



TRIBUNAL DE CONTAS
DO ESTADO DO TOCANTINS

POLÍTICA E PLANO DE COMUNICAÇÃO

2016-2021

POLÍTICA E PLANO DE COMUNICAÇÃO

Período 2016-2021

Período 2016-2021



*Tribunal de Contas
do Estado do Tocantins*

POLÍTICA E PLANO DE

COMUNICAÇÃO

Período 2016-2021

© 2017, Tribunal de Contas do Estado do Tocantins – TCE/TO

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

<www.tce.to.gov.br>

*Permite-se a reprodução desta publicação
em parte ou no todo, sem alteração do conteúdo,
desde que citada a fonte e sem fins lucrativos.*

T631p

Tocantins. Tribunal de Contas. Assessoria de Comunicação
Política e Plano de Comunicação: planejamento estratégico
do TCE/TO / Tribunal de Contas do Estado do Tocantins. Asses-
soria de Comunicação; colaboração Marcelo Peres, Raphael Va-
lente. -- Palmas: TCE/TO, 2017.

72 p.: il.

1. Administração pública. 2. Política e Plano de Comunica-
ção - Tribunal de Contas - Tocantins. 3. Comunicação. I. Títu-
lo. II. Peres, Marcelo. III. Valente, Raphael

CDD - 352.384

CDU - 351.94

Catálogo na fonte: Biblioteca Conselheiro José Ribamar Meneses

Tribunal de Contas do Estado do Tocantins

Av. Teotônio Segurado

102 Norte, Conjunto 01, Lotes 01 e 02

77006-002 – Palmas – TO

Fone: (63) 3232-5800

www.tce.to.gov.br

*Tribunal de Contas
do Estado do Tocantins*

POLÍTICA E PLANO DE COMUNICAÇÃO

*“O desafio da comunicação na instituição pública é aproximar seus serviços da sociedade.”
Gt, 2004*

Período 2016-2021

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO TOCANTINS

Presidente

Cons. Manoel Pires dos Santos

Vice-presidente

Cons. Severiano José Costandrade de Aguiar

Corregedor

Cons. André de Matos Gonçalves

Conselheiros

José Wagner Praxedes

Napoleão de Souza Luz Sobrinho

Doris de Miranda Coutinho

Alberto Sevilha

MINISTÉRIO PÚBLICO JUNTO AO TRIBUNAL DE CONTAS

Procurador-geral de Contas

Zailon Miranda Labre Rodrigues

Procuradores

José Roberto Torres Gomes

Litza Leão Gonçalves

Márcio Ferreira Brito

Marcos Antônio da Silva Módes

Oziel Pereira dos Santos

Raquel Medeiros Sales de Almeida

CONSELHEIROS SUBSTITUTOS

Leondiniz Gomes - **Coordenador**

Adauton Linhares da Silva

Fernando César Benevenuto Malafaia

Jesus Luiz de Assunção

José Ribeiro da Conceição

Leondiniz Gomes

Márcia Adriana da Silva Ramos

Márcio Aluízio Moreira Gomes

Maria Luiza Pereira Meneses

Moisés Vieira Labre

Orlando Alves da Silva

Wellington Alves da Costa

EQUIPE DE GESTÃO

Chefe de Gabinete da Presidência

Flávio de Almeida Godinho

Diretor Geral de Administração e Finanças

Juxson Alves Pereira

Diretora Geral de Controle Externo

Wellane Monteiro Dourado da Silva

Diretor Geral de Controle Interno

Edivaldo Gomes da Silva e Souza

Diretor Geral do Instituto de Contas

Roger Luís Monteiro Tolentino

EQUIPE DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Assessor de Imprensa e Relações Públicas

Lauri Meyer

Assessora de Imprensa e Relações Públicas

Vilmara Bianchi

Assessora de Gabinete de Conselheiro

Dhenia Gerhardt

Auditor de Controle Externo

Marilda Piccolo

Técnico de Controle Externo

Ronaldo Cordeiro

Técnico de Controle Externo

Fábio Ferreira

Técnico de Controle Externo

Paulo Marcos Pinto de Souza

Assistente de Controle Externo

Fernanda Feres Peu

Assistente Administrativo

Ianna Miranda Nardes

Estagiário

Pedro Thiago de Macêdo

Estagiária

Fernanda França de Lima

EQUIPE DE PLANEJAMENTO

Conselheiro Substituto

Moisés Vieira Labre

Assessora Esp. de Planej. e Desenv.

Organizacional

Márcia Cristina Gonçalves da Cruz

Assessora de Planejamento

Elizete da Silva Feitosa

Assessora de Desenv. Organizacional

Maria das Graças Rodrigues Vieira

Auditor de Controle Externo

Carlota Zaíra Viana Fonseca Silva Cunha

Técnico de Controle Externo

Yara de Mello Rocha

Técnico de Controle Externo

Alda Maria Dias Neto Martins

Estagiária

Luna Mota Duarte

Estagiário

Guilherme Panta Campos

EQUIPE DE CONSULTORES

Consultor de Planejamento Estratégico

G4F Soluções Corporativas

Marcelo Peres da Luz Moreira

Gerente do Projeto

G4F Soluções Corporativas

Raphael Valente de Paula Vieira

EXPEDIENTE

Edição:

Lauri Meyer

Equipe responsável:

Dhenia Gerhardt

Vilmara Bianchi

Fotos: ASCOM - TCE/TO

Projeto Gráfico e Diagramação:

Fábio José Ferreira

Revisão: Marilda Piccolo

Impressão: Capital Gráfica

Tiragem: 200 exemplares

Distribuição gratuita

Assessoria de Comunicação

ascom@tce.to.gov.br

TCE/TO

Avenida Teotônio Segurado

102 Norte - Conj. 1, Lotes 1 e 2

CEP: 77.006-002 - Palmas - TO

Fone: (63) 3232 - 5800

ASCOM: (63) 3232 - 5837/5838

www.tce.to.gov.br

1.	INTRODUÇÃO	9
2.	DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA	11
3.	TERMOS E ABREVIATURAS	12
4.	A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO TCE/TO	13
4.1	Contexto Histórico	13
4.2	Contexto Específico	13
4.3	Cenário da situação atual	14
5.	IDENTIDADE INSTITUCIONAL	17
5.1	Negócio	17
5.2	Missão	17
5.3	Visão de Futuro	17
6.	CONTRIBUIÇÕES ESTRATÉGICAS	18
6.1	Objetivos Estratégicos	18
6.2	Principais Iniciativas	19
7.	PÚBLICOS DE INTERESSE	20
8.	DIRETRIZES GERAIS	20
9.	DIRETRIZES ESPECÍFICAS	22
10.	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	24
11.	PRINCIPAIS PAPÉIS E ATRIBUIÇÕES DA UNIDADE	26

12.	PARTICIPANTES E ATRIBUIÇÕES DO COMITÊ DE COMUNICAÇÃO	29
13.	PRINCIPAIS PROCESSOS E ROTINAS	30
14.	PLANO GERAL DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	31
14.1	Desenvolvimento de Ações de Articulação Interna	31
14.2	Campanhas de Comunicação Institucional	32
14.3	Implementação do Comitê de Comunicação	33
14.4	Divulgação do Programa “TCE de Portas Abertas”	34
14.5	Divulgação do “Programa Agenda Cidadã”	34
14.6	Adequação das ferramentas de acessibilidade do site	35
14.7	Desenvolvimento de ações e orientações aos profissionais da imprensa sobre o acesso e a utilização do Portal e-Contas e Portal do Cidadão ..	36
14.8	Realização de campanhas institucionais internas por meio dos <i>displays</i> físicos e digitais	37
14.9	Apoio na realização de eventos internos	37
14.10	Reformulação do jornal mural para formato digital	38
14.11	Criação e produção de mensagens e vídeos para divulgação ao público interno por meio do <i>whatsapp</i>	39
14.12	Transmissão ao vivo das sessões do Pleno e das Câmaras	39
14.13	Produção e veiculação do Minuto TCE (rádio)	40
14.14	Produção do TCE Notícia e veiculação na TVE, TV Assembleia e no YouTube	41

14.15	Publicação de seis edições anuais do Informativo TCE	42
14.16	Criação e produção de Documentários Institucionais	43
14.17	Alimentação diária das páginas na Internet e Intranet	44
14.18	Produção de matérias contínuas sobre os resultados das Sessões do Pleno e das Câmaras	45
14.19	Ações de comunicação nas mídias sociais	46
14.20	Administração de manifestações nas mídias sociais	47

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Termos e abreviações.....	12
Quadro 2 – Quadrante da Matriz SWOT com as principais oportunidades do TCE/TO identificadas no diagnóstico institucional.....	14
Quadro 3 – Quadrante da Matriz SWOT com as principais ameaças do TCE/TO identificadas no diagnóstico institucional.....	15
Quadro 4 – Matriz SWOT com os principais pontos fortes da comunicação institucional.....	16
Quadro 5 – Matriz SWOT com os principais pontos fracos da comunicação institucional.....	16

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa estratégico do TCE/TO e os objetivos da ASCOM.....	18
Figura 2 – Estrutura organizacional vigente do TCE/TO.....	24
Figura 3 – Estrutura organizacional proposta para ASCOM.....	25

Edifício Ruy Barbosa TCE/TO
Junho/2017. Foto: ASCOM/TCE/TO





1. INTRODUÇÃO

Atualmente, a sociedade vive em um período de intensas transformações e constante evolução tecnológica. O mundo, hoje, é digital, com fluxo rápido de informações e conhecimento. Assim, a sociedade clama por mais transparência e agilidade por parte das instituições e o Tribunal de Contas do Estado do Tocantins, como órgão fiscalizador, quer se aproximar cada vez mais de seus públicos estratégicos, divulgando suas ações e decisões e, conseqüentemente, colaborando para o exercício da cidadania.

