



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
Unidade de Auditoria Interna

RELATÓRIO DE AUDITORIA INTERNA Nº 03/2024-14 – VERSÃO
FINAL

Senhor Reitor,
Senhora Chefe do Departamento de Comunicação Social - DCS,
Senhores Diretores Gerais dos *Campi* do IFCE, do CREAD e do Polo de Inovação,

Com a finalidade de atender aos trabalhos da Unidade de Auditoria Interna – AUDIN, referente à Ação Nº 14 – PAINT de 2024 – Gestão das Mídias Sociais, ação esta que se justifica pelo alto risco identificado pela matriz de riscos da Audin, e no anseio de dar suporte a essa gestão, evidenciam-se os mais relevantes achados e, conseqüentemente, apresentam-se recomendações à luz dos diplomas legais, a fim de que as irregularidades e/ou impropriedades encontradas sejam sanadas e que as boas práticas sejam reconhecidas e tomadas como referências para a Gestão e Governança do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará.

I) ESCOPO DOS EXAMES

Hodiernamente, não se concebe planejar comunicação social sem lançar mão de mídias sociais. As interações digitais fazem parte do cotidiano da sociedade, que está cada dia mais presente no mundo virtual. Considerando esse cenário aliado à posição dos riscos de magnitude de alta à média no processo de gestão das mídias sociais, designou-se uma equipe de auditores para avaliar o controle e a condução do citado processo. Sabe-se que a utilização adequada das redes sociais otimiza os recursos, fortalece a transparência, democratiza conhecimento e estreita os laços entre serviço público e sociedade, contudo o uso indevido pode comprometer a marca IFCE, impactando a imagem institucional.

A tabela 1 apresenta a relação dos riscos elencados pelo Departamento de Comunicação Social – DCS em reunião realizada em 18 de agosto de 2024 com a Unidade de Auditoria Interna.

Tabela 01: Riscos da Unidade

CÓDIGO	DESCRIÇÃO DOS RISCOS
R01	Ausência de filtros técnicos dos perfis não regulados para setores de comunicação.
R02	Ausência de planejamento formal dentro da unidade.
R03	Ausência de regulação interna das mídias sociais oficiais.

Fonte: Ata de reunião entre Auditoria Interna e equipe do DCS em 16.08.2024, anexa no google drive do e-mail institucional do IFCE.

II) VERIFICAÇÃO

Os objetivos dessa Ação de Auditoria foram:

- Verificar o processo de Gestão da Mídias Sociais; e
- Aferir a consistência dos controles dos riscos relacionados ao processo das mídias, de média a alta magnitude, definidos pelo DCS.

III) LIMITAÇÕES

Não houve limitações aos trabalhos da Audin.

IV) CONSTATAÇÕES

Segue relato das constatações identificadas pela equipe de auditoria.

1. ÁREA: Gestão Operacional

1.1 SUBÁREA: Controles da gestão

1.1.1 ASSUNTO: Documentos internos

1.1.1.1 CONSTATAÇÃO: Desatualização da Política de Comunicação Social do IFCE.

Durante o processo de auditoria, foi verificada a existência da Política de Comunicação Social (PCS) do IFCE. Constatou-se, em consulta ao sítio oficial, a existência da versão

2016 disponível no link <https://ifce.edu.br/comunicacao-social/manuais/politica-de-comunicacao-do-ifce.pdf/view>.

A Auditoria Interna, por meio da Solicitação de Auditoria - SAI nº 1712169, questionou a existência de uma versão mais atualizada do referido documento. O Departamento de Comunicação Social - DCS informou, em resposta a essa SAI, que a política de comunicação foi criada por meio da Resolução nº 42, de 22 de agosto de 2016 e que desde então não passou por atualização. O achado deixa-nos alerta, pois sendo esse o documento que apresenta diretrizes para comunicação do IFCE, deveria passar por atualizações periódicas ou sempre que necessário, porquanto o universo da comunicação é muito dinâmico e está passando por mudanças constantemente.

Observou-se que o documento está desatualizado também no que se refere à estrutura organizacional, como por exemplo:

4.1. O Departamento de Comunicação Social

4.1.1 O Departamento de Comunicação Social do IFCE é **formado por uma Coordenadoria de Jornalismo e Imprensa, uma Coordenadoria de Programação Visual e uma Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos.** (grifo nosso)

Hoje o DCS é composto por uma coordenadoria de jornalismo e imprensa, uma coordenadoria de relações públicas e duas EAG-Encargo de Apoio à Gestão, sendo uma para apoio a programação visual nos *campi* (produzir artes para os *campi*) e a outra de apoio a Gerência de operação para implementação da rádio do IFCE.

