



Secretaria de Comunicação
Telefone: 3613-7558 / 7559
e-mail: imprensa@tce.mt.gov.br

Anexo Único

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

**Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso
(TCE-MT)**

Índice

Justificativa	3
Parte 1	5
Diagnóstico da Comunicação Social no	5
Tribunal de Contas do Estado.....	5
1.1. A Instituição	5
1.2. Tribunal Moderno e Inovador.....	7
1.3. Comunicação Social do TCE-MT.....	9
Parte 2	11
Valores, Diretrizes de Ação,	11
Públicos de Interesse e Planejamento Estratégico	11
2.1. A Comunicação do Tribunal de Contas do Estado: Um Resgate Histórico.....	11
2.2. Valores Essenciais para a Comunicação do Tribunal de Contas do Estado	14
2.3. Missão e Visão da Comunicação	17
2.4. Diretrizes da Política	18
2.5. PÚblicos de Interesse.....	20
2.6. Objetivos Estratégicos.....	22
2.7. Planejamento de Comunicação, Metas e Indicadores de Controle.....	24
2.8. Hierarquia da Informação.....	25
Parte 3	27
Ações e Estratégias	27
3.1. Estrutura Organizacional.....	27
3.2. Da Natureza dos Cargos.....	28
3.3. Ações e Práticas.....	31
3.4. Orçamento.....	37



Justificativa

A Política de Comunicação do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso (TCE-MT) visa definir e nortear as ações de Comunicação Social da instituição. Nela estão expressos valores essenciais, diretrizes de ação e estratégias que guiarão as atividades em questão.

Este documento, aprovado e validado pelo Tribunal Pleno, dá suporte ao Plano Estratégico 2012-2017 e é o instrumento normativo de todas as ações de Comunicação.

Sua construção teve caráter coletivo em 2009. Representantes de diversos segmentos dentro do Tribunal de Contas do Estado foram ouvidos em entrevistas em profundidade, pela Dialog Assessoria e Comunicação, para contribuir com sugestões e críticas sobre a comunicação que vinha sendo feita na instituição – e, o mais importante: apresentando demandas e mostrando seus pontos de vista sobre o tema.

Em 2013 uma atualização, realizada pela Secretaria de Comunicação, foi necessária, pois o Tribunal de Contas adotou um novo Plano Estratégico de Longo Prazo 2012-2017, mudou sua identidade organizacional e deu nova estrutura a comunicação social que passou a ser uma secretaria munida de quatro coordenadorias: Coordenadoria de Imprensa, Coordenadoria da TV Contas e Outras Mídias; Coordenadoria de Publicidade; e Coordenadoria da Editora do TCE-MT. Além disso, entrou em vigor em 2012 a Lei nº 12.537/2011, Lei de Acesso a Informação (LAI), que oficializou e estabeleceu normas aos órgãos públicos para a prática do atendimento ao cidadão que solicita informação, direito previsto na Constituição Federal.

O foco principal da Política de Comunicação é permitir que o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso atinja sua missão institucional, contribuído para a transparência das ações e o cumprimento da LAI.

Este documento está dividido em três blocos:

- Parte 1:** Diagnóstico da Comunicação Social no Tribunal de Contas do Estado – situa o papel da estrutura no momento atual da instituição;
- Parte 2:** Valores, Diretrizes, Públicos de Interesse e Objetivos Estratégicos – apresenta os focos essenciais da Comunicação Social na instituição, a partir da análise de valores, diretrizes, públicos alvo e objetivos a serem buscados;
- Parte 3:** Ações e Estratégias – detalha a proposta de estrutura da área e as principais competências da comunicação.

Parte 1

Diagnóstico da Comunicação Social no Tribunal de Contas do Estado

1.1. A INSTITUIÇÃO

O Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso é a instituição pública mato-grossense de controle externo que fiscaliza a aplicação correta e legal dos recursos públicos. Sua atuação engloba mais de 500 órgãos públicos municipais e estaduais – o corpo de fiscalizados.

Sobre eles, o TCE-MT acompanha e fiscaliza as despesas públicas, visando garantir sempre a correta aplicação dos recursos públicos. Ao mesmo tempo em que atua como fiscalizador, o TCE-MT realiza uma série de ações preventivas, com o objetivo de auxiliar e orientar os fiscalizados a bem executar seu papel como gestores públicos.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MATO GROSSO	
NEGÓCIO	<i>Controle externo</i>
MISSÃO	<i>Garantir o controle externo da gestão dos recursos públicos, mediante orientação, fiscalização e avaliação de resultados, contribuindo para a qualidade e a efetividade dos serviços, no interesse da sociedade.</i>

VISÃO	<i>Ser reconhecido pela sociedade como instituição essencial e de referência no controle externo da gestão dos recursos públicos.</i>	
VALORES	1. Compromisso	<i>Garantir técnica, coerência e justiça nas decisões do controle externo.</i>
	2. Ética	<i>Agir conforme os princípios da legalidade, moralidade e imparcialidade.</i>
	3. Transparência	<i>Dar publicidade e clareza aos atos do controle externo.</i>
	4. Qualidade	<i>Assegurar a eficiência, a eficácia e a efetividade do controle externo.</i>
	5. Agilidade	<i>Atuar com celeridade nas ações de controle externo.</i>
	6. Inovação	<i>Promover soluções inovadoras.</i>

1.2. TRIBUNAL MODERNO E INOVADOR

Com 60 anos, o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso vivencia um momento de fortalecimento de seu papel social. Após a modernização ocorrida em sua estrutura, rotinas e procedimentos, a relação com a sociedade se aprimorou.

Por um lado, deve-se observar e considerar o processo de amadurecimento dos aparatos democráticos e de transparência, em todo o País. Como exemplo, podemos citar a Lei de Responsabilidade Fiscal e a lei de Acesso a Informação, como também o acesso e o controle da gestão pública via internet. Todos contribuem para a edificação de um novo cenário em torno do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – em que o foco principal é a sociedade, a razão de ser do serviço público.

Esse novo cenário criou, por outro lado, uma demanda por informações sobre as administrações públicas muito maior do que a existente até então. Hoje, imprensa e cidadãos pesquisam por conta própria como se utiliza o uso do recurso público, e aqui o papel do Tribunal de Contas do Estado se expande de forma potencial.

A conjunção desses fatores acarretou um processo de abertura e busca pela transparência que já vem sendo vivenciado pelo Tribunal de Contas do Estado mas agora com maior demanda. Paulatinamente, a importância de sua imagem pública perante a sociedade tornou-se foco estratégico, e uma reordenação de metas e ações ocorreu visando fortalecer a importância social do controle externo.