O Plano e Política de Comunicação objetiva nortear as ações futuras da Assessoria de Comunicação da Corte de Contas tocantinense, com o intuito de aperfeiçoar os serviços prestados aos diversos públicos de interesse. O presente documento contempla as diretrizes, principais processos e rotinas, o plano geral de comunicação e todas as ações já desenvolvidas ou que ainda serão implementadas pelo departamento.

Partimos de seis instrumentos como referência para chegar ao resultado deste trabalho, a exemplo de resoluções administrativas e a proposta de política nacional de comunicação dos Tribunais de Contas e, ainda, levamos em consideração um dos grandes desafios da ASCOM: a falta de conhecimento da população sobre as atribuições e serviços prestados pelos Tribunais de Contas.

A assessoria foi estabelecida por lei em 1992, com a criação do cargo de jornalista, preenchido, via concurso público, em abril de 1993. De lá para cá, assim como os demais setores dos TCs brasileiros, se modernizou e busca constantemente se adaptar às novas realidades, pois é entendida como um dos principais meios de transparência das ações e decisões do órgão e como um instrumento fundamental para estimular a população a exercer o controle social da gestão pública, cujos resultados têm reflexos no fortalecimento da imagem institucional.

Dentre as propostas apresentadas, destaca-se a necessidade de alteração da estrutura organizacional da ASCOM, criação de novos projetos, além da efetivação do Comitê de Comunicação. Todas as práticas aqui contempladas, além de colaborar para o objetivo supracitado, foram idealizadas com vistas a atingir a nossa importante visão de futuro: ser reconhecido pelo nível de qualidade das ações de comunicação e relacionamento com os públicos estratégicos do TCE/TO.

*Detalhe interno do Edifício Ruy Barbosa TCE/TO
Junho/2017. Foto: ASCOM/TCE/TO*





2. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

Instrução Normativa TCE/TO 01/2008

Resolução Administrativa TCE/TO 03/2009

Resolução Administrativa TCE/TO 06/2009

Manual de Processos Administrativos TCE/TO

Proposta de Política Nacional de Comunicação dos Tribunais de Contas

Resolução ATRICON Nº 6/2014

*IV Forum de Controle
Abril/2014. Foto: ASCOM/TCE/TO*

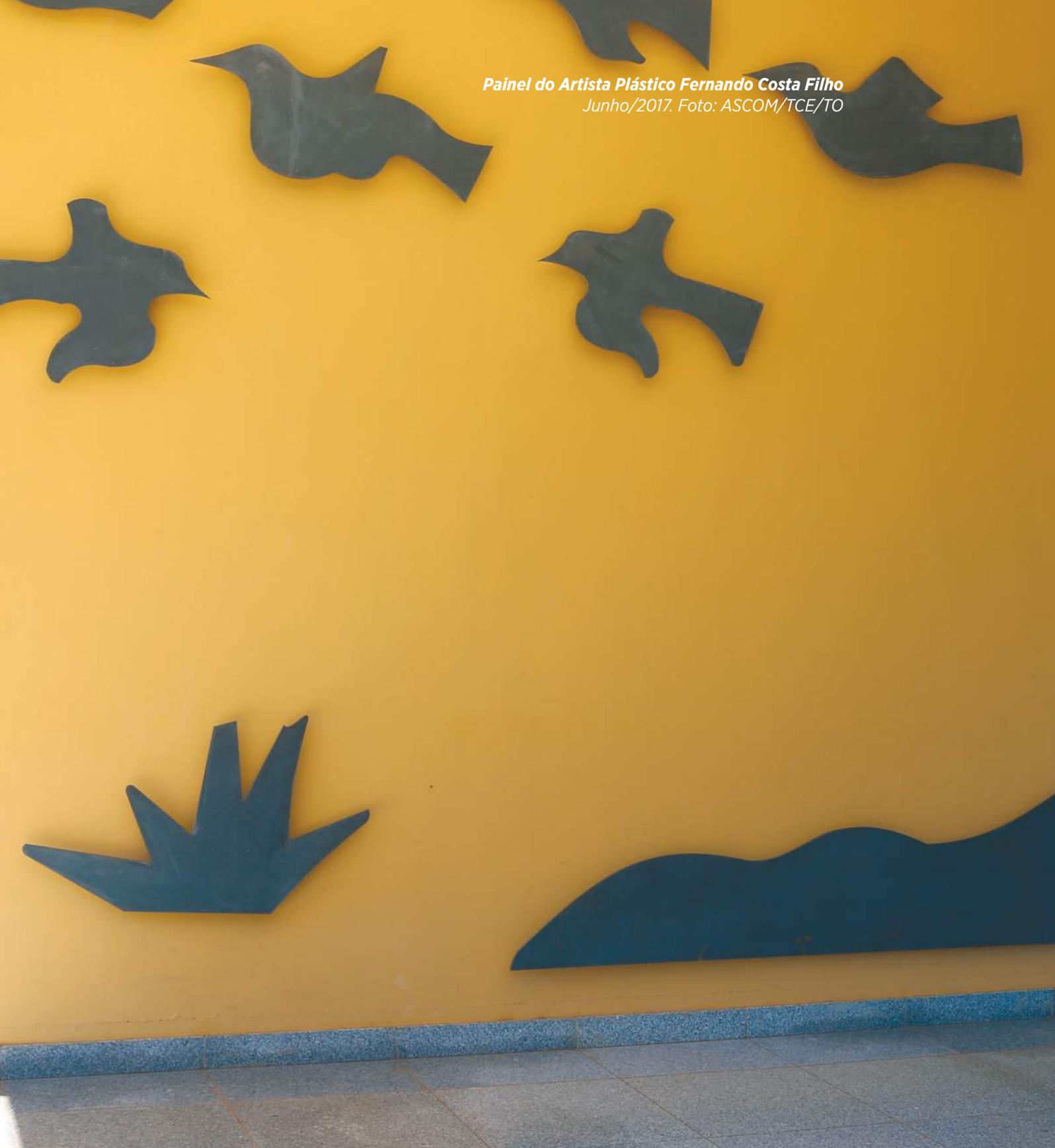


3. TERMOS E ABREVIATURAS

SIGLA/TERMO	SIGNIFICADO
ASCOM	Assessoria de Comunicação
ATRICON	Associação dos Membros dos Tribunais de Contas do Brasil
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
Briefing	Conjunto de informações necessárias para a elaboração de peças ou campanhas publicitárias. Deve situar o assunto dentro dos objetivos pretendidos e conter dados como problema a ser resolvido, produtos, quantitativos, público-alvo, prazos e custos.
Clipping	Acompanhamento e seleção das notícias e informações divulgadas pelos diversos veículos de comunicação, que tenham relação direta ou indireta com o órgão.
Endomarketing	É a utilização de estratégias de marketing voltadas para o público interno, objetivando tornar a comunicação interna mais atraente e facilitar o entendimento e a memorização das informações.
PPA	Plano Plurianual
Promoex	Programa de Modernização do Sistema de Controle Externo dos Estados, Distrito Federal e Municípios Brasileiros
QATC	Programa de Qualidade e Agilidade do Controle Externo

Quadro 3 - Termos e abreviações

*Painel do Artista Plástico Fernando Costa Filho
Junho/2017. Foto: ASCOM/TCE/TO*





4. A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO TCE/TO

4.1. CONTEXTO HISTÓRICO

Historicamente, os Tribunais de Contas, de modo geral, apresentam deficiências nos canais de comunicação com a sociedade, o que se reflete na falta de conhecimento da população sobre as atribuições e serviços prestados pelas Cortes de Contas.

Essas questões já foram constatadas em pesquisas de âmbito nacional e estão entre os motivos que desencadearam a implantação do Programa de Modernização do Sistema de Controle Externo dos Estados, Distrito Federal e Municípios Brasileiros (Promoex) e do Programa Qualidade e Agilidade do Controle Externo (QATC).

O Promoex foi desenvolvido a partir de 2006, com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), representando um grande esforço dos Tribunais de Contas para alcançarem avanços importantes em cinco áreas consideradas prioritárias: integração externa; planejamento e controle de gestão; métodos e processos de trabalho; tecnologia da informação e gestão de recursos humanos.

O QATC começou a ser implantado em 2014 pela Associação dos Tribunais de Contas do Brasil (ATRICON), que aprovou várias resoluções com diretrizes para o aprimoramento dos Tribunais de Contas, entre as quais a de nº 6, que trata da comunicação.

4.2. CONTEXTO ESPECÍFICO

A área de comunicação do Tribunal de Contas do Estado do Tocantins começou a nascer com a Lei nº 395, de 21 de maio de 1992, que criou o cargo de jornalista, preenchido, via concurso público, em abril de 1993. Posteriormente, em 1995, foram criados mais dois cargos em comissão de Assessor de Imprensa e Relações Públicas, os quais permanecem até hoje, pois o setor ainda aguarda a regulamentação de sua estrutura, nos moldes em que funciona atualmente.

