



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO ACRE

Tribunal de Justiça

MANUAL DE PROCEDIMENTOS

DIRETORIA: DIINS – DIRETORIA DE INFORMAÇÃO INSTITUCIONAL

UNIDADE: GECOM – GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

NOME DO PROCESSO: GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAP-DIINS-003

VERSÃO: 01



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Código: MAP-DIINS-003	Versão: 01	Data de Emissão: 02/12/2022
Elaborado por: Gerência de Comunicação	Aprovado por: Diretoria de Informação Institucional	

SUMÁRIO

1. OBJETIVO	03
2. DOCUMENTAÇÃO NORMATIVA DE REFERÊNCIA	03
3. ORIENTAÇÕES GERAIS	03
4. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES	04
4.1 Área de Imprensa e Publicidade	04
4.2 Área de Comunicação Visual e Digital	04
4.3 Produzir e Distribuir Conteúdo Jornalístico	06
4.4 Atender Imprensa	07
4.5 Avaliar Resultados	07
4.6 Desenvolver Campanha Publ. ou Trabalho Gráfico e Eletrônico	08
4.7 Gerenciar Correio Eletrônico e Bases de Dados	09
4.8 Dinâmica de Interação com Outros Setores	10
5. GESTÃO DO PROCESSO	11
6. INDICADORES	11
7. REGISTROS	12
8. ANEXOS	12



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Código: MAP-DIINS-003	Versão: 01	Data de Emissão: 02/12/2022
Elaborado por: Gerência de Comunicação	Aprovado por: Diretoria de Informação Institucional	

1 OBJETIVO

Definir e padronizar os procedimentos referentes aos processos de trabalho de comunicação interna e externa do Poder Judiciário do Acre, consolidando e ampliando os relacionamentos para facilitar o método de gestão, aprimorar a imagem institucional e aproximar o Judiciário da sociedade.

2 DOCUMENTAÇÃO NORMATIVA DE REFERÊNCIA

- Resolução CNJ N° 79/2009;
- Resolução CNJ N° 103/2010;
- Resolução CNJ N° 326/2020;
- Resolução TJAC-CONAD N° 26/2011; e
- Planejamento Estratégico do TJAC (2021-2026).

3 ORIENTAÇÕES GERAIS

- O trabalho da Gerência de Comunicação (GECOM) deve estar vinculado ao Planejamento Estratégico institucional, de maneira que possa disseminar a missão, a visão e os valores do Tribunal de Justiça do Acre.
- Tendo em vista que o contexto atual é configurado pela Sociedade da Informação, em que os cidadãos têm mais acesso às informações por meio do uso das tecnologias, a sociedade exige uma comunicação que tenha qualidade, seja eficiente e permita uma maior transparência sobre Poder Judiciário Acreano.
- Nesse sentido, há que se estabelecer um planejamento e execução da comunicação social, que atenda não apenas o âmbito interno, mas também externo do Poder Judiciário.

- Para tanto, as atividades da GECOM envolvem as áreas de imprensa e publicidade,



comunicação visual e digital.

4 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES

4.1 Área de Imprensa e Publicidade

- Realiza a divulgação de informações e publicação de notícias em tempo real sobre o Poder Judiciário. Tem como foco dois públicos:

Público externo	Público interno
• Ministério Público • Defensoria Pública • Procuradorias de Justiça • Advogados • Poderes Executivo e Legislativo • Entidades de classe, como ASMAC e SINSPJAC • Meio acadêmico • Meios de comunicação • Sociedade	• Desembargadores • Juízes de Direito • Servidores • Estagiários • Funcionários terceirizados

4.2 Área de Comunicação Visual e Digital

- Realiza produção gráfica e digital com base no Manual de Identidade Visual do Poder Judiciário.
- O trabalho da GECOM compõe-se de:
- No início do expediente, definir a cobertura jornalística da agenda institucional da Presidência e das principais unidades dos 1º e do 2º Graus do TJAC;
- Produzir matérias, releases, press-kit, fotografias e infografia, obedecendo à linha editorial, priorizando os seguintes temas:
 - Direitos do cidadão;
 - Políticas públicas e programas do Poder Judiciário;
 - Serviços colocados à disposição da sociedade pela Justiça;