A menção ao Plano Anual de Ações-PAA também precisa ser atualizada tendo em vista a descontinuidade deste plano na instituição.

5.5.8 Contribuir com a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e **do Plano Anual de Ações (PAA) da Reitoria**, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, bem como acompanhar suas execuções. (grifo nosso)

Diante do exposto, a Audin solicita uma manifestação do Departamento de Comunicação Social.

MANIFESTAÇÃO DA ÁREA AUDITADA: “Concordamos com a referida recomendação, acreditamos ser necessária a atualização e estamos nos programando para atualizá-la em 2026, quando a mesma completa 10 anos. Assim, faremos uma avaliação

e atualização da mesma, levando em considerações as mudanças institucionais e também na prática de comunicação. Ressalte-se que, este ano, estarão sendo editados, após uma produção sistêmica entre gestores de comunicação do Nordeste, dois manuais que complementam esta política, a saber: Guia de Mídias Sociais e Guia de Imagem Institucional.”

ANÁLISE DA AUDITORIA: Diante da manifestação apresentada, a Audin mantém a recomendação para a constatação descrita no item 1.1.1.1 e irá acompanhar a implementação da recomendação 001.

RECOMENDAÇÃO 001 (DCS) - Recomenda-se a atualização da Política de Comunicação do IFCE.

1.1.1.2 CONSTATAÇÃO: Ausência de mapeamento de fluxo de processos de Gestão das mídias sociais.

No curso da ação 14 - PAINT/2024, o DCS foi interpelado a respeito do mapeamento dos processos em sua unidade. Em resposta à solicitação de Auditoria 1700194, o DCS afirmou que não existe um mapeamento de fluxo de processos de gestão das mídias sociais. O achado pode fragilizar as entregas realizadas pelo DCS, pois fluxogramas proporcionam benefícios como, por exemplo, identificação das falhas processuais, verificação e aprimoramento do processo decisório, identificação de possíveis problemas de comunicação e definição de responsabilidades, detecção de retrabalhos, redundâncias ou etapas desnecessárias no processo, detecção da utilização incorreta de recursos, inserção de metodologias de medição de resultados de cada atividade e implantação de metodologia para melhoria contínua nos processos.

O satisfatório pensado pela Auditoria Interna é um departamento que trabalhe com macroprocessos, porquanto é o meio pelo qual a organização reúne os grandes conjuntos de atividades para gerar valor e cumprir a sua missão institucional, ou seja, é um conjunto de processos executados de forma ordenada, em uma ou mais unidades, para realização de objetivos e metas da instituição. Dentro do macroprocesso estão as funções de organização, e é essencial que elas estejam sempre alinhadas aos objetivos institucionais da organização. Dessa forma, do mapeamento dos processos obtêm-se o mapa de interação dos processos, o qual delimita o fluxo dos processos organizacionais e a inter-

relação entre os demais processos, e também podem ser desenvolvidos os fluxogramas de cada processo isoladamente ou não.

Portanto, pode-se afirmar que o mapeamento dos processos com o estudo e delimitação dos macroprocessos e dos fluxogramas é fundamental para o controle e monitoramento dos gargalos existentes na operacionalização das atividades, e torna-se uma forte ferramenta de gestão dos riscos. Do mesmo modo que a ausência de delimitação dos macroprocessos e dos fluxogramas pode causar fragilidade na identificação dos riscos e vulnerabilidades estratégicas, bem como impossibilidade de identificação dos pontos críticos de suas atividades.

MANIFESTAÇÃO DA ÁREA AUDITADA: “Acreditamos que no item 8 da Política de Comunicação Social do IFCE esses processos-chave já estão mapeados e com seus fluxos desenhados. No entanto, muitas vezes, as urgências das atividades nos impedem de atender apenas demandas que seguem este fluxo. Talvez seja o caso de deixar esses fluxos mais visíveis e ser feita uma nova sensibilização sobre eles junto à comunidade acadêmica.”

ANÁLISE DA AUDITORIA: Diante da manifestação apresentada, a Audin reconhece que o item 8 da PCS atende a recomendação para a constatação descrita no item 1.1.1.2, no entanto ela será mantida até que os fluxos sejam mapeados de acordo com o processo de mapeamento institucional localizado em https://gestao.ifce.edu.br/projects/mapeamento-de-processos/issues?query_id=747.