De 1995 até 2007, o setor funcionou com o nome de Assessoria de Imprensa e Relações Públicas - ASIRP. Apesar das restrições impostas pela falta de recursos e de estrutura adequada, o TCE/TO foi um dos primeiros órgãos públicos do Estado do Tocantins a criar um setor específico e a dar os passos iniciais nas ações de comunicação.

A Resolução Normativa TCE/TO nº 1, de 4 de abril de 2007, passou a designar o setor como Assessoria de Comunicação - ASCOM. Esse período coincide com a implantação do Promoex, em que as assessorias passaram a ser percebidas junto aos Tribunais de Contas como setores estratégicos.

Posteriormente, a comunicação passou a ter uma Ação dentro do Plano Plurianual – PPA, o que propiciou à área ter orçamento próprio. Assim, foi possível a contratação, via licitação, de agência de propaganda e produtora terceirizadas, para a criação e implementação de diversos produtos de comunicação. Isso, aliado à ampliação do número de profissionais e da aquisição de novos equipamentos e softwares, fez com que as ações da ASCOM dessem um salto de qualidade.

Alguns dos produtos de comunicação do TCE/TO, como o telejornal TCE Notícia e o programa de rádio Minuto TCE, ganharam as primeiras colocações do Prêmio Nacional de Comunicação e Justiça, nas edições de 2011 e 2012.

4.3. CENÁRIO DA SITUAÇÃO ATUAL

PRINCIPAIS OPORTUNIDADES PARA O TCE/TO

Aumento da participação da Sociedade no controle da administração pública e do interesse em exercer o controle social: o anseio da sociedade por moralização da gestão pública e pelo melhor uso dos recursos públicos fortalece o cumprimento da missão e do papel institucional do TCE/TO.

Disponibilidade e facilidade de acesso a novas tecnologias e mídias: o uso da tecnologia e das redes sociais facilitam o acesso, o compartilhamento e a disseminação da informação.

Existência de diretrizes nacionais para aprimoramento da área de comunicação dos Tribunais de Contas: regulamentação de diretrizes da ATRICON que instituiu o Programa de Qualidade e Agilidade dos Tribunais de Contas, visando ampliar o intercâmbio para uniformização de procedimentos, bem como a modernização e o aperfeiçoamento dos Tribunais de Contas.

Realização de debates públicos sobre assuntos pertinentes, como boa governança, gestão pública e combate à corrupção.

Existência da rede nacional de comunicação dos Tribunais de Contas.

Crescimento das ações de comunicação das instituições afins ao TCE/TO: Tribunal de Justiça, Ministério Público e Defensoria Pública.

Quadro 2 – Quadrante da Matriz SWOT com as principais oportunidades do TCE/TO identificadas no diagnóstico institucional

PRINCIPAIS AMEAÇAS PARA O TCE/TO

A conjuntura econômico-financeira nacional e seu reflexo negativo no âmbito do TCE/TO: o atual cenário econômico impõe restrições financeiras, com reflexos diretos na redução orçamentaria da área de comunicação.

Tentativas de enfraquecimento das competências constitucionais dos Tribunais de Contas: risco de enfraquecimento da atuação do TCE/TO e de sua imagem junto à sociedade e demais partes interessadas, a partir de interferências políticas e dos constantes questionamentos das competências institucionais do Tribunal em outras instâncias.

Desconhecimento, por parte da sociedade, das atribuições do TCE/TO e da efetividade de suas decisões: apesar da melhoria da percepção da sociedade em relação à imagem do TCE/TO, há uma parcela da população que ainda não conhece o seu papel institucional, gerando descrédito e questionamentos quanto a sua atuação.

A legislação atual não garante a execução das decisões dos Tribunais de Contas: não há garantias sobre a efetividade e a execução das decisões do Tribunal, tendo em vista a dependência de outras instâncias e de outros atores para a execução de suas deliberações, pois, em muitos casos, os responsáveis pela execução não têm independência necessária para aplicar as sanções definidas pela Corte. Tal situação causa o desgaste da imagem institucional perante a mídia e a sociedade.

Utilização, sem o devido crédito, por outras esferas do Governo, dos dados e informações disponibilizados pelo TCE/TO: existência de matérias publicadas nos mais diversos veículos de comunicação, creditando a realização da completude das ações a outras instituições. Essas ocorrências descaracterizam a origem das informações, ignorando a atuação do TCE e, conseqüentemente, enfraquecendo sua imagem perante a sociedade.

Possibilidade de elegibilidade de agentes políticos com contas não aprovadas pelo TCE/TO: risco de comprometimento da credibilidade institucional, proveniente das decisões de outros Tribunais favoráveis aos gestores públicos que tenham restrições junto ao TCE/TO.

Corruptibilidade associada à impunidade: a elevação, potencial, do nível de corrupção associado à impunidade pode comprometer a imagem do TCE/TO, relacionando-a à falta de efetividade de suas atividades finalísticas.

Crise nos veículos de comunicação do Tocantins: o atual cenário econômico ocasionou a redução das equipes de jornalismo dos veículos de comunicação, o que compromete a qualidade das informações divulgadas.

Quadro 3 – Quadrante da Matriz SWOT com as principais ameaças do TCE/TO identificadas no diagnóstico institucional

PRINCIPAIS PONTOS FORTES DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Adoção de práticas para comunicação com públicos estratégicos: Adoção de práticas referentes à comunicação com os cidadãos e com as organizações da sociedade civil, incentivando o acesso do cidadão às informações sobre as contas públicas; acompanhamento de clippings, manifestações diversas e matérias publicadas nas mais diversas mídias (TV, rádio, sites e publicações impressas) para análise de relatórios quantitativos e qualitativos com dados referentes às reportagens relacionadas ao TCE/TO (positivas, negativas, neutras).

Assessoria de comunicação com atribuições definidas (RA 03/2009): Diretamente subordinada à Presidência do Tribunal de Contas com atividades nas áreas de assessoria de imprensa, publicidade, relações públicas e cerimonial.

Existência de prática para divulgação de todas as decisões do Pleno e das Câmaras: Boletim Oficial (IN TCE/TO 01/2008), liberadas posteriormente para consulta no portal e-Contas, informativo e resumo no site.

Acesso aos canais de comunicação para os públicos internos e externos: transmissão ao vivo das sessões, telejornal, programa de rádio, site, intranet, redes sociais, jornal mural, displays, informativo, Boletim Oficial.

Bom relacionamento com a imprensa: obtenção de mídia espontânea e gerenciamento de crise.

Reconhecimento interno e externo do trabalho da comunicação: prêmios internos e nacionais, credibilidade das informações veiculadas e do profissionalismo da equipe.

Existência de Ação no Plano Plurianual - PPA: Ação Gestão da Comunicação do TCE/TO permite que a ASCOM tenha orçamento próprio para a execução de suas atividades.

Recursos físicos adequados: Espaço próprio, equipamentos e softwares compatíveis.

Quadro 4 – Matriz SWOT com os principais pontos fortes da comunicação institucional

PRINCIPAIS PONTOS FRACOS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Falta de regulamentação da estrutura de pessoal da Assessoria de Comunicação: atualmente existem dois cargos comissionados instituídos oficialmente, as demais funções são distribuídas informalmente aos membros da equipe.

Insuficiência da acessibilidade na estrutura física e na disponibilidade de informações à sociedade.

Ausência de sondagens periódicas junto aos públicos interno e externo para avaliação da efetividade da divulgação das informações.

Redução do quantitativo de pessoal, especialmente designer gráficos e jornalistas.