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

- Ações do Poder Judiciário que sejam de interesse público para os diferentes segmentos sociais; e
- Promoção do Poder Judiciário, com conscientização da missão exercida pela magistratura e da importância da Justiça como instrumento da garantia de direitos e da paz social.
- Leitura diária do DJE para definir pautas e produção de matérias, e agendar a publicação do material;
- Atualizar os conteúdos jornalísticos dos portais de internet e intranet do Poder Judiciário, por meio do sistema eletrônico de publicação de notícias;
- Contato com os correspondentes internos (magistrados, diretores, gerentes, diretores de secretaria, assessores jurídicos) dos 1º e do 2º Graus, para definir pautas e produção de matérias, e agendar a publicação do material;
- Atender e encaminhar solicitações de informações por parte dos veículos de comunicação, seja por telefone, por e-mail ou pessoalmente; fornecer informações precisas e objetivas sobre os temas questionados; agendar entrevistas com autoridades judiciárias; organizar entrevistas coletivas;
- Planejar a produção e divulgação de mensagens institucionais de acordo com o calendário festivo adotado pelo Poder Judiciário:

1. Dia da Mulher;
2. Páscoa;
3. Dia do Trabalho;
4. Dia das Mães;
5. Dia dos Pais;

6. Aniversário do Tribunal de Justiça;
7. Dia da Justiça;
8. Natal; e
9. Ano Novo.

- Desenvolver e/ou supervisionar campanhas internas de sensibilização, informação, alinhamento e relacionamento (ações de endomarketing), desenvolvidas pela própria GECOM ou por empresas terceirizadas; e
- Atender os órgãos que compõem o Poder Judiciário que desejam divulgar seu evento por meio de convite, folders, cartazes e demais peças publicitárias; receber as demandas oficialmente.



4.3 Produzir e Distribuir Conteúdo Jornalístico

- Confere a agenda institucional da Presidência do TJAC e identifica as atividades de interesse para cobertura jornalístico-fotográfica, para produção de conteúdos interno e/ou externo pela Agência TJAC;
- Verifica no âmbito do 1º e do 2º Graus a agenda de atividades do Poder Judiciário e define as atividades e eventos de interesse para cobertura jornalístico-fotográfica, para produção de conteúdos interno e/ou externo pela Agência TJAC;
- Lê o Diário da Justiça Eletrônico para identificar os atos/decisões administrativos e judiciais de interesse público sobre os quais serão produzidas matérias jornalísticas e, posteriormente, divulgadas pela Agência TJAC;
- Checa o correio eletrônico institucional da GECOM para:
 - Identificação, seleção e encaminhamento das sugestões de pauta;
 - Encaminhamento das solicitações de informações e agendamento de entrevistas por parte da imprensa; e
 - Leitura, taxação e encaminhamento de outras demandas.
- Reúne a equipe da Área de Imprensa e Publicidade (integradas, ressalte-se) para discussão de pautas diárias e semanais, e divisão de tarefas;
- Elabora o clipping eletrônico diário de notícias sobre o Judiciário local e nacional, e publica nos portais de internet e intranet do Poder Judiciário;
- Caso seja material para divulgação em rede social (Twitter, Facebook, Instagram etc.), publica o conteúdo jornalístico produzido nas contas oficiais do Poder Judiciário das redes sociais, observando as características específicas de cada uma das plataformas de comunicação;
 - Acompanha o desdobramento do conteúdo divulgado, em termos de acesso e repercussão (comentários gerados e compartilhamentos);
 - Produz conteúdo específico para os perfis oficiais do TJAC nas redes sociais; e



- Observa e analisa a necessidade de responder questões dos usuários ou de fornecer explicações secundárias sobre o assunto divulgado, de acordo com a dinâmica estabelecida em cada rede social.
- Atualiza ao longo do dia os portais de internet e intranet com o material jornalístico (texto e áudio) produzido pela Agência TJAC;
- Contata os veículos de comunicação – pauteiros, repórteres e editores da mídia – para aproveitamento do material distribuído pela Agência TJAC, ou articulação de matérias e entrevistas com autoridades judiciárias;
- Atualiza periodicamente o *mailling list* de jornalistas; e
- Encaminha diariamente, ao *mailling list* de jornalistas, a súmula do material divulgado pela Agência TJAC ao longo do dia, visando o maior aproveitamento possível do conteúdo pelos veículos de comunicação.