Reiterando esse posicionamento, há as últimas pesquisas sobre a imagem do Tribunal de Contas do Estado junto à população, que indicam tanto um aumento no grau de conhecimento da instituição quanto uma melhor compreensão sobre seu papel social.

A relação com importantes grupos sociais como a imprensa e os fiscalizados também foi fortalecida. Jornalistas e formadores de opinião são presença constante no Tribunal de Contas do Estado, tendo direito e acesso fácil e rápido às informações de relevância social. Já os fiscalizados vêm sendo

atendidos a partir do investimento em ferramentas e soluções de auditoria e controle mais seguras, tecnologicamente modernas e eficientes.

Com 60 anos de história, comemorado com extensa programação no final de outubro de 2013 o TCE-MT vem promovendo o aperfeiçoamento das atividades de auditoria, fiscalização e julgamento da gestão dos recursos públicos com fidelidade no cumprimento de prazos, foco na relevância e nos resultados das políticas públicas.

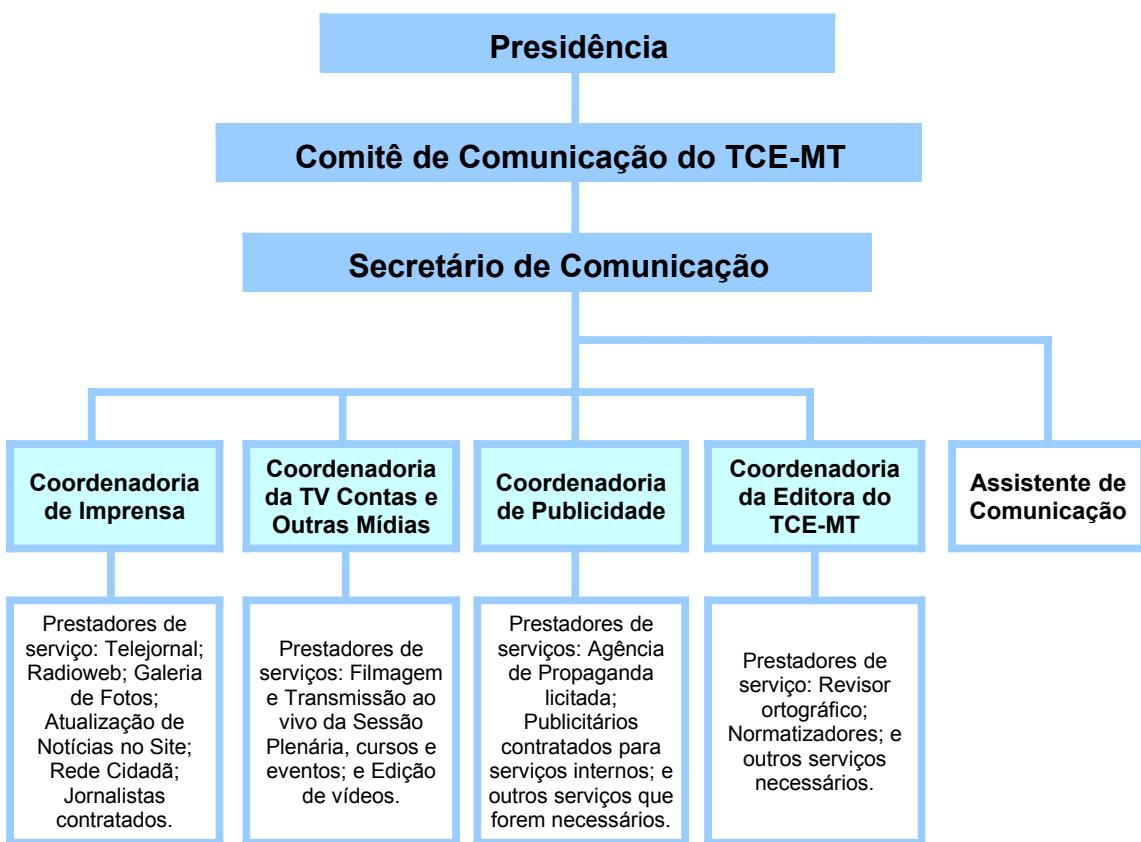
Pautado no cumprimento de metas do Planejamento Estratégico 2012-2017, o Tribunal de Contas promoveu inovações desde 2012, com a implantação do Programa de Desenvolvimento Institucional Integrado (PDI) com foco na melhoria da qualidade da gestão e dos gastos das instituições públicas. Assim, o papel da comunicação do TCE-MT é dar visibilidade a este processo que utiliza as ferramentas do próprio TCE-MT como o Plano Estratégico e novas tecnologias para orientar os gestores públicos e a sociedade na busca da qualidade dos serviços públicos.

1.3. COMUNICAÇÃO SOCIAL DO TCE-MT

As práticas e rotinas de comunicação social do Tribunal de Contas do Estado são de responsabilidade da Secretaria de Comunicação Social, estabelecida originalmente em 2000 como Departamento de Comunicação Social.

Sua estrutura passou por mudanças organizacionais em 2005, tornando-se Assessoria, em 2008 com nova estrutura funcional e, em 2013, foi legalmente estruturada, por meio da Resolução Normativa nº 10/2013, que estabeleceu o funcionamento hierárquico e o trâmite de trabalhos.

A atual composição consta no organograma oficial da instituição, com exceção do assistente de comunicação, função informal cumprida por um servidor fornecido pela Presidência. Ficando assim, a proposta abaixo:



A adoção do Portal do TCE-MT como meio de comunicação aglutinador das atividades da instituição conferiu agilidade e transparência aos processos, potencializando a imagem de um órgão aberto à participação da sociedade. Se há um marco na história da atividade comunicacional do órgão, pode ser perfeitamente traduzido na modernização do site – principalmente com a transmissão ao vivo das Sessões Plenárias.

Na análise histórica, muitos avanços foram obtidos desde a criação do Departamento de Comunicação até os dias de hoje. Processos foram profissionalizados e novas ferramentas adotadas. O atendimento à imprensa foi não apenas estabelecido¹, como aperfeiçoado. Os veículos de comunicação se multiplicaram, como forma de se atingir a todos os públicos de interesse. Hoje o rol de canais inclui televisão e rádioweb, tanto no Portal do TCE-MT, quanto na *intranet*.

¹ Conforme entrevista oral com a jornalista Alice Matos, assessora de imprensa do Tribunal de Contas do Estado desde 2000, inicialmente o acesso da Casa aos jornalistas era restrito a eventos de grande relevo, como a posse de novos Conselheiros.

