

**PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
2011-2015**

Agregar pessoas em torno de um propósito: realizar a justiça

Não se trata de fazer propaganda da justiça, pois sua própria existência já a torna imprescindível para a sociedade. Trata-se, sim, fundamentalmente, de tornar pública sua atuação, dar publicidade aos atos, decisões, programas e ações, por respeito e compromisso com aqueles que nela atuam, dela dependem ou com ela se relacionam.

Não se trata, tampouco, de investir pessoal especializado, equipamentos e esforços em futilidades. Qualificar a informação, gerar conhecimento e cuidar do relacionamento do TJMG com a sociedade e com seus interlocutores internos é atender às exigências do mundo contemporâneo.

A comunicação serve para “facilitar o conhecimento e acesso dos cidadãos aos serviços do Poder Judiciário” e “promover o Poder Judiciário junto à sociedade de modo a conscientizá-lo sobre a missão exercida pela Magistratura, em todos os seus níveis, otimizando a visão crítica dos cidadãos a respeito da importância da Justiça como instrumento da garantia dos seus direitos e da paz social” (Resolução 85, do Conselho Nacional de Justiça).

Trata-se, fundamentalmente, de ser estratégico. É redirecionar o processo de comunicação para “oportunizar uma mudança, um novo comportamento e não simplesmente informar o que acontece na organização”.(Marchiori,2008)

É, em suma, apoiar a gestão estratégica, por meio da comunicação. É mais que fazer tudo junto: jornalismo, relações públicas, publicidade, comunicação interna, comunicação visual, comunicação digital. É “agregar pessoas em torno de um propósito” (Rebouças, 2009) para cumprir uma missão, é fazer da comunicação também uma questão da justiça.

Agregar pessoas em torno de um propósito: realizar a justiça
Ascom/TJMG

MISSÃO DA ASCOM

Criar e implementar políticas e estratégias de comunicação com o objetivo de informar e integrar os públicos interno e externo, consolidando e ampliando os relacionamentos para facilitar o processo de gestão, aprimorar a imagem institucional e aproximar o TJMG da sociedade.

APRESENTAÇÃO

O **Plano de Comunicação do Tribunal de Justiça de Minas Gerais** para o quinquênio de 2011-2015 tem como propósito estabelecer as diretrizes e estratégias de comunicação para que a Instituição alcance os 17 **objetivos institucionais** e as metas associadas ao Planejamento Estratégico.

INTRODUÇÃO

A ampliação do papel da comunicação institucional observada a partir da década de 90, a criação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), a consolidação do planejamento estratégico no Judiciário, o fortalecimento da democracia e as mudanças de comportamento do cidadão criam novos cenários e perspectivas para a comunicação institucional. Podemos destacar, entre eles:

- o engajamento no Movimento Nacional pela Conciliação;
- as Resoluções 79, 85 e 103/2009, do CNJ.

O Plano de Comunicação Estratégica do TJMG abrange programas e projetos a serem desenvolvidos pelas unidades organizacionais integrantes da Assessoria de Comunicação Institucional (ASCOM) e envolve as áreas de imprensa, relações públicas, publicidade, comunicação visual, comunicação digital, comunicação interna e comunicação para os processos de gestão. Trata das estratégias que orientam o processo de comunicação organizacional, de modo a propiciar a realização de atividades alinhadas e integradas aos objetivos e propósitos, levando-se em conta iniciativas e contribuições das unidades organizacionais do TJ e comarcas.

A ASCOM atua em parceria com os diversos setores do TJMG, no desenvolvimento dos temas propostos e validados pela Presidência.

OBJETIVOS

O Plano de Comunicação busca alinhar as ações de comunicação aos processos de planejamento e gestão estratégica a fim de contribuir para realizar a missão institucional, que é “garantir, no âmbito de sua competência, a prestação jurisdicional com qualidade, eficiência e presteza, de forma a atender aos anseios da sociedade e constituir-se em instrumento efetivo de justiça, equidade e de promoção da paz social”. O Plano de Comunicação visa contribuir também para a realização da visão do TJMG: “ser reconhecido junto à coletividade pela excelência de sua atuação”.

No âmbito interno, visa redirecionar o processo de comunicação para favorecer a interação entre as pessoas, o entendimento e a construção da visão de futuro da organização. No âmbito externo, visa atender ao dispositivo constitucional de publicidade e transparência de atuação da administração pública, com foco na aproximação do Judiciário com a sociedade.