4.4 Atender Imprensa

- Recebe e agenda as solicitações de reportagem sobre o Judiciário e de entrevistas com as autoridades judiciárias;
- Contata os setores relacionados ao tema da reportagem para levantamento de informações; e a fonte interna definida como entrevistado, para compartilhar o roteiro da entrevista e alinhar o discurso institucional;
- Prepara uma sinopse sobre o tema da reportagem, incluindo dados biográficos do entrevistado, para subsidiar o trabalho do profissional de imprensa; e
- Acompanha a realização da reportagem, desde a chegada da equipe de imprensa até a sua saída das dependências do Poder Judiciário.

4.5 Avaliar Resultados

- Realiza levantamento diário do conteúdo divulgado nos mais diferentes veículos de comunicação (jornais diários, portais, sites, blogs e redes sociais) sobre o Poder Judiciário local e nacional;
- Emprega a ferramenta Painel de Controle, desenvolvida pela própria GEGOM, para análises quantitativa e qualitativa dos acessos ao portal de internet (público externo)



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

do PJAC, buscando mensurar o número de visitantes recebidos (diário e mensal), a quantidade de páginas visualizadas dentro do portal, as áreas e conteúdos que mais atraem o usuário etc.;

- Elabora anualmente o Relatório de Comunicação (MOD-DIINS-003-01), contendo o registro da produção e os resultados da gestão nas ações da comunicação institucional, a partir dos canais próprios e das ações desenvolvidas com a imprensa e parceiros.
- Compartilha com a Diretoria de Informação Institucional e com a Presidência o Relatório de Comunicação, visando (re)definir assuntos relativos à comunicação com os públicos interno e externo e às estratégias de comunicação da organização.

4.6 Desenvolver Campanha Publicitária ou Trabalho Gráfico e Eletrônico

- Recebe a demanda para desenvolvimento de campanha e discute com o setor demandante os seguintes itens:
 - Objetivos;
 - Público-alvo;
 - Meios de comunicação a serem utilizados;
 - Formato do conteúdo;
 - Peças da propaganda;
 - Disposição, arte e criação da propaganda;
 - Período de execução da campanha; e
 - Orçamento.
- Define uma agenda de produção do material, com delimitação de prazo de, no mínimo, 15 (quinze) dias para apresentação do *briefing* e da minuta da campanha;
- Realiza estudo sobre o tema da campanha e o público a que ela se destina, com levantamento de informações históricas, sociais, políticas, culturais e estatísticas:
 - Caso seja campanha desenvolvida pela GECOM, elabora o *briefing*, a minuta da campanha e os bonecos de divulgação;
 - Caso seja campanha desenvolvida por empresa terceirizada, recebe o *briefing*, a



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

minuta da campanha e os bonecos de divulgação e realiza as revisões necessárias do material; e

- Caso seja trabalho gráfico e eletrônico, elabora o *briefing* e o boneco do trabalho.
- Apresenta e discute o material desenvolvido com a Presidência, a Diretoria de Informação Institucional e o setor demandante:

Caso seja o trabalho gráfico e eletrônico aprovado, finaliza o material e envia por e-mail, link ou drive, para o setor demandante solicitar a impressão.

- Define indicadores para avaliação do cumprimento dos objetivos propostos;
- No caso de campanha terceirizada, os indicadores são elaborados junto com a empresa contratada;
- Executa a campanha e avalia os resultados obtidos:
 - No caso de campanha terceirizada, acompanha a execução e avalia os resultados.

4.7 Gerenciar Correio Eletrônico e Bases de Dados

- Acessa diariamente e a cada hora os correios eletrônicos institucionais da GECOM, lê e organiza os conteúdos em pastas temáticas;
- Identifica os correios eletrônicos que precisam ser respondidos e levanta informações necessárias para construir a mensagem de resposta;
- Atualiza, periodicamente, o *mailling list* do público externo (Ministério Público, Defensoria Pública, Procuradorias de Justiça, advogados; Poderes Executivo e Legislativo; entidades de classe, como ASMAC e SINSPJAC; meio acadêmico; meios de comunicação; e segmentos diversos da sociedade) e do público interno (Desembargadores, Juízes de Direito, servidores, estagiários e funcionários terceirizados);
- Atualiza, periodicamente, com a SEREP a lista de autoridades Federais, Estaduais e Municipais; e
- Cataloga e arquiva, mensalmente, o banco de imagens, vídeos e áudios da GECOM.

