

RESOLUÇÃO N. 423/2024/TCE-RO

Dispõe sobre a Política de Comunicação Social e Marketing do Tribunal de Contas do Estado de Rondônia e dá outras providências.

O TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA (TCE-RO), no uso das atribuições legais que lhe são conferidas pelo artigo 3º da [Lei Complementar n. 154, de 26 de julho de 1996](#), c/c artigo 173, inciso II, alínea “a”, do [Regimento Interno do Tribunal de Contas](#);

CONSIDERANDO as competências da Assessoria de Comunicação Social, previstas no artigo 10 da [Lei Complementar Estadual n. 1.024, de 6 de junho de 2019](#);

CONSIDERANDO a necessidade de atualização da [Resolução n. 368/TCE-RO, de 25 de julho de 2022](#), que possibilitou o aprimoramento e a instituição da Política de Comunicação Social e Marketing do Tribunal de Contas, ao estabelecer diretrizes norteadoras relativas à comunicação e ao relacionamento do Tribunal com seus diversos públicos, assim como procedimentos baseados na transparência, interesse público, ética e impessoalidade;

CONSIDERANDO as diretrizes da Associação dos Membros dos Tribunais de Contas do Brasil (Atricon), no âmbito do Programa Qualidade e Agilidade dos Tribunais de Contas (QATC), com vistas à implementação de melhorias e padronização de procedimentos e regulamentos dos Tribunais de Contas, particularmente na área de comunicação;

CONSIDERANDO a diretriz interna, no sentido de planejar e executar as ações de comunicação do TCE-RO, em harmonia com o planejamento e a gestão estratégica do Tribunal de Contas, materializados no [Plano Estratégico, horizonte 2021/2028](#);

CONSIDERANDO as informações colacionadas no Processo-SEI n. 04094/2024 e no Processo PCE n. 02192/2024/TCE-RO;

RESOLVE:

Art. 1º Fica instituída a Política de Comunicação Social e Marketing do Tribunal de Contas do Estado de Rondônia (TCE-RO) com o objetivo de regulamentar a comunicação institucional, nos âmbitos externo e interno, garantindo o alinhamento aos princípios constitucionais da Administração Pública, ao Regimento Interno e ao Planejamento Estratégico do Tribunal de Contas.

**CAPÍTULO I
DOS OBJETIVOS**

Art. 2º As ações de Comunicação Social do Tribunal de Contas obedecerão aos seguintes objetivos:

I - proporcionar a cultura da integridade, impessoalidade, transparência, publicidade, acessibilidade, efetividade, eficiência, ética e responsabilidade social;

II - contribuir para o fortalecimento da imagem institucional e reputação do Tribunal de Contas, regional e nacionalmente, ao lado da Associação dos Membros dos Tribunais de Contas do Brasil (Atricon);

III - difundir informações que contribuam para melhor entendimento das atividades jurisdicional e administrativa do TCE-RO pela sociedade;

IV - divulgar objetivos, ações e resultados obtidos pelo Tribunal de Contas, voltados ao interesse da sociedade, visando à promoção da participação do cidadão no controle da gestão pública;

V - produzir material de divulgação institucional, com uma linguagem simples e acessível, de cunho didático-pedagógica, que garanta a compreensão pelo público-alvo, em harmonia com os princípios definidos na [Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011](#) (Lei de Acesso à Informação) e na [Lei Complementar n. 131, de 27 de maio de 2009](#) (Lei de Transparência da Gestão Fiscal).

CAPÍTULO II

DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 3º A Comunicação Social reger-se-á pelos seguintes princípios:

I - impessoalidade;

II - simplicidade;

III - integridade;

IV - verdade;

V - transparência;

VI - unidade;

VII - visão estratégica;

VIII - sustentabilidade;

IX - economicidade;

X - acessibilidade;

XI - educação;

XII - integração;

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

XIII - diversidade;

XIV – publicidade.

