



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MATO GROSSO DO SUL  
R. Desembargador Leão Neto do Carmo, 23 - Bairro Parque dos Poderes - CEP 79037-100 - Campo Grande - MS

## MINUTA

### ANEXO VI

# PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO MATO GROSSO DO SUL

Campo Grande - MS

## 1. APRESENTAÇÃO

O presente **Plano de Comunicação Institucional (PCI)** constitui o instrumento tático-operacional que norteia as ações de comunicação do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso do Sul (TRE-MS). Sua elaboração observa as diretrizes da **Resolução CNJ nº 640/2025**, que institui a Política de Comunicação Social do Poder Judiciário, e integra o Tribunal ao Sistema de Comunicação do Poder Judiciário (SICJUS).

Este documento alinha-se ao Planejamento Estratégico do TRE-MS (2026-2031) e ao Pacto Nacional do Judiciário pela Linguagem Simples, tendo como premissas o combate à desinformação, a transparência ativa, a acessibilidade e a garantia de que a informação chegue ao cidadão de forma clara, objetiva e inclusiva.

Com esse propósito foi elaborado o presente Plano de Comunicação Institucional da Justiça Eleitoral de Mato Grosso do Sul, que coordenará a produção e a classificação das informações relacionadas à estratégia do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso do Sul modo a orientar os *feedbacks* institucionais, alicerçados no Planejamento Estratégico do TRE/MS.

## 2. MISSÃO E VALORES DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E CERIMONIAL DO TRE-MS (Ascom)

A Unidade de Comunicação Social e Cerimonial (Ascom) atua como elo estratégico entre a instituição e a sociedade.

**2.1. Missão** Traduzir a Justiça Eleitoral para a sociedade com clareza, transparência e impessoalidade, combatendo a desinformação, fortalecendo a cidadania e conectando o cidadão aos seus direitos.

### 2.2. Valores

- **Transparência:** Divulgação ativa e compreensível dos atos de gestão e judiciais.

- **Acessibilidade:** Eliminação de barreiras comunicacionais (físicas e digitais).
- **Agilidade:** Respostas rápidas às demandas da imprensa e da sociedade (Time-to-response).
- **Impessoalidade e Ética:** Atuação isenta, vedada a promoção pessoal de autoridades.
- **Inovação:** Uso de tecnologia e dados para aprimorar o alcance da informação.

### 3. OBJETIVO – GERAL

Consolidar a imagem do TRE-MS como uma instituição transparente, inclusiva, moderna e acessível, garantidora da democracia e da lisura do processo eleitoral.

#### 3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O Plano de Comunicação do TRE-MS, além de se espelhar nas normas do Conselho Nacional Justiça - CNJ, sobre ações comunicacionais, inspira-se em estratégias utilizadas por vários tribunais do sistema judicial brasileiro. Seguem alguns pontos essenciais:

- Adotar a Linguagem Simples:** Utilizar linguagem direta e compreensível em todos os canais, facilitando o acesso à justiça e à informação;
- Valorizar a Diversidade:** Respeitar e promover a representatividade racial, etária, de gênero e de orientação sexual nas ações de comunicação;
- Combater a Desinformação:** Estabelecer fluxo contínuo de monitoramento e resposta rápida para neutralizar notícias falsas que afetem a credibilidade institucional;
- Garantir a Acessibilidade:** Assegurar o respeito às normas de acessibilidade comunicacional em todas as plataformas digitais e física;
- Promover a Impessoalidade:** Assegurar que os canais institucionais sejam utilizados exclusivamente para fins de interesse público, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores .
- Classificar** e qualificar a informação repassada aos públicos;
- Avaliar** o *feedback*;
- Cuidar** do relacionamento do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso do Sul com a sociedade;
- Estabelecer** ligação entre o público interno na defesa institucional da Justiça Eleitoral e melhorar o relacionamento interno;

#### 3.2 METODOLOGIA

O processo de elaboração do presente Plano de Comunicação Institucional é resultado de reuniões entre a Presidência, Direção-Geral e a Unidade de Comunicação Social e Cerimonial (Ascom), decorrente de análise de *feedback* obtido da imprensa, e, ainda, análise das manifestações dos gestores, juízes eleitorais e unidades de gestão do Tribunal.

A preparação deste Plano levou em consideração também as normas nacionais de comunicação estabelecidas pelo CNJ a Resolução 640/2025, e ressalta práticas de comunicação institucional, interna e externa, utilizadas pelos tribunais.

### 4. PÚBLICO – ALVO

A estratégia de comunicação abrange dois grandes eixos:

#### 4.1 - PÚBLICO INTERNO

Composto por Membros do Tribunal, Juízes Eleitorais (capital e interior), servidores (efetivos, requisitados e cedidos), estagiários, colaboradores e terceirizados.

Consolidar canais de comunicação com o público interno, no caso a intranet, em especial com os servidores e magistrados lotados nas comarcas.

Criar fluxos de comunicação que promovam a interação e alinhamento de diretrizes, clima organizacional e engajamento.

## 4.2 - PÚBLICO EXTERNO

Fortalecer a interação entre a Comunicação do TRE-MS com as assessorias de Comunicação de outros órgãos públicos, bem com o público externo.

Ampliar o relacionamento com a sociedade, por meio da imprensa, sobre ações que demonstrem o esforço da instituição em se aproximar cada vez mais do jurisdicionado.

Promover a transparência das ações do Poder Judiciário, com ampla divulgação das decisões judiciais e administrativas; compras de produtos e serviços; promover matérias que orientem sobre os direitos do cidadão; divulgar maciçamente os serviços colocados à disposição do público externo.