A. Arquivo fotográfico



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

- Organiza diariamente o banco de fotos;
- Cataloga e arquiva as fotografias seguindo a ordem básica das seguintes informações:
 - a. Data, local e evento; e
 - b. Pastas temáticas, por exemplo, “gestão 2007-2009”, “gestão 2009-2011”, “gestão 2021-2023”.

B. Arquivo de áudio

- Organiza diariamente o banco de áudios;
- Cataloga e arquiva os áudios seguindo a ordem básica das seguintes informações:
 - a. Data e título da matéria; e
 - b. Pastas mensais e anuais, por exemplo, “março.2011”, “abril.2012”.

4.8 Dinâmica de Interação com Outros Setores

- Para o gerenciamento, execução e controle dessas ações é necessária a interação (e por vezes integração) com outros setores do TJAC, especialmente as Diretorias Regional do Vale do Acre (DRVAC); Diretoria de Logística (DILOG); Diretoria de Gestão Estratégica (DIGES) e Diretoria de Gestão de Pessoas (DIPES);
- Isso acontece porque é sabido haver hierarquia dentro das instituições públicas, e não menos importante no Tribunal de Justiça Acreano, onde as ações quase nunca podem ser implementadas com independência ou individualismo;
- Isso acontece desde a padronização das ações de publicidade, comunicação visual, desenvolvimento e a aplicação de papelaria, cartazes, sinalização, mídia na internet e intranet, e outros elementos que envolvam a sua imagem nos âmbitos interno e externo;
- Para se produzir um convite institucional, por exemplo, a GECOM produz o material dentro do prazo previsto neste Manual, mas a sua confecção perpassa a DRVAC e, ainda, a execução do material pelo Parque Gráfico do TJAC;
- O contrato de jornais impressos, para que a Gerência tenha acesso ao conteúdo



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

explicitado pela imprensa local – o que é fundamental para o setor -, é necessária a contratação desses veículos, o que é feito pela DILOG;

- Contratos de fotografia, imagens (vídeos) e sonorização – que também são essenciais para a rotina de trabalhos da GECOM – todos esses passam pela DILOG;
- Os exemplos atestam a dinâmica do dia-a-dia da Gerência de Comunicação com as demandas que recebe, que embora sejam planejadas no espaço de tempo previsto no Manual de Procedimentos – esbarram na demora encontrada em outros setores.

5 GESTÃO DO PROCESSO

- A Gerência de comunicação (GECOM) acompanha regularmente os indicadores para verificar tendências nas demandas e possibilitar o gerenciamento da equipe; e
- Realiza, a cada seis meses, Reunião de Equipe (RE) para discutir questões relacionadas à melhoria e à gestão do processo;

6 INDICADORES

Nome	Fórmula	Meta	Período de apuração	Fonte
Número de inserções institucionais na mídia	$(\text{N}^\circ \text{ de notícias veiculadas em jornais impressos, TV, rádio e internet}) / (\text{N}^\circ \text{ de entrevistas concedidas aos veículos de comunicação}) \times 100$		Mensal	Controle por planilha formulário
Índice de matérias institucionais positivas na mídia	$(\text{N}^\circ \text{ de matérias positivas na mídia}) / (\text{Total de matérias divulgadas na mídia}) \times 100$		Mensal	Controle por planilha formulário
Índice de Visualizações do portal de internet do Poder Judiciário	$(\text{N}^\circ \text{ de notícias publicadas no portal}) / (\text{N}^\circ \text{ de acessos obtidos pelas notícias}) \times 100$		Mensal	Controle por planilha formulário
Índice de compartilhamento de conteúdos nas redes sociais	$(\text{N}^\circ \text{ de conteúdos divulgados nas redes sociais}) / (\text{N}^\circ \text{ de compartilhamentos obtidos pelo conteúdo divulgado}) \times 100$		Mensal	Controle por planilha formulário



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

7 REGISTROS

Identificação	Armazenamento	Tempo de Guarda	Destinação
Relatório de clipagem (FOR-DIINS-003-01)	Pasta eletrônica	2 anos	Arquivo eletrônico
Painel de controle (FOR-DIINS-003-02)	Pasta eletrônica a	2 anos	Arquivo eletrônico
Relatório geral (FOR-DIINS-003-03)	Pasta eletrônica	2 anos	Arquivo eletrônico
<i>Releases</i>	Digitalmente (Arquivo Digital da GECOM)	2 anos	Arquivo eletrônico
<i>Clipping</i> eletrônico	Eletrônico (Portal do TJAC na Internet / Banco de dados da Diretoria de Tecnologia da Informação)	2 anos	Arquivo eletrônico

