

CGE
Controladoria
Geral do Estado



Governo de
**Mato
Grosso**

PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

2025



Secretário Controlador-Geral do Estado

Paulo Farias Nazareth Netto

Secretário-Adjunto Executivo e de Ações Estratégicas

José Alves Pereira Filho

Secretária-Adjunta de Ouvidoria-Geral e Transparência

Karen Cristina Oldoni da Silva

Secretário-Adjunto de Auditoria e Controle

Joelcio Caires da Silva Ormond

Secretário-Adjunto de Corregedoria-Geral

Renan Zattar Ferreira da Silva

ELABORAÇÃO

Angeilton Alencar

D`Laila Borges

Luciana Silva

Michell Miranda

**Unidade de Assessoria
(Comunicação)**

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	4
CAPÍTULO 1: UNIDADE DE ASSESSORIA	6
1.1 Competências	7
1.2 Públicos de relacionamento	8
1.3 Diretrizes	8
1.4 Subordinação técnica à Secom	10
CAPÍTULO 2: ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO DA CGE	11
2.1 Comunicação externa	12
2.1.1 Canais de comunicação externa	13
2.2 Comunicação interna	14
2.2.1 Canais de comunicação interna	14
2.3 Administrativo	15
CAPÍTULO 3: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO 2024	16
3.1 Principais ações e projetos de comunicação para 2024	17
3.2 Outros temas que podem ser objetos de ações de comunicação	18
CAPÍTULO 4: RECURSOS NECESSÁRIOS	21
CAPÍTULO 5: PROGRAMAÇÃO DE CONTEÚDO	25
5.1 Mensal	26
5.2 Semanal	26
CAPÍTULO 6: PRINCIPAIS AÇÕES E RESULTADOS DE 2023	27
REFERÊNCIAS	29

APRESENTAÇÃO



Apresentamos neste documento o Plano de Comunicação Estratégica da Controladoria Geral do Estado para o ano de 2025. Ele consiste em um conjunto organizado de ações e diretrizes que visam alinhar a comunicação da instituição com seus objetivos e metas estratégicas.

Elaboramos um planejamento para garantir que todas as mensagens, canais e iniciativas de comunicação sejam consistentes, eficazes e direcionadas para o alcance dos resultados desejados. Em resumo, ele utiliza a comunicação de forma planejada para atingir as metas organizacionais, fortalecer a imagem e engajar públicos internos e externos.

Ele representa o compromisso da CGE com a evolução, inovação e o fortalecimento de sua identidade organizacional, com o objetivo de promover uma gestão pública mais transparente, íntegra e eficiente.

Neste documento, detalharemos ações estratégicas proativas, aprofundaremos nossa análise do ambiente de atuação e definiremos iniciativas voltadas para atender às expectativas de nossos stakeholders, assegurando resultados eficazes para a gestão pública e, acima de tudo, para o cidadão.

Nosso foco está em construir uma narrativa consistente que reflita a essência da CGE, destacando nossos valores, ações, conquistas e visão de futuro, alinhada ao Mapa de Estratégia do Governo do Estado e ao Planejamento Estratégico da CGE para o período de 2024 a 2027.

As ações de comunicação terão como prioridade a melhoria da transparência pública, o fortalecimento do controle preventivo e a promoção de boas condutas entre agentes públicos e fornecedores, além de dar especial atenção à continuidade da divulgação do Programa de Integridade no Poder Executivo (Integridade MT).

Convidamos todos os servidores da CGE a participarem ativamente deste processo. A comunicação é uma jornada coletiva, onde cada voz é fundamental para o sucesso do trabalho em equipe.

A Unidade de Assessoria é uma área estratégica vinculada ao Gabinete do Secretário-Controlador Geral do Estado de Mato Grosso, responsável pelo assessoramento superior, incluindo a Comunicação Institucional da CGE-MT. Ela planeja, coordena, supervisiona e executa as atividades de comunicação do órgão, promovendo suas ações e identidade institucional para a mídia, sociedade e público interno.