Art. 4º As ações de Comunicação Social do Tribunal de Contas obedecerão às seguintes diretrizes:

I - promover o respeito à Constituição Federal, à Constituição do Estado de Rondônia e às leis;

II - contribuir para o fortalecimento da imagem e reputação institucional do TCE-RO;

III - ampliar a credibilidade do Tribunal junto à sociedade, com a divulgação de informações que contribuam para o melhor entendimento de suas atividades jurisdicionais e administrativas;

IV - promover a unidade de discurso, textual e não textual, de forma a apresentar a informação institucional de maneira objetiva, clara e atrativa;

V - divulgar, de forma simples, didática e acessível, as decisões e os julgamentos do TCE-RO, bem como os projetos, serviços e ações mantidos pelo Tribunal à disposição do cidadão;

VI - primar pelo aspecto coletivo e interesse público dos conteúdos nos diferentes meios de comunicação oficiais, bem como ampliar o debate democrático e o exercício da cidadania;

VII - promover a cultura da transparência na Administração Pública e o exercício da cidadania;

VIII - incentivar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos;

IX - instituir e manter procedimentos para identificação de situações de risco para a imagem da instituição e para o enfrentamento de crises, no âmbito comunicacional;

X - auxiliar na promoção de um clima organizacional propício ao desenvolvimento institucional, bem como apoiar os Conselheiros do TCE-RO, Procuradores do Ministério Público de Contas do Estado de Rondônia (MPC-RO), Secretários, Diretores, Assessores, Coordenadores, Gerentes, Servidores e Colaboradores para o aperfeiçoamento das aptidões de comunicação social;

XI - avaliar resultados, de forma continuada, com definição de indicadores e realização de pesquisas sobre a percepção da sociedade a respeito do TCE-RO, a fim de ampliar o diálogo com seus públicos, avaliar e aperfeiçoar as ações de comunicação.

§ 1º Qualquer veículo de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, deverá ser criado, produzido, editado, distribuído, gerenciado e/ou divulgado pela Assessoria de Comunicação do TCE-RO.

§ 2º São consideradas ferramentas de comunicação social: sítio eletrônico do TCE-RO, intranet, mural (TV corporativa), e-mail institucional, *pop-up*, planos de fundo dos computadores institucionais (*wallpaper*) e outros instrumentos identificados pelo setor de comunicação.

CAPÍTULO III DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 5º Cabe à Assessoria de Comunicação Social (Ascom) gerenciar, de forma estratégica e integrada, as ações de comunicação institucional do TCE-RO e do MPC-RO, a fim de manter o caráter impessoal do discurso, atuando, assim, como unidade centralizadora e consultiva na área de comunicação e marketing, com o objetivo de obter o desejável e necessário retorno qualitativo e quantitativo para a imagem das instituições.

§ 1º Os veículos/canais de comunicação institucional e os perfis em mídias sociais serão criados e gerenciados pela Ascom do Tribunal, com definição de estratégia, posicionamento, calendário e linha editorial.

§ 2º Os veículos/canais de comunicação devem estimular o debate público e a participação da sociedade.

§ 3º São considerados veículos/canais de comunicação social institucional a serem gerenciados pela Ascom:

I - portal de notícias, intranet e *pop-ups*;

II – Televisão TCE-RO (emissora transmitida pelo canal do *YouTube* do TCE-RO);

III - televisão corporativa (painéis internos instalados nas dependências do Tribunal);

IV - elevadores, totens e murais;

V - boletins e *newsletters*;

VI - redes sociais;

VII - lista de transmissão/grupos de aplicativos de mensagens, como *Teams*, *WhatsApp* e *Telegram* e qualquer outra ferramenta para comunicação de atos, ações, notícias e demais assuntos relevantes, de interesse público do TCE-RO e do MPC-RO;

VIII - Diário Oficial Eletrônico do Tribunal de Contas do Estado de Rondônia (DOe/TCE-RO): veículo oficial de publicação dos atos administrativos e processuais do Tribunal, conforme normas específicas, composto por diversas seções;

IX - demais veículos/canais a serem criados, a partir da inovação tecnológica.

§ 4º Podem ser considerados veículos/canais de comunicação social institucional, ainda que em caráter temporário e excepcional, planos de fundo de telas de computadores institucionais, *banners* e outros espaços físicos ou virtuais identificados em planejamento e autorizados pela Presidência do TCE-RO para a execução de estratégias de comunicação.

§ 5º O Portal do TCE-RO agrupa também o Portal da Transparência, disponível neste endereço: <https://tcero.tc.br/2019/11/07/portal-da-transparencia/>.

§ 6º As informações a serem disponibilizadas nos canais internos de comunicação do TCE-RO devem ser submetidas à Ascom.

§ 7º Novos canais setoriais e funcionalidades de comunicação na intranet deverão ser solicitados pelo gestor à Ascom, com justificativa e finalidade, e deverão ter suas regras definidas, antes de serem efetivamente liberados para utilização.