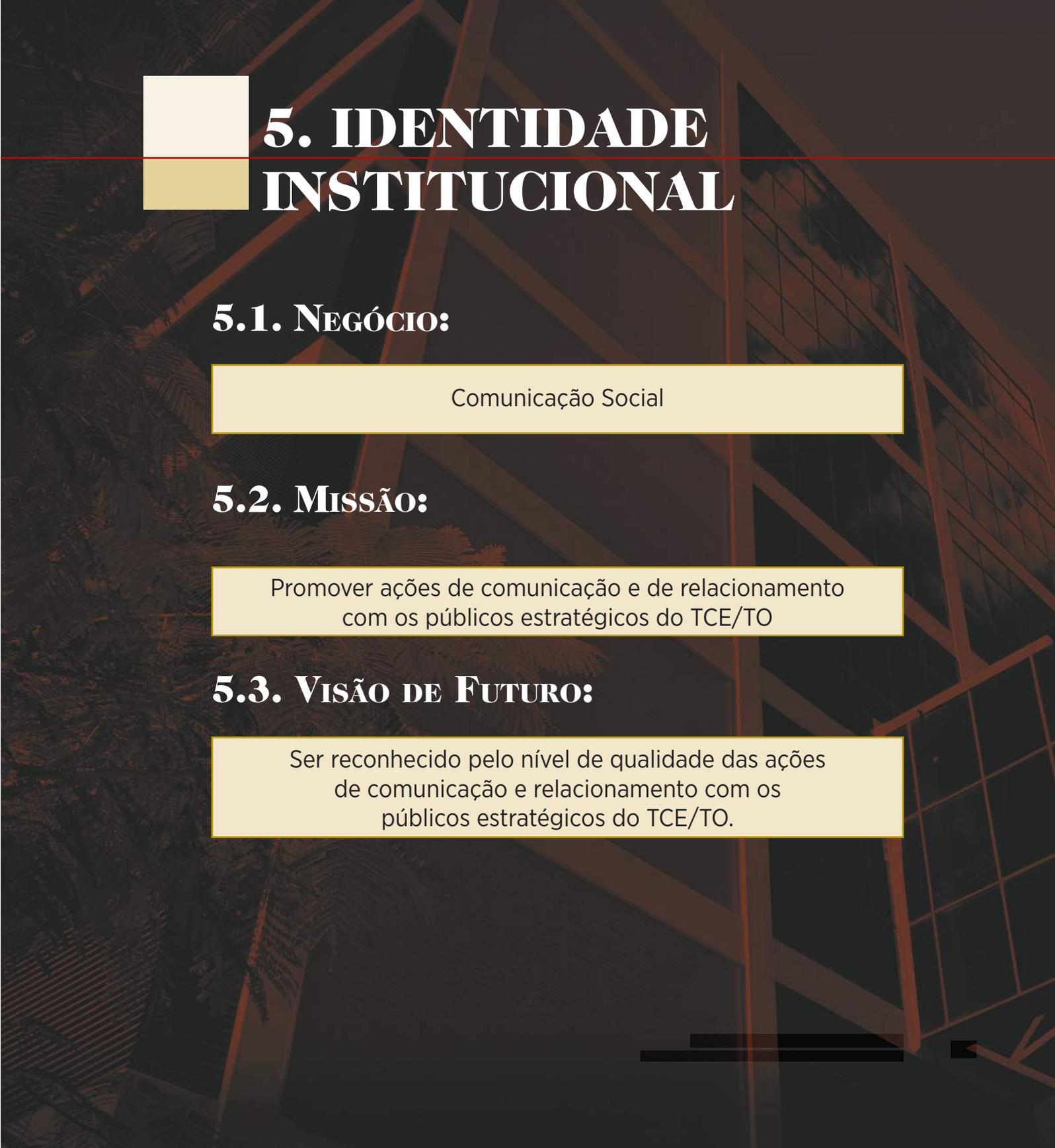
Dificuldade de agendamento e disponibilidade de entrevistados do TCE/TO.

Falta de media training para membros e diretores.

Inexistência de equipe específica de cerimonial.

Inexistência de profissional de fotografia.

Quadro 5 – Matriz SWOT com os principais pontos fracos da comunicação institucional



5. IDENTIDADE INSTITUCIONAL

5.1. NEGÓCIO:

Comunicação Social

5.2. MISSÃO:

Promover ações de comunicação e de relacionamento com os públicos estratégicos do TCE/TO

5.3. VISÃO DE FUTURO:

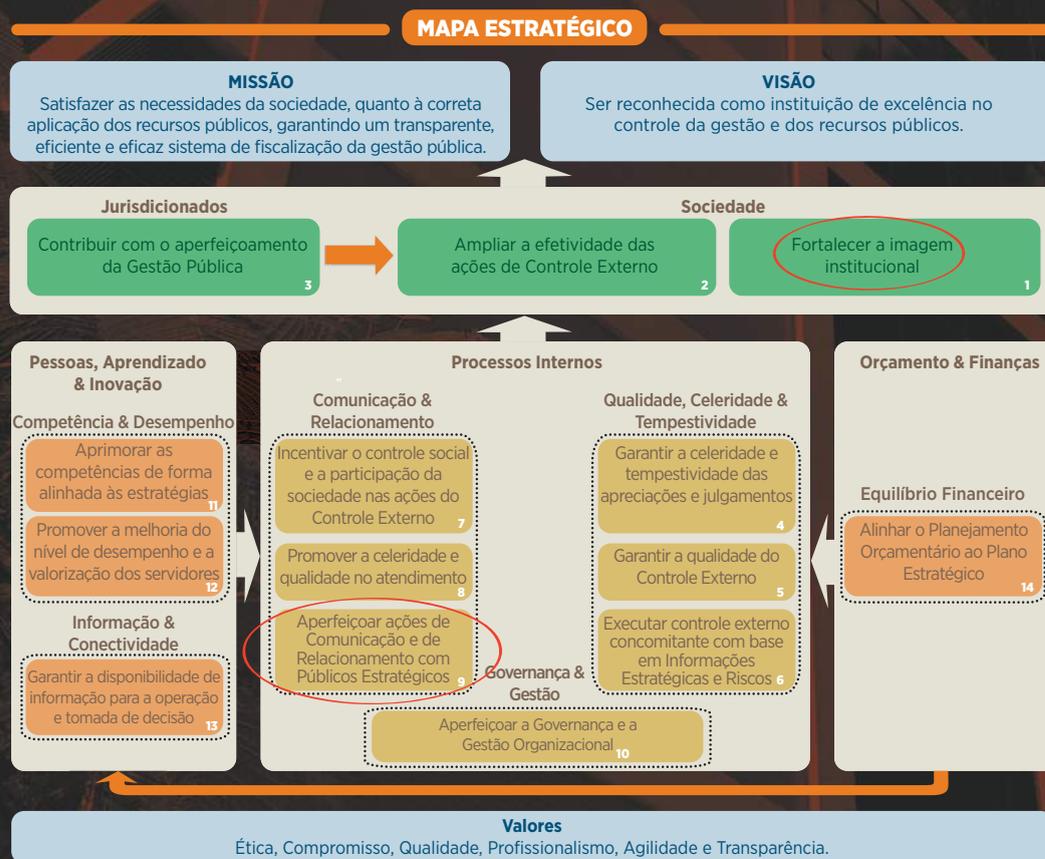
Ser reconhecido pelo nível de qualidade das ações de comunicação e relacionamento com os públicos estratégicos do TCE/TO.

Gravação do TCE Notícia
Dezembro/2012. Foto: ASCOM/TCE/TO



6. CONTRIBUIÇÕES ESTRATÉGICAS

6.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:



6.2 PRINCIPAIS INICIATIVAS:

Sociedade	Objetivo 01	Fortalecer a imagem institucional.
	Indicador B	<i>Índice de reconhecimento na mídia.</i>
	Meta	<i>Alcançar 70% das menções positivas em relação às ações do TCE/TO nos veículos de comunicação do Estado do Tocantins, até dezembro de 2021.</i>
	Estratégias	<ul style="list-style-type: none">• <i>Definir metodologia para mitigar potenciais impactos das decisões e ações do TCE/TO junto à sociedade e demais públicos estratégicos.</i>
Processos Internos	Objetivo 09	Aperfeiçoar ações de Comunicação e de Relacionamento com os Públicos Estratégicos.
	Indicador A	<i>Índice de execução do plano de comunicação institucional.</i>
	Meta	<i>Executar, anualmente, 80% do Plano de Comunicação do TCE/TO, até dezembro de 2021.</i>
	Estratégias	<ul style="list-style-type: none">• <i>Desenvolver ações de articulação interna, visando garantir recursos orçamentários, tecnológicos e humanos para execução das ações previstas.</i>• <i>Realizar campanhas de comunicação institucional.</i>• <i>Desenvolver ações para implementar o Comitê de Comunicação.</i>• <i>Reforçar ações de relacionamento com públicos estratégicos (incluindo ações de endomarketing).</i>• <i>Fortalecer as ações de transparência institucional.</i>• <i>Gerir manifestações e ações de comunicação nas mídias sociais.</i>

7. PÚBLICOS DE INTERESSE

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação.
- Servidores;
- Membros;
- Instituições afins;

8. DIRETRIZES GERAIS

A ATRICON, por meio do Programa de Qualidade e Agilidade do Controle Externo – QATC, aprovou uma série de resoluções para várias áreas dos Tribunais de Contas. A de nº 6 tem como tema “Divulgação de decisões e de pautas de julgamento como instrumento de comunicação dos Tribunais de Contas do Brasil com o público externo de interesse e com a sociedade”.

A seguir as diretrizes propostas pela ATRICON:

12. Os Tribunais de Contas do Brasil implementarão ações de comunicação com o objetivo de cumprir os princípios da publicidade e da transparência, demonstrar a utilidade e a efetividade do controle externo e fortalecer a imagem institucional, observando, para tanto, as diretrizes estabelecidas nos itens seguintes, no que couber.

13. Instituir política e plano de comunicação e criar comitê de comunicação para avaliação permanente de sua execução.

14. Dotar a área de comunicação social de:

- a. estrutura física;
- b. pessoal especializado;
- c. meios tecnológicos;
- d. orçamento;
- e. capacitação permanente.

15. Promover a integração das áreas de comunicação social, de tecnologia da informação e outras envolvidas no processo de publicização e transparência, visando ao desenvolvimento de mecanismos para atender às diretrizes previstas nesta resolução.

16. Divulgar, em espaço próprio e de destaque na página da internet, os relatórios de auditoria e respectivas defesas, assim que estas forem apresentadas, destacando tratar-se de processo ainda pendente de julgamento.

17. Divulgar, em espaço próprio e de destaque na página institucional, as pautas de julgamento do pleno e das câmaras, bem como transmitir ao vivo as sessões pela internet e/ou outros meios de comunicação, e disponibilizar os respectivos arquivos em vídeo.