CAPÍTULO 1

UNIDADE DE ASSESSORIA



1.1 COMPETÊNCIAS

De acordo com o último Regimento Interno da CGE (Decreto nº 928, DE 17 DE JUNHO DE 2024), a Unidade de Assessoria, no que compete à Comunicação Institucional, tem as seguintes competências:

A Unidade de Comunicação tem como missão seguindo a Política de Comunicação da Secretaria de Estado de Comunicação (Secom), planejar e divulgar as ações institucionais, com objetivo de informar os públicos interno e externo, competindo-lhe:

I - produzir conteúdos (releases/fotos/vídeos) com as ações das CGE para serem divulgadas no portal da Secretaria de Estado de Comunicação (Secom);

II - acompanhar agendas dos secretários, secretários adjuntos da CGE;

III - agendar e acompanhar entrevistas dos porta-vozes da CGE;

IV - acompanhar eventos e produzir conteúdos da CGE, que deverão ser divulgados nos canais da Secom;

V - atender demandas de comunicação da CGE;

VI - acompanhar todas as notícias publicadas sobre a CGE e manter a Secom informada da repercussão das informações junto à imprensa;

VII - elaborar conteúdos e gerenciar as redes sociais da CGE;

VIII - responder pedidos de informações e notas à imprensa, sempre validando as respostas com a Secom;

IX - organizar agenda de pautas (frias e factuais) da CGE e comunicar a Secom para cobertura das pautas;

X - atender demandas da Secretaria Adjunta de Jornalismo da Secom;

XI - atender demandas da Secretaria Adjunta de Publicidade da Secom;

XII - atender demandas da Secretaria Adjunta de Comunicação Dirigida da Secom;

XIII - atender demandas de informação dos Gabinetes do governador e do vice-governador;

XIV - fazer a comunicação interna da CGE.

1.2 PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO

PÚBLICO EXTERNO

- Imprensa;
- Agentes públicos estaduais;
- População / Sociedade Civil Organizada;
- Controle externo.
Rede de Controle da Gestão Pública, Conselho Nacional de Controle Interno - Conaci, Associação dos Auditores e Controladores Internos dos Municípios de Mato Grosso - Audicom, Associação dos Auditores da CGE - Assae, Judiciário, etc.

PÚBLICO INTERNO

- Servidores da CGE;
- Unidades Setoriais;
Controle Interno, Ouvidorias e Correição.
- Unidades Setoriais instaladas no prédio da CGE.
AGSUS, CONSEP, UNISECORS SEDUC, SES e POLITEC.

1.3 DIRETRIZES

As diretrizes de atuação da Unidade de Assessoria (Comunicação) são definidas pela Secretaria de Estado de Comunicação (Secom/MT), alta direção da CGE e pelo próprio setor, considerando os princípios de comunicação pública definidos pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública) e outras instituições. Esses atores definem o que, quando e como divulgar ações, projetos e resultados organizacionais.

De acordo com a ABC Pública, os 12 princípios da comunicação pública são:



GARANTIR O ACESSO AMPLO À INFORMAÇÃO



FOMENTAR O DIÁLOGO



ESTIMULAR A PARTICIPAÇÃO



PROMOVER OS DIREITOS E A DEMOCRACIA



COMBATER A DESINFORMAÇÃO



OUVIR A SOCIEDADE



FOCAR NO CIDADÃO



SER INCLUSIVA E PLURAL



TRATAR A COMUNICAÇÃO COMO POLÍTICA DE ESTADO



GARANTIR A IMPESSOALIDADE



PAUTAR-SE PELA ÉTICA



ATUAR COM EFICÁCIA

1 - Garantir o acesso amplo à informação

A Comunicação Pública deve utilizar meios diversos e linguagem clara, garantindo que todos os segmentos da sociedade tenham pleno acesso e compreensão da informação.

