pessoal responsável.

**Art. 19.** O Corpo de Bombeiros Militar contará com apenas um sítio e um twitter oficiais, não se incluindo nessa disposição a Defesa Civil, que poderá adotar todas as mídias institucionais.

**Parágrafo único.** As Organizações Bombeiros Militares podem criar mídias institucionais, conforme o quadro constante no Anexo II a esta Portaria, após autorização da Assessoria de Comunicação do CBMTO, que avaliará os interesses e necessidades institucionais envolvidos.

**Art. 20.** As fotos de capa ou perfil da mídia institucional deverão ser submetidas à aprovação da Assessoria de Comunicação.

**Art. 21.** As OBMs autorizadas a criar contas nas mídias sociais, deverão, sempre que possível, adotar o mesmo nome em todas as redes sociais.

**Art. 22.** Deve-se a seguinte padronização para o nome do perfil:

I - nome da mídia social;

II - o nome “Unidade/CBMTO ou Sigla da Unidade/CBMTO”;

III - a localidade da unidade ou seção.

**Art. 23.** As OBMs que já possuem contas em mídias sociais, em desacordo com a padronização supracitada, deverão adequar seus perfis na conformidade desta Portaria.

**Parágrafo único.** Na impossibilidade da criação ou alteração de perfis utilizando a padronização constante nesta Portaria, a OBM interessada deverá contatar a ASCOM para a uniformização.

## **Seção IV**

### **Dos perfis**

#### **Subseção I**

##### **Dos perfis institucionais nas mídias**

**Art. 24.** Os perfis institucionais das OBMs somente estão autorizados a realizar o compartilhamento de postagens de interesse institucional e oriundas de fontes que tenham idoneidade e credibilidade.

**Art. 25.** Fica vedado compartilhar ou seguir publicações de perfis pessoais no âmbito das mídias institucionais do CBMTO, bem como engajar-se em interações de cunho político.

**Art. 26.** As OBMs deverão priorizar em suas publicações assuntos referentes às suas próprias atividades-fim e assuntos institucionais de interesse público, de caráter informativo ou educativo.

#### **Subseção II**

##### **Dos perfis pessoais nas mídias**

**Art. 27.** A criação de perfis pessoais é de livre arbítrio, sendo o criador do perfil responsável por todas as suas interações digitais, observando-se fielmente o prescrito no Estatuto dos Militares e no Regulamento Disciplinar dos Militares do Estado do Tocantins, além do ordenamento jurídico vigente.

## **CAPÍTULO V**

### **DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**Art. 28.** As unidades do Corpo de Bombeiros Militar deverão informar oficialmente à ASCOM, no prazo de 5 dias, a contar da publicação desta Portaria, a listagem das mídias institucionais existentes e seus respectivos endereços, para efeito de controle e padronização.

**Art. 29.** Os casos omissos nesta norma deverão ser reportados à ASCOM e solucionados pelo Comandante Geral.

ANEXO II À PORTARIA Nº 013/2020/SEGER, de 16 de junho de 2020.

### **DAS MÍDIAS INSTITUCIONAIS PERMITIDAS**

ESCALÃO	SITE	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE	FACEBOOK	WHATSAPP
CBMTO (ÓRGÃO)	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Defesa Civil	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Unidade de Ensino	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM
Unidades Independentes	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM
Unidades Incorporadas ou Destacadas	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM

### **DIRETORIA DE APOIO LOGÍSTICO E PATRIMÔNIO**

#### **I – TERMO DE RECEBIMENTO / TRANSCRIÇÃO**

Aos 14 dias do mês de junho de 2019, às 9h00, em cumprimento a determinação do Comandante Geral do Corpo de Bombeiros Militar do Tocantins - CBMTO, CEL QOBM REGINALDO LEANDRO DA SILVA, reuniram-se no Quartel do Comando Geral do CBMTO, sob a presidência do TC QOBM/E ANDRÉ CARVALHO DE ARAÚJO – mat. 532827/6, o MAJ QOBM DONALDO LOURINHO DE OLIVEIRA – mat. 839477/1, 2º SGT QPBM CHARLES MENDES DE SANTANA – mat. 1032380/1 e o 2º SGT QPBM MARCELO OLIVEIRA ALBUQUERQUE – mat. 61806/1, servidores efetivos, designados pela Portaria nº 003/2019/DIALP, de 12 de junho de 2019, publicada no DOE nº 5380, de 17 de junho de 2019, para, nos termos da CLÁUSULA QUINTA, § 2º do TERMO DE DOAÇÃO Nº 62/2019, de 11 de junho de 2019, celebrado entre a União, por intermédio do Ministério da Justiça, representado pela Secretaria Nacional de Segurança Pública e o Estado do Tocantins, representado pelo Corpo de Bombeiros Militar, receber definitivamente os veículos abaixo relacionados, objetos do ANEXO I do referido Termo de Doação, publicado no DOU nº 117, Seção 3, ISSN 1677-7069 de 19 de junho de 2019.