Art. 6º A comunicação do Tribunal de Contas deve ser conduzida de forma a ser acessível aos diversos segmentos da sociedade.

§ 1º A fim de efetivar essa comunicação, a Ascom deve identificar os públicos específicos e gerenciar, por meio de canais adequados, o relacionamento com cada um deles.

§ 2º Em todos os casos, a linguagem a ser utilizada deve ser útil, simples, objetiva, clara, atrativa e que gere conexão, a fim de facilitar o entendimento sobre a missão institucional do Tribunal.

Art. 7º Incumbe à Ascom a implantação, a execução e o monitoramento da Política de Comunicação Social, sob supervisão da Secretaria Executiva da Presidência (Seexpres), em consonância com o planejamento estratégico institucional.

Art. 8º É dever de todos os que trabalham no Tribunal de Contas zelar pela reputação e imagem da instituição.

§ 1º O comportamento profissional deve ser guiado pelo uso responsável, pela integridade, pela honestidade e pelo respeito à privacidade.

§ 2º Ao utilizarem suas mídias sociais, os servidores devem estar atentos em relação à postagem de informações relacionadas à atuação no Tribunal de Contas, já que postagens em contas pessoais são de responsabilidade dos usuários proprietários das contas.

§ 3º A conduta de servidores deve levar em consideração que as mídias sociais tornam públicas informações e opiniões particulares, exigindo dos interlocutores, ao se manifestarem por seus canais pessoais, a obediência aos princípios da verdade, da legalidade e da boa-fé.

§ 4º O Tribunal de Contas gerencia canais próprios e oficiais nas redes sociais e, embora estimule os servidores a cooperarem no compartilhamento e na difusão do conteúdo publicado

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

pelo órgão, é vedada a criação de perfis ou grupos em nome da TCE-RO, seja por meio de iniciativa particular ou de área técnica.

§ 5º A estratégia de comunicação em mídias sociais do Tribunal de Contas é de responsabilidade da Ascom, em alinhamento com a Secretaria Executiva da Presidência.

Art. 9º Todos os serviços de sonorização do Tribunal de Contas são de responsabilidade da Ascom, devendo realizar manutenções periódicas em seus equipamentos.

Art. 10. As unidades do Tribunal de Contas devem considerar a comunicação social no planejamento de seus projetos e informar à Ascom, previamente, sobre as ações planejadas, a fim de que sejam elaboradas, em conjunto, soluções e as melhores estratégias de comunicação.

**CAPÍTULO IV
DAS ATIVIDADES**

Art. 11. A comunicação social do Tribunal de Contas engloba as seguintes atividades:

- I - comunicação institucional e jornalística;
- II - relacionamento com a mídia e assessoria de imprensa;
- III - marketing digital;
- IV - comunicação interna;
- V - marketing, publicidade e propaganda;
- VI - eventos;
- VII - gestão de crise.

Art. 12. Compete à equipe de comunicação institucional e jornalística:

I - elaborar matérias jornalísticas tanto de natureza administrativa, quanto àquelas resultantes de análise processual, bem como a elaboração de avisos, notas de esclarecimento ou qualquer material de divulgação;

II - produzir reportagens, vídeos, podcast, programação de rádio ou televisão, visando a assegurar a adequada utilização da linguagem e da imagem institucional;

III - transmitir, ao vivo, com o auxílio técnico da Secretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Setic), as sessões de julgamento do Plenário do TCE-RO;

IV - produzir e veicular programas de cunho informativo, cultural, educacional e de promoção da cidadania;

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

V - administrar o conteúdo e a produção da televisão corporativa;

VI - elaborar o Diário Oficial Eletrônico do Tribunal de Contas do Estado de Rondônia;

VII - realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

Art. 13. Compete à equipe de relacionamento com a mídia e assessoria de imprensa:

I – gerenciar o relacionamento com os veículos de imprensa estadual, regional e nacional, atendendo demandas e intermediando contato do jornalista com as fontes;

II - colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre as atividades do TCE-RO, conforme critérios editoriais definidos em manual operacional;

III - monitorar a imagem do TCE-RO (e de seus Conselheiros e Conselheiros-Substitutos) e do MPC-RO (e de seus Procuradores) na imprensa;

IV - orientar membros e gestores quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa;

V - elaborar estratégias de divulgação das atividades do TCE-RO e do MPC-RO;