2 - Fomentar o diálogo

A Comunicação Pública considera a informação e o diálogo como direitos individuais e sociais, fundamentais para a cidadania. Ela cria espaços de comunicação bidirecional e promove uma cidadania ativa, informada e participativa.

3 - Estimular a participação

A Comunicação Pública promove o debate e a participação cidadã na criação e implementação de políticas públicas. Ao tratar as pessoas como cidadãos, e não apenas como públicos ou usuários, ela aprimora os processos de comunicação nos serviços públicos e incentiva o envolvimento na prestação de contas e na demonstração de resultados pelos entes públicos.

4 - Promover os direitos e a democracia

A Comunicação Pública promove os direitos humanos, a democracia, o diálogo, a justiça, a equidade, a solidariedade, a diversidade, o consenso e o exercício da cidadania.

5 - Combater a desinformação

A Comunicação Pública deve combater a desinformação, assegurando transparência, fornecimento de dados precisos, agilidade na checagem de fatos e a disseminação de correções e informações verificadas.

6 - Ouvir a sociedade

Comunicadores públicos atuam como intermediários entre a sociedade e as instituições, ajudando a compreender e atender os interesses de diversos públicos. Esses profissionais devem estar sempre capacitados para contribuir de forma qualificada no aprimoramento do atendimento à população.

7 - Focar no cidadão

A Comunicação Pública foca no cidadão, atendendo suas demandas, interesses e anseios, adaptando as informações de acordo com o nível de conhecimento, as condições e as possibilidades de cada indivíduo.

8 - Ser inclusiva e plural

A Comunicação do serviço público deve produzir conteúdo acessível e adaptado, promovendo a diversidade de pensamento, garantindo representatividade e utilizando linguagem inclusiva.

9 - Tratar a comunicação como política de Estado

A Comunicação Pública é responsabilidade do Estado, contribuindo para os princípios constitucionais da publicidade e transparência. O Estado deve explicar, orientar, prestar contas sobre suas ações e garantir o acesso do cidadão às informações de seu interesse.

10 - Garantir a impessoalidade

A Comunicação Pública não deve estar subordinada a interesses particulares, eleitorais ou de promoção pessoal.

11 - Pautar-se pela ética

A Comunicação Pública pressupõe que a verdade e a ética são responsabilidades de todos os governos, comunicadores, dirigentes e atores públicos.

12 - Atuar com eficácia

A Comunicação Pública busca eficácia comunicativa, zelando pela relevância dos conteúdos e otimização dos recursos. Os gastos com publicidade devem ser transparentes, baseados em princípios técnicos, e direcionados à diversidade de mídias e públicos, sem favorecimentos. Devem incluir indicadores de eficácia para aprimoramento e acompanhamento pela sociedade.

1.4 SUBORDINAÇÃO TÉCNICA À SECOM

A Unidade de Assessoria da CGE, assim como as Assessorias de Comunicação dos demais órgãos do Governo de Mato Grosso, é subordinada tecnicamente à Secom/MT nas atividades de comunicação externa, como divulgação de notícias e informações à imprensa. A publicação de notícias passa pela validação da Secom/MT através de um sistema integrado no Portal do Governo e no site da CGE. Essa subordinação técnica é regulamentada pelo Decreto Estadual nº 300/2019, que estabelece a Política de Comunicação Social do Estado de Mato Grosso, incluindo manuais sobre jornalismo, publicidade e marca.

CAPÍTULO 2
ATIVIDADES DE
COMUNICAÇÃO DA CGE



2.1 COMUNICAÇÃO EXTERNA

Jornalismo

- Monitorar e analisar notícias publicadas pela mídia sobre ou de interesse da CGE;
Clipping.

- Atender demandas de jornalistas;

Notas de esclarecimento e pedidos de informações.

- Apurar, elaborar e divulgar ações e resultados da CGE;

Matérias/releases.

