

PLANO ANUAL DE COMUNICAÇÃO 2020

1. Apresentação

O Plano Anual de Comunicação do Tribunal Regional Eleitoral de Goiás é definido em atendimento à Resolução CNJ nº 85/2009, às Resoluções TSE nº 22.656 e nº 22.657/2007, às Resoluções TRE/GO nº 275/2017 PRES, bem como à Portaria nº 280/2019 que trata Plano de Comunicação da Estratégia do TRE/GO, com vistas ao estabelecimento de objetivos, diretrizes, políticas de atuação, definição de papéis, portfólio de produtos e serviços, estratégias de divulgação, cronograma de atividades, modelo para mapeamento de ações para divulgação e indicadores estratégicos, de modo a aprimorar a comunicação com o público interno e externo, resguardar a imagem do Tribunal e otimizar a aplicação dos recursos orçamentários disponíveis, promovendo um fluxo de informações seguro, claro, acessível e transparente.

2. Objetivo Geral

Promover uma comunicação institucional de qualidade, eficiência e transparência, capaz de facilitar o conhecimento e acesso às informações referentes à Justiça Eleitoral goiana ao público externo (cidadãos, candidatos, partidos políticos, imprensa, advogados, promotores) e interno (magistrados, servidores e colaboradores), mediante o estabelecimento de um plano anual de comunicação e divulgação.

3. Objetivos Específicos

- I. Estabelecer e cumprir as políticas de divulgação da Justiça Eleitoral goiana;
- II. Dar amplo conhecimento à sociedade das ações desenvolvidas e dos serviços oferecidos pela Justiça Eleitoral goiana;
- III. Divulgar, de forma sistemática, em linguagem acessível e didática, os direitos de eleitores, candidatos e partidos políticos, bem como os serviços colocados à sua disposição pela Justiça Eleitoral, em todas as suas instâncias;
- IV. Estimular a participação da sociedade no processo democrático, pelo livre e consciente exercício do direito de votar e ser votado;
- V. Disseminar informações corretas sobre os assuntos que sejam de interesse público para os diversos segmentos sociais e que envolvam as ações da Justiça Eleitoral goiana;

- VI. Incentivar a integração entre magistrados, servidores e colaboradores, mediante aprimoramento dos canais de comunicação, de modo a garantir a eficácia dos objetivos institucionais;
- VII. Promover a gestão da informação, mediante o tratamento adequado e profissional dos canais de comunicação;
- VIII. Promover a comunicação e a divulgação institucional nas novas mídias, com particular atenção às redes sociais;
- IX. Construir uma identidade digital sólida e coerente para a Justiça Eleitoral goiana, de modo a potencializar o alcance das suas iniciativas institucionais.

4. Diretrizes

- X. Afirmação dos valores e dos princípios da Constituição;
- XI. Respeito à natureza dos fatos, obedecendo ao princípio da objetividade jornalística nos produtos e serviços oferecidos ao público interno e externo;
- XII. Atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- XIII. Valorização da diversidade étnica e cultural, e respeito à igualdade e às questões raciais, etárias, de gênero e de orientação sexual;
- XIV. Vedação do uso dos meios de comunicação institucional para promoção pessoal de magistrados e/ou servidores, em ações desvinculadas das atividades inerentes ao exercício das funções institucionais;
- XV. Adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público, utilizando sempre que possível uma forma simplificada acessível àqueles que desconhecem as expressões típicas do universo jurídico;
- XVI. Uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação judiciária eleitoral;
- XVII. Observância da eficiência e da racionalidade na aplicação dos recursos públicos.

5. Políticas de Ação Adotadas

- I. Aderência às boas práticas na área de Imprensa, Comunicação Institucional e Audiovisual, bem como às recomendações do Sistema de Comunicação do Judiciário (SICJUS);
- II. Manutenção do relacionamento profissional com a imprensa e dos meios necessários ao atendimento da demanda de informações jornalísticas dos veículos de comunicação;
- III. Atenção estratégica à segurança da informação e comunicação, de modo a evitar o comprometimento da disponibilidade, integridade, conformidade e autenticidade da informação;