RECOMENDAÇÃO 002 (DCS) - Recomenda-se o mapeamento dos processos-chave que envolvem o Departamento de Comunicação Social – DCS estabelecidos no item 8 da Política de Comunicação Social do IFCE sejam mapeados de acordo com o processo de mapeamento institucional localizado em https://gestao.ifce.edu.br/projects/mapeamento-de-processos/issues?query_id=747.

1.2 SUBÁREA: Controles da gestão

1.2.1 ASSUNTO: Formalização legal

1.2.1.1 CONSTATAÇÃO: Inexistência de gabinete de monitoramento de crise

A equipe de Auditoria Interna, por meio da SAI 1712169, questionou ao DCS sobre a existência de um plano de gestão de crise com foco na comunicação. O DCS respondeu

que inexistente. A situação encontrada é oponível a uma gestão que gerencia riscos, pois é fundamental que o IFCE disponha de um plano de contingência voltado, especificamente, para o desenvolvimento de ações, no âmbito da comunicação, que se antecipem a possíveis episódios que comprometam a integridade da gestão do IFCE.

Esta providência garante que o IFCE possa desencadear, rápida e proativamente, ações que impeçam o estabelecimento de uma crise ou, se isso não for possível, que atenuem o seu impacto sobre a sua reputação. Em cumprimento ao item 5.1.9 da PCS, é relevante constituir um gabinete de crise, com representação permanente.

Como o IFCE se caracteriza por um sistema de gestão descentralizada, que contempla a existência de vários *campi*, distribuídos por todo o Estado, é indispensável que o responsável pela comunicação do *campus*, em uma situação de crise, institua um gabinete de monitoramento de crise ou acione imediatamente o gabinete de crise da Reitoria, a fim de que sejam tomadas providências necessárias de maneira tempestiva.

Em situações de crise, o DCS, por meio do gabinete de crise, deve tomar conhecimento de situações que tragam impactos negativos para o IFCE a fim de participar de maneira ativa do processo de gerenciamento. É competência do DCS nomear para imprensa os interlocutores responsáveis durante a crise, impedindo que pessoas não autorizadas façam manifestações que não estejam alinhadas com o posicionamento do IFCE. As mídias sociais deverão ser instrumento para expor a posição do IFCE e se faz necessário explicitar as condutas a serem tomadas para a crise.

MANIFESTAÇÃO DA ÁREA AUDITADA: “Atualmente, os gabinetes de crise são montados conforme a demanda. Um gabinete de crise permanente fortalece tomadas de decisões assertivas, planejadas e não precipitadas.”

ANÁLISE DA AUDITORIA: Diante da manifestação apresentada, a Audin mantém a recomendação para a constatação descrita no item 1.2.1.1 e irá acompanhar a implementação da recomendação 003.

RECOMENDAÇÃO 003 (DCS) - Instituir um gabinete de monitoramento de crise na Reitoria com representantes permanentes. Ressalta-se que entre os membros desse gabinete esteja, necessariamente, o chefe do DCS.

1.2.2 ASSUNTO: Documentos internos

1.2.2.1 CONSTATAÇÃO: Descumprimento da PCS no âmbito do IFCE.

Considerando a realidade multicampi do IFCE, bem como a criação de diversos perfis nas mídias sociais, a equipe de Auditoria Interna questionou à secretaria dos conselhos, por meio de SAI nº 07/2024 no processo SEI 23255.006186/2024-08, sobre a regulamentação das mídias sociais no âmbito do IFCE, inclusive, se tal assunto já entrou na pauta de discussão no Conselho Superior - Consup. A secretaria dos conselhos, prontamente, respondeu à Auditoria, asseverando que não existe regulamentação interna sobre o assunto, mas que existe a política de comunicação do IFCE, que foi aprovada por meio de resolução em agosto de 2016.