O aprimoramento da comunicação externa e a melhoria da comunicação interna são dois dos objetivos institucionais contemplados no Planejamento Estratégico do TJMG. Nesse contexto, foi aprovada e validada, em 2011, a iniciativa estratégica proposta pela ASCOM, que é o PLANO DE MODERNIZAÇÃO E ALINHAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO. A criação do presente documento, em observância à Resolução 85 do CNJ e ao Planejamento Estratégico do TJMG, é uma das ações previstas em tal iniciativa.

O Plano de Comunicação do TJMG encontra-se estruturado em eixos, seguindo os temas definidos no PEGI-2011-2015.

PÚBLICOS

Interno

1. Desembargadores, juízes de Direito, servidores, funcionários terceirizados.

Externo

2. Membros do Ministério Público, advogados e defensores públicos
3. Poder Executivo
4. Poder Legislativo
5. Entidades de classe (AMAGIS, SINJUS, SERJUSMIG, ASTRAL e outras)
6. Meios de comunicação
7. Meio acadêmico
8. Sociedade

DIRETRIZES DE ATUAÇÃO

Foco das ações internas

- Mobilização e orientação, reconhecimento de esforços e valorização de iniciativas.
- Apoio à comunicação direta de gestores com equipes e comunicação dirigida.
- Ampliação dos espaços de interlocução e participação interna.

Foco das ações externas

- Ampliação e qualificação da cobertura da mídia.
- Consolidação de imagem positiva na sociedade.
- Orientação acerca do papel, do funcionamento e das atividades do Judiciário.

MISSÃO/VISÃO/VALORES

1. Campanha institucional

- Criar campanha específica sobre a missão, a visão e os valores, a ser veiculada em mídias internas, externas, espaços públicos e espaços de atendimento interno, programas e eventos institucionais.
- Reeditar material gráfico com as inovações validadas no Planejamento em 2011.
- Criar *slogan* institucional.

2. Campanhas CNJ

- Aderir à campanha Compromissos da Justiça com Você em 2011, lançada pelo CNJ.
- Propiciar a incorporação do tema nas campanhas e nos produtos de comunicação do TJ.
- Produzir conteúdo periódico para atualização mensal de informações.
- Promover a distribuição de peças gráficas, publicação de página virtual específica para acompanhar e difundir desempenho mensal do TJ e favorecer interação com comarcas.

3. Pesquisas anuais de opinião pública e satisfação

- Contratar empresa especializada para realização de pesquisas anuais, de 2012 a 2015, a fim de avaliar o índice de confiança e de satisfação da sociedade.

A iniciativa visa atender à visão de futuro do TJMG: “ser reconhecido junto à coletividade pela excelência de sua atuação” e à meta “obter 70% de aprovação na pesquisa até 2015” para os indicadores “índice de confiança no Poder Judiciário e índice de satisfação do cliente”.

A pesquisa (quantitativa e qualitativa) deve avaliar a atual imagem do Poder Judiciário de Minas Gerais, com o objetivo de identificar pontos a serem aprimorados para a construção de uma imagem positiva da Instituição junto aos diversos públicos.

A utilização de pesquisas serve para avaliar e orientar a atuação da área na gestão dos processos de comunicação, através da coleta de elementos essenciais para diagnóstico e revisão de estratégias, servindo assim como valoroso subsídio para formulação dos planos anuais de comunicação.

4. Plano Anual de Comunicação do PEGI 2011-2015

- Desenvolver plano anual de ações voltadas para apoiar iniciativas estratégicas, conforme cronogramas e marcos de entrega dos projetos e programas.

O Plano de Comunicação do PEGI 2011-2015 apresenta as linhas gerais do desenvolvimento das ações de comunicação para difundir a gestão institucional, as mudanças organizacionais e as iniciativas aprovadas no Planejamento Estratégico. Tem como foco o aprimoramento dos processos de comunicação organizacional para apoiar a execução da estratégia do TJMG.

Serão elaborados e desenvolvidos programas específicos e projetos setoriais, em parceria com as áreas gestoras das iniciativas, conforme cronograma e marcos de entregas previstos no PEGI. Serão adotadas as linhas de atuação informativa/educativa e relacional, nas quais os produtos e meios de comunicação são utilizados como suporte, dando sustentação às ações de relacionamento do TJMG com seus públicos de interesse (foco na visibilidade externa e na adesão interna).