- IV. Preservação da garantia de atuação da Assessoria de Imprensa e Comunicação Social (ASICS) no planejamento, organização e execução da divulgação institucional, através dos seus produtos e serviços oferecidos por meios impressos, audiovisuais e virtuais;
- V. Disponibilidade dos profissionais especializados da ASICS para o atendimento das demandas suscitadas pelas zonas eleitorais e pelas unidades orgânicas do Tribunal, condicionadas à aprovação da direção superior e aos limites deste Plano Anual de Comunicação;
- VI. Adoção de modelo de gestão específico para os canais de comunicação digitais, com utilização de regras de manuseio, métodos de prevenção, fluxos de publicação, monitoramento de alcance (views) e engajamento (curtidas, comentários, retweets), entendendo as mídias sociais não apenas como instrumento de publicidades, mas como forma de relacionamento e interação virtual com o público;
- VII. Utilização de perfil único em cada rede social, de modo a preservar a unidade da imagem institucional, bem como a disponibilidade, integridade, confidencialidade e autenticidade da informação;
- VIII. Observância dos Termos de Uso definidos para as mídias sociais, de modo a garantir que tais espaços virtuais de interação entre a instituição e o seu público sejam ambientes de respeito mútuo e convivência democrática, incluindo a adoção de medidas imediatas, em caso de violação do respectivo Termo de Uso, tais como a remoção da mensagem e a advertência ou bloqueio do usuário, de forma temporária ou definitiva, independentemente de justificativa, consulta ou alerta prévio.

6. Definição de Papéis

6.1. DIRETORIA-GERAL

- I. Definir a política de divulgação e comunicação institucional da Justiça Eleitoral goiana;
- II. Aprovar o Plano Anual de Comunicação, quando esse estiver em conformidade com o planejamento estratégico do Tribunal e com o Plano de Comunicação da Estratégia, determinando as correções e alterações necessárias;
- III. Avaliar, previamente à aprovação pela Presidência, a proposta de política de divulgação e comunicação da Justiça Eleitoral goiana e a minuta do Plano Anual de Comunicação;
- IV. Autorizar ou denegar a realização de atividades, eventos, ações e campanhas de divulgação institucional, observando os parâmetros do Plano Anual de Comunicação aprovado e os recursos humanos, materiais, tecnológicos e orçamentários disponíveis.

6.2. ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO SOCIAL

- I. Auxiliar a Presidência e a Direção-Geral na definição da política de comunicação da Justiça Eleitoral goiana;
- II. Elaborar e submeter à aprovação superior o Plano Anual de Comunicação;
- III. Planejar, organizar e executar estratégias de Comunicação Institucional tanto para o público interno quanto externo;
- IV. Atender às demandas de comunicação das unidades orgânicas do Tribunal e das zonas eleitorais, elaborando estratégias de divulgação e marketing específicas;
- V. Produzir, publicar e gerir todo o conteúdo de cunho jornalístico, a respeito das ações e projetos do Tribunal, e também das decisões do Pleno e dos juízes de 1º grau, incluindo os textos, imagens e vídeos publicados na internet, intranet e redes sociais, de modo a garantir a utilização da linguagem apropriada a cada público alvo, o respeito aos direitos autorais e de imagem, bem como a segurança e a completude, de modo a resguardar a imagem institucional da Justiça Eleitoral goiana;
- VI. Intermediar e estreitar relações entre o Tribunal e os veículos de comunicação, incluindo, entre outras ações: se necessário, o acompanhamento do Presidente, do Corregedor, do Diretor-Geral, de membros da Corte, magistrados e servidores em entrevistas e noutras atividades de divulgação previstas no Plano Anual de Comunicação; a produção de sugestões de pauta, releases, spots para rádios, boletins; a realização de coletivas; o atendimento a jornalistas, pessoalmente, via telefone ou e-mail;
- VII. Monitorar assuntos de interesse geral na sociedade e na mídia, a fim de elaborar a pauta de cada informativo e definir o foco com que cada tema será tratado, de acordo com a linha editorial adotada;
- VIII. Responsabilizar-se, exclusivamente, por todas as publicações realizadas em nome da Justiça Eleitoral goiana nas redes sociais, submetendo texto, imagens e vídeos utilizados a rígido controle de conformidade gramatical, permissão de uso, qualidade técnica e adequação veicular;
- IX. Preparar, gravar, distribuir e transmitir via intranet/internet o vídeo das sessões plenárias ordinárias, extraordinárias e solenes do TRE/GO; dos informativos gerados e de outros eventos pertinentes.
- X. Criar identidade visual e peças publicitárias para eventos, serviços e campanhas institucionais; animações 2D/3D para produtos multimídia; editoração e arte-gráfica para cartazes, panfletos, faixas, banners, folders, adesivos veiculares, ou outro material que se julgar adequado;

- XI. Efetuar a previsão orçamentária para os gastos relacionados à investimentos na melhoria das ações de comunicação e divulgação, buscando meios de garantir maior eficácia, eficiência, efetividade e economicidade nas ações propostas.