Parte 2

Valores, Diretrizes de Ação, Públicos de Interesse e Planejamento Estratégico

2.1. A COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO: UM RESGATE HISTÓRICO

A Secretaria de Comunicação Social (Secom), desde sua criação em 2000 como Departamento de Comunicação Social, tem a responsabilidade de disseminar as informações de forma continua e sistemática a toda força de trabalho, às partes interessadas e à sociedade em geral. Sua natureza, no entanto, era muito díspar da essência atual. Os processos eram artesanais, e as respostas, reativas. O foco era personalizado – e era praxe centrar as comunicações na figura do conselheiro presidente.

Nessa época, o acesso à informação era difícil, e poucas ferramentas de comunicação eram viabilizadas: *clipping* jornalístico, boletim interno e atendimento à imprensa (como num primeiro estágio do trabalho propriamente dito de Assessoria de Imprensa).

Um grande salto ocorreu com a implementação do Plano Estratégico de Longo Prazo, 2005-2011, que deu novo horizonte a divulgação das ações do TCE-MT, vistas agora como vital para a tomada de consciência, pois é imprescindível informar ao cidadão para que o Tribunal seja reconhecido pela sociedade. Para isso, ao longo desses anos, a Secom criou e implantou produtos com a cooperação de setores estratégicos, a exemplo da Secretaria

de Tecnologia da Informação (STI), para transformar a produção técnica do TCE-MT em notícia e informação útil à sociedade.

A grande mudança ocorreu com o advento das novas tecnologias da comunicação – especialmente a *internet* e a produção televisiva para dentro do órgão. A instantaneidade da *web* fez crescer a demanda pelo acompanhamento direto e em *real time* dos julgamentos e das Sessões Plenárias, o que culminou, em 2003, com a criação do programa de televisão Tribunal em Contas, apresentado em circuito fechado via TV Assembléia.

O volume de trabalho dobra nesse momento, embora a equipe tenha permanecido enxuta. Outro entrave era o ainda restrito acesso dos próprios jornalistas do Tribunal de Contas do Estado às decisões e seus relatórios – o que atrasava a divulgação. A linguagem adotada por técnicos, auditores e conselheiros ainda era muito técnica, e a falta de padronização dos relatórios dificulta ainda mais o trabalho de decodificação da comunicação.

Em 2006 que a dinâmica interna da comunicação começou a mudar. A orientação passou a ser a divulgação das decisões tomadas – ainda com o filtro de conteúdos “estratégicos” ou “não estratégicos”. Começa então a surgir entre a direção da instituição a preocupação em comunicar tudo o que fosse possível, como que num movimento de prestar contas e buscar a transparência nas ações.

Neste momento, a produção de conteúdos sobre as ações do Tribunal de Contas do Estado se multiplica consideravelmente – mas nem todos os produtos dispunham da regularidade necessária. Assim, surgiram iniciativas como publicação de revistas, Balanço de Gestão e muitos relatórios ou cartilhas técnicas. O *site*, já existente, passava por atualizações conforme as

melhorias de tecnologia da informação surgiam e possibilitavam melhores formas de navegação.

Em 2008, os produtos de comunicação começaram a ser sistematizados: houve um aumento no quadro de profissionais e prazos para veiculação. Algumas ferramentas foram substituídas e o epicentro das ações passou a girar em torno do Portal da instituição. Por uma razão simples: é o produto que mais conferem transparência ao trabalho do TCE-MT – afinal, toda a sociedade pode acompanhar pela *internet* o andamento ao vivo das sessões plenárias, sem cortes ou edição².

O ápice deste trabalho ocorreu em 2009, quando o Tribunal aprovou sua Política de Comunicação e consolidou o Comitê de Comunicação, Resolução Normativa do TCE-MT nº 05/2009.

Em 2010 e 2011 o Portal se consolidou como principal canal de comunicação com a sociedade, fiscalizado e servidores, pois, além de modernizar o Espaço do Cidadão, foram criados o Espaço do Jurisdicionado (atual Espaço do Fiscalizado) e o Espaço do Controle Externo.

Em 2012, novas tecnologias de tecnologia da informação foram acrescentadas ao Portal entre elas, destacam-se principalmente, a versão para dispositivos móveis (*tablets* e *smartphones*). O portal passou a ser uma central de consultas, serviços, cursos e ferramentas que passaram a facilitar a rotina dos fiscalizados, servidores e da sociedade com a implantação de sistemas como Ensino à Distância para a Gestão Pública (EAD), Auditoria Informatizada de Contas Anuais de Governo, Gerenciamento do Planejamento Estratégico

² Deve-se destacar aqui a articulação entre o Tribunal de Contas do Estado e a Assembléia Legislativa para garantir a transmissão ao vivo das sessões plenárias nas manhãs de terças-feiras. A articulação resultou na assinatura de um protocolo que reservava ao Tribunal a agenda para a transmissão ao vivo e sem cortes via TV Assembléia. Outra decisão política que propiciou esse novo momento na Comunicação foi o fato de que a Assessoria Especial de Comunicação passou a responder diretamente pela gestão do portal institucional.

(GPE), Geo-Obras, Sistema de Gerenciamento de Prazos (SGP), Plenário Virtual, Diário Oficial de Contas (DOC), estes certificados pelo ISO 9001 além do Índice IGF, SIC/Portal Transparência, Sistema Push e Central da Copa.

2.2. VALORES ESSENCIAIS PARA A COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO

Mediante entrevistas em profundidade realizadas nos meses de abril e maio de 2009 com técnicos, servidores e conselheiros do TCE-MT³, foi buscada a identificação dos valores essenciais para se pautar o trabalho da comunicação social.

De forma geral, os seis valores definidos para a instituição foram considerados apropriados, com destaque para **Ética** – vista aqui tanto como a referência para se manter a acuidade das informações, como para pautar as relações interinstitucionais. Junto à ética, são associados conceitos complementares como verdade (nas informações, nas intenções de se comunicar) e respeito (aos interlocutores, aos jornalistas, aos fiscalizados, aos servidores, à sociedade).

Outro valor que podemos considerar essencial para a comunicação é **Qualidade**, entendida como a busca por informações qualificadas e checadas e pelo cuidado com sua transmissão – o que inclui preocupações que vão da linguagem empregada (que deve ser acessível, simples e objetiva) até o formato do meio de comunicação mais adequado. Associados à qualidade, são

³ A metodologia adotada integra as diversas ferramentas de Auditoria de Comunicação Organizacional, conforme Margarida M. K. Kunsch; e consiste na aplicação de um roteiro ou tópico-guia que norteia as entrevistas com agentes estratégicos da instituição. Os roteiros aplicados neste trabalho são reproduzidos no Anexo 1. As entrevistas incluirão a análise de valores, conceitos e práticas comunicacionais adotadas hoje pela instituição.

citados conceitos como Profissionalismo e Qualificação, indicando o consenso de se dispor de equipe devidamente capacitada para exercer as funções exigidas na comunicação, e em permanente treinamento.