Os planos anuais voltados para o PEGI contemplam ações diversas, que utilizam todos os meios de comunicação institucionais e visam auxiliar o público interno na compreensão da gestão estratégica, no reconhecimento do papel e da atuação de cada um nesse processo, ampliando canais de interlocução para atendimento e esclarecimento de dúvidas. No âmbito externo, as ações de comunicação visam favorecer o entendimento da sociedade acerca do papel, da atuação e do funcionamento do Judiciário.

Ações de informação, alinhamento e relacionamento

- Produção de informes eletrônicos especiais para divulgação de campanhas, ações institucionais e questões organizacionais relevantes.
- Edição de conteúdo específico e periódico para disseminar ações relacionadas ao Planejamento Estratégico e questões relevantes da gestão institucional, utilizando diversos meios de comunicação: portal, intranet, *TJMG Informativo*, revista eletrônica, murais.
- Implantação de canais de interação e participação interna.
- Realização de campanhas e eventos institucionais.
- Agendamento de pautas positivas referentes a programas, iniciativas e projetos institucionais, resultados e boas práticas, com objetivo de divulgação na mídia.

5. Instalação de televisores nos elevadores

- Contratar empresa especializada para a implantação de *software* e televisores, a fim de que notícias e vídeos produzidos pela ASCOM possam alcançar maior número de *stakeholders* e, conseqüentemente, contribuir para a visão institucional, que é “ser reconhecido junto à coletividade pela excelência de sua atuação”.

Com mais notícias sendo veiculadas, servidores se sentem mais informados e parte do processo comunicativo. Com essa maior difusão, eles podem sugerir assuntos, tirar dúvidas, o que aumenta o conhecimento. Outros usuários do TJMG, como visitantes, advogados, promotores, também ficam sabendo de forma rápida sobre a atuação do TJ. Com esse equipamento, o TJ terá mais visibilidade.

Os índices propostos como indicadores são confiança no Poder Judiciário e índice de satisfação do cliente, conforme estabelecido no Plano Estratégico Nacional.

TEMA: RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

6. Campanha Papai Noel dos Correios

- Realizar anualmente a campanha na capital e no interior.

É uma ação corporativa da Empresa de Correios e Telégrafos (ECT) que tem como foco principal o envio de carta-resposta às crianças que escrevem ao Papai Noel. Além de estimular a redação de cartas manuscritas pelas crianças, o projeto visa atender aos pedidos de presentes de Natal de crianças carentes, estimular o voluntariado e incentivar a solidariedade da sociedade.

O TJMG é parceiro da ECT desde 2008 no apadrinhamento de cartas. Participam várias comarcas do interior e unidades do TJ da capital. É grande o envolvimento de servidores e magistrados. Essa efetiva participação fez do TJMG um dos principais parceiros dos Correios nesse importante projeto.

A iniciativa visa atender ao objetivo institucional “promover a cidadania”, que tem como meta “aumentar em 10% o número de pessoas diretamente beneficiadas pelos projetos sociais até 2015”.

Para o período de 2011 a 2015, o objetivo é ampliar ainda mais a participação das comarcas do interior.

7. Programa Sustentabilidade Legal

- Dar continuidade às ações empreendidas em 2009 e 2010.
- Elaborar plano anual de comunicação para revitalização do tema no TJ e comarcas.

Pautas positivas

- Divulgar no Portal TJMG e outros meios, como o *TJMG Informativo*, as iniciativas que buscam colocar em prática ações em prol da preservação do meio ambiente, conjugadas com ações institucionais.

CAPSU

- Criar campanha e página virtual de suporte ao desenvolvimento das atividades das CAPSUs e promover o envolvimento do público interno.

TEMA: ALINHAMENTO E INTEGRAÇÃO

- Desenvolver ações previstas no **Plano de Modernização e Alinhamento da Comunicação** para aprimorar a comunicação interna e envolver públicos com a execução da estratégia do TJ.

8. Pesquisa de Clima Organizacional

- Realizar pesquisa de clima organizacional para avaliar os meios, produtos, ações, redes e fluxos de comunicação, por meio de contratação de empresa especializada.

O índice do clima organizacional é o indicador previsto no PEGI para atender ao objetivo institucional n. 8, “aprimorar a comunicação interna”, que tem como meta “aumentar em 10% ao ano o índice de avaliações positivas do clima organizacional

até 2015”; e ao objetivo 14, “adequar a gestão interna de pessoal às necessidades do Judiciário, promovendo o clima organizacional positivo, saúde e segurança no trabalho”, que tem como meta “aumentar em 10% o índice de avaliações positivas do clima organizacional até 2015”.