- Acompanhar e produzir conteúdos de eventos;

- Editar e revisar textos de materiais institucionais;

Folders, convites, banners, apresentações, cartilhas, cartazes, etc.

- Enviar sugestão de pauta à imprensa;

- Atender demandas de comunicação da Secom/MT e dos Gabinetes do governador e do vice-governador.

Relações Públicas

- Assessorar o secretário, os adjuntos e os demais servidores da CGE sobre assuntos de comunicação;

- Agendar, preparar e acompanhar entrevistas dos porta-vozes da CGE;

- Levantar e organizar conteúdos para entrevistas;

- Elaborar sugestão de discursos para o secretário-controlador-geral;

- Elaborar roteiro de mestre-de-cerimônia para eventos.

Publicidade

- Coordenar, orientar, propor e elaborar ações e/ou produtos de publicidade, como campanhas de divulgação institucional, conteúdo para divulgação on-line ou não, design de material gráfico e de web;

Projeto editorial e diagramação.

- Realizar interface com gráficas para produção de materiais gráficos;

- Elaborar briefing para solicitar a produção de campanhas ou de materiais de publicidade à Secom;

- Criar projeto visual e layout para site, sistema ou painel.

Minisites, sites PGMQ, Trilhas de Aprendizagem, Fale Cidadão, etc.

Social Media

- Gerenciar, planejar e produzir conteúdos para as redes sociais da CGE;
- Monitorar e analisar as métricas das páginas da CGE nas redes sociais;
- Monitorar e responder aos comentários de usuários dos perfis oficiais da CGE nas redes sociais;
- Monitorar, responder e/ou encaminhar à Ouvidoria as mensagens e os comentários nas redes sociais.

Audiovisual

- Produzir, gravar e editar vídeos e áudios;
- Fotografar eventos institucionais;
- Editar e tratar fotos;
- Manter banco de imagens institucionais.

2.1.1 CANAIS DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

- Portal do Governo de Mato Grosso;
secom.mt.gov.br

- Site da CGE;
cge.mt.gov.br

- Redes sociais.

Instagram (instagram.com/cgemtoficial)

Facebook (facebook.com/controladoriamt)

YouTube (youtube.com/Controladoriageraldoestadodematogrosso)

- Site do Conaci
conaci.org.br

- Mailing de imprensa;

Envio de releases e sugestão de pauta.

- Mailing das Assessorias de Comunicação do Governo de Mato Grosso.

Apoio na divulgação de ações, principalmente cursos e orientações técnicas.

2.2 COMUNICAÇÃO INTERNA

- Apurar, elaborar e divulgar ações e resultados administrativos da CGE;

- Realizar campanhas de engajamento, melhoria do clima organizacional, cultura institucional, saúde e qualidade de vida no trabalho, sustentabilidade, etc;

Campanha Somos CGE, Programa Viver com Qualidade, Programa A3P e Socialização do Conhecimento.

- Elaborar a identidade visual para os canais internos de comunicação;

Banners, cards, fundo de telas de computadores, etc.

- Manter atualizada a Intranet da CGE-MT com informações gerais, projetos, ações e programas.

2.2.1 CANAIS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

- Intranet;

intranet.cge.mt.gov.br/intranet.

- Murais físicos;

- Comunidade de servidores no Whatsapp;

- Mailing de servidores;

E-mail e celular.

- Displays nos WebPontos;

- Fundo e descanso de telas dos computadores;

- TVs no Auditório e Espaço de Convivência.

2.3 ADMINISTRATIVO

- Elaborar documentos administrativos para aquisição/contratação na área de comunicação;

Documento de formalização de demanda, termo de referência, etc.

- Fiscalizar contratos administrativos na área de comunicação;

Atesto de nota fiscal, relatório de acompanhamento dos serviços contratados.