18. Garantir a divulgação de ementa ou acórdão de todas as decisões do tribunal, especialmente:

- a. contas de governo e de gestão;
- b. tomadas de contas especiais;
- c. auditorias operacionais;
- d. denúncias;
- e. medidas cautelares.

19. Divulgar ementas ou acórdãos das decisões e pautas de julgamento em espaço próprio e de destaque na página inicial do site institucional para inserção das últimas decisões ou criar link, denominado, por exemplo, 'Decisões do TC', remetendo à totalidade dos julgamentos.

20. Assegurar que as ementas ou acórdãos tenham links para os respectivos processos, con- tendo, no mínimo, o voto condutor da decisão, o parecer ministerial, o relatório técnico e respectiva defesa.

21. Priorizar, nas ações de comunicação:

- a. o objetivo de dar amplo conhecimento à sociedade e, em especial, ao público de interes- se de seus produtos, decisões e pautas de julgamento;
- b. a divulgação, de forma sistemática, em linguagem acessível e didática, dos resultados da fiscalização da gestão dos recursos públicos;
- c. a contribuição para ações de estímulo ao controle social, fornecendo informações de fácil entendimento sobre o uso do dinheiro público;
- d. a informação à sociedade e ao público de interesse sobre a missão, a atuação e as com- petências constitucionais e legais dos Tribunais de Contas;
- e. o fortalecimento da página institucional na internet como principal meio de divulgação, sem prejuízo das ações de relacionamento e divulgação aos veículos de comunicação.

22. Adotar, preferencialmente, para efeito de produção de conteúdo pelas unidades de co- municação, a seguinte hierarquia:

- a. decisões plenárias relativas a processos e atos administrativos;
- b. demais atividades plenárias que importem necessidade de divulgação, em especial as pautas de julgamento;
- c. atividades de fiscalização que importem em impacto social ou necessidade de dar co- nhecimento à sociedade;
- d. atividades institucionais do tribunal de contas e, em especial, da presidência da insti- tuição;
- e. atividades institucionais dos membros do colegiado e do Ministério Público de Contas.

23. Observar, na produção de conteúdo para divulgação:

- a. a materialidade, com destaque para o volume de recursos envolvidos;

- b. a relevância, com destaque para o impacto social da decisão ou do fato fiscalizado;
 - c. o risco, com ênfase para o histórico do órgão ou da entidade fiscalizada;
 - d. a urgência, com destaque para as medidas cautelares, a determinação de instauração de tomadas de contas especiais e o acatamento de denúncias sobre fatos de repercussão.
24. Assegurar que as áreas envolvidas com decisões e pautas de julgamento priorizem o atendimento das demandas de informações da comunicação social.
25. Realizar sondagens periódicas aos públicos internos e externo de interesse para avaliar a efetividade da divulgação de informações sobre decisões, pautas de julgamento e outras de interesse da sociedade.
26. Utilizar-se das redes sociais, no que for possível, para ampliar a divulgação das ações, produtos e decisões de controle externo.



9. DIRETRIZES ESPECÍFICAS

A comunicação é entendida no TCE/TO como um dos principais meios de transparência das ações e decisões do órgão e como um instrumento fundamental para estimular a população a exercer o controle social da gestão pública, cujos resultados têm reflexos no fortalecimento da imagem institucional.

O objetivo é propiciar amplo acesso e levar ao conhecimento dos públicos estratégicos as decisões plenárias, as ações de fiscalização e as informações institucionais, utilizando diversificados meios de comunicação, tanto impressos como eletrônicos e digitais.

Nesse sentido, além das orientações da ATRICON, o TCE/TO adota as seguintes diretrizes específicas:

1. Aproximar o TCE/TO de seus públicos estratégicos, desenvolvendo projetos, atividades e eventos que promovam a integração e estimulem o estabelecimento de um clima positivo entre a instituição, seus servidores e membros, cidadãos e jurisdicionados, com reflexos na mídia e na sociedade.
2. Dar ampla divulgação à missão e visão de futuro do TCE/TO, de modo a torná-las de domínio público, enfatizando a eficiência, a eficácia, a efetividade e o caráter técnico das atividades de controle externo da gestão pública, fatores básicos para a obtenção do respeito e reconhecimento da sociedade.
3. Assegurar à Assessoria de Comunicação seu papel estratégico, inserindo-a como voz ativa no planejamento das ações de curto, médio e longo prazos do TCE/TO.
4. Aprimorar o modelo de comunicação integrada no âmbito do TCE/TO, de modo a possibilitar o desenvolvimento de ações sinérgicas e o uso de linguagens homogêneas.
5. Reforçar a comunicação interna como forma de integração e coesão dos membros e servidores aos objetivos e metas da instituição.
6. Dar respostas imediatas e adequadas às solicitações da imprensa.
7. Elaborar material explicativo que facilite o entendimento sobre as atribuições do TCE/TO e sobre as formas como os próprios cidadãos podem atuar para melhor fiscalizar as contas públicas.

*IX Fórum de Procuradores do MPC, sediado no TCE/TO
Junho/2017. Foto: ASCOM/TCE/TO*



10. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura organizacional vigente no TCE/TO é representada pela Figura 2, que apresenta a Assessoria de Comunicação vinculada diretamente à Presidência.

Cabe destacar, no entanto, que a Assessoria de Comunicação não possui regulamentação quanto à composição de seu quadro próprio de pessoal.

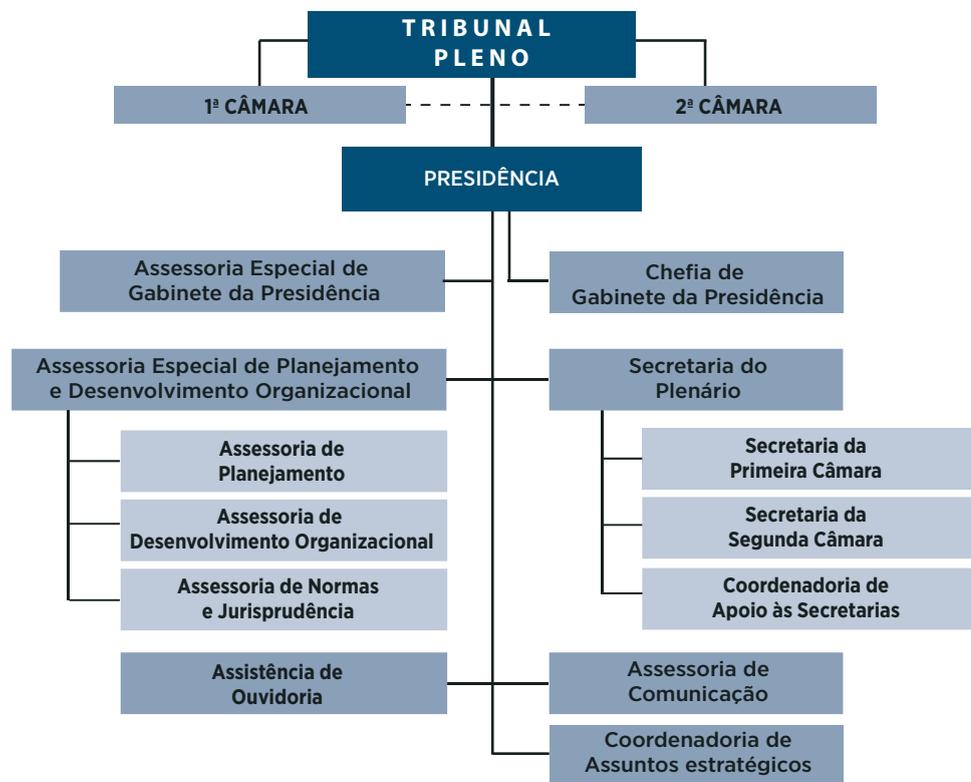


Figura 2 – Estrutura organizacional vigente do TCE/TO.

Para adequar essa questão, há uma proposta em discussão pelos membros da administração superior quanto às novas responsabilidades e atribuições na unidade (Capítulo 11), incorporando as novas competências institucionais, de forma alinhada ao Plano Estratégico do TCE/TO - ciclo 2016-2021, bem como para o atendimento às metas e iniciativas aprovadas e à nova Política de Comunicação a ser adotada.

Para isso, a Figura 3 apresenta a proposta de estrutura organizacional a ser adotada no TCE/TO, contemplando a reestruturação da unidade de Assessoria de Comunicação.