8 ANEXOS

ANEXO 1: Fluxograma do Processo Produzir e Distribuir Conteúdo Jornalístico;

ANEXO 2: Fluxograma do Processo Atender Imprensa;

ANEXO 3: Fluxograma do Processo Desenvolver Campanha Publicitária ou Trabalho Gráfico e Eletrônico; e

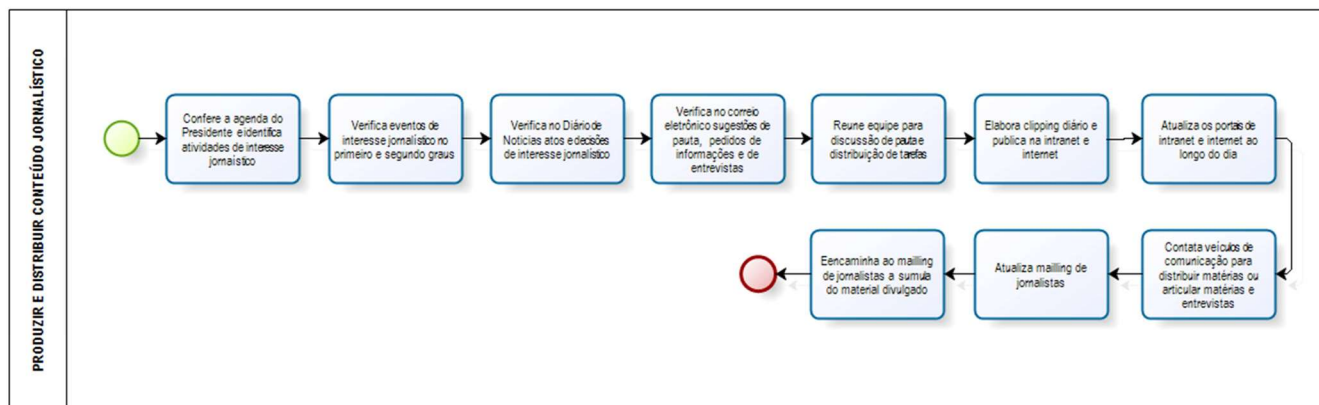
ANEXO 4: Fluxograma do Processo Gerenciar Correio Eletrônico e Base de Dados.



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Anexo 1: Fluxograma do processo produzir e distribuir conteúdo jornalístico

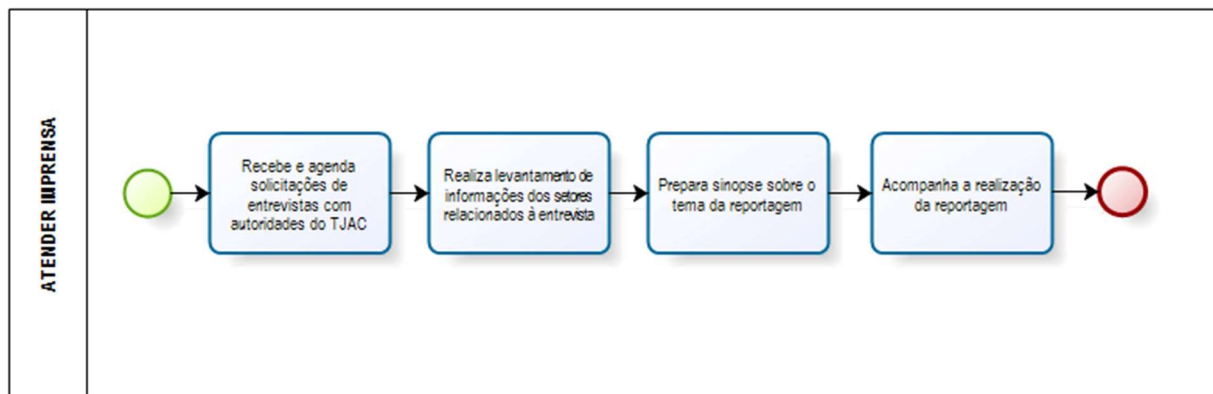




MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Anexo 2: Fluxograma do processo atender imprensa