- Alimentar o Sistema de Aquisições Governamentais (Siag-C) - módulo fiscal de contratos;

- Alimentar o sistema de Relatório de Ações Governamentais (RAG) com ações e resultados de comunicação no exercício;

- Elaborar relatório mensal de produtividade da Unidade de Assessoria (Comunicação);

- Atualizar mailing de jornalistas e assessores de comunicação do Governo do Estado;

E-mails e celulares.

- Atualizar mailing de servidores da CGE e das Unidades Setoriais subordinadas à CGE (Controle Interno, Ouvidoria e Correição) e das Unidades Setoriais instaladas no prédio da CGE-MT (AGSUS, CONSEP, UNISECORS SEDUC, SES e POLITEC);

- Atualizar aniversariantes da CGE e das Unidades Setoriais instaladas no prédio do órgão;

AGSUS, CONSEP, UNISECORS SEDUC, SES e POLITEC.

- Abrir chamados na Empresa Mato-grossense de Tecnologia da Informação (MTI) para correção de incidentes ou requisição de criação de novas abas ou melhorias no site da CGE;

- Enviar notícias/releases sobre a CGE para publicação no site do Conaci;

- Levantar assuntos para o Café com o Secretário;

- Gerir e prestar contas de adiantamentos.

CAPÍTULO 3
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
DE COMUNICAÇÃO 2025



3.1 PRINCIPAIS AÇÕES E PROJETOS DE COMUNICAÇÃO PARA 2024

- Elaborar a política de comunicação da CGE-MT;
- Continuar reforçando a comunicação organizacional nas redes sociais, principalmente sobre controle preventivo, aperfeiçoamento da transparência pública, avaliação dos serviços públicos e aprimoramento da conduta de agentes públicos e fornecedores;
- Iniciar monitoramento e análise das métricas das páginas da CGE nas redes sociais;
- Analisar, por meio de relatórios periódicos, a opinião pública sobre a CGE e os riscos relativos à imagem institucional (comentários em notícias, redes sociais etc);

Indicador: Verificar a percepção da sociedade em relação à CGE

- Produzir campanha e matérias externas sobre os 21 anos da Ouvidoria-Geral (março);
- Produzir campanha sobre o Mês Internacional da Conscientização da Auditoria Interna (maio);
- Produzir campanha e matérias externas sobre os 46 anos da CGE e o II Encontro Estadual de Controle Interno (julho);
- Produzir campanha e matérias externas sobre o Encontro Estadual de Prevenção e Enfrentamento ao Assédio Moral no Serviço Público (outubro);
- Distribuir as peças produzidas pela Secom/MT sobre a segunda fase do Programa Integridade MT aos órgãos estaduais, voltada à conscientização dos servidores públicos;
- Planejar e executar campanha institucional do programa Cidadãos do Futuro;
- Divulgar o Ranking de Ouvidoria e Transparência, com a entrega dos primeiros selos (Março).
- Divulgar o Plano de Auditoria;
- Criar campanha para redes sociais, site e vídeos educativos no YouTube sobre a Auditoria Interna, explicando seu papel, benefícios para a gestão pública, processos e resultados das auditorias, visando facilitar o entendimento tanto da população quanto dos servidores públicos;
- Fazer ações educativas e de capacitação para os auditores sobre auditoria interna e boas práticas, técnicas de auditoria, compliance, controle interno, análise de riscos;
- Produzir boletins periódicos de Auditoria com as principais conclusões das auditorias realizadas e boas práticas identificadas, para disseminar conhecimento e práticas exitosas;
- Produzir materiais orientativos para auditores e gestores, para facilitar o entendimento e a aplicação dos procedimentos de auditoria e controles internos;

- Divulgar resultados das auditorias realizadas no ano, apresentando o impacto das ações para a melhoria da gestão pública;
- Divulgar a implantação do sistema ePAD (Sistema Processual Específico das Corregedorias) em todos os órgãos e entidades vinculados a CGE;
- Divulgar a instituição da Avaliação das Unidades Correcionais (eficiência, qualidade e inovação), atrelada à campanha “Corregedoria Eficaz”, que terá o objetivo de divulgar quais são os requisitos imprescindíveis para uma corregedoria eficaz.
- Divulgar ações que visem o atingimento do nível 3 do Modelo de Maturidade Correcional;

3.2 OUTROS TEMAS QUE PODEM SER OBJETOS DE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Aqui, utilizaremos como referência as datas comemorativas relevantes para o negócio da CGE e medidas internas de motivação, engajamento, relacionamento interpessoal etc.