Transparência e Agilidade foram os outros valores de maior destaque na análise com os entrevistados. **Transparência** é citada sempre no sentido de se garantir que o trabalho do Tribunal de Contas do Estado possa ser conhecido, acessado e monitorado de forma similar por toda a sociedade, sem filtros de informação ou edição de conteúdos. Já **Agilidade** surge motivada principalmente pelo poder das mídias recentes, em especial a internet, que permite o acesso instantâneo a informações, além de reduzir as distâncias entre a instituição e seus públicos de interesse.

Assim, temos o seguinte quadro de valores para a comunicação:

Ética

As práticas de comunicação social no Tribunal de Contas do Estado devem ser pautadas pela ética – seja na captação e produção de conteúdos, seja no relacionamento com os públicos interno e externo. O foco atenderá sempre a necessidade de se expor para a sociedade a função social do órgão e os retornos que derivam de seu trabalho. Isso significa oportunizar o direito de acesso às informações de relevância social e pública aos agentes sociais interessados, bem como manter-se disponível para as demandas da sociedade – buscando evitar a incidência de interferências externas contrárias ao preceito da ética.

Qualidade

Todos os processos de comunicação no Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso são e devem ser guiados pela busca incessante por qualidade – o que implica dispor de um quadro funcional profissionalizado e capacitado, devidamente qualificado para atender as demandas dos diversos públicos de interesse. A busca por qualidade significa ainda caracterizar de forma estratégica cada ação de comunicação nos critérios de eficiência, eficácia e resultados, atendendo de forma satisfatória todas as malhas de relacionamento existentes – e adequando linguagens e formatos quando necessário.

Transparência

A comunicação social do Tribunal de Contas do Estado objetiva sempre ser transparente em suas práticas, de forma a garantir uma relação dialógica plena entre sociedade e a instituição. Esse foco implica na escolha eficiente dos canais de comunicação mais indicados para cada objetivo e no compromisso de se estabelecer linguagens adequadas a cada público. A abertura para a sociedade deve ser meta em todas as práticas, complementando assim a busca pela ética na comunicação.

Agilidade

Dar respostas rápidas e atuar de forma pró-ativa, a antecipar possíveis demandas ou solicitações da sociedade são características associadas à prática da comunicação social no Tribunal de Contas do Estado. O acompanhamento das novas tecnologias da comunicação faz parte das estratégias de comunicação, visando adequar quando necessário as rotinas da Instituição a novos hábitos e formas de se relacionar com seus públicos de interesse.

2.3. MISSÃO E VISÃO DA COMUNICAÇÃO

A partir da identificação e análise dos valores a guiarem a comunicação do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, foi possível construir os primeiros indícios para a formulação da Missão e da Visão da área.

MISSÃO DA COMUNICAÇÃO DO TCE-MT

Informar a sociedade e demais públicos de interesse sobre as ações e o trabalho do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, de forma que as informações sobre o controle externo da gestão de recursos públicos sejam úteis ao cidadão, estimulando assim o controle social e a construção da cidadania.

VISÃO DA COMUNICAÇÃO DO TCE-MT

Tornar-se a referência em comunicação social dos Tribunais de Contas estaduais do país, a partir do uso estratégico e ético de informação, da sistematização de processos e busca permanente por resultados. Para isso, é fundamental pautar-se pelo profissionalismo e pela eficiência.

2.4. DIRETRIZES DA POLÍTICA

Algumas diretrizes de ação são estabelecidas para nortear e guiar as práticas de Comunicação no Tribunal de Contas do Estado. Expressas em seguida, devem ser periodicamente relidas e analisadas para possíveis atualizações e/ou revisões que possam ser necessárias.

- 2.4.1 –** Todas as ações de comunicação devem ser idealizadas, projetadas e executadas de forma a auxiliar a instituição no cumprimento de sua missão e no alcance da visão estratégica;
- 2.4.2 –** Todas as tarefas e funções de comunicação são desempenhadas por profissionais da área com devido reconhecimento ou titulação;
- 2.4.3 –** A gestão da comunicação social do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso deve ser estratégica, focada em resultados e direcionada ao atendimento das metas mais essenciais da instituição, de forma que atividades operacionais ou complementares devem ser terceirizadas a empresas, parceiros e profissionais de qualidade e méritos reconhecidos no mercado;
- 2.4.4 –** As práticas e projetos de comunicação do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso devem ser mensuradas e 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.
- 2.4.5 –** A comunicação social desenvolvida no Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso é orientada a unificar não apenas a linguagem da instituição para a sociedade como também os discursos e mensagens a serem transmitidos;
- 2.4.6 –** Em seu diálogo com a sociedade, o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso deve definir a melhor e mais eficiente linguagem a ser adotada, visando sempre obter o maior *recall* possível em suas ações de comunicação;

- 2.4.7 –** Toda e qualquer informação ou mensagem repassada à imprensa e à mídia de massa deve ter fonte segura, de credibilidade e passível de checagem. O Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso não divulga dados sem base consistente;
- 2.4.6 –** Todas as ações de publicidade e propaganda a serem executadas pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso devem obedecer ao Plano de Comunicação, estando sempre em consonância com as metas definidas anualmente;
- 2.4.7 –** As práticas comunicacionais do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso dedicam atenção especial ao público interno (corpo funcional e técnico), pois o ótimo atendimento à sociedade depende da coesão interna;
- 2.4.7 –** Quanto à assessoria de imprensa, o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso entende ser papel da estrutura propor à imprensa informações de interesse da entidade, cabendo a cada veículo definir sobre sua publicação.