- **Cidadão/Eleitor:** Foco principal, incluindo o "jovem eleitor" e populações vulneráveis.
- **Imprensa:** Jornalistas, formadores de opinião e veículos de comunicação.
- **Operadores do Direito e Partidos:** Advogados, candidatos, partidos políticos e contadores.
- **Institucional:** CNJ, TSE, outros Tribunais, OAB, MP, Executivo e Legislativo.

## 5. AÇÕES

Visando a consolidação da boa reputação e da imagem positiva do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso do Sul, os trabalhos da Unidade de Comunicação Social e Cerimonial (Ascom) seguirão os seguintes macroprocessos:

1. **Gestão de Comunicação:** Planejamento estratégico, gerenciamento de crises e *branding*.
2. **Assessoria de Imprensa:** Relacionamento com jornalistas, *clipping*, atendimento a demandas e agendamento de entrevistas.
3. **Comunicação Digital:** Gestão das redes sociais oficiais, portal na internet e monitoramento de métricas.
4. **Comunicação Interna:** Gestão da Intranet, newsletters internas, murais e campanhas de endomarketing.
5. **Criação e Audiovisual:** Produção de *design* gráfico, fotografia, vídeos institucionais e cobertura de eventos.
6. **Gestão Administrativa:** Contratos de publicidade, gestão de recursos e equipe.

## 6. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS DE ATUAÇÃO

**6.1. Vedação à Promoção Pessoal e Impessoalidade** É **expressamente vedado** o uso de canais institucionais, recursos ou servidores da Ascom para a promoção pessoal de magistrados ou servidores (Art. 37, §1º da CF/88 e Art. 5º da Res. CNJ 640/2025). Todo conteúdo deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social.

**6.2. Gestão Unificada de Redes Sociais** É **vedada a criação de perfis ou páginas** em redes sociais por unidades judiciais (Zonas Eleitorais) ou administrativas de forma autônoma. Todos os canais oficiais do TRE-MS são geridos exclusivamente pela Ascom para garantir a segurança da informação e a identidade visual única.

**6.3. Relacionamento com a Imprensa** A relação deve ser pautada pela proatividade.

- *Ação*: Envio regular de *releases* e sugestões de pauta positivas.
- *Fluxo*: Todas as solicitações de entrevista devem ser centralizadas na ASCOM, que orientará a fonte (Media Training) e acompanhará a execução.

**6.4. Publicidade e Propaganda** Ações de publicidade legal ou campanhas de utilidade pública (ex: Recadastramento Biométrico) serão planejadas pela ASCOM e poderão ser executadas com recursos próprios ou mediante contratação de agência, observada a disponibilidade orçamentária.

## 7. ESTRATÉGIAS PERMANENTES (PROJETOS INSTITUCIONAIS)

- **Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação**: Manutenção de checagem proativa de fatos e produção de conteúdo educativo sobre a segurança do processo eleitoral, não se limitando a workshops, mas atuando no cotidiano da comunicação;
- **Campanhas de Diversidade e Inclusão**: Realização periódica de campanhas que valorizem a diversidade étnica, cultural e de gênero, tanto para o público interno quanto externo;
- **Pesquisas de Opinião**: Realização de pesquisas para mensurar a clareza das informações prestadas (índice de compreensibilidade) e a confiança na Justiça Eleitoral .

## 8. EIXOS DE AÇÃO (Projetos e Metas)

### Eixo 1: Comunicação Externa e Digital

- **Ação**: Manter atualização diária do Portal e das redes sociais (Instagram, Facebook, X, YouTube, Flickr, TikTok).
- **Ação**: Produção de conteúdo em linguagem simples e *Visual Law* (Direito Visual) para explicar decisões judiciais complexas.
- **Meta**: Aumentar o índice de matérias positivas na imprensa e o engajamento nas redes sociais.

### Eixo 2: Comunicação Interna

- **Ação**: Revitalização da Intranet e criação de *newsletter* semanal para servidores (incluindo Cartórios do Interior).

- **Ação:** Fomento ao "Núcleo de Comunicação Interna" para ouvir sugestões da base e apoiar a gestão participativa.
- **Meta:** Melhorar o índice de satisfação com a comunicação interna na Pesquisa de Clima Organizacional.

### Eixo 3: Enfrentamento à Desinformação

- **Ação:** Checagem proativa de fatos (*fact-checking*) relacionados ao processo eleitoral em MS.
- **Ação:** Produção de campanhas educativas permanentes sobre a segurança da urna eletrônica.

## 9. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

A eficácia deste Plano será mensurada periodicamente por meio de indicadores de desempenho, tais como:

- I. Análise de *Clipping* (classificação de matérias: Positiva, Neutra, Negativa);
- II. Métricas de alcance e engajamento nas redes sociais;
- III. Pesquisas de satisfação com o público interno e externo (Selo de Qualidade CNJ/TSE).

## 10. DISPOSIÇÕES FINAIS

A execução deste Plano é responsabilidade da Unidade de Comunicação Social e Cerimonial, cabendo às demais unidades do Tribunal prestar o apoio técnico e fornecer as informações necessárias para a produção de conteúdo. Este Plano poderá ser revisado anualmente para adequação a novas tecnologias ou diretrizes superiores.



Documento assinado eletronicamente por **FLÁVIO ALEXANDRE MARTINS NICHIKUMA**, Assessor de Comunicação, em 23/01/2026, às 16:56, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [https://sei.tre-ms.jus.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.tre-ms.jus.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0) informando o código verificador **1972830** e o código CRC **FC5CD657**.