6.3 . SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E ORÇAMENTO

- I. Gerenciar os processos de contratação de mão-de-obra especializada e de aquisição de materiais, equipamentos e suprimentos, observando os limites orçamentários existentes.
- II. Liberar recursos para a contratação de carro de som e confecção de faixas, cartazes, panfletos, entre outros materiais que se julguem necessários.
- III. Impressão de materiais gráficos, como panfletos, cartazes, entre outros, quando a administração considerar mais conveniente.

6.4. CORREGEDORIA REGIONAL ELEITORAL

- I. Acompanhar, em parceria com a Assessoria de Comunicação Social, as atividades, eventos e campanhas de divulgação quando estes envolverem os cartórios eleitorais e/ou as atividades típicas da Corregedoria.

6.5. UNIDADES ORGÂNICAS DA SECRETARIA DO TRE/GO E CARTÓRIOS ELEITORAS

- I. Demandar os produtos e serviços da ASICS para o atendimento das suas necessidades de comunicação e divulgação.
- II. Participar de reunião de briefing, quando solicitado, de modo a mapear, juntamente com a ASICS os meios de comunicação mais propícios à divulgação demandada (rádios, sites, redes sociais).
- III. Mapear os lugares de grande circulação de pessoas onde serão realizadas ações de promoção (padarias, supermercados, postos de saúde, terminais de ônibus, escolas, centros comunitários, igrejas, associação de moradores, clubes, entre outros).
- IV. Afixação dos cartazes e distribuição dos panfletos nos locais escolhidos.
- V. Contratação do carro de som e da confecção da faixa e fiscalização do seu cumprimento.
- VI. Contato com a Associação de Moradores ou instituição similar a fim de verificar outros meios de divulgação e providenciar o anúncio de evento em reuniões públicas.
- VII. Visitas a instituições de ensino e outras instituições públicas e privadas para divulgação de evento.

- VIII. Promover o cadastro dos públicos-alvo do TRE/GO em nível local, incluindo a imprensa e, na medida do possível, os próprios eleitores, para disseminação virtual de informações da Justiça Eleitoral.

7. Canais de Comunicação

A ASICS conta com um conjunto de canais de comunicação para a divulgação de seus produtos e serviços, valendo-se de espaço na intranet do TRE de Goiás, em como de seu site externo, além da utilização das seguintes redes sociais:

- I. Facebook
- II. Instagram
- III. Youtube
- IV. Flickr
- V. Twitter

8. Portfólio de Produtos e Serviços

8.1. Minuto TRE

Descrição: Com atenção nas ações institucionais, o Minuto TRE tem o objetivo de noticiar, ao público interno e externo, os trabalhos realizados pelas unidades do Tribunal e dos cartórios, a fim de tornar públicas as ações da Justiça Eleitoral tanto em anos eleitorais quanto em não eleitorais. Consolidar e valorizar a imagem do TRE de Goiás é seu objetivo.

Periodicidade: semanal

Canal adotado: disponível na Internet e Intranet.

8.2. POSTS, VÍDEOS, TRANSMISSÕES E RELACIONAMENTO COM PÚBLICO NO FACEBOOK E INSTAGRAM

Descrição: Canal para trabalhar a imagem da Justiça Eleitoral goiana diretamente com o usuário, buscando uma aproximação do eleitor com a instituição. Os posts envolvem notícias, campanhas do TRE/GO, vídeos institucionais, entre outros, sempre de interesse do eleitor, privilegiando o apelo visual. O desafio é interagir cada vez mais com o público, com prestação de informações através de troca de mensagens, via caixa de entrada e nas próprias postagens. Além disso, conta-se, oportunamente, com o impulsionamento de posts, a fim de atingir um público segmentado, observando as respectivas estratégias de divulgação

planejadas. Com o impulsionamento, pretende-se otimizar o alcance das publicações, atingindo de fato o público-alvo.

Periodicidade: diária.

Canal adotado: Mídias Sociais.

8.3. VÍDEOS NO YOU TUBE

Descrição: As reportagens do TRE Notícias, vídeos de divulgação de informações ao público externo, filmes institucionais e as sessões do pleno são veiculadas no maior canal de compartilhamento de vídeos do mundo.