Observou-se que a PCS estabeleceu uso de mídias sociais por parte de gestores e representantes de cursos do IFCE em todas as suas unidades que deverão obedecer à Portaria Nº 38, de 11 de junho de 2012. Quando verificou-se a norma complementar nº 15/IN01/GSIPR que traça diretrizes para o uso seguro das redes sociais na administração pública federal ao qual está relacionada à portaria nº 38/2012, o seu texto é claro ao vincular a criação de perfis institucionais à autorização do responsável pela área, o que, não necessariamente acontece no IFCE, sendo possível observar múltiplos perfis em um mesmo *campi*, dificultando o seu monitoramento, e abrindo margem para o surgimento de perfis com conteúdo duvidosos. Extraímos o trecho da norma complementar nº 15/IN01/GSIPR para evidenciar a necessidade de estabelecer um administrador para os perfis de mídias institucionais:

Administrador de Perfil Institucional: agentes públicos que **detenham autorização do responsável pela área interessada para administrar perfis institucionais de um órgão ou entidade** da APF nas redes sociais. (grifo nosso)

O código de conduta do IFCE, também, tratou da temática

Art. 20. A associação do nome ou da imagem do IFCE com qualquer ato ou atividade, de índole individual ou institucional, **deve ser nitidamente definida pelo seu autor ou agente e devidamente autorizada pelo Departamento de Comunicação Social da Reitoria.**

Art. 21. A associação, implícita ou explícita, do nome e da imagem do IFCE às atividades desenvolvidas pelos membros da instituição **deve ser perfeitamente definida e devidamente autorizada pelo Departamento de Comunicação Social da Reitoria.**
(grifo nosso)

Por sermos uma estrutura multicampi e por existir um diversificado público interno, com perfis e, conseqüentemente, demandas e expectativas diferentes, faz a gestão das mídias sociais complexas, tornando necessário que aqueles que as gerenciam tenham um olhar diferenciado para sua realidade, levando em consideração o conteúdo, a linguagem, o formato, a periodicidade em que serão divulgados. Assim sendo, é bastante racional seguir a normatização definida na PCS, a fim de que a comunicação social, bem como suas mídias, esteja alinhada com a cultura organizacional, fortalecendo a identidade do IFCE. Por inobservância dessa normatização, encontrou-se múltiplos perfis em um mesmo *campi*, inclusive, há perfis que tratam de conteúdo que estão desalinhados com o propósito da instituição, mas que carregam o logo oficial do IFCE, por exemplo, instagram que tratam de relacionamento como demonstrado na figura 01.

Nesta esteira, é relevante que as mídias de comunicação que estão espalhadas na instituição como todo agreguem valor. O cumprimento da normatização vai contribuir para que as postagens nas mais diferentes mídias sociais, nos diferentes *campi* e/ou reitoria individualmente e/ou em conjunto, garantam o cumprimento do princípio da impessoalidade e fortaleçam a identidade e a reputação do IFCE e, para tal intuito, devem estar em sintonia com os valores e objetivos finalístico do IFCE - ensino, pesquisa e extensão.

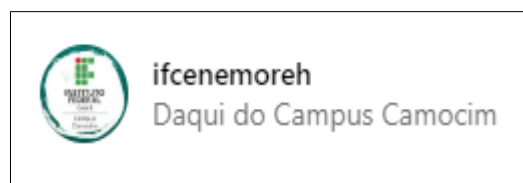
A Jurisprudência dos Tribunais contribui para a compreensão do conteúdo da norma constitucional, isto é, o princípio da impessoalidade e oferece orientações que merecem ser observadas:

“A Administração Pública, quando fizer publicidade de atos, programas, obras e serviços, não pode incluir nomes, símbolos ou imagens, que de qualquer modo vinculem a matéria divulgada a governante ou servidor público, eis que tal divulgação é apenas de caráter educativo, informativo ou de orientação social, nos termos do art. 37, § 1º, da CF, que preza os princípios da impessoalidade e moralidade administrativa.” (TJSP, Apelação Cível 263.817-1/1, 9ª

Ademais, para evitar o processo de fragmentação da marca é necessário que, nas mídias sociais sob a responsabilidade do DCS e dos *campi*, esteja identificado o vínculo com o IFCE. A criação de mídias deve ser normatizada, trazendo luz à definição dos seus objetivos, a sua proposta de inserção e de atualização de conteúdo, aclarando os públicos estratégicos a que destinam, o setor ou pessoa responsável pela gestão de conteúdos e pelo processo de interação com seus seguidores. Ressalta-se a importância da avaliação permanente do cumprimento dos objetivos definidos no momento de sua criação.

Figura 01- Perfil da Mídia Social Instagram nos *campi*





MANIFESTAÇÃO DA ÁREA AUDITADA: “Nesta recomendação, acreditamos que possa constar também fazer um levantamento de todos os responsáveis por perfis que, de certa forma, ao usarem o nome do IFCE passam a ser institucionais. No entanto, essa recomendação deve ser compartilhada com os *campi*, uma vez que não atuamos diretamente nos *campi* e não temos conhecimento de todos os perfis existentes e nem força para fazer cumprir a política nos *campi*.”