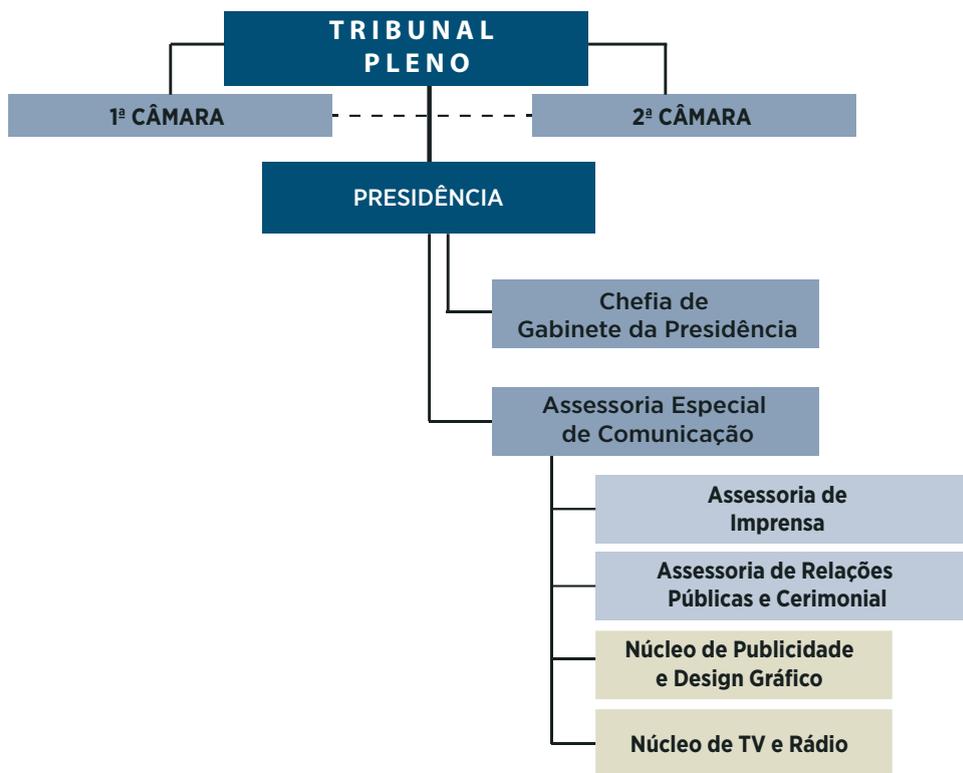


Figura 3 – Estrutura organizacional proposta para ASCOM

11. PRINCIPAIS PAPÉIS E ATRIBUIÇÕES DA UNIDADE

A seguir, são apresentadas as propostas para os novos perfis profissionais da Assessoria de Comunicação.

ASSESSOR ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO

- I. gerenciar as atividades da Assessoria Especial de Comunicação;
- II. coordenar e supervisionar estratégias, prioridades, programas e projetos relacionados com a comunicação interna e externa do Tribunal de Contas do Estado do Tocantins;
- III. administrar o fluxo de informações e promover o relacionamento entre o Tribunal e seus públicos estratégicos, e zelar pela boa imagem institucional do Tribunal;
- IV. coordenar e supervisionar o Plano de Comunicação do TCE/TO;
- V. assessorar o presidente, os conselheiros e representantes do TCE/TO em assuntos relativos à comunicação;
- VI. coordenar a produção de material institucional do TCE/TO, de modo a assegurar a padronização de linguagem e identidade visual;
- VII. coordenar a cobertura de eventos de interesse do TCE/TO, providenciando sua divulgação;
- VIII. aprovar material institucional para divulgação;
- IX. gerenciar metas do Plano Estratégico ligadas à Assessoria Especial de Comunicação;
- X. gerir contratos e pagamentos;
- XI. coordenar a produção de relatórios de atividades da Assessoria Especial de Comunicação;
- XII. desenvolver outras atividades inerentes à sua finalidade.

ASSESSOR DE IMPRENSA

- I. executar as atividades jornalísticas no âmbito do TCE/TO e a cobertura de eventos oficiais, bem como distribuir as informações à imprensa e divulgá-las nos veículos de comunicação do próprio TCE/TO;
- II. promover o relacionamento com os veículos e profissionais de comunicação;
- III. atender aos profissionais da imprensa e facilitar seu acesso às fontes e às informações solicitadas;
- IV. agendar entrevistas, individuais ou coletivas, a serem concedidas a veículos de comunicação;
- V. assessorar a presidência ou as fontes específicas durante a realização de entrevistas, preparando informações prévias sobre o tema a ser tratado e a possível linha de abordagem;
- VI. produzir notas oficiais, quando necessário, e distribuí-las aos órgãos de comunicação;
- VII. preparar e distribuir, durante a realização de eventos especiais, pastas para imprensa (*press-kits*), contendo material de apoio, como textos, fichas técnicas, gráficos, ilustrações e fotos sobre o assunto em pauta;
- VIII. acompanhar e analisar material divulgado pelos veículos de comunicação relacionado a atividades do Tribunal, a autoridades ou a servidores da Casa, para subsídios e/ou divulgação interna;
- IX. monitorar as redes sociais;
- X. desenvolver outras atividades inerentes à sua finalidade.

ASSESSOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS E CERIMONIAL

- I. promover o relacionamento do TCE/TO com seus públicos estratégicos, buscando estreitar o diálogo e o intercâmbio entre todos os segmentos envolvidos, de modo a criar e manter um clima positivo que contribua para consolidar a identidade e a imagem da instituição;
- II. criar e implantar, em conjunto com as Diretorias do Instituto de Contas e Recursos Humanos, programas e campanhas voltados para os servidores do TCE/TO;

- III. manter e atualizar cadastros e listagens de autoridades e instituições que mantenham relações diretas ou indiretas com o TCE/TO;
- IV. enviar convites, cumprimentos e agradecimentos e responder correspondências similares recebidas;
- V. colaborar no planejamento e execução de peças de comunicação e campanhas institucionais;
- VI. planejar e organizar a presença do TCE/TO em eventos promovidos por outros órgãos e instituições, inclusive participando como parceiro quando o objetivo tiver correlação com as atividades a cargo do Tribunal de Contas;
- VII. planejar, organizar e coordenar o cerimonial de eventos oficiais do TCE/TO, tais como:
 - sessões solenes;
 - inaugurações;
 - pedras fundamentais;
 - encontros;
 - seminários;
 - congressos;
 - abertura e encerramento de cursos;
 - visitas oficiais.
- VIII. fazer contato com os visitantes do “TCE de Portas Abertas”;
- IX. desenvolver outras atividades inerentes à sua finalidade.

NÚCLEO DE PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO

- I. planejar, criar, fiscalizar e corrigir as ações de Publicidade e Propaganda realizadas pela instituição, conforme política de comunicação;

- II. empenhar-se para o perfeito uso da marca do Tribunal de Contas do Estado do Tocantins, conforme Manual de uso da Marca;
- III. executar as ações de publicidade e marketing definidas no Planejamento de Comunicação;
- IV. alinhar e unificar a linguagem adotada nas ações de comunicação com os discursos propostos no Planejamento de Comunicação;
- V. dar suporte e apoio às áreas de Assessoria de Imprensa e Comunicação Interna para o bom desempenho de suas atividades;
- VI. atender às demandas de material gráfico ou institucional solicitados pelos diversos setores do TCE/TO;
- VII. coordenar os trabalhos dos designers gráficos, elaborando o briefing e monitorando o *dead line* e a fila de espera do material demandado.

NÚCLEO DE TV, RÁDIO E FOTOGRAFIA

- I. coordenar a transmissão ao vivo das sessões e de eventos do TCE/TO;
- II. coordenar a produção de imagens de eventos, edição e arquivamento;
- III. coordenar a edição das peças de áudio e vídeo;
- IV. coordenar o registro, a edição e o arquivamento de fotos.



12. PARTICIPANTES E ATRIBUIÇÕES DO COMITÊ DE COMUNICAÇÃO

Os participantes e as atribuições do Comitê de Comunicação estão definidos na Resolução Administrativa TCE/TO 6/2009, de 7 de outubro de 2009, conforme segue:

Art. 3º. O Comitê de Comunicação será composto por um representante de cada unidade a seguir especificada:

- I. Chefe de Gabinete da Presidência;
- II. Diretor Geral de Controle Externo;
- III. Diretor Geral de Controle Interno;
- IV. Instituto de Contas;
- V. Assessoria de Comunicação;
- VI. Ouvidoria.

§ 1º. A Assessoria de Comunicação será representada por seu titular, a quem incumbe, também, a função de coordenar o comitê.

§ 2º. A indicação dos membros do Comitê cabe aos titulares das unidades que o compõem e será formalizada por ato do Presidente.

Art. 4º. Compete ao Comitê de Comunicação:

- I. especificar o Projeto de Identidade Visual do TCE e coordenar a sua implementação;

- II. estimular ações que favoreçam a sustentabilidade e a manutenção da política de identidade visual;
- III. coordenar e acompanhar atividades relativas à aplicação da identidade visual em suportes físicos (expedientes, manuais, crachás, identidades funcionais, envelopes, certificados, banners, itens de sinalização predial e de frotas de veículos, bottons, totens, etc.) e virtuais (interface do Portal TCE/TO, dos sistemas corporativos e aplicações, dos vídeos institucionais e de treinamento, das apresentações multimídia e teleconferências, entre outros);
- IV. acompanhar a implementação da logomarca no Tribunal, em consonância com as informações no anexo desta Resolução, zelar pelo uso adequado da identidade visual e orientar as unidades a respeito;
- V. apreciar outros assuntos relacionados à identidade visual do TCE/TO;
- VI. propor políticas e projetos relativos à comunicação institucional adotada pelo Tribunal de Contas, objetivando aprimorar o fluxo de informações com seu público interno e externo.



Medalha do Mérito Funcional
Fevereiro/2017. Foto: ASCOM/TCE/TO

13. PRINCIPAIS PROCESSOS E ROTINAS

Na revisão dos processos do TCE/TO, realizada em 2011, foram documentados dois macroprocessos da Assessoria de Comunicação, a partir de fluxos e manual de normas.

- Atendimento a demandas da imprensa.
- Atendimento a demandas de comunicação do TCE/TO.