As pesquisas deverão identificar o nível de percepção do público interno sobre as medidas adotadas pelo Tribunal, os processos de comunicação e mensurar o nível de satisfação quanto aos produtos e canais utilizados na comunicação interna. As pesquisas deverão avaliar o nível de percepção do público interno sobre as diretrizes e o funcionamento do modelo de gestão adotado pelo Tribunal e os processos de comunicação associados. A pesquisa também deverá levantar redes, fluxos e nível de percepção sobre as ações de comunicação realizadas. A avaliação do processo de comunicação interna do TJ, mediante a realização de pesquisa, proporcionará subsídios essenciais para a formulação de novas ações de comunicação para o ano seguinte.

9. Comitê de comunicação, publicidade e cultura organizacional

- Criar o comitê de comunicação, publicidade e cultura organizacional para subsidiar as ações de comunicação, intensificar a divulgação de ações positivas e ampliar a participação interna no desenvolvimento da comunicação.

O comitê deverá ser formado por integrantes das diversas diretorias executivas do TJ e órgãos de direção das comarcas e contar com representação de desembargadores e juízes.

As atividades abaixo integram o **Plano de Modernização e Alinhamento das Ações de Comunicação**:

- elaborar minuta de regulamentação do comitê de comunicação e cultura organizacional;
- viabilizar a publicação e validação da proposta junto aos órgãos de direção do TJMG;
- contratar empresa especializada para implantar o comitê e capacitar seus integrantes, por meio da realização de *workshop*;

- propiciar o desenvolvimento das atividades do comitê;
- implantar formulário eletrônico (Converse com o Comitê de Comunicação) para postagem de mensagens dos usuários (dúvidas, sugestões, reclamações) e criar espaços interativos na intranet.

10. Correspondentes/multiplicadores da comunicação interna

- Sistematizar rotinas de contato com as áreas, por meio da designação de correspondentes internos de comunicação e da implantação de canais de interação entre os correspondentes e a ASCOM.
- Estabelecer, em parceria com a Escola Judicial, programas de sensibilização e capacitação de agentes e multiplicadores da comunicação (gestores e correspondentes internos), por meio da realização de *workshop*.

As diversas áreas da administração da Secretaria do TJ e comarcas terão representantes para atuar como multiplicadores da comunicação institucional, favorecendo o entendimento, o monitoramento e a avaliação das ações desenvolvidas em suas unidades. Os correspondentes também atuam como facilitadores do contato da ASCOM com a unidade respectiva.

A interlocução com os correspondentes propiciará o estabelecimento de rotinas e procedimentos de interação com as unidades organizacionais do TJ e da Primeira Instância para identificar temas e oportunidades de comunicação e direcionar ações e meios adequados. A instituição dos correspondentes amplia a participação interna e favorece o envolvimento de magistrados e servidores com a execução da estratégia do TJMG.

11. Catálogo de fontes

- Instituir banco de fontes e manter catálogo eletrônico para consulta da ASCOM.
- Criar formulário e normatizar procedimentos para cadastramento das fontes.

Trata-se de cadastro voluntário das fontes do TJMG e comarcas para consulta interna da ASCOM.

O catálogo tem como objetivo identificar contatos de pessoas responsáveis pelo gerenciamento de programas, projetos, iniciativas e ações estratégicas, além de especialistas em assuntos de interesse do Judiciário para facilitar e agilizar contato com fontes internas, apuração, levantamento e atualização de informações com objetivo de divulgação, identificação de necessidades e oportunidades de comunicação.

A iniciativa atende aos seguintes objetivos estratégicos: “melhorar a comunicação interna”, “aprimorar a comunicação externa”, “desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes dos magistrados e servidores” e “envolver, incentivar e comprometer magistrados e servidores com a execução da estratégia”.

12. Processos de mudança e prevenção de situações controversas

- Desenvolver projeto para processos de mudança e prevenção de situações controversas, por meio da definição prévia de fontes norteadoras dos posicionamentos do TJMG acerca de questões institucionais. “Quem fala o quê”, “quem deve falar com a imprensa, com público interno e outros públicos envolvidos na questão”, “com quem falar”, “quem deve ser acionado em quais situações ”, etc.

Criação de agenda de fontes com desembargadores

- Catalogar fontes oficiais para falar com a imprensa sobre assuntos que envolvem a Instituição.