Periodicidade: As sessões plenárias sempre que acontecerem, os demais conteúdos quinzenalmente

Canal adotado: Mídias Sociais.

8.4. POSTS (TUÍTES) E VÍDEOS NO TWITTER

Descrição: O Twitter prioriza a informação à imprensa, não só replicando notícias e matérias em áudio e vídeo do site do TRE/GO, como divulgando, em tempo real, informações de eventos e, esporadicamente, julgamentos da Corte.

Periodicidade: diária.

Canal adotado: Mídias Sociais.

8.5. FOTOS, VÍDEOS E STORIES NO INSTAGRAM

Descrição: a maior rede social de fotos do mundo tem seu uso explorado pela ASICS através da postagem de informações relevantes aos públicos da Justiça Eleitoral, além de imagens e vídeos relacionados especialmente a “pessoas”, enfocando o trabalho dos servidores, homenagens, eventos internos, entre outros temas.

Periodicidade: diária.

Canal adotado: Mídias Sociais.

8.6. ATENDIMENTO À IMPRENSA

Descrição: Mediação entre a instituição e os veículos de comunicação; produção de matérias jornalísticas a serem enviadas para a imprensa (releases); repasse de informações a jornalistas via telefone, e-mail, mídias sociais e presencial; agendamento e acompanhamento de entrevistas.

Periodicidade: serviço realizado sob demanda.

Canal adotado: telefone, grupo de WhatsApp, e-mail, mídias sociais e presencial.

8.7. ATENDIMENTO ÀS ZONAS ELEITORAIS

Descrição: Elaboração e implementação de estratégias de divulgação para as Zonas Eleitorais; elaboração de textos para arquivos de áudio para veiculação em rádios, carros de som e outras mídias (spot); gravação de spots; elaboração de artes gráficas para materiais como faixas, cartazes, folhetos; produção de material digital para compartilhamento nas redes sociais e grupos de WhatsApp, entre outras demandas.

Periodicidade: serviço realizado sob demanda.

Canal adotado: Mídia convencional e eletrônica.

8.8. DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

Descrição: Planejamento e implementação de estratégias de divulgação de unidades do TRE/GO para público interno ou externo; elaboração de campanha com teor informativo, educativo ou de orientação social; gravação de mensagens de áudio e vídeo; elaboração de textos para mensagens por e-mail, entre outros; elaboração de arte gráfica para materiais como banners, cartazes e folhetos; elaboração de peças digitais.

Periodicidade: serviço realizado sob demanda.

Canal adotado: Mídia convencional e eletrônica.

8.9. FOTOGRAFIA

Descrição: Captura de imagens de fatos e eventos do TRE/GO; indexação dos documentos visuais em software específico; utilização das imagens em matérias jornalísticas na Intranet e Internet, mídias sociais, vídeos, material para a imprensa, etc.

Periodicidade: serviço realizado sob demanda.

Canal adotado: Intranet, Internet, Mídias Sociais e outros.

8.10. SUPORTE MULTIMÍDIA

Descrição: Suporte de áudio, vídeo e transmissão nos eventos e cursos promovidos pelo TRE/GO; montagem, operação de equipamentos de áudio e vídeo e transmissão, via intranet e/ou internet, de eventos e cursos; publicação de gravações na intranet e youtube.

Periodicidade: serviço realizado sob demanda.

Canal adotado: Intranet e Internet.

8.11. TRANSMISSÃO DAS SESSÕES

Descrição: Transmissão, via Intranet e Internet, das sessões ordinárias, extraordinárias e solenes do Tribunal Pleno.

Periodicidade: conforme agendamento das sessões.
Canal adotado: Intranet e Internet.

9. Estratégias de Divulgação

9.1. EVENTOS E CAMPANHAS DESTINADOS A PÚBLICO EXTERNO

A estratégia de divulgação contará, como padrão, com duas frentes: a divulgação à imprensa e mídias sociais (jornais, rádio, TV e internet) e a divulgação feita diretamente junto à comunidade onde acontecerá o evento. As duas ações serão executadas de maneira concomitante a fim de que a promoção do evento tenha todo o alcance possível. Necessário ressaltar a importância da divulgação diretamente à comunidade para que o êxito seja alcançado em plenitude.

9.1.1. DIVULGAÇÃO À IMPRENSA E NAS MÍDIAS SOCIAIS

A imprensa abarcada pelo escopo do evento receberá todas as informações concernentes ao acontecimento antes, durante e após sua realização. Concomitantemente, ocorrerá a publicação de informações nas mídias sociais do Tribunal, promovendo o contato com diversos públicos-alvo a partir desses canais.