14. PLANO GERAL DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

A seguir, são apresentadas as ações previstas para o Plano Geral de Comunicação:

14.1 DESENVOLVIMENTO DE AÇÕES DE ARTICULAÇÃO INTERNA

OBJETIVO GERAL

- Garantir recursos financeiros, tecnológicos e humanos para executar as atividades previstas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Assegurar recursos suficientes para a realização das ações de comunicação previstas;
- Estruturar cargos da assessoria de comunicação;
- Manter a assessoria de comunicação com equipamentos tecnológicos condizentes às novidades do mercado, bem como às inovações na área.

PÚBLICO-ALVO

- Membros, principalmente a alta gestão.

AÇÕES PREVISTAS

- Informar à alta gestão acerca da importância de manter a atividade “Gestão da Comunicação” no Plano Plurianual (PPA);
- Fazer gestão junto à Presidência do TCE/TO para a aprovação da proposta de estruturação dos cargos da Assessoria de Comunicação;
- Participar das reuniões com a equipe responsável pela elaboração do orçamento.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- Anualmente, no período compreendido entre abril a dezembro.

14.2 CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

OBJETIVO GERAL

- Melhorar a imagem institucional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar o trabalho e os resultados do TCE/TO, por meio de ampla campanha institucional, visando atingir e sensibilizar todos os seus públicos estratégicos;
- Aproximar a Corte de Contas do cidadão;
- Incentivar a boa governança e o Controle Social.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros;
- Instituições afins.

AÇÕES PREVISTAS

- Fazer gestão junto à Presidência do TCE/TO para a liberação de recursos financeiros já aprovados no orçamento da Assessoria de Comunicação – para criar, executar e

- veicular campanha;
- Solicitar levantamento de custos de veiculação junto à agência de publicidade licitada;
- Promover reuniões de *briefing* com os representantes da agência de publicidade licitada e com os representantes da produtora licitada;
- Acompanhar a elaboração e aprovação do roteiro;
- Aprovar o mapa de mídia;
- Monitorar a execução e aprovação das peças publicitárias;
- Monitorar a veiculação.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre abril a novembro.

14.3 IMPLEMENTAÇÃO DO COMITÊ DE COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL:

- Adotar prática de colegiado interno para definir, priorizar e gerir as ações de comunicação do TCE/TO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efetivar o Comitê de Comunicação;

- Realizar o Plano de Comunicação.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros;
- Instituições afins.

AÇÕES PREVISTAS

- Reunir os membros do Comitê de Comunicação, conforme o que dispõe a Resolução Administrativa nº 6/2009, para definir atribuições e cronograma de reuniões do grupo;
- Realizar reuniões periódicas;
- Elaborar calendário unificado de eventos.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

14.4 REALIZAÇÃO DO PROGRAMA “TCE DE PORTAS ABERTAS”

OBJETIVO GERAL

- Aproximar o TCE/TO da comunidade estudantil (em todos os níveis), bem como dos profissionais da imprensa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reforçar as ações de relacionamento com públicos estratégicos, por meio da manutenção do Programa “TCE de Portas Abertas” com estudantes e profissionais da imprensa;
- Explicar sobre o trabalho de Controle Externo;
- Apresentar as principais ações realizadas pela Corte;
- Estimular o Controle Social;
- Apresentar o Portal e-contas de consulta pública de processos.

PÚBLICO-ALVO

- Estudantes e Imprensa.

AÇÕES PREVISTAS

- Realizar pelo menos uma edição do programa “TCE de Portas Abertas” por mês e manter contato com os representantes dos veículos de comunicação para ter um *feed-back* sobre a visita e levantar os principais anseios da imprensa com relação ao TCE/TO.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre março a dezembro.

14.5 DIVULGAÇÃO DO “PROGRAMA AGENDA CIDADÃ”

OBJETIVO GERAL

- Divulgar os temas das palestras e os resultados das discussões dos encontros de cada cidade polo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar o programa;
- Disseminar o conhecimento por meio dos resumos dos encontros em cada cidade polo;
- Estimular o controle social;
- Produzir publicação especial.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros;

- Instituições afins.

AÇÕES PREVISTAS

- Acompanhar o evento em todas as cidades polo;
- Realizar o registro fotográfico em todas as cidades polo;
- Fazer textos para a versão digital (*site* e intranet) e escrita (publicação);
- Acompanhar a criação e confecção do boneco da publicação;
- Revisar a publicação.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre março a novembro.

14.6 ADEQUAÇÃO DAS FERRAMENTAS DE ACESSIBILIDADE DO SITE.

OBJETIVO GERAL

- Adequar o projeto de acessibilidade coordenado pelo Ministério Público de Contas, por meio de sua associação nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Tornar o site acessível às pessoas com necessidades especiais, especialmente os que possuem baixa visão e cegos; e baixa audição e surdos;

- Facilitar o acesso ao controle social às pessoas com necessidades especiais, especialmente os que possuem baixa visão e cegos; e baixa audição e surdos.

PÚBLICO-ALVO

- Pessoas com necessidades especiais, especialmente os que possuem baixa visão e cegos; e baixa audição e surdos.

AÇÕES PREVISTAS

- Reuniões com representantes da diretoria de informática;
- Divulgação da nova ferramenta por meio dos canais de comunicação institucionais.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre maio a setembro.

14.7 DESENVOLVIMENTO DE AÇÕES E ORIENTAÇÕES AOS PROFISSIONAIS DA IMPRENSA SOBRE O ACESSO E A UTILIZAÇÃO DO PORTAL E-CONTAS E PORTAL DO CIDADÃO.

OBJETIVO GERAL

- Intensificar o relacionamento, com qualidade, com a imprensa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Valorizar, perante a imprensa, a política de transparência do TCE/TO;
- Estimular a publicação de pautas fomentadas por meio dos dados disponíveis no Portal e-Contas e no Portal do Cidadão;
- Facilitar o trabalho de divulgação de resultados de processos que tramitam ou já tramitados no TCE/TO;
- Atender a imprensa em tempo hábil;
- Facilitar a comunicação com veículos diversos que solicitam informações ao TCE/TO.

PÚBLICO-ALVO

- Profissionais da imprensa.

AÇÕES PREVISTAS

- Realizar uma edição especial do TCE de Portas Abertas, com foco no Portal e-Contas e no Portal do Cidadão;
- Elaborar release especial com o passo a passo para realizar pesquisas no Portal e-Contas e no Portal do Cidadão;
- Realizar café da manhã com o presidente para atender a imprensa de forma direta e informal.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

14.8 REALIZAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS INTERNAS POR MEIO DOS DISPLAYS FÍSICOS E DIGITAIS.

OBJETIVO GERAL

- Informar o público interno sobre ações e/ou notícias de interesse específico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar datas consideradas importantes;
- Disseminar ações e/ou atitudes relevantes;
- Divulgar temas de interesse do TCE/TO (culturais, sociais ou econômicos, entre outros).

PÚBLICO-ALVO

- Público interno do TCE/TO: servidores, membros e terceirizados.

AÇÕES PREVISTAS

- Alinhamento das principais informações a serem repassadas com os diversos setores, a exemplo da Diretoria de Recursos Humanos;
- Alinhamento com os *designers*;
- Aprovação (quando necessário).

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

14.9 APOIO NA REALIZAÇÃO DE EVENTOS INTERNOS.

OBJETIVO GERAL

- Realizar ações de comunicação, conforme demandas, para apoiar a realização de atividades internas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apoiar toda e qualquer atividade do TCE/TO que necessite de ações de comunicação;
- Acionar a imprensa, quando necessário, para divulgação de eventos realizados pelo TCE/TO.

PÚBLICO-ALVO

- Público interno do TCE/TO: servidores, membros e terceirizados.

AÇÕES PREVISTAS

- Alinhamento com o departamento realizador do evento, a exemplo do “Instituto de Contas 5 de Outubro”;
- Elaboração de *releases*;
- Criação de logomarcas e demais layouts necessários;
- Divulgação interna (e externa, se necessário);
- Cobertura do evento;
- Apresentação do evento.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

14.10 REFORMULAÇÃO DO JORNAL MURAL PARA FORMATO DIGITAL.

OBJETIVO GERAL

- Atualizar o Jornal Mural.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estabelecer novo padrão para o Jornal Mural, tornando-o mais moderno e dinâmico;
- Agilizar a atualização das informações;
- Eliminar o custo de impressão.

PÚBLICO-ALVO

- Público interno do TCE/TO: servidores, membros e terceirizados.

AÇÕES PREVISTAS

- Disponibilização de monitores (TV) nos pontos estratégicos dos prédios do TCE/TO;
- Levantamento de pautas;
- Diagramação pelos *designers*;
- Transmissão de dados para os monitores.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

14.11 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE MENSAGENS E VÍDEOS PARA DIVULGAÇÃO AO PÚBLICO INTERNO POR MEIO DO WHATSAPP.

OBJETIVO GERAL

- Modernizar a comunicação de informações internas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Atingir com maior rapidez e agilidade o público-alvo;
- Utilizar meios mais modernos e de maior capilaridade, a exemplo do WhatsApp para efetivar a comunicação interna;
- Maior interação com o público-alvo.

PÚBLICO-ALVO

- Público interno do TCE/TO: servidores, membros e terceirizados.

AÇÕES PREVISTAS

- Disponibilização de um *smartphone*;

- Levantamento dos principais assuntos;
- Gravação e edição dos vídeos;
- Envio por meio de lista de transmissão.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre fevereiro a dezembro.