Criação de agenda de fontes com juízes de Direito

- Catalogar fontes oficiais para falar com a imprensa sobre assuntos que envolvem a Primeira Instância.

13. Qualificação de fontes internas para atendimento à imprensa

- Qualificar magistrados e gestores internos para atendimento das demandas de comunicação da imprensa, por meio da realização de *media training*.
- Inserir temas em programas de capacitação e formação de magistrados e servidores.
- Promover a reciclagem de conhecimentos da equipe da ASCOM, por meio da participação em cursos e seminários da área.

Diante da crescente demanda por informações sobre ações institucionais e decisões, é necessário qualificar magistrados e servidores para atuarem como fontes de comunicação e dar retorno satisfatório ao atendimento à imprensa.

14. Semana do Servidor

- Realizar a 16ª edição do programa, que é desenvolvido por ocasião das comemorações do Dia do Servidor Público.

Todo ano, é escolhido um tema de interesse institucional, que é trabalhado em todas as atividades. No período das comemorações, são trabalhados aspectos como integração, valorização do servidor e o clima organizacional.

A iniciativa atende ao objetivo institucional “aprimorar a comunicação interna”.

15. Campanhas institucionais

- Revitalizar o programa Fale com o Presidente, com o objetivo de ampliar os canais de comunicação da direção do TJ com magistrados e servidores.
- Desenvolver projetos de sensibilização e interação interna, tendo como foco reforçar valores, sentimentos positivos, comportamentos, boas práticas e atitudes no trabalho, tais como Campanha do Elogio, do Agradecimento, da Gentileza, da Atitude Sustentável etc.

TEMA: ATUAÇÃO INSTITUCIONAL

16. Campanha da Conciliação

- Realizar campanhas anuais de conciliação.

O planejamento da campanha permanente de conciliação deverá ser feito com a Terceira Vice-Presidência do TJMG. Serão formulados planos anuais para suporte às diversas frentes e atividades de conciliação realizadas no decorrer do ano, como também para a realização da Semana Nacional de Conciliação.

17.Regulamentação do Fale Conosco – incorporação à Ouvidoria

- Apoiar a implantação da Ouvidoria e realizar campanha para difundir seu papel e funcionamento.
- Incorporar Fale Conosco à sistemática da Ouvidoria.

O “fale conosco” constitui um importante canal de relacionamento com os públicos interno e externo e, para que ele possa ser um canal efetivo de aproximação do Judiciário com a sociedade e de promoção da melhoria na prestação de serviços, precisa ser disciplinado por meio de regulamentação própria. Com a criação da Ouvidoria, o canal pode ser regulamentado e incorporado à iniciativa.

A criação da Ouvidoria atende ao disposto na Resolução 130 do CNJ e integra as ações previstas no Plano de Modernização e Alinhamento da Comunicação.

18.Programa Fale com a Direção do Foro

- Estimular os públicos interno e externo a utilizar o *e-mail* do programa Fale com a Direção do Foro.

O programa Fale com a Direção do Foro tem como objetivo ser um canal direto para envio de críticas, sugestões e reclamações à Direção do Foro da Capital. Atualmente o público utiliza formulário de papel, que é depositado em urnas. Contudo, o programa também possui um canal de comunicação por *e-mail*, que precisa ser o mais utilizado.

1 – Divulgação do endereço eletrônico e estímulo ao uso do meio digital.

19.Revitalização do espaço sociocultural

- Elaborar planejamento próprio para a revitalização do espaço sociocultural, retomando atividades previstas na Portaria 2.162/2008.

A iniciativa é voltada para a aproximação do TJMG com o público externo em seus vários segmentos.

20. Programa Conhecendo o Judiciário

- Ampliar e regionalizar o programa.

O Conhecendo o Judiciário é uma ação de comunicação que visa ampliar os canais de comunicação com a sociedade, explicando de maneira clara e acessível as atribuições do Poder Judiciário, seu funcionamento e sua estrutura. O programa é desenvolvido há 12 anos e conta, desde o seu lançamento, com ampla participação.

O programa consta do Planejamento Estratégico do TJMG no gráfico de análise de ambiente interno x ambiente externo como força (*strenght*) capaz de otimizar o desempenho da Instituição na difusão de informações do conhecimento à sociedade. Atende, ainda, à meta 4 do CNJ para 2011: “implantar pelo menos um programa de esclarecimento ao público sobre as funções, atividades e órgãos do Poder Judiciário em escolas ou quaisquer espaços públicos”.