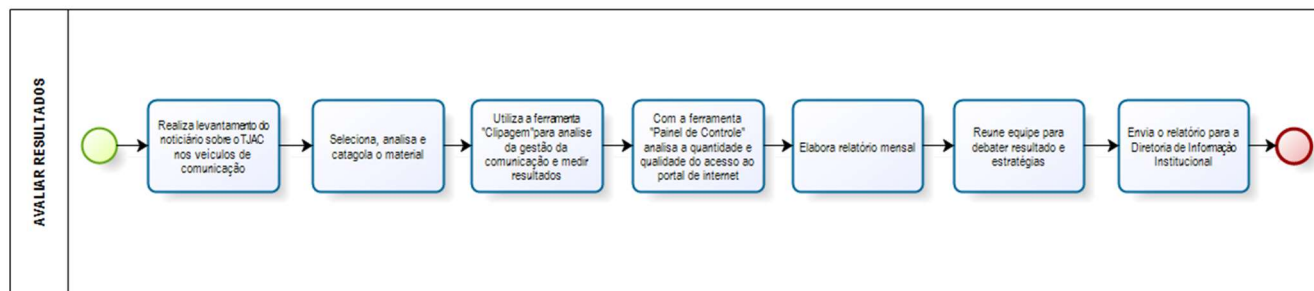
Powered by
bizagi
Modeler



MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Anexo 3: Fluxograma do processo avaliar resultados

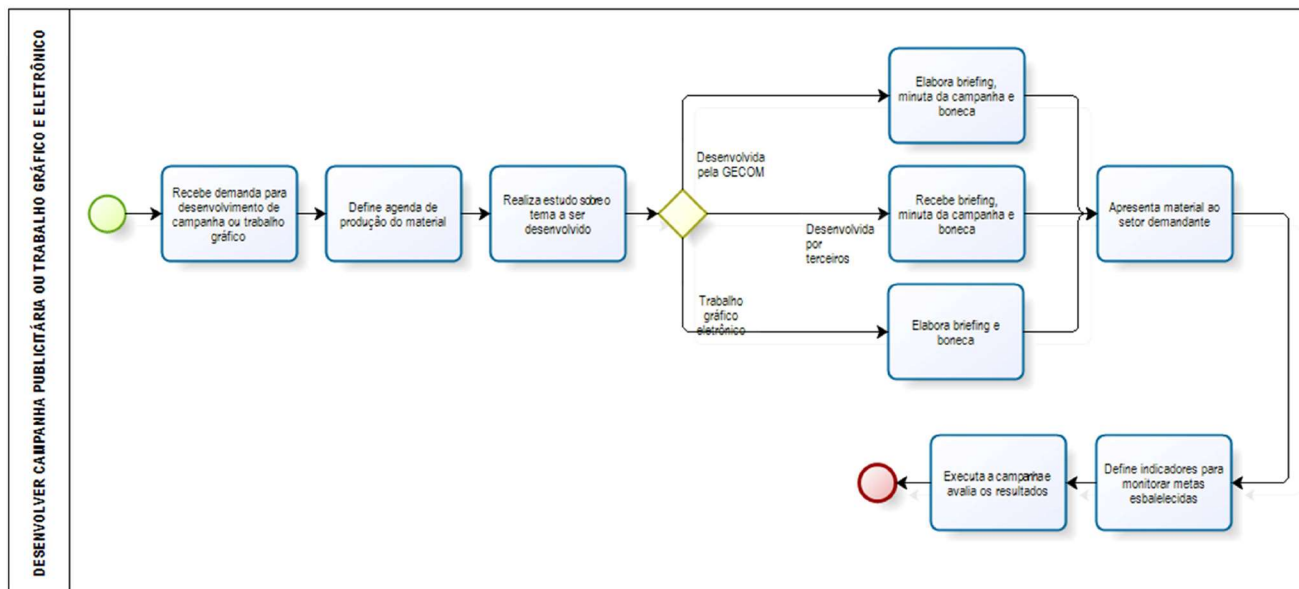




MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Anexo 4: Fluxograma do processo desenvolver campanha publicitária ou trabalho gráfico e eletrônico





MANUAL DE PROCEDIMENTOS

GERIR COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Anexo 5: Fluxograma do processo Gerenciar correio eletrônico e base de dados