ANÁLISE DA AUDITORIA: Após a reunião de busca conjunta de soluções realizada em 05/11/2024 e diante da manifestação apresentada, a Audin altera o texto da recomendação 004 da constatação descrita no item 1.2.2.1 do Relatório de Auditoria – Versão Preliminar e, também, a direciona para cada um dos responsáveis nos *campi*, Polo de Inovação e Cread.

RECOMENDAÇÃO 004 (TODOS OS CAMPI, POLO DE INOVAÇÃO E CREAD)

- Recomenda-se que realize um levantamento de todos os perfis institucionais já criados por sua unidade. Após o levantamento, identifique todos esses perfis institucionais de modo que sejam, formalmente e individualmente, registrados com Nome e Siape da pessoa que irá gerenciá-lo e que sejam, ainda, submetidos à autorização do Departamento de Comunicação Social da Reitoria.

1.2.3 ASSUNTO: Estrutura Organizacional

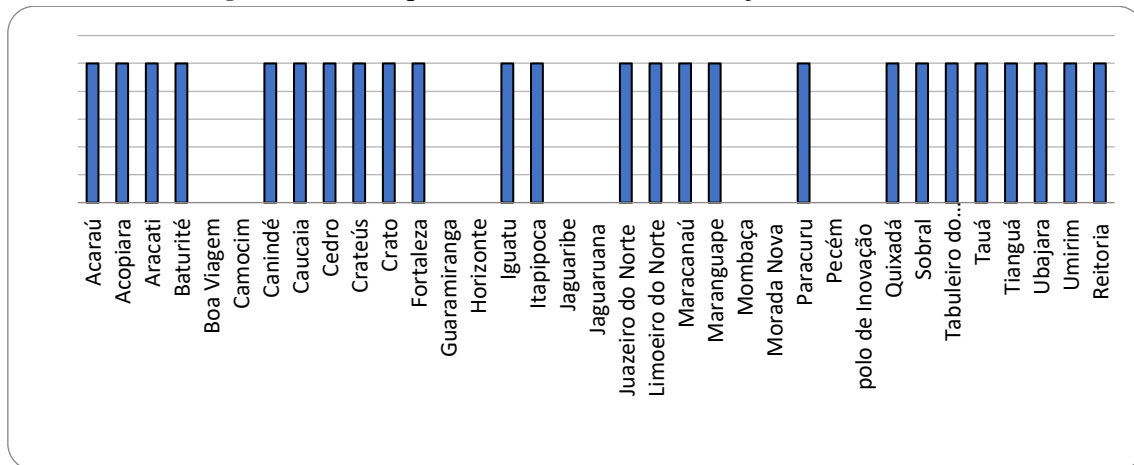
1.2.3.1 CONSTATAÇÃO: *Campi* do IFCE sem Setores de Comunicação Social

Em meio à presente ação, a equipe de auditoria questionou aos *campi*, por meio da SAI nº 04/2024, no processo SEI 23255.006186/2024-08, a existência da estrutura de

comunicação. Os *campi* apresentaram suas estruturas, entretanto **Boa Viagem, Camocim, Guaramiranga, Horizonte, Jaguaribe, Jaguaruana, Mombaça, Morada Nova e Pecém** afirmaram que não dispõem de setor de comunicação em sua estrutura organizacional. A Auditoria Interna encoraja os *campi* para fortalecerem a comunicação pública no âmbito de suas unidades, por meio da criação de setor específico para esse fim formado por servidores com perfil para tal e, sobretudo, que tenham um cargo alinhado com a comunicação como, por exemplo, jornalista, relações públicas, revisor de texto, técnico audiovisual, diagramador, programador visual, tradutor intérprete de libras e transcritor de sistema braile.

Os perfis institucionais da reitoria e dos *campi* devem, obrigatoriamente, ser administrados e gerenciados por servidores que tenham expertise no assunto e que sejam lotados no setor de comunicação. A Auditoria Interna sugere que quem deve estar à frente da comunicação deve ter o seguinte perfil profissional: capacidade de estabelecer bons relacionamentos interpessoais, de interagir e dialogar com as demais áreas presentes nas redes sociais, ser proativo, ter conhecimento e entendimento do negócio do IFCE.

Quadro 01: *Campis* do IFCE que tem setor de comunicação



Fonte: Resposta à solicitação de auditoria nº 04/2024, processo SEI 23255.006186/2024-08.