14.12 TRANSMISSÃO AO VIVO DAS SESSÕES DO PLENO E DAS CÂMARAS.

OBJETIVO GERAL

- Transmitir as Sessões realizadas pelo TCE/TO em tempo real.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer a política de transparência do TCE/TO;
- Aproximar o TCE/TO de seus públicos estratégicos;
- Estimular o controle social;
- Facilitar o trabalho de divulgação de resultados de julgamentos.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;

- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros.

AÇÕES PREVISTAS

- Manter contrato com produtora de vídeo;
- Comunicar a produtora de vídeo sobre os horários das sessões e eventuais mudanças;
- Monitorar o trabalho da produtora de vídeo;
- Divulgar a transmissão ao vivo por meio dos canais de comunicação do TCE/TO;
- Divulgar a transmissão ao vivo para a imprensa.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre fevereiro a dezembro.

14.13 PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DO MINUTO TCE (RÁDIO).

OBJETIVO GERAL

- Divulgar as ações e decisões do TCE/TO em linguagem de rádio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aproximar dos públicos estratégicos;
- Fortalecer e divulgar a política de transparência do TCE/TO;
- Estimular o controle social;
- Levar as informações sobre a instituição de uma maneira mais leve e direta, de acordo com a linguagem do rádio, atingindo significativa parcela da população.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros.

AÇÕES PREVISTAS

- Redigir roteiro;

- Gravar áudio;
- Editar programa;
- Publicar no site institucional;
- Arquivar programa na rádio 96FM;
- Monitorar a veiculação.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre fevereiro a dezembro.

14.14 PRODUÇÃO DO TCE NOTÍCIA E VEICULAÇÃO NA TVE, TV ASSEMBLEIA E NO YOUTUBE.

OBJETIVO GERAL

- Divulgar as ações e decisões do TCE/TO em linguagem jornalística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aproximar dos públicos estratégicos;
- Fortalecer e divulgar a política de transparência do TCE/TO;
- Estimular o controle social;

- Levar as informações sobre a instituição de uma maneira simples e objetiva, de acordo com a linguagem de TV, atingindo significativa parcela da população.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros.

AÇÕES PREVISTAS

- Redigir textos e *scripts*;
- Gravar o programa;
- Acompanhar a edição do programa;
- Aprovar a versão final do programa;
- Publicar o programa no site institucional e canal do YouTube;
- Acompanhar os demais trabalhos da produtora de vídeo licitada, tais como, a captação de imagens e o arquivamento junto à TVE Tocantins (emissora pública) e TV Assembleia.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre fevereiro a dezembro.

14.15 PUBLICAÇÃO DE SEIS EDIÇÕES ANUAIS DO INFORMATIVO TCE.

OBJETIVO GERAL

- Divulgar as principais ações e decisões do TCE/TO por meio de publicação impressa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aproximar dos públicos estratégicos, principalmente os jurisdicionados;
- Fortalecer e divulgar a política de transparência do TCE/TO;
- Estimular o controle social;
- Levar as informações sobre a instituição de acordo com a linguagem de publicações impressas.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros;
- Instituições Afins

AÇÕES PREVISTAS

- Elaborar espelho;

- Redigir textos;
- Diagramar;
- Revisar;
- Encaminhar para a gráfica licitada;
- Aprovar o boneco impresso pela gráfica;
- Envelopar;
- Distribuir para todos os Tribunais de Contas do Brasil, STF, STJ, os 139 municípios do Estado, bem como para os veículos de comunicação.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre fevereiro a dezembro.

14.16 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIOS INSTITUCIONAIS.

OBJETIVO GERAL

- Registrar ações e/ou atividades relevantes e históricas do TCE/TO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar, por meio de Documentários Institucionais ações importantes de cada etapa do TCE/TO;

- Manter registros históricos, inclusive para alimentar o Totem do Memorial do TCE/TO, com ações e atividades relevantes do órgão;
- Esclarecer o trabalho de controle externo para os públicos estratégicos.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;
- Membros;
- Instituições afins.

AÇÕES PREVISTAS

- Idealizar o mote do documentário;
- Contatar e *briefar* a agência licitada para a criação do roteiro;
- Participar ativamente da elaboração do roteiro;
- Revisar e aprovar roteiro;
- Contatar e *briefar* a produtora licitada para a produção do vídeo;
- Acompanhar a produção do vídeo;
- Aprovar a edição do vídeo;
- Publicar e divulgar o documentário.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre março a outubro.

14.17 ALIMENTAÇÃO DIÁRIA DAS PÁGINAS NA INTERNET E INTRANET.

OBJETIVO GERAL

- Manter os principais canais de comunicação com os públicos estratégicos atualizados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Consolidar as páginas da Intranet e da Internet como veículos dinâmicos e confiáveis de informação;
- Estimular o acesso e a leitura desses canais de comunicação;
- Estimular o controle social;
- Divulgar a política de transparência do TCE/TO.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;
- Servidores;

- Membros;
- Instituições afins.

AÇÕES PREVISTAS

- Receber demandas dos diversos setores da instituição;
- Distribuir pautas;
- Criar imagem para *slide show*;
- Adequar e tratar fotos e imagens para conteúdo interno;
- Redigir e revisar textos;
- Publicar e atualizar matérias.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

*Gravação do TCE Notícia,
Junho/2015. Foto: ASCOM/TCE/TO*



14.18 PRODUÇÃO DE MATÉRIAS CONTÍNUAS SOBRE OS RESULTADOS DAS SESSÕES DO PLENO E DAS CÂMARAS.

OBJETIVO GERAL

- Divulgar ao público que não tem a possibilidade de acesso ao vivo, o resultado das Sessões realizadas pelo TCE/TO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Disseminar informações relevantes a diversos públicos jurisdicionados sobre decisões de interesse comum;
- Estimular a consulta dos jurisdicionados ao site do TCE/TO após sessões, sejam das câmaras ou plenárias;
- Estimular a imprensa a, além de acompanhar as sessões ao vivo, manter pesquisa periódica no site do TCE/TO a fim de obter pautas relevantes;
- Otimizar o atendimento à imprensa;
- Estimular o controle social;
- Divulgar a política de transparência do TCE/TO.

PÚBLICO-ALVO

- Sociedade;
- Jurisdicionados;
- Veículos de comunicação;

- Servidores;
- Membros;
- Instituições afins.

AÇÕES PREVISTAS

- Acompanhar as Sessões do Pleno e das Câmaras;
- Manter contato com as secretarias do Pleno e das Câmaras;
- Acompanhar publicação no Boletim Oficial;
- Redigir e revisar textos;
- Publicar e atualizar matérias.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre fevereiro e dezembro.



Edifício Ruy Barbosa e sede do TCE/TO
Maio/2017. Foto: ASCOM/TCE/TO

14.19 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS

OBJETIVO GERAL

- Utilizar as mídias sociais (*Facebook* e *Twitter* – já em uso e *Periscope* e *Snapchat* – ainda não utilizados) com maior frequência em busca de públicos específicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Firmar participação da comunicação em quatro modalidades de mídias sociais disponíveis e acessíveis aos públicos estratégicos, considerando que são canais de comunicação de baixo custo e de alto alcance;
- Reorganizar as ações de divulgação para cada mídia social;
- Direcionar, conforme públicos, temas e manifestações por modalidades de mídias sociais;
- Divulgar a política de transparência do TCE/TO;
- Estimular o controle social.

PÚBLICO-ALVO:

- Todos os públicos estratégicos usuários das redes sociais.

AÇÕES PREVISTAS

- Levantar temas interessantes para redes sociais;
- Design de peças exclusivas e nos formatos específicos das redes sociais;
- Redigir textos e chamadas na linguagem específica das redes sociais;

- Efetuar a publicação nas redes sociais;
- Monitorar comentários e reportagens;
- Avaliar possível resposta diante dos comentários;
- Proporcionar curso específico de mídias sociais à equipe responsável.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

*Programa Agenda Cidadã
Maio/2015. Foto: ASCOM/TCE/TO*



14.20 ADMINISTRAÇÃO DE MANIFESTAÇÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS

OBJETIVO GERAL

- Monitorar as mídias sociais com relação às manifestações sobre a instituição.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Monitorar, diariamente, as manifestações sobre o TCE/TO nas mídias sociais, que se constituem em uma espécie de termômetro da atuação do Órgão. Sua gestão é, atualmente, um novo ramo da atuação das assessorias de comunicação;
- Identificar e analisar as manifestações, sejam positivas ou negativas, sobre a instituição nas mídias sociais;
- Decidir sobre a forma de ação e/ou resposta às mesmas.

PÚBLICO-ALVO

- Todos os públicos estratégicos usuários das redes sociais.

AÇÕES PREVISTAS

- Monitorar todas as redes sociais em que o TCE/TO atua;
- Realizar levantamento sobre as manifestações por meio de planilhas e gráficos;
- Decidir sobre possível resposta diante das manifestações levantadas;
- Elaborar e publicar respostas e/ou notas;
- Proporcionar curso específico de mídias sociais à equipe responsável.

PERÍODO DE EXECUÇÃO

- No período compreendido entre janeiro a dezembro.

Identidade Visual do TCE/TO
 Fevereiro/2015.
 Design: ASCOM/TCE/TO