JANEIRO

- 01/01: Ano novo
- Janeiro Branco (Saúde Mental)
- Aniversariantes do mês

FEVEREIRO

- 23- Dia Internacional da Ética
- 28- Dia Mundial de Combate à LER/DORT
- Fevereiro Laranja (Leucemia)
- Aniversariantes do Mês

MARÇO

- 04- Carnaval
- 05- Cinzas
- 08- Dia Internacional da Mulher
- 16- Dia Nacional do Ouvidor
- Março Lilás/Azul Escuro (Câncer de colo de útero)
- Aniversariantes do Mês

ABRIL

- 08- Aniversário de Cuiabá
- Aniversariantes do Mês

MAIO

- 01- Dia Mundial do Trabalho
- 02- Dia Nacional da Ética
- 11- Dia das mães
- Aniversariantes do Mês

JUNHO

- 14- Dia Mundial do Doador de Sangue
- Aniversariantes do Mês

JULHO

- 11-07 Aniversário da CGE (46 anos)
- Aniversariantes do Mês
-

AGOSTO

- 10- Vigência da Lei Anticorrupção Empresarial (LAC)
- 11- Dia dos pais
- 14- Vigência da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)
- 18- Dia do Estagiário
- Aniversariantes do Mês

**Arte padrão feita pela CGU e IIA Brasil*

SETEMBRO

- 7- Independência do Brasil
- Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio)
- Aniversariantes do Mês

OUTUBRO

- 12- Dia de Nossa Senhora Aparecida/ Dia das Crianças
- 15- Dia do Professor
- 17- Dia Nacional de Combate ao Assédio Moral e Sexual no Serviço Público
- 28- Dia do Servidor Público
- Outubro Rosa (Prevenção ao Câncer de Mama)
- Aniversariantes do Mês

NOVEMBRO

- 02-Finados
- 15- Proclamação da República
- 20- Dia do Auditor Interno
- 20- Consciência Negra
- Novembro Azul (Prevenção ao Câncer de Próstata)
- Aniversariantes do Mês

DEZEMBRO

- 09- Dia Internacional Contra a Corrupção
- 25- Natal
- Dezembro Laranja (Câncer de pele)
- Aniversariantes do Mês

CAPÍTULO 4

RECURSOS NECESSÁRIOS



Para executar as atividades de comunicação programadas para 2025, a Unidade de Assessoria (Comunicação) precisa:

Custo total estimado: R\$ 204.206,0

ITEM	OBJETO	QUANT.	CUSTO ESTIMADO	OBSERVAÇÕES	PERÍODO DA AQUISIÇÃO
01	Renovação do contrato da empresa de clipping de notícias	01	R\$ 48.000,00 anual		Julho/2025
02	Contratação de empresa para reformular a comunicação visual do órgão	01	R\$100.000,00	Considerar a reforma do prédio, principalmente auditório	
03	Notebook (i-7 ou i-9) para artes gráficas e vídeos	01	R\$ 10.000,00		Janeiro/2025
04	Assinatura de plataforma de cursos na área de Comunicação	04	R\$ 6.000,00 anual		Janeiro/2025
05	Câmera fotográfica completa com lente, cartão de memória, tripé com cabeça hidráulica, case, bastão de LED, adaptador fonte, microfone e tripé de iluminação	01	R\$ 20.000,00		Janeiro/2025
06	Assinatura de plataforma de banco de recursos digitais, como temas para sites, vídeos, áudios, imagens, plug-ins e mais (ex: elements.envato)	01	R\$ 1.200,00 anual (Pacote médio)		Janeiro/2025
07	Aplicativo para cortar vídeos de cursos para o Youtube (ex: Opus Clip)	01	R\$ 1.000,00 anual		Março/2025
08	Assinatura do Canva para diagramação de imagem	01	R\$ 420,00 anual (Pacote Canva Pro)		Janeiro/2025