MANIFESTAÇÃO DA ÁREA AUDITADA: “Recomenda-se a criação de um setor de comunicação social para o CREAD, Polo de Inovação, bem como para os *campi* Boa Viagem, Camocim, Guaramiranga, Horizonte, Jaguaribe, Jaguaruana, Mombaça, Morada Nova e Pecém. Nos casos em que houver total impossibilidade de criação de um setor de comunicação social, que as mídias sejam gerenciadas pelo DCS.

Talvez o DCS não tenha força para gerenciar mídias de todos os *campi*, mas que as direções possam definir responsáveis e que, os mesmos, atuem em parceria e em diálogo

constante com o DCS para que os princípios da comunicação pública sejam observados durante a execução das atividades.”

ANÁLISE DA AUDITORIA: Diante da manifestação apresentada, a Audin direciona a recomendação referente à constatação descrita no item 1.2.3.1 para o CREAD, o Polo de Inovação e para os *campi* Boa Viagem, Camocim, Guaramiranga, Horizonte, Jaguaribe, Jaguaruana, Mombaça, Morada Nova e Pecém, e irá acompanhar a implementação da recomendação 005 na fase do monitoramento, período em que será feita uma nova análise.

RECOMENDAÇÃO 005 (Boa Viagem, Camocim, Guaramiranga, Horizonte, Jaguaribe, Jaguaruana, Mombaça, Morada Nova e Pecém; Polo de Inovação e CREAD) - Recomenda-se a criação de um setor de comunicação social. Nos casos em que houver total impossibilidade de criação de um setor de comunicação social, que as mídias dessas unidades sejam gerenciadas de forma compartilhada entre o Departamento de Comunicação e o responsável nos *campi*, Cread ou Polo de Inovação.

V) INFORMAÇÕES

5.1 Análise do Plano de Negócio da Unidade Departamento de Comunicação Social no IFCE

Para fins de informação, a equipe de auditoria apresenta o Plano de Ação para 2024, elaborado pelo Departamento de Comunicação Social – DCS, com base em seu planejamento interno e discussões em grupo de comunicadores. Constatam nele as ações e a avaliação dessas ações, conforme o andamento das atividades no ano de 2024.

5.1.1 Plano de Ação para 2024

AÇÃO 01 - NOVO SITE - implantar o novo portal do IFCE, uma vez que o anterior está disfuncional.

AÇÃO 02 - GUIA DE CURSOS - Produzir documentos de guia de cursos ofertados pelo IFCE em todos os *campi*.

AÇÃO 03 - AUMENTO DE SEGUIDORES DE REDES SOCIAIS - Continuar planejando o aumento dos nossos seguidores nas redes sociais, especialmente no Instagram.

AÇÃO 04 - REALIZAÇÃO FÓRUM DE COMUNICADORES - Promover a reunião anual do Fórum de Comunicadores do IFCE.

AÇÃO 05 - IMPLANTAÇÃO DA RÁDIO EDUCATIVA - Dar seguimento ao acordo de cooperação entre IFCE e EBC e implantar uma emissora de rádio no IFCE.

5.1.2 Avaliação do Plano de Ação 2024

AÇÃO 01 - Portal em fase de estruturação. A equipe já está trabalhando na construção das páginas. O portal teste deve entrar no ar em novembro/24.

AÇÃO 02 - Dois documentos estão sendo elaborados - guia de cursos técnicos e de cursos superiores. Em fase de diagramação. Lançamento em dezembro/24.

AÇÃO 03 - Meta alcançada. Começamos em janeiro com 90k de seguidores e em agosto atingimos os 100k, aumentando em 10% os seguidores.

AÇÃO 04 - Fórum agendado para ser realizado nos dias 18 e 19 de novembro/24. Data escolhida para ser após a implantação do Forcom no Conif.

AÇÃO 05 - Estudos técnicos concluídos. O projeto está em fase de levantamento de preços e início de licitação ainda em outubro.

Desta forma, a elaboração do Plano de Ação para 2024 do Departamento de Comunicação Social – DCS da reitoria do IFCE demonstra a existência de planejamento na unidade com seu posterior monitoramento.