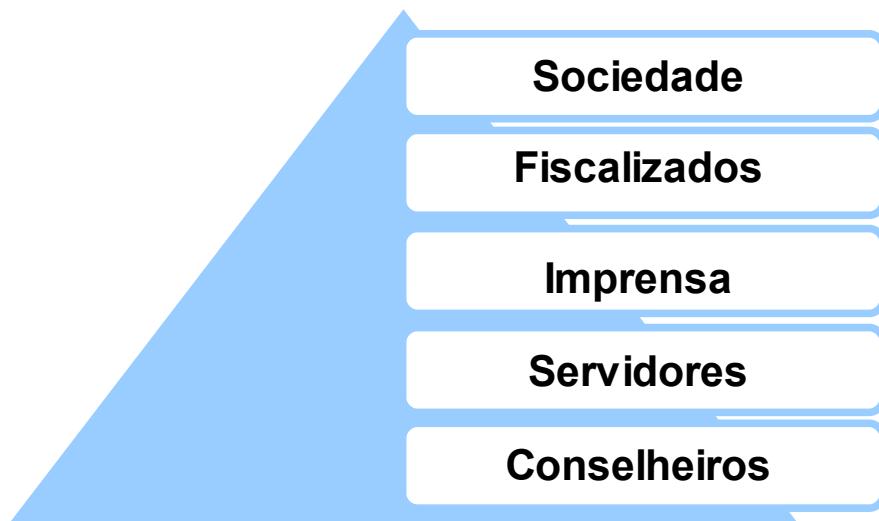
Abaixo, indicamos práticas que devem ser evitadas pela Comunicação do TCE-MT:

- 2.4.8 –** Ações de comunicação que agridam ou desrespeitem os direitos humanos e civis, ou que contenham mensagens preconceituosas ou discriminatórias;
- 2.4.9 –** As práticas comunicacionais que dão espaço para o favorecimento pessoal de colaboradores e/ou parceiros;

2.4.10 – Ações de comunicação que visam o favorecimento de partidos políticos, igrejas ou movimentos sociais setoriais;

2.5. PÚBLICOS DE INTERESSE

A partir da análise da comunicação do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso e seu atual cenário, foi possível identificar e hierarquizar seus públicos de interesse, numa tentativa de auxiliar gestores e técnicos de comunicação do TCE-MT a nortear suas ações.



Essa hierarquização deve ser vista como baliza para a definição das ações, sendo possível de reordenamento conforme a necessidade conjuntural e/ou estratégica.

Interessante notar a importância dada à Sociedade como um todo – o que pode vir a reforçar a existência de ações de comunicação de caráter massivo,

via publicidade, e mais investimento em projetos especiais de relações públicas com grupos específicos (estudantes, técnicos etc.).

A colocação dos fiscalizados em segundo lugar na pirâmide denota principalmente um anseio por parte do corpo técnico e dos conselheiros em se estabelecer ferramentas de comunicação capazes de orientar, auxiliar e prevenir ações de controle junto aos gestores públicos. Há a demanda inclusive para a definição de ações e veículos específicos para os fiscalizados, além dos já existentes.

Dessa forma ficam estabelecidos os dois hemisférios de público-alvo da atuação da comunicação do TCE-MT:

- a) hemisfério da comunicação externa** - serviços e produtos destinados à sociedade, aos jurisdicionados e à imprensa; e
- b) hemisfério da comunicação interna** - serviços e produtos destinados aos servidores e aos conselheiros do órgão.

2.6. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

2.6.1 – OBJETIVO CENTRAL

A comunicação social do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso visa prioritariamente informar a sociedade sobre as ações e o trabalho executado pela instituição, ampliando o grau de conhecimento dos cidadãos sobre o TCE-MT e disseminando a importância social e pública do controle externo. Assim operando, será possível apoiar o TCE-MT no cumprimento de sua missão institucional.

2.6.1 – Objetivos Específicos

PÚBLICO: SOCIEDADE

- Gerar conteúdos de qualidade para a sociedade de forma a municiá-la sobre as ações do Tribunal de Contas do Estado;
- Informar a sociedade sobre o uso dos recursos públicos no Estado de Mato Grosso;
- Buscar posicionar o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso como instituição indispensável à democracia e ao exercício da cidadania;
- Tornar conhecida a missão institucional da Casa.

PÚBLICO: FISCALIZADOS

- Produzir conteúdos de qualidade para orientar e auxiliar os fiscalizados no correto uso dos recursos públicos, dentro das exigências do Tribunal de Contas do Estado;
- Ampliar o diálogo com os fiscalizados, de forma que a instituição seja percebida como parceira na gestão adequada dos bens públicos;
- Tornar conhecida a missão institucional do TCE-MT.

PÚBLICO: IMPRENSA

- Bem atender as demandas da Imprensa, de forma ágil, competente e ética, sem discriminação de qualquer natureza;
- Consolidar o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso como fonte de credibilidade no que se refere à fiscalização da gestão dos recursos públicos;

- Posicionar a instituição como referência quanto à Secretaria de Comunicação Social;
- Criar um ambiente de confiança e parceria com a imprensa que permita o benefício da dúvida quando em caso de crises – gerando assim o tempo necessário para as devidas respostas ;
- Tornar conhecida a missão institucional do TCE-MT.

PÚBLICO: SERVIDORES

- Difundir a cultura organizacional atual do TCE-MT entre os servidores, de forma a apoiar e favorecer o cumprimento da missão institucional;
- Manter as equipes informadas e cientes das ações do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, visando unificar a linguagem e os discursos da instituição;
- Estabelecer ferramentas de comunicação adequadas para atender e divulgar as ações de *endomarketing* criadas e implantadas pelas políticas organizacionais e técnicas;
- Criar e/ou fortalecer o orgulho em se fazer parte da instituição.

PÚBLICO: CONSELHEIROS

- Assessorar os conselheiros no que se refere ao trato com a imprensa, visando o bom aproveitamento das oportunidades de visibilidade surgidas;
- Orientar os conselheiros quanto às melhores estratégias de comunicação

2.7. PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO, METAS E INDICADORES DE CONTROLE

Anualmente, a Secretaria de Comunicação do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso confeccionará seu Plano de Comunicação, documento que reúne a análise situacional da comunicação naquele dado momento, bem como as linhas ou programas de ação a serem executadas para o cumprimento dos Objetivos Estratégicos presentes nesta Política de Comunicação.

O Plano de Comunicação deverá conter também as metas para cada objetivo estratégico e os indicadores de controle a serem definidos para monitoramento do desempenho das ações de comunicação. A confecção do Plano será de responsabilidade do secretário de comunicação, com auxílio dos técnicos de cada coordenadoria, resultando em um documento capaz de abranger todos os setores e processos da unidade.

Assim como a Política de Comunicação, o Plano deverá ser validado pelo Comitê de Comunicação e pela Presidência, que avaliará sua consonância com as diretrizes estratégicas institucionais. Reuniões de avaliação trimestral ou semestral devem ser definidas para o acompanhamento das ações.