VI – escolher porta-vozes, dentro do Tribunal de Contas, com anuência da Presidência, e capacitá-los para conceder entrevistas à imprensa;

VII – eleger porta-vozes, dentro do Ministério Público de Contas, com anuência do Procurador-Geral de Contas, e capacitá-los para conceder entrevistas à imprensa;

VIII - difundir a informação de que os servidores somente poderão se manifestar em nome do TCE-RO mediante prévia autorização do Presidente;

IX - coordenar a fotografia, os serviços de *clipping* e gerir o banco de imagens, além de realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

Art. 14. Compete ao setor responsável pelo marketing digital:

I - propor, criar, gerenciar e manter perfis institucionais do TCE-RO nas redes sociais;

II - monitorar a presença desses perfis nas redes, bem como sua interação com os usuários;

III - promover o relacionamento do TCE-RO com os usuários das plataformas digitais, com base nas diretrizes desta Política;

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

IV - elaborar a Política de Uso e Convivência para as redes sociais em que o TCE-RO estiver presente, definindo as regras para publicações e interações;

V - manter atualizada a Política de Uso e Convivência para as redes sociais;

VI - realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área;

VII – sonorizar e colocar todas as informações sobre a ação ou evento, em um único chamado: data, hora, local, assuntos, contatos e outras informações relevantes;

VIII – publicar e solicitar diagramação ou arte-final em relatórios, manuais e/ou publicações similares, reúna todo o conteúdo textual em um único chamado;

IX – avaliar se os dados estão completos e conclusos;

X - planejar a divulgação e/ou campanhas para elaboração ou planejamento de ações comunicacionais, campanhas de divulgação e/ou similares, que demandam suporte da Ascom, reúna todas as informações em um único chamado.

§ 1º A Ascom definirá o prazo adequado para a execução, após a avaliação de cada demanda.

§ 2º O escopo da demanda será apresentado ao setor requisitante para anuência e, uma vez aprovado, será finalizado, de modo que eventuais modificações que se fizerem necessárias serão efetuadas após a observância das solicitações das demais unidades do Tribunal de Contas.

Art. 15. Toda publicação, ilustração, foto, vídeo ou qualquer material de divulgação para o público interno ou externo, que utilize criação não produzida pela Ascom deverá ser dado o crédito ao autor, excetuando-se aqueles disponíveis em banco de imagens gratuitas ou adquiridas pela instituição.

Art. 16. Devem ser necessariamente submetidos ao parecer técnico da Ascom, sob orientação da Presidência deste Tribunal de Contas, projetos ou iniciativas para realização de feiras, exposições e mostras de fotografias ou trabalhos iconográficos, bem como a introdução de prêmios, *rankings*, brindes, *souvenirs*, campanhas ou outras ações e eventos dessa natureza que tenham impacto direto na área de marketing e comunicação do TCE-RO, especialmente no tocante à imagem da instituição.

Parágrafo único. Os projetos ou iniciativas pertinentes ao marketing e comunicação do MPC-RO, obrigatoriamente, devem ser submetidos ao parecer técnico da Ascom, sob orientação do Procurador-Geral de Contas.

Art. 17. Cabe à Ascom desenvolver as diretrizes básicas para elaboração e implantação do Plano de Comunicação Social do Tribunal de Contas, a ser regulamentado por meio de ato próprio.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

§ 1º O Plano de Comunicação deve ser aplicável, executável e aderente ao [Plano Estratégico do TCE-RO – Horizonte 2021/2028](#), e será revisto periodicamente pela Ascom, contendo, no mínimo:

I - objetivo: o que se pretende atingir com tal comunicação;

II - mensagem: como se pretende divulgar;

III - público-alvo: quem ou que se pretende atingir com a mensagem (sociedade, jurisdicionados, imprensa, público interno);

IV - estratégia: quais serão as ações estratégicas e táticas para alcançar o objetivo adequado;

V - cronograma: planejamento cronológico com prazos e datas, cuidadosamente, definidos.

§ 2º São metas do plano de comunicação:

I - obedecer às diretrizes desta Política de Comunicação e Marketing e do [Plano Estratégico do TCE-RO – Horizonte 2021/2028](#);

II - alcançar o maior número de interação nas diversas formas e canais de comunicação definidas no Plano de Comunicação;

III - trabalhar no sentido de elevar, ainda mais, a credibilidade institucional do TCE-RO perante a sociedade em geral.

