

Plano Estratégico de Comunicação



TRIBUNAL REGIONAL DO RIO GRANDE DO NORTE

PRESIDÊNCIA

Des. Cornélio Alves de Azevedo Neto

VICE-PRESIDÊNCIA E CORREGEDORIA REGIONAL ELEITORAL

Des. Expedito Ferreira de Souza

MEMBROS DO TRE-RN

Juiz Daniel Cabral Mariz Maia

Juiz Fábio Luiz Oliveira Bezerra

Juiz Fernando de Araújo Jales Costa

Juíza Maria Neíze de Andrade Fernandes

Juíza Ticiana Maria Delgado Nobre

DIRETORIA-GERAL

Ana Esmera Pimentel da Fonseca

SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO, ORÇAMENTO E FINANÇAS

Simone Maria de Oliveira Soares Mello

SECRETARIA DE GESTÃO DE PESSOAS

Cláudia Josemira Marinho de Lima

SECRETARIA JUDICIÁRIA

João Paulo de Araújo

SECRETARIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E ELEIÇÕES

Marcos Flávio Nascimento Maia

ASSESSORIA DE APOIO À GOVERNANÇA E GESTÃO ESTRATÉGICA

Maria Ruth Bezerra Maia de Hollanda

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E CERIMONIAL

Sara Angélica Oliveira Cardoso

COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

Hermann Prudente Doria

EXPEDIENTE

EDIÇÃO GERAL

Sara Angélica Oliveira Cardoso

REVISÃO

Bárbara Brandão Ramos Milani

Bruna Carolline Azevedo dos Anjos

Laercir Vale de Oliveira Medeiros

Maria Betânia Medeiros de Andrade

Simone Maria de Oliveira Soares Mello

DESIGNER GRÁFICO

Ana Clara Cunha

Brasil. Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte

Plano Estratégico de Comunicação : governança das contratações TRE-RN / Tribunal Regional

Eleitoral do Rio Grande do Norte. – Natal : TRE-RN/ASCOM, 2023.

7 p.

1. Justiça Eleitoral – Brasil. 2. Plano – Administração Pública.
2. Comunicação. I. Título. II. Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte.

CDD 341.41098132

Governança das Contratações

A Assessoria de Comunicação Social e Cerimonial (ASCOM) do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte estabelece a seguir os fundamentos do **Plano Estratégico de Comunicação da área de Contratações** visando, entre outros aspectos, à divulgação das regras estabelecidas pela Nova Lei de Licitações e Contratos (Lei nº 14.133/2021), com enfoque especial para as contratações no âmbito do Judiciário Eleitoral.

O Conselho Nacional de Justiça (CNJ), por meio do art. 32 da **Resolução nº 347/2020** (Política de Governança das Contratações Públicas), estabelece que compete aos órgãos do Poder Judiciário elaborar o Plano Estratégico de Comunicação, sempre que possível com recursos de *visual law* que tornem a linguagem dos documentos produzidos mais clara, usual e acessível.

Na mesma esteira, o Tribunal Superior Eleitoral editou a **Resolução nº 23.702/2022**, que trata da Política de Governança das Contratações na Justiça Eleitoral, a qual prevê, em seu art. 22, que os Tribunais Eleitorais devem elaborar Plano Estratégico de Comunicação da área de contratações, observado o Plano de Comunicação Institucional, para divulgação e alinhamento das diretrizes estabelecidas na referida Resolução, com objetivos idênticos aos estabelecidos na norma do CNJ.

Objetivo do Plano Estratégico de Comunicação

O objetivo deste Plano Estratégico de Comunicação é fixar os procedimentos e ações a serem desenvolvidos no TRE-RN para a eficaz divul-

gação da Política de Governança das Contratações e das mudanças ocorridas na esfera das contratações públicas a partir da edição da **Lei 14.133/2021**.