2.8. HIERARQUIA DA INFORMAÇÃO

A Política de Comunicação aponta os valores, direciona as ações e classifica o público-alvo, definindo o perfil editorial de cada produto. Ao especificar as diretrizes da comunicação do TCE-MT a Política definiu a hierarquia da informação. O quê é prioritário para divulgar e a quem divulgar. A principal diretriz seguida pela Secom é: 1 processo = 1 notícia. Todo processo

de interesse público protocolado no órgão é encerrado com o acórdão do Tribunal Pleno e transformado em notícia, onde ficam apensados ao texto da matéria o inteiro teor do trâmite processual, o áudio e o vídeo da sessão que o apreciou. Abaixo ficam estabelecidas as prioridades de divulgação da informação no TCE-MT:

	ASSUNTO	EM QUÊ PRODUTO	PÚBLICO
1	Decisões plenárias (consideradas sempre os processos julgados pelo Tribunal Pleno e as decisões monocráticas homologadas em Plenário, relativos às contas anuais, representações, medidas cautelares, denúncias, rescisões, recursos, normativas etc.).	Transmissão ao vivo; Vídeo da sessão (integra); Vídeo por processo; Atendimento à imprensa; <i>Release</i> ; Notícia no Portal do TCE-MT; Galeria de fotos; Telejornal; RádioWeb TCE-MT; Jornal e revista impresso; Publicações Técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedade; - Fiscalizado; - Imprensa.
2	Atividades Plenárias em geral (considerações levantadas pelos conselheiros, pautas, datas e horários de julgamento, comunicados, pronunciamentos, posses, abertura de períodos de julgamentos etc.).	Atendimento à imprensa; <i>Release</i> ; Notícia no Portal do TCE-MT; Galeria de fotos; Telejornal; RádioWeb TCE-MT; Jornal e revista impresso; Publicações Técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedade; - Fiscalizado; - Imprensa.
3	Decisões do Comitê Técnico de interesse do público externo que influenciam as atividades do controle externo.	Atendimento à imprensa; <i>Release</i> ; Notícia no Portal do TCE-MT; Galeria de fotos; Telejornal; RádioWeb TCE-MT; Jornal e revista impresso; Publicações Técnicas; Notícia na <i>intranet</i> ; Jornal Da Nossa Conta (<i>house organ</i>); Mídia <i>Indoor</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedade; - Fiscalizado; - Imprensa; - Servidores.

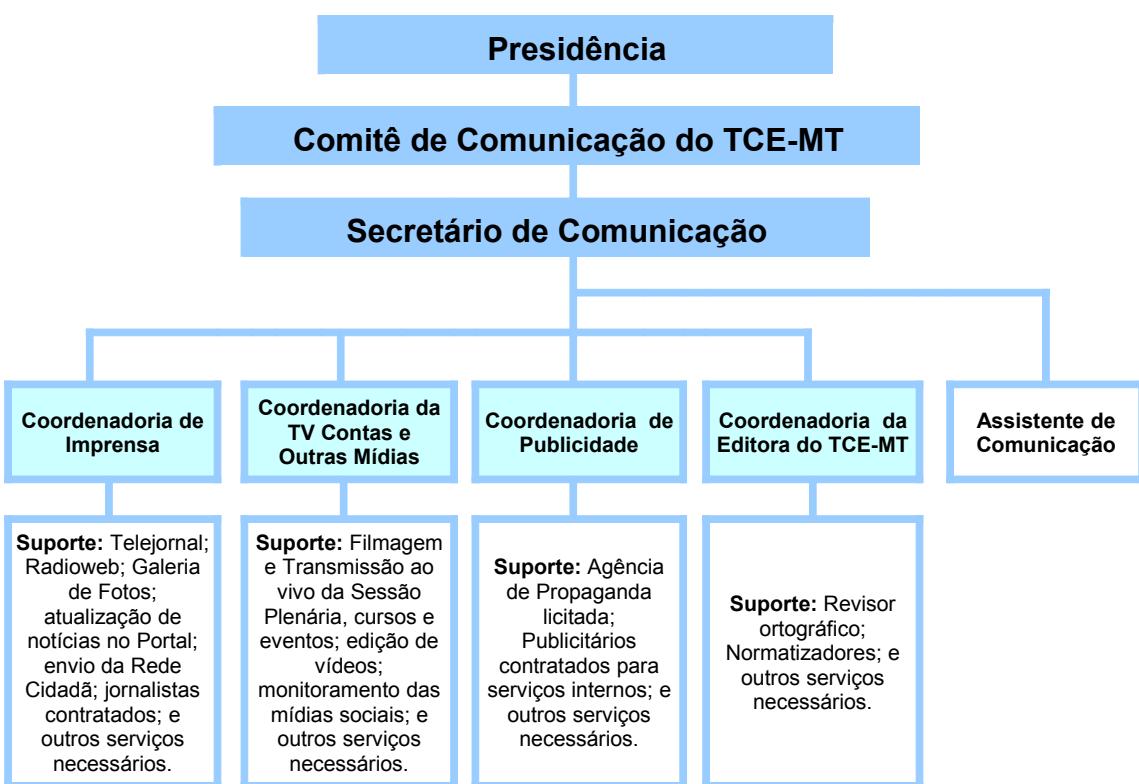
		(Jornal Mural, Mídia de banheiros e elevadores, E-mail marketing interno, Comunicados ou Painel Informativo e Spark).	
4	Eventos e cursos realizados pelo Tribunal de Contas como treinamentos, ciclos de capacitação, visitas técnicas, seminários, etc.	Transmissão ao vivo (caso solicitado); Vídeo do evento ou do curso/palestra (integra); Atendimento à imprensa; <i>Release</i> ; Notícia no Portal do TCE-MT; Galeria de fotos; Telejornal; RádioWeb TCE-MT; Jornal e revista impresso; Publicações Técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedade; - Fiscalizado; - Imprensa.
5	Atividades de gabinete e da gestão administrativa do órgão (cobertura da agenda da Presidência, reuniões articuladas pelos conselheiros, reuniões de planejamento e validação de decisões administrativas e demandas do Ministério Público de Contas).	Atendimento à imprensa; <i>Release</i> ; Notícia no Portal do TCE-MT; Galeria de fotos; Telejornal; RádioWeb TCE-MT; Jornal impresso; Notícia na <i>intranet</i> ; Jornal Da Nossa Conta (<i>house horgan</i>); Mídia <i>Indoor</i> (Jornal Mural, Mídia de banheiros e elevadores, E-mail marketing interno, Comunicados ou Painel Informativo e Spark).	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedade; - Fiscalizado; - Servidor.
6	Eventos, atividades, campanhas de saúde e socioambientais e cursos ministrados aos servidores.	Notícia na <i>intranet</i> ; Galeria de fotos; Jornal Da Nossa Conta (<i>house horgan</i>); Mídia <i>Indoor</i> (Jornal Mural, Mídia de banheiros e elevadores, E-mail marketing interno, Comunicados ou Painel Informativo e Spark); Publicações Técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> - Servidor.