9.1.1.1. DIVULGAÇÃO PRÉ-EVENTO

Primeiramente, serão produzidas sugestões de pauta com as informações básicas do evento e possíveis contatos para realizar a divulgação inicial. Em um segundo momento, a ASICS fará a redação de releases (textos jornalísticos que podem ser utilizados pelos repórteres na confecção de suas matérias) para jornais, rádios, TVs e sites/blogs. Tanto as sugestões de pauta quanto os releases serão enviados à lista de e-mails com os veículos cadastrados. Também serão confeccionados spots (notícias em áudio), que poderão ser baixadas a partir de um link fornecido às rádios e utilizadas livremente para divulgação. Essa ação será acompanhada pela publicação de textos na página do Tribunal na Internet e na Intranet, bem como publicações nas mídias sociais. Haverá um cuidado especial na seleção de sites/blogs/rádios/jornais pertencentes diretamente à comunidade envolvida no evento. A ASICS dará ênfase à divulgação junto a esses meios de comunicação.

9.1.1.2. DIVULGAÇÃO DURANTE E PÓS-EVENTO

A ASICS fará a cobertura do evento e produzirá releases, textos para o site, spots, publicações nas mídias sociais, nos mesmos moldes da ação realizada na primeira etapa, com o objetivo de passar à imprensa e à população as informações concernentes ao acontecimento (número de participantes, cidadãos e servidores envolvidos, resultados práticos, entre outros).

9.1.2. DIVULGAÇÃO À COMUNIDADE

É necessário traçar estratégias de divulgação para as comunidades que receberão os eventos. Geralmente, o maior comparecimento é o de pessoas que vivem nos arredores. Nesse sentido, podem-se propor as estratégias destacadas a seguir.

9.1.2.1. Confecção de cartazes para serem afixados em padarias, supermercados, postos de saúde, terminais de ônibus, escolas, centros comunitários, igrejas, associação de moradores, clubes, entre outros.

9.1.2.2. Confecção de panfletos com dados básicos – o quê, quando e em que local – para serem distribuídos em lugares de grande fluxo de pessoas, como no item anterior.

9.1.2.3. Carro de som com mensagem breve, a fim de não dificultar a compreensão, e que deverá circular nos dias que antecedem o evento.

9.1.2.4. Confecção de faixas a serem afixadas nas principais vias de acesso, com dados básicos sobre o evento.

9.1.2.5. Contato com a Associação de Moradores ou instituição similar a fim de verificar outros meios de divulgação presentes na região, como, por exemplo, rádios comunitárias. A associação também poderá comunicar o TRE sobre reuniões públicas que antecedam o evento e nas quais poderão ser feitos anúncios à comunidade (bingos, campeonatos, festas, assembleias, entre outros).

9.1.2.6. Visita a instituições de ensino – quando possível e não houver custos envolvidos - para explicar como será o evento e convocar jovens e adultos a comparecer.

9.1.2.7. Contato com sites/blogs mantidos pela comunidade com o objetivo de abrir um canal direto com o cidadão da localidade.

9.2. EVENTOS E CAMPANHAS DESTINADOS A PÚBLICO INTERNO

A divulgação ao público interno contará com ações antes, durante e após o evento. É necessária a elaboração de uma estratégia que leve em consideração as características próprias do evento, o cronograma de atividades do TRE/Cartórios, demais notícias e informações a serem veiculadas no mesmo período, assim como a conveniência das datas de inserção das mensagens.

9.2.1. Ações pré-evento: as ações anteriores ao evento incluem a produção de reportagens jornalísticas, escritas e/ou em vídeo, e a elaboração de peças gráficas destinadas a dar a mais ampla publicidade e despertar o interesse do servidor sobre o assunto. Entre os materiais passíveis de serem utilizados, podemos citar banners, cartazes, mensagens por e-mail, displays e folhetos.

9.2.2. Ações durante o evento: a ASICS poderá apoiar a unidade solicitante quanto à melhor maneira de fazer a apresentação do evento. Também poderá fazer a transmissão via intranet e disponibilização do material posteriormente pela videoteca. Outro serviço que pode ser solicitado é o registro fotográfico do evento. A ASICS também faz a cobertura jornalística, realizando entrevistas e reportagens e informando os servidores, via intranet, dos acontecimentos mais relevantes relacionados ao evento.