O regramento do Conselho Nacional de Justiça estabelece, em seu art. 32, que o Plano Estratégico de Comunicações da área de Contratações visa aos seguintes objetivos:

- I** Identificação de ações necessárias e efetivas para o atingimento dos resultados pretendidos por meio de processos empáticos de diagnóstico com os destinatários da informação;
- II** Promoção do engajamento de todos os atores envolvidos nos fluxos de contratações, com promoção do conhecimento e da transformação cultural que fomente a adoção de contratações sustentáveis;
- III** Interação colaborativa entre os diversos setores do órgão para alinhamento e compartilhamento do conhecimento; e
- IV** Acessibilidade às informações.

De forma mais específica, intenta este instrumento fazer chegar aos diversos atores envolvidos nas contratações públicas do Tribunal, de forma didática e simples, as novas práticas direcionadas à aquisição de bens e serviços necessários ao desenvolvimento das atividades desta Justiça Especializada, tencionando também otimizar a comunicação das ações relativas à implantação da Política de Governança das Contratações da Justiça Eleitoral, cumprindo assim o regramento do Egrégio Tribunal Superior Eleitoral.

Diretrizes do Plano Estratégico de Comunicação

O formato da comunicação aqui proposta será norteado pelos seguintes fundamentos:



- › Priorização de linguagem simples e objetiva;
- › Criação de identidade visual;
- › Veiculação de conteúdo na Intranet do TRE-RN e no site institucional;
- › Aplicação de linguagem textual, imagética e audiovisual em peças de natureza jornalística e publicitária;
- › Predominância, no ambiente web, de veiculações em vídeo;
- › Segmentação de campanhas/ações de acordo com as novas regras de contratações;
- › Disseminação de informações relacionadas à sustentabilidade das contratações;
- › Aferição de resultados por meio de formulários eletrônicos simplificados.

Temas

Os principais temas a serem divulgados, sem prejuízo da inserção de outros assuntos disciplinados pela Resolução-CNJ nº 347/2020 e Resolução-TSE nº 23.702/2022, serão:

- › Macroprocesso de Contratações (Planejamento da Contratação, Seleção do Fornecedor e Gestão e Fiscalização de Contrato);
- › Gestão de Riscos das Contratações;
- › Objetivos, Indicadores e Metas para as Contratações;
- › Plano de Logística Sustentável e Contratações Sustentáveis;

- › Plano de Contratações Anual;
- › Plano Anual de Capacitação;
- › Ética nas Contratações;
- › Política de Integridade; e
- › Gestão por Competências.

Público-alvo

A divulgação dos assuntos estará voltada ao seguinte público-alvo:

- › Membros do Comitê de Governança de Orçamento e Contratações;
- › Unidades demandantes de contratações;
- › Ordenadores de despesas, pregoeiros, agentes de contratação e equipe de apoio, gestores e fiscais de contrato; e
- › Todo agente público que atue direta ou indiretamente nas atividades do Macroprocesso de Contratações.

Período

Dada a magnitude do assunto e as determinações previstas nos normativos especificados anteriormente, tem-se que o Plano Estratégico de Comunicação voltado à área de contratações terá caráter permanente, porém com previsão de elaboração de plano de ação anual.

Mídias e produtos

Serão utilizados os seguintes formatos de comunicação:



- › Matérias jornalísticas e publicitárias textuais, com ilustrações sobretudo de natureza infográfica;
- › Cartazes;
- › Cartilhas;
- › Vídeos institucionais.

Avaliação de Resultados

Em cumprimento ao art. 32, I, da Resolução nº 347/2020, que prevê a identificação de ações necessárias e efetivas para o atingimento dos resultados pretendidos por meio de processos empáticos de diagnóstico com os destinatários da informação, serão realizados:

- I Levantamento de necessidades de informação dos gestores e colaboradores acerca da Política de Governança das Contratações, por meio de formulário Google, elaborado pela área técnica da SAOF (Secretaria de Administração, Orçamento e Finanças);
- II Pesquisa de satisfação a ser realizada pela ASCOM (Assessoria de Comunicação e Cerimonial) ao fim de cada ano para mensurar o alcance dos objetivos estabelecidos no Plano Estratégico de Comunicação.