Parte 3

Ações e Estratégias

3.1. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Como já dito, a estrutura organizacional da Secretaria de Comunicação foi legalmente instituída pela Resolução Normativa n. 10/2013. A atual composição consta no organograma oficial da instituição, com exceção do assistente de comunicação, função informal cumprida por um servidor fornecido pela Presidência. Ficando assim, a proposta abaixo:



3.2. DA NATUREZA DOS CARGOS

Comitê de Comunicação: estrutura de caráter consultivo e deliberativo formada por três representantes da área de comunicação (obrigatoriamente o secretário de comunicação e dois técnicos – definidos por rodízio mensal entre as quatro coordenadorias), três representantes da direção do TCE-MT (conselheiro presidente, conselheiro corregedor e procurador-geral de contas) e três representantes dos servidores e área técnica (a serem indicados pelos representantes direção do órgão). Com freqüência mensal de reuniões, o Conselho terá a responsabilidade de definir as pautas dos veículos institucionais e as linhas mestras das estratégias de comunicação – além de ter a incumbência de definir as políticas do setor, como atualização da Política de Comunicação e validação do Plano de Comunicação. Em cada reunião, poderá também avaliar os produtos de comunicação e funcionamento, visando sempre o aprimoramento dos procedimentos. Será a instância indicada para o *briefing* e a aprovação das campanhas publicitárias de massa. Sua entrada em funcionamento depende da aprovação pela direção do TCE-MT de regulamento próprio, com normas, diretrizes e objetivos. Importante: caberá ao Comitê de Comunicação definir as estratégias do setor em momentos de transição entre as gestões do Tribunal de Contas do Estado, fazendo cumprir os preceitos e diretrizes presentes na Política de Comunicação. **Instância deliberativa a ser criada de forma representativa.**

Secretário de Comunicação Social: é o responsável geral dos trabalhos da Secretaria de Comunicação, respondendo diretamente à

Presidência do TCE-MT e ao Comitê de Comunicação. **Cargo de confiança a ser indicado pelo presidente em exercício.**

Coordenador de Imprensa: é o auxiliar direto do Secretário da Secretaria de Comunicação, é responsável por gerenciar os serviços de jornalismo realizado pela secretaria e garantir sua qualidade. **Cargo técnico de livre nomeação do secretário de comunicação.**

Coordenador da TV Contas e Outras Mídias: é auxiliar direto do secretário-chefe da SECOM e é responsável por supervisionar os serviços de documentação e transmissão televisiva da Sessão Plenária, Câmaras de Julgamento, eventos e aula-palestras do Ensino a Distância do TCE-MT (EAD), garantindo sua veiculação ao vivo tanto pela TV Assembléia quanto pelo Portal do TCE-MT. É responsável também por supervisionar o bom funcionamento do Portal do TCE-MT, garantindo a manutenção da linha conceitual de criação, seu correto funcionamento e a eficiência dos sistemas oferecidos no Portal, além de manter atualizados os perfis e *fan pages* oficiais do TCE-MT nas mídias sociais. **Cargo técnico de livre nomeação do secretário de comunicação.**

Coordenador de Publicidade: é auxiliar direto do Secretário da Secretaria de Comunicação, é responsável por supervisionar os produtos e serviços de publicidade e propaganda realizados pela Secretaria de Comunicação, cuidando, em parceria com os demais coordenadores, pela uniformização, integração e difusão de informações em formato publicitário. **Cargo técnico de livre nomeação do secretário de comunicação.**

Coordenador da Editora do TCE-MT: é auxiliar direto do Secretário da Secretaria de Comunicação, é responsável por gerenciar a editoração de publicações institucionais e garantir sua qualidade. **Cargo técnico de livre nomeação do secretário de comunicação.**

Assistente de Comunicação: assessoria ao secretário de comunicação; logística e monitoramento dos processos administrativos da Secretaria de Comunicação; monitoramento e manutenção do canais de comunicação internos; acompanhamento e definição da pauta da comunicação interna junto às quatro coordenadorias. **Cargo técnico de livre nomeação do secretário de comunicação.**

Suportes: jornalistas; publicitários e demais profissionais responsáveis pelo suporte à produção de conteúdo para telejornal, rádioweb; galeria de fotos; atualização de notícias no Portal; envio da Rede Cidadã; apoio às atividades de propaganda; apoio às atividades da TV Contas durante filmagem e transmissão ao vivo da Sessão Plenária e Câmaras, cursos e eventos; edição de vídeos; monitoramento das mídias sociais; revisão ortográfica e normatização; e outros serviços necessários. **Serviços e produtos contratados via terceirização ou licitação sob supervisão dos coordenadorias.**

3.3 AÇÕES E PRÁTICAS

Secretário de Comunicação Social

- zelar pela execução da Política de Comunicação Social e pelo cumprimento das metas do planejamento estratégico, cuidando especialmente da uniformização, integração e difusão da informação;
- acompanhar e integrar o Comitê Estratégico, o Comitê Técnico e o Comitê de Comunicação;
- acompanhar e atender a demanda do Supervisor da Revista Técnica do TCE-MT, quanto a sua publicação;
- atender o Procurador-geral do Ministério Público de Contas quanto a necessidade de serviços de comunicação da instituição;
- responder, junto à Secretaria de Gestão e Secretaria Executiva de Finanças e Orçamento, pela administração e fiscalização dos recursos vinculados à Secretaria de Comunicação, como os contratos firmados com empresas terceirizadas para execução de serviços prestados pela Secretaria de Comunicação;
- supervisionar os trabalhos de pesquisa de satisfação realizados por instituto de pesquisa.

Coordenador de Imprensa

- cuidar do relacionamento com jornalistas, contatando e atendendo a imprensa local, estadual e nacional;
- organizar entrevistas coletivas;
- agendar e acompanhar entrevistas com e/ou nos veículos de comunicação;
- produzir, supervisionar e editar matérias jornalísticas, *releases*, notas,

- sugestões de pauta, comunicados, informes e demais conteúdos editoriais a respeito de eventos e de decisões emitidas pelo TCE-MT;
- produzir e editar material jornalístico para a página de notícias do Portal do TCE-MT e outros produtos de cunho jornalístico do órgão, cabendo-lhe supervisionar a uniformização, integração e difusão das informações;
 - acompanhar e aprovar a edição do telejornal TCE Notícias;
 - acompanhar a edição e produção da Rádioweb do TCE-MT;
 - supervisionar o registro fotográfico de eventos, atividades e personalidades de interesse estratégico, assim como garantir o arquivo de imagens da instituição;
 - acompanhar os noticiários (TV, jornal, rádio, sites, blogs e mídias sociais) sobre notícias ligadas ao Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, visando subsidiar os dirigentes;
 - supervisionar a produção de *clipping* diário;
 - acompanhar o atendimento aos diversos setores da instituição, cuidando da uniformização, integração e difusão da informação e pela promoção de ações de comunicação visando a melhoria da qualidade e do ambiente de trabalho;
 - supervisionar a produção de conteúdos jornalísticos para a *intranet*, jornal Da Nossa Conta, Jornal Mural, *e-mail marketing* e sistema de *chat* do TCE-MT, que visam a comunicação interna do órgão.