5.2 Estrutura de Comunicação Social do IFCE

Destaco que a equipe de auditoria não identificou um regulamento que estabeleça quais são os cargos “típicos” de comunicação social, assim chamado pela equipe. Diante disso, considerou-se os cargos que, normalmente, são lotados nos departamentos, coordenações, setores que trabalham a comunicação social do instituto federal. Os cargos considerados típicos pela equipe de auditoria são: Jornalista, Relações Públicas, Programador Visual, Técnico em Audiovisual, Diagramador, Revisor de Texto, Tradutor Intérprete de Libras, Transcritor de Sistema Braille. Ressalto que a Audin não está determinando nenhuma vinculação obrigatória desses cargos a esse departamento, mas sugerindo uma reflexão sobre os cargos que terão potencial para contribuir em maior medida com a política de comunicação social no IFCE.

Segundo informações prestadas pela Pró-reitora de Gestão de Pessoas – Progep, solicitação de 06/2024 (documento 6483050) no Processo SEI 23255.006186/2024-08, atualmente, o IFCE conta com 83 servidores (gráfico 01), em seu banco, com cargos típicos de comunicação. Desses servidores, efetivamente, 47 têm lotação na comunicação o que corresponde a 56%, os demais, isto é, 44% estão distribuídos em outros setores.

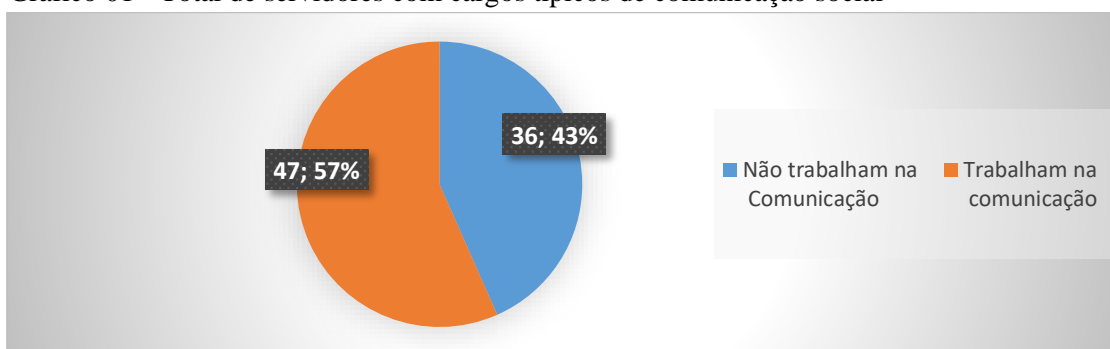
A comunicação do IFCE é realizada com a colaboração de 76 servidores (gráfico 02), deste universo, apenas 47 são servidores com atribuição de comunicação o que corresponde a 61% do total. Os demais servidores fazem comunicação sem alinhamento

com seu cargo, existindo, nestes 39%, alguns que exercem espírito colaborativo, apesar de estar lotado em um setor diferente da comunicação, contribuem com ela.

Outro fato digno de nota é que a comunicação formalmente não está presente em todo o IFCE, por exemplo, o Cread, o Polo de inovação e os *campi* Boa Viagem, Camocim, Guaramiranga, Horizonte, Jaguaribe, Jaguaruana, Mombaça, Morada Nova e Pecém não têm setor de comunicação, entretanto, Horizonte e Morada Nova têm profissionais de comunicação - técnico em audiovisual e programador visual, respectivamente.

A situação encontrada nesse levantamento, realizado pela Auditoria Interna, é preocupante, pois é necessário um olhar especial para comunicação, haja vista ela ser uma atividade estratégica que nos ajuda a estabelecer uma relação confiável e perene com os diversos públicos externos e internos. Por isso, deve sempre ter lugar de destaque em nossa instituição. Necessário se faz gerar consciência que somos uma rede em permanente construção e nossa atuação como tal depende muito da nossa capacidade de estabelecer e utilizar corretamente os canais e fluxos de informação.

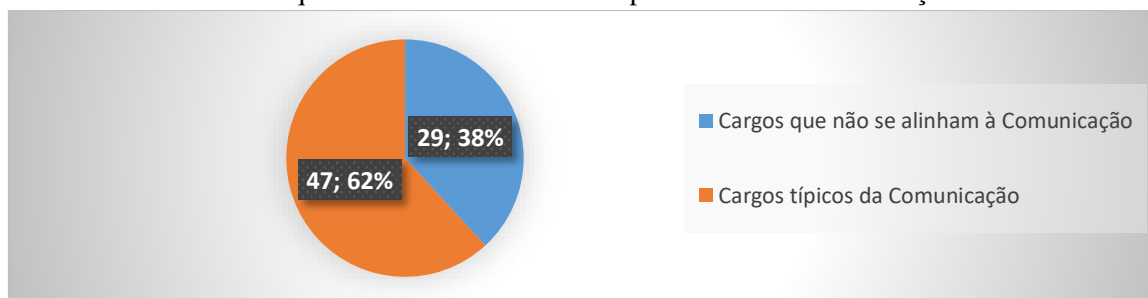
Gráfico 01 - Total de servidores com cargos típicos de comunicação social



Fonte: Elaboração própria.