Produtos

- › Notícias
- › Vídeos institucionais
- › Entrevistas com gestores
- › Informativos institucionais

- › Cartazes
- › Banners

Canais

- › Internet (Sites e Redes Sociais)
- › Intranet (Portal corporativo)
- › E-mail institucional
- › TV (veículos parceiros)



Identidade visual

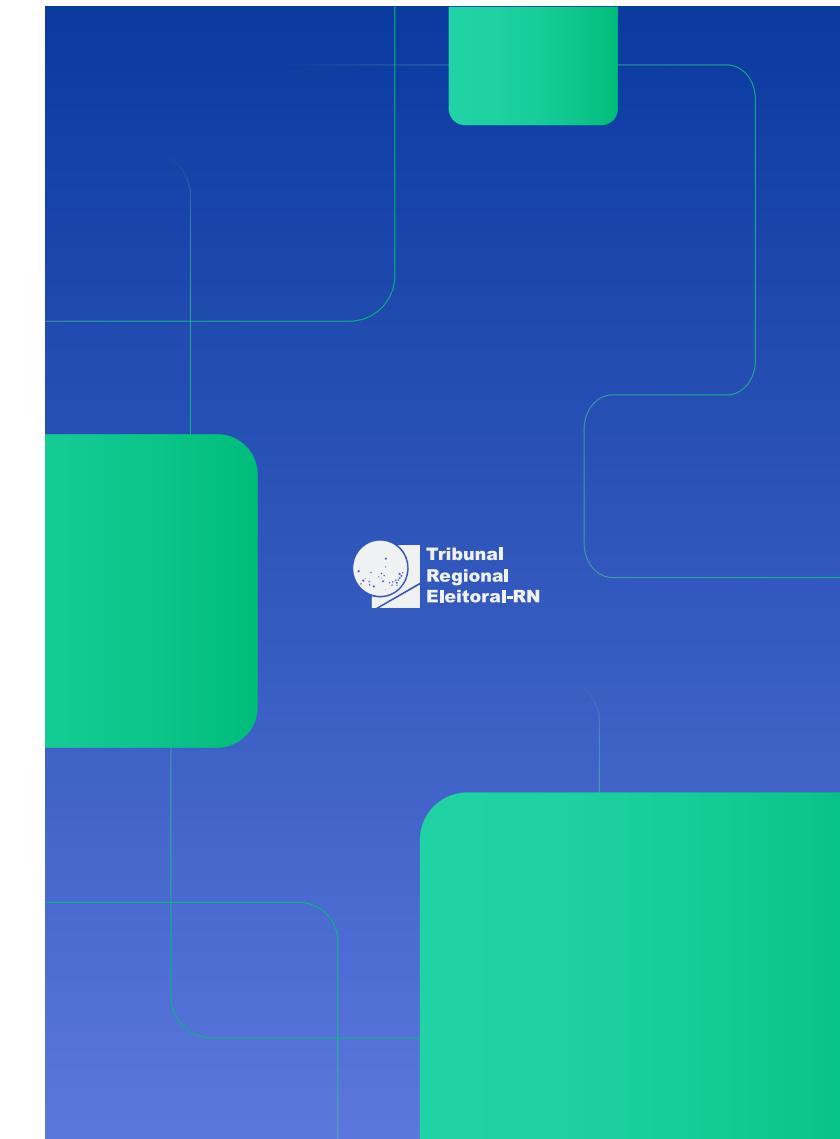
Proposta visual

MODELO PARA PUBLICAÇÃO EM INSTAGRAM



MODELO DE BANNER PARA E-MAIL





Governança das Contratações

TRE-RN



**Tribunal
Regional
Eleitoral-RN**