ITEM	OBJETO	QUANT.	CUSTO ESTIMADO	OBSERVAÇÕES	PERÍODO DA AQUISIÇÃO
09	Licença do software Adobe Creative exclusivo para a Comunicação	02	R\$ 3.336,00 anual		Janeiro/2025
10	Assinatura do Capcut para edição de vídeos	02	R\$ 500,00 anual		Janeiro/2025
11	Papel especial A4 couchê 170g	500	R\$ 250,00 anual		Janeiro/2025
12	Papel especial A3 couchê 170g	500	R\$ 500,00 anual		Janeiro/2025

Custo total estimado: R\$ 204.206,0

CAPÍTULO 5

PROGRAMAÇÃO DE CONTEÚDO



5.1 MENSAL

JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
<ul style="list-style-type: none"> • Dia Internacional da Proteção de Dados Pessoais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dia Internacional da Ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • 21 anos Ouvidoria Geral; ~ • Dia Nacional do Ouvidor; • Dia Internacional da Mulher. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aniversário de Cuiabá; • Dia do Jornalista. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dia Nacional da Ética; • Mês Internacional de Conscientização da Auditoria Interna; • Aniversário de Vigência da LAI; • Aniversário de Mato Grosso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maratona de Defesa dos Direitos dos Usuários de Serviços Públicos (CGU); • Dia do Funcionário Público Aposentado.
JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
<ul style="list-style-type: none"> • 46 anos CGE-MT. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vigência da LAC; • Dia do Advogado; • Dia do Economista; • Dia do Estagiário; • Vigência LGPD. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dia do Administrador; • Dia do Contador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Combate ao Assédio Moral e Sexual; • Dia do Servidor Público; • Dia do Profissional de TI. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dia do Auditor Interno; • 11 anos de transformação em CGE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dia Contra a Corrupção.

5.2 SEMANAL

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
<ul style="list-style-type: none"> • Post Redes Sociais formato de vídeo; • Vídeo. • Matéria Externa; Clipping; • Enviar notícia Conaci 	<ul style="list-style-type: none"> • Post Redes Sociais; • Matéria Externa; • Atualizar Galeria de Imagens; <i>Site e Intranet.</i> • Enviar notícia Conaci. 	<ul style="list-style-type: none"> • Post Redes Sociais; • Matéria Externa; • Clipping; • Enviar notícia Conaci. 	<ul style="list-style-type: none"> • Post Redes Sociais; • Matéria Externa; • Somos CGE; • Enviar notícia Conaci. 	<ul style="list-style-type: none"> • Post Redes Sociais; • Matéria Externa; • Clipping; • Atualizar Galeria de Imagens; <i>Site e Intranet</i> • Enviar notícia Conaci; • A3P.

OBSERVAÇÕES:

- Aniversariantes: 1º dia útil do mês;
- Relatório de produtividade: até 10º dia do mês subsequente;
- Levantamento de ações para o Café com o Secretário: 5 dias antes de encerrar o mês;
- Prazos WebPonto: 1º dia útil do mês;
- Atualização de descansos e fundo de tela: 1º dia útil do mês

CAPÍTULO 6

PRINCIPAIS AÇÕES E RESULTADOS DE 2024



Atualmente, a avaliação dos resultados das atividades de comunicação institucional na CGE é predominantemente baseada em aspectos quantitativos. A análise qualitativa, por sua vez, é realizada de maneira empírica e intuitiva, devido à ausência de ferramentas que permitam uma abordagem mais automatizada e sistematizada.