O gráfico 02 explicita o perfil de servidores que trabalham na comunicação social, evidenciando os cargos típicos de comunicação e os cargos que não se alinham à comunicação.

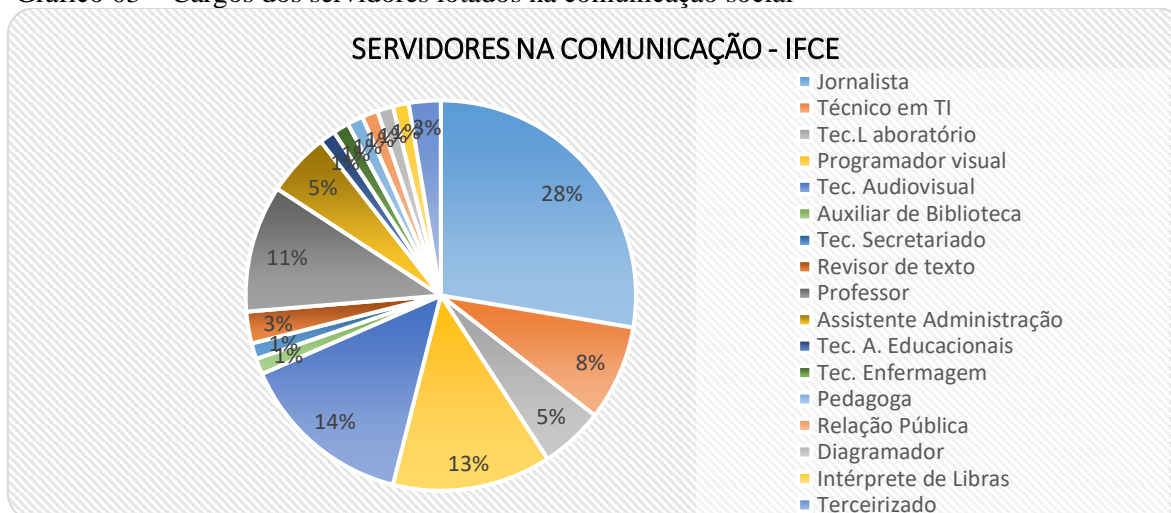
Gráfico 02 – Servidores que estão lotados em setor/departamento de comunicação social no IFCE.



Fonte: Elaboração própria.

Apresenta-se, no gráfico 03, o perfil de servidores que compõe a comunicação social do IFCE em 2024.

Gráfico 03 – Cargos dos servidores lotados na comunicação social



Fonte: Elaboração própria.

VI) CONCLUSÃO

Por meio das técnicas utilizadas e das evidências colhidas, encorajamos que a observância às recomendações desta unidade de auditoria seja uma prática constante das unidades auditadas, a fim de que as irregularidades e/ou impropriedades encontradas sejam resolvidas, bem como as boas práticas da Administração Pública estejam incorporadas ao cotidiano.

Isso posto, elucidamos que a atividade da Auditoria Interna está estruturada em procedimentos, com enfoque técnico, objetivo, sistemático e disciplinado, e tem por finalidade agregar valor ao resultado da organização, apresentando subsídios para o aperfeiçoamento dos processos da gestão e dos controles internos, por meio da recomendação de soluções para as não-conformidades apontadas nos relatórios.

Nessa perspectiva, continuaremos monitorando as recomendações exaradas pela Auditoria Interna, a fim de cotejar o antes e o depois da presente auditoria, avaliando a contribuição da comunicação no fortalecimento e defesa da marca, contribuindo para consolidação da institucionalidade do IFCE.

Encaminha-se este relatório ao Reitor, à chefe do Departamento de Comunicação Social – DCS do IFCE, para conhecimento e apresentação das devidas manifestações.

Equipe Responsável:

Milena Mendes da Costa – Auditora-Chefe da AUDIN - IFCE

Raimundo Christianey Rios – Auditor

Francisca Gilderlane Ribeiro – Auditora