Art. 18. Visando à definição de critérios para uso de imagem dos agentes públicos do TCE-RO e do MPC-RO, especialmente em campanhas de cunho institucional, privilegiando o interesse público, a responsabilidade social e a legislação vigente, fica sob a incumbência da Ascom a elaboração, implementação e execução do Termo de Uso de Imagem.

Art. 19. Cabe à Ascom coordenar a realização de um programa de treinamento em mídia para membros e servidores do TCE-RO e do MPC-RO, notadamente para aqueles que, em face de sua atividade funcional, tenham de manter contato com a mídia.

Art. 20. Com o intuito de otimizar as ações de comunicação em torno de eventos e realizações oficiais do Tribunal de Contas, tanto na capital quanto no interior do Estado, deverá a Ascom realizar, de forma antecipada, ampla divulgação, especialmente na mídia local, órgãos oficiais, instituições de ensino, entre outros.

Art. 21. Em todos os eventos, realizações e ações efetivadas pelo Tribunal de Contas, que envolvam diretamente sua imagem junto aos diversos públicos, deverá a Ascom, necessariamente, compor as comissões organizadoras.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

Art. 22. Será assegurada a presença de um (ou mais) servidor designado pela Ascom, nos eventos no Estado de Rondônia e fora dele, que necessitem de registros jornalísticos, ou visem à produção de matérias e à divulgação dessas atividades, tanto na imprensa estadual, além de encaminhamento para os meios de comunicação de abrangência nacional.

Art. 23. O assessor-chefe de comunicação social deverá possuir formação superior, exclusivamente, na área de comunicação social, pós-graduação, sólida formação acadêmica, além de notório saber, experiência comprovada em liderança e gestão de equipes, vasto conhecimento em comunicação e marketing, ampla experiência na área, preferencialmente, com reconhecimentos profissionais e prêmios de comunicação.

Art. 24. Os assessores de comunicação social deverão possuir formação superior, na área de comunicação social, bons conhecimentos de comunicação e marketing, conhecimentos sólidos e comprovados nas mesmas áreas, além de boa experiência profissional.

**CAPÍTULO V
DOS REQUISITOS**

Art. 25. A Política de Comunicação Social do Tribunal de Contas deve contar com:

I - acesso regular e transparente às informações oriundas do Tribunal, preservando sua veracidade e pertinência;

II - garantia de recursos para cumprir objetivos e diretrizes, que visem à difusão da informação, sua tradução para melhor compreensão, agregação de valor e contextualização;

III - desenvolvimento ou aquisição de tecnologia atualizada, necessária ao cumprimento dos objetivos, princípios e diretrizes;

IV - estabelecimento de instrumentos de planejamento envolvendo as unidades administrativas interessadas.

**CAPÍTULO VI
DAS RESPONSABILIDADES**

Art. 26. Cabem aos servidores e colaboradores em exercício no Tribunal de Contas:

I - zelar para que manifestações de caráter pessoal não sejam tomadas indevidamente como institucionais, seja no exercício de suas funções ou fora dele, inclusive nas redes sociais;

II - reportar à Ascom, nos termos das normas e dos procedimentos vigentes, sempre que for contatado por algum veículo de comunicação, jornalista ou qualquer pessoa que se identifique como profissional de comunicação, orientando-o a procurar a Ascom para atendimento da solicitação;

III – falar em nome do TCE-RO somente mediante prévia autorização do Presidente;

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA

IV - manifestar-se na qualidade de porta-voz somente quando previamente indicado pela Presidência, além de orientado e capacitado pela Ascom.

**CAPÍTULO VII
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 27. A Política de Comunicação Social e Marketing de que trata a presente Resolução deverá ser revisada periodicamente.

Art. 28. Cabe à Ascom elaborar e implementar manuais operacionais com base nesta Política.

Art. 29. É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação do Tribunal de Contas, de suas unidades e órgãos.

Art. 30. É vedado o uso da logomarca do Tribunal de Contas por qualquer empresa, sem que haja autorização da Presidência.

Parágrafo único. A logomarca do TCE-RO não deverá ser utilizada para fins particulares, fora dos padrões especificados em manual ou em peças ou ações com fins comerciais ou contrários às diretrizes desta Política de Comunicação Social.

Art. 31. Eventuais casos omissos serão dirimidos pelo Presidente do Tribunal de Contas.

Art. 32. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Porto Velho, 29 de julho de 2024.

(assinado eletronicamente)
Conselheiro **WILBER COIMBRA**
Presidente