Nas redes sociais, registramos um crescimento expressivo no número de seguidores. No YouTube, houve um aumento de 622 seguidores, enquanto no Instagram, o incremento foi de 788 seguidores.

Com a contratação de uma empresa especializada na confecção do clipping de notícias, em junho de 2024, passamos a contar com métricas específicas geradas a partir da análise das matérias jornalísticas que mencionam diretamente a CGE. Essas matérias são classificadas em sentimentos positivos, negativos e neutros, com base na percepção inicial do receptor ao acessar as notícias.

De acordo com o relatório, a "saúde da marca" CGE no período de 1º de junho a 30 de novembro de 2024 foi de 99%. Quanto à classificação das notícias, 89,73% foram consideradas positivas (4.289 matérias), 9,31% neutras (445 matérias) e apenas 0,96% negativas (46 matérias).

Outro ponto relevante apresentado no relatório diz respeito à repercussão das matérias produzidas pela Unidade de Comunicação durante o período analisado. Das 97 matérias elaboradas, houve 1.704 reproduções na imprensa, demonstrando o alcance e a relevância do conteúdo divulgado.

ATIVIDADES	QUANTIDADE	ACESSOS / ALCANCE
Matérias externas	167	34.753 acessos
Matérias internas	339	
Atendimentos à imprensa <i>Notas de esclarecimento, fornecimento de informações, agendamento e acompanhamento de entrevistas.</i>	19	
Atualização do site da CGE	331	
Fotos	208	
Clipping de notícias	155	
Publicidade <i>Projeto, criação, desenvolvimento de campanhas e artes institucionais.</i>	1820	
Atualização das redes sociais <i>Youtube: 5.640 inscritos Facebook: 1.400 seguidores Instagram: 1.592 seguidores</i>	629	<i>Youtube: 5.309 acessos Facebook: 822 acessos Instagram: 62.490 acessos (entre 14 setembro e 12 de dezembro)</i>
Eventos <i>Apoio na organização, execução, divulgação antes, durante e após os eventos. Ex. Elaboração de programação, roteiro de mestre-de-cerimônia, apoio de palco, etc.</i>	44	
TOTAL	3677	103.374 Acessos

REFERÊNCIAS



BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de Comunicação Pública**. In: DUARTE, Jorge (org.) A Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo, Atlas, 2007.

MATO GROSSO. **Decreto nº 300, de 25 de novembro de 2019**. Institui a Política de Comunicação Social do Governo de Mato Grosso.

MATO GROSSO. **Decreto nº 1.471, de 31 de agosto de 2022**. Aprova o Regimento Interno da Controladoria-Geral do Estado.

MATO GROSSO. **Decreto nº 232, de 11 de abril de 2023**. Dispõe sobre a Estrutura Organizacional da Controladoria-Geral do Estado.

MPMT. **Ato Administrativo nº 635/2017-PGJ**. Dispõe sobre a Política de Comunicação Institucional Oficial do Ministério Público do Estado de Mato Grosso.

MATO GROSSO. **Portaria nº 088/2015/Sefaz-MT, de 16 de maio de 2026**. Institui a Política de Comunicação Institucional da Secretaria de Estado de Fazenda.

MEDEIROS, Armando, CHIRNEY, Lilian. **Guia de comunicação pública da Associação Brasileira de Comunicação Pública**. 2021.

MINAS GERAIS. **Plano de Comunicação da Controladoria-Geral do Estado de Minas Gerais**, 2020.

MATO GROSSO. **Manual de Relacionamento com a Imprensa da Secretaria de Estado de Comunicação do Estado de Mato Grosso (Secom/MT)**, 2019.

MPF. **Portaria nº 59, de 1º de fevereiro de 2019**. Altera a Portaria PGR/MPF nº 918/2013, que dispõe sobre a Política Nacional de Comunicação Social do Ministério Público Federal.



CGE
Controladoria
Geral do Estado



**Governo de
Mato
Grosso**