9.2.3. Ações pós-evento: disponibilização da filmagem e da cobertura fotográfica, quando solicitadas. Havendo interesse jornalístico, poderão ser produzidas reportagens de balanço e de repercussão do evento, assim como mensagens de agradecimento ou de informação de resultados (caso das campanhas de arrecadação).

É importante ressaltar que os Cartórios Eleitorais, a qualquer tempo, podem enviar fotografias não só dos eventos ocorridos, mas também dos serviços disponíveis, a fim de que a ASICS promova a divulgação, especialmente via mídias sociais.

9.3. DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES DA JUSTIÇA ELEITORAL

A imprensa regional e local receberá as informações de caráter jornalístico da Justiça Eleitoral através da ASICS. Serão destaques temas envolvendo o papel, as ações e as iniciativas da Justiça Eleitoral, além de atos judiciais e administrativos. As matérias serão publicadas no site da instituição e também enviadas para os veículos de comunicação, em formato de release. Caso os jornalistas solicitem informações complementares sobre as matérias publicadas, caberá à ASICS intermediar o contato, obtendo fontes do TRE/GO para a imprensa.

Além da divulgação em meios tradicionais, a ASICS fará uso das redes sociais, especialmente quando desejar “falar” diretamente com o eleitor. As matérias serão replicadas no Facebook, no Twitter e no Instagram e do Youtube – como repositório de vídeo. Materiais digitais também serão especialmente produzidos para essas mídias, deixando a mensagem mais objetiva, clara e acessível ao público. Para isso, será necessária uma permanente adaptação visual dos conteúdos eleitorais, sejam jurídicos ou administrativos, à ferramenta, com a utilização de ilustrações, fotos e vídeos. Nesse sentido, a ASICS otimizará cada vez mais a utilização de todo o conjunto de mídias sociais, e não só postando matérias redigidas e publicadas nas páginas da intranet e da internet do Tribunal ou incluindo posts que possam promover a imagem da Justiça Eleitoral, mas aproximando os eleitores da instituição através de vídeos, stories e troca de mensagens. A ideia fundamental de utilização das mídias sociais é estreitar relações com o eleitor, sem a intermediação da grande imprensa. À medida que as informações do TRE/GO forem consideradas relevantes e compartilhadas entre os usuários dessas mídias, os eleitores terão acesso rápido e fácil às informações divulgadas pela instituição.

10. Cronograma Geral de Atividades

Cronograma de Atividades		
Período	Evento	Ação
JANEIRO	Eleições	Divulgar a data a partir da qual as entidades ou empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos possíveis candidatos, para conhecimento público, ficam obrigadas a registrar, junto ao tribunal eleitoral competente para processar o registro das respectivas candidaturas, as informações previstas em lei e em instruções expedidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 33, caput e § 1º).
		Iniciar o chamado ao cidadão a comparecer à Justiça Eleitoral para regularização do título eleitoral antes do fechamento do cadastro eleitoral.
		Redes Sociais: Iniciar campanhas com o intuito de levar o cidadão a regularizar seu título ou tirar o primeiro título, comparecer ao cartório antes do fechamento do cadastro, também conhecer seus direitos relacionados a acessibilidade, bem como sobre nome social. Introduzir a hashtag das Eleições 2020 #seuvototempoder
FEVEREIRO	Eleições	Divulgação de notícias e resoluções afetas às Eleições.
		Redes Sociais: campanhas
MARÇO	Eleições	Divulgação das instruções relativas às eleições de 2020 (Lei nº 9.504/97, art. 105, caput e §3º).
		Divulgação do prazo final do fechamento do cadastro de eleitores, ressaltando a acessibilidade
		Realizar treinamento “Media Training”
		Redes Sociais: Divulgação das campanhas
ABRIL	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Realização da solenidade de cerimônia de Posse.
		Divulgação do prazo final do fechamento do cadastro de eleitores, voto facultativo/obrigatório e demais serviços.