Coordenador da TV Contas e Outras Mídias

- cuidar do relacionamento cotidiano com a TV Assembleia Legislativa de Mato Grosso;

- cuidar do relacionamento cotidiano com a Secretaria de Tecnologia da Informação do TCE-MT, especificamente com os setores responsáveis pela transmissão televisiva via Portal;
- cuidar do relacionamento com a empresa produtora contratada para execução do serviço filmagem e transmissão; cuidar da confecção de legendas, textos informativos e vinhetas, quando necessários, veiculados durante as transmissões;
- acompanhar e supervisionar a produção no decorrer da transmissão para a necessidade de cortes de imagens e inserção de legendas, sempre garantindo qualidade de imagem e som disponibilizados para a internet, TV, taquígrafas e som de retorno ambiente;
- cuidar diretamente da conversão e postagem simultâneas dos vídeos dos processos no decorrer da Sessão Plenária e Câmaras de Julgamento;
- cuidar diretamente da edição e postagens das aulas-palestras após realização dos eventos e EAD;
- atualizar e administrar o Portal do TCE-MT, prezando pelo caráter de atualidade do veículo;
- zelar pelo relacionamento entre as unidades do TCE-MT e Secretaria de Tecnologia da Informação, no sentido de manter o perfeito funcionamento de todos os sistemas disponibilizados no Portal;
- supervisionar inserção e criação de novos conteúdos para o Portal;
- postar e divulgar informações do TCE-MT nos perfis oficiais do Facebook: TCE Mato Grosso e Twitter: @TCEmatogrosso.

Coordenador de Publicidade

- supervisionar a Gestão de *Branding*: o trabalho de construção, fortalecimento e gerenciamento da marca TCE-MT;
- sugerir e supervisionar ações de comunicação, visando fortalecer a imagem do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso nas mais diversas plataformas de mídia;
- cuidar do relacionamento com a agência de publicidade contratada, planejando, orientando e fiscalizando a execução de campanhas, assim como o cumprimento de prazos;
- criar e supervisionar a produção de material institucional;
- desenvolver e supervisionar a execução de trabalhos de propaganda *on-line* e *off-line*, interatividade, *design* e conteúdo em convergência;
- criar e supervisionar campanhas publicitárias para atender as ações de *endomarketing* do TCE-MT, fomentando os veículos de comunicação internos, tais como Jornal Mural, jornal Da Nossa Conta, mídias *indoor* e *e-mail marketing*.

Coordenador da Editora do TCE-MT

- elaborar projetos editoriais e executar a diagramação de publicações oficiais do TCE-MT, como jornais, revistas, livros e cartilhas;
- supervisionar os serviços terceirizados para atender a demanda da Editora do TCE-MT, quando necessários;
- desenvolver e supervisionar a execução de trabalhos editoriais, interatividade, *design* e conteúdo em convergência dos *e-books* (PDF de impressão, PDF interativo, *e-pub* e APP);
- auxiliar o Secretário de Comunicação em suas atribuições junto ao Supervisor da Revista da Técnica do TCE-MT;

- participar da concepção, em conjunto com a Coordenadoria de Publicidade, de peças de divulgação que tenham pertinência com as publicações lançadas pelo TCE-MT;
- realizar os registros editoriais das publicações junto aos órgãos competentes, como Agência Nacional de ISBN da Biblioteca Nacional e o Instituto Brasileiro de Informação, Ciência e Tecnologia para o registro do ISSN de periódicos;
- realizar outras atividades ligadas à sua finalidade que lhe sejam atribuídas pelo Secretário de Comunicação.

A respeito especificamente da Coordenadoria de Imprensa, algumas orientações devem ser expressas para garantir o bom trabalho e a consonância com os valores e diretrizes propostos na presente Política de Comunicação:

1. Toda e qualquer ação de contato com a imprensa deve ser coordenada pela Coordenadoria de Imprensa da Secom do TCE-MT. O coordenador de imprensa é o profissional qualificado e orientado para responder por essa demanda.
2. Todos os jornalistas têm igual direito à informação de relevância social e pública, sem discriminação em relação à tiragem, ao conhecimento pessoal ou à localização do veículo.
3. Materiais exclusivos, no entanto, podem ser demandados pelos jornalistas e devem ser atendidos pela Coordenadoria de Imprensa, como parte das ações de estreitamento com a mídia. Tais ações devem ser de responsabilidade do coordenador de imprensa e estar pautadas no Plano de Comunicação;

4. Todo material a ser enviado ou distribuído à imprensa deve seguir a presente Política de Comunicação, primando pela fidelidade das informações e pela veracidade de dados;
5. A atividade de Coordenador de Imprensa deve obrigatoriamente ser cumprida por profissional regularizado junto à legislação trabalhista e sindical;
6. Têm poder e autonomia para falar em nome da instituição os membros da Mesa Diretora (conselheiro Presidente, conselheiro Vice-presidente e conselheiro Corregedor). A partilha de assuntos deve obedecer ao critério da responsabilidade, de forma que os relatores e pareceristas devem ser chamados para contribuir em seus devidos processos. Quando necessário, técnicos indicados pelos conselheiros podem substituí-los no trato com a imprensa. Por outro lado, técnicos e servidores responsáveis por eventos, projetos ou iniciativas de relevância devem ser os porta-vozes de suas respectivas iniciativas. O mesmo se aplica ao Ministério Público de Contas.
7. A Secretaria de Comunicação é uma prática social e comunicacional que deve ser pautada pela pró-atividade no Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, por se tratar de ferramenta estratégica para a indução do controle social e instrumento de cidadania.

3.4. ORÇAMENTO

A Secretaria de Comunicação deve dispor de duas verbas orçamentárias para viabilizar seu funcionamento: uma destinada à contratação de Agência de Propaganda – responsável por todas as atividades ligadas à publicidade e



Secretaria de Comunicação

Telefone: 3613-7558 / 7559

e-mail: imprensa@tce.mt.gov.br

mídia – e outra destinada à contratação de uma Agência de Comunicação (capaz de lhe atender no que se refere a serviços de comunicação, via parcerias).