

# 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 Ticiano 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 Caroline 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 contrata-  
ções 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

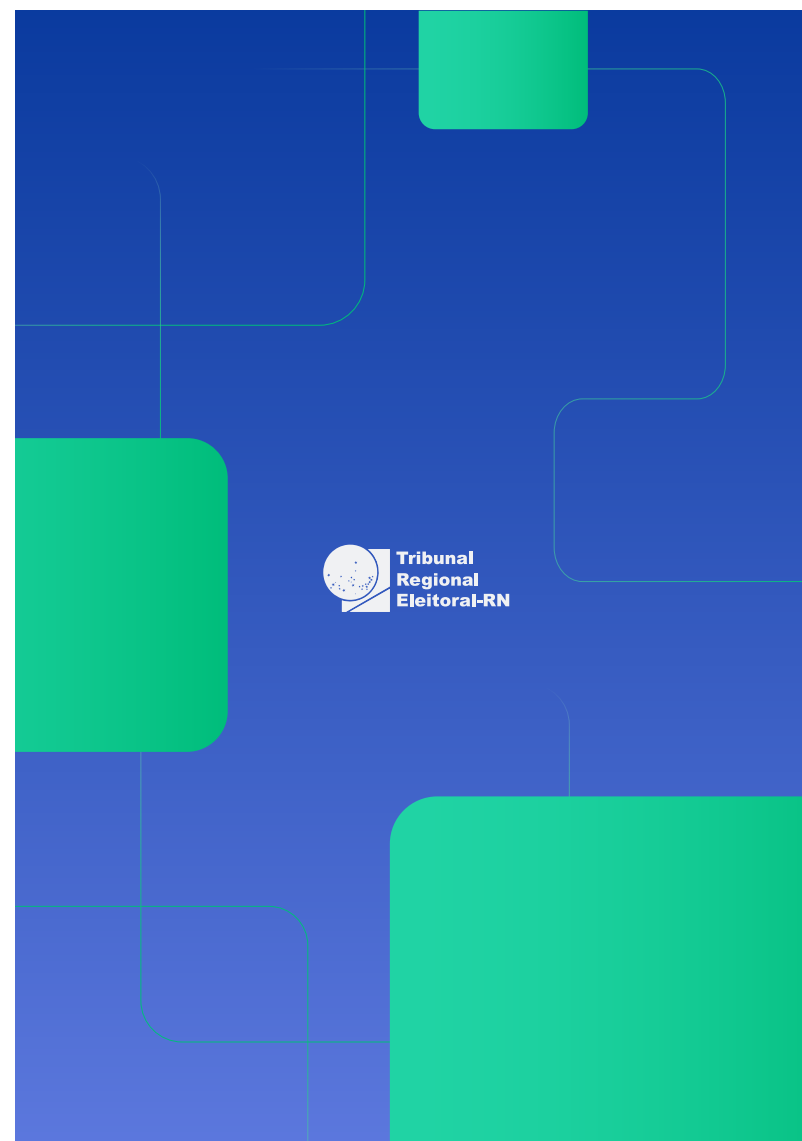
MODELO PARA PUBLICAÇÃO EM INSTAGRAM



MODELO DE BANNER PARA E-MAIL



## PROPOSTA DE CAPA PARA PUBLICAÇÕES





**Governança das  
Contratações**  
TRE-RN



**Tribunal  
Regional  
Eleitoral-RN**