		Redes Sociais: Divulgação das campanhas
MAIO	Eleições	Divulgação do prazo final do fechamento do cadastro de eleitores.
		Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Realizar encontro “ Café com a Imprensa”
		Redes Sociais: Divulgação das campanhas
JUNHO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Divulgar início da convocação dos mesários.
		Realizar treinamento com Facebook
		Acompanhar e registrar o Encontro de Chefes de Cartório
		Redes Sociais: A partir de junho as Campanhas nas redes passam ao enfoque sobre o uso do E-título, sobre Desinformação, Mitos, e intensificar o mote das Eleições 2020 #seuvototempoder
JULHO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Informar ao eleitor que vai para o exterior, e permanecerá até a eleição, como proceder.
		Divulgar a estatística do eleitorado e dos colégios eleitorais.
		Campanha de esclarecimento ao eleitor.
		Redes Sociais: Divulgar Campanhas
AGOSTO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Divulgar a entrega da primeira prestação de contas parciais de candidatos e comitês financeiros.
		Acompanhar e divulgar sobre a Segurança nas Eleições, bem como pedidos de força federal pelos municípios goianos, caso necessário.
		Acompanhar a distribuição do Horário Eleitoral Gratuito.
		Redes Sociais: Divulgar Campanhas

SETEMBRO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Divulgar a entrega da segunda prestação de contas parciais de candidatos e comitês financeiros.
		Divulgar cerimônia de lacração e carga das urnas eletrônicas.
		Realizar dia D da Urna.
		Intensificar divulgação sobre locais de votação e justificativa.
		Intensificar divulgação de ordem de votação dos candidatos, documentos necessários e proibições legais.
		Divulgar acerca da formação da comissão de auditoria da urna eletrônica e sorteio de urnas.
		Acompanhar e registrar o treinamento dos mesários.
		Realizar o credenciamento da imprensa para cobertura da Divulgação de Resultados.
		Redes Sociais: Divulgar Campanhas
OUTUBRO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Divulgar os procedimentos a serem adotados pelo eleitor para votar ou justificar a ausência às urnas.
		Divulgar as condutas vedadas, como boca de urna, celular na cabina de votação, etc.
		Divulgar acerca de documentos e horários de votação.
		Divulgar informações de prestação de contas.
		Realizar a montagem com a identificação do espaço de Divulgação de Resultados.
		Acompanhar e divulgar a saída das urnas eletrônicas para as seções eleitorais.
		Divulgar e acompanhar a votação paralela, bem como a votação do preso provisório
		Divulgar informações sobre segundo turno, se houver.
		Organizar entrevistas coletivas no dia da Eleição.
		Divulgação sobre acompanhamento de resultados e centro de imprensa.

		Redes Sociais: Divulgar Campanhas
NOVEMBRO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Divulgar reabertura do cadastro eleitoral.
		Redes Sociais: Iniciar divulgação sobre justificativa, regularização do título.
DEZEMBRO	Eleições	Divulgar as etapas previstas no calendário eleitoral para o mês.
		Divulgar procedimentos para cerimônia de diplomação.
		Divulgar início do recesso do judiciário e data da retomada dos trabalhos.
		Divulgar balanço dos processos julgados.
		Redes Sociais: Divulgar Campanhas

11. Modelo para Mapeamento de Ações para Divulgação

Nome da Ação Mapeada			
Dados de Identificação			
Descrição:			
Unidade Responsável:			
Demandante:			
Unidades Impactadas:	1.		
	2.		
	3.		
Plano de Divulgação			
Estratégia da divulgação:			
Comunicação Externa	1. Imprensa		
	2. Advogados		
	3. Entidades		
	4. Estudantes		
	5. Outros		
Comunicação Interna			

12. Indicadores Estratégicos

Com o objetivo de promover a avaliação da comunicação da estratégia do TRE/GO, conforme previsto no Plano de Comunicação da Estratégia, a ASICS ficará responsável pela medição dos indicadores abaixo relacionados. É de se destacar que a informação deve ser prestada à AAGGE via Sistema Informatizado ou meio destacado para este fim, até o 20º dia subsequente ao término do período de medição.

12.1. Título do indicador: Alcance do TRE/GO nas redes sociais

O que mede:	Mede a quantidade de usuários alcançados diretamente e pelos perfis oficiais do Tribunal Regional Eleitoral de Goiás nas redes sociais: <i>youtube</i> , <i>twitter</i> e <i>instagram</i> . No caso do <i>facebook</i> com alcance total.
Para que mede:	Conhecer e aumentar o número de pessoas alcançadas pelo conteúdo produzido pelo TRE/GO em seu perfil nas redes sociais, contribuindo para o aperfeiçoamento da comunicação da estratégia institucional.
Quem mede:	Assessoria de imprensa e Comunicação Social.
Quando mede:	Frequência definida no plano anual de comunicação. Alcance do TRE/GO nos perfis: <i>Twitter</i> : @tregoias; Como mede: <i>Facebook</i> : @tredegoias <i>YouTube</i> : https://www.youtube.com/canaltrego ; <i>Instagram</i> : @tregoias
Onde mede:	Nos instrumentos de medição das redes sociais.
Evolução ideal:	Quanto maior, melhor.
Meta:	25.0 seguidores.

12.2. Título do indicador: Índice de Projetos Estratégicos comunicados aos seus públicos de interesse

O que mede:	Mede o índice de Projetos Estratégicos/ações estratégicas priorizados pela Administração comunicados pelos meios oficiais do TRE/GO aos seus públicos de interesse.
Para que mede:	Aperfeiçoar a comunicação institucional dos projetos/ações estratégicas priorizados pelo TRE/GO.

Quem mede: Assessoria de Comunicação Social.

Quando mede: Frequência definida no plano anual de comunicação.

Como mede: Assessoria de Comunicação Social em relação ao Total de Projetos/ações Estratégicas comunicados pela Administração.

Onde mede: Sítio do TRE/GO na intranet e/ou Internet.

Evolução ideal: Quanto maior, melhor.

Meta: 70% dos projetos prioritários

12.3. Título do indicador: Número de matérias jornalísticas produzidas pelo TRE/GO

Mede o quantitativo de matérias jornalísticas produzidas pelo TRE/GO com enfoque em iniciativas estratégicas promovidas pela Justiça Eleitoral goiana.

Conhecer a capacidade de produção de matérias jornalísticas pelo TRE/GO para informar ao público sobre as iniciativas estratégicas promovidas e priorizadas pela Administração e em observância aos objetivos e diretrizes definidos pelo Plano de Comunicação da Estratégia.

Quem mede: Assessoria de Comunicação Social.

Quando mede: Frequência definida no plano anual de comunicação.

Como mede: Quantitativo de matérias jornalísticas produzidas e publicadas pelo TRE/GO no sítio internet.

Onde mede: Sítio do TRE/GO na Internet.

Evolução ideal: Quanto maior, melhor.

Meta: 200

12.4. Título do indicador: Número de campanhas institucionais promovidas pelo TRE/GO

Mede o quantitativo de campanhas institucionais desenvolvidas pelo TRE/GO ou em parceria com outros órgãos em conformidade com o Plano de Comunicação da Estratégia.

Conhecer e aumentar o número de campanhas institucionais com teor informativo, educativo ou de orientação social confeccionadas para divulgação e

sensibilização dos vários públicos de interesse da Justiça Eleitoral goiana.

Quem mede: Assessoria de Comunicação Social.

Quando mede: Frequência definida no plano anual de comunicação.

Como mede: Quantitativo de campanhas institucionais promovidas pelo TRE/GO no período.

Onde mede: Portfolio da Assessoria de Comunicação Social.

Evolução ideal: Quanto maior, melhor.

Meta: 5

12.5. Título do indicador: Quantitativo de repercussões na imprensa das matérias jornalísticas produzidas pelo TRE/GO

O número de repercussões na imprensa das matérias

O que mede: jornalísticas produzidas e publicadas pelo TRE/GO em seus canais oficiais.

Para que mede: Melhorar a comunicação institucional avaliando a repercussão espontânea na imprensa de material jornalístico produzido pelo TRE/GO e publicado em seus canais oficiais.

Quem mede: Assessoria de Comunicação Social.

Quando mede: Frequência definida no plano anual de comunicação.

Informar o número de repercussões das matérias

Como mede: jornalísticas produzidas pelo TRE/GO na imprensa em relação a meta estabelecida para o período.

Onde mede: Canais oficiais do TRE/GO e clipping.

Evolução ideal: Quanto maior, melhor.

Meta: 1000

12.6. Título do indicador: Índice de avaliação da estratégia

O que mede: O conhecimento e envolvimento das equipes com a estratégia.

Para que mede: Verificar o nível de conhecimento e envolvimento das unidades executoras da estratégia.

Quem mede: Assessoria de Apoio a Governança e Gestão Estratégica.

Quando mede: Frequência definida no plano anual de comunicação.

Total de instrumentos constantes da tabela do Plano
de Comunicação da Estratégia publicados pelas
Como mede: unidades responsáveis / Total de instrumentos
constantes na tabela * 100.

Onde mede: Planilha de acompanhamento das execuções dos
instrumentos.

Evolução ideal: Quanto maior, melhor.

Meta: 70%.