O programa atende ainda à Resolução 85/2009 do CNJ, que dispõe sobre a comunicação social no âmbito do Poder Judiciário, em seu art. 1º.

1 - Ampliação do programa: buscar novos públicos

1.1 – Grupos de idosos: contatar associações e entidades que apresentam projetos voltados para a terceira idade (Instituto Unimed-BH, SESC, Minas Tênis Clube e outros); formatar as atividades específicas.

1.2- Associações de bairros: contatar líderes comunitários e propor atividades com a comunidade local.

1.3- Deficientes visuais e surdos-mudos: desenvolver atividades e material de apoio que possibilitem a participação de deficientes visuais, como “cartilhas faladas”, vídeo legendado e visitas guiadas com a participação de profissionais que dominam a língua brasileira de sinais (libras).

1.4- Filhos de servidores: desenvolvimento de atividade para os filhos de servidores que sejam estudantes do 5º ao 9º ano.

2- Interiorização do programa

2.1- Atender todas as demandas de lançamento do programa nas comarcas do interior.

21. Espaço Cultural do Fórum Lafayette

- Ampliar a divulgação das atividades desenvolvidas.

O Espaço Cultural do Fórum Lafayette, regulamentado pela Portaria-Conjunta 117/2008, tem como objetivo promover a melhoria da qualidade de vida dos magistrados e servidores, incentivar a motivação e o melhor desempenho no trabalho e possibilitar a humanização do ambiente. Além disso, oferece conhecimento, cultura, lazer e propicia atividades que ajudam a combater e prevenir o estresse. Aproximadamente 14 mil pessoas já acompanharam os eventos realizados, mas é necessário aumentar a participação dos servidores nas atividades.

1 – Sensibilização direta nos setores: atividades de “chegança”.

2 – Aumento da quantidade de cartazes nos locais de circulação de servidores, no fórum e nos prédios anexos.

3 – Retomada do programa de rádio *Fórum Cultural*, que é uma “pílula” informativa cultural veiculada no sistema de som do Fórum Lafayette. Sua produção acontece simultaneamente aos eventos do Espaço Cultural do Fórum Lafayette.

22. Divulgação de decisões judiciais da capital

- Ampliar o número de decisões judiciais divulgadas pela imprensa.

O grande acervo de processos que tramitam em Belo Horizonte dificulta a difusão de todas as decisões que têm valor de notícia. Torna-se necessário ampliar a capacidade de busca de tais decisões.

1 – Incentivar os jornalistas que atuam na ASCOM a utilizar novas formas de busca de decisões.

2 – Sensibilizar os servidores que atuam nas secretarias de juízo para que fiquem atentos a processos de interesse público.

3 – Estimular os juízes da capital a participar de programas de *media training* desenvolvidos pela ASCOM/TJ.

4– Realizar exposição de matérias jornalísticas de grande repercussão a partir de decisões da Justiça de Primeira Instância.

23. Interação com fontes internas

Reformulação do assessoramento dos juízes que atuam nos Juizados Especiais, CIA-BH, JJJ, CIM, Varas Regionais do Barreiro e Varas da Fazenda. A Justiça Estadual está a cada dia mais segmentada em áreas específicas. Como a ASCOM/Fórum é responsável pela assessoria de imprensa nessas unidades, torna-se necessária a reformulação constante dessa atividade, objetivando o acompanhamento das mudanças.

1 – Pesquisa interna com os juízes da capital para descobrir as principais demandas relacionadas à imprensa.

2 – Estimular os juízes a enviar para a ASCOM decisões inéditas e de interesse público.

24. Inserção de notícias positivas em mídia estadual e nacional

- Selecionar ações do TJMG como sugestões de notícias para veículos de comunicação de repercussão estadual e nacional.

Sugestões: implantação do sistema Themis, programa Novos Rumos na Execução Penal, Pai-PJ, ações de conciliação, entre outros. Periodicidade: semestral.

25. Agência de notícias

- Ampliar e intensificar o relacionamento do Judiciário com a sociedade, através do repasse de informações para rádios da capital e do interior.
- Enviar notícias e boletins, através de *e-mail* ou telefone, para as rádios selecionadas, da capital e do interior, e realizar inserções ao vivo na programação.
- Definir as comarcas polo onde será implantado o projeto.

26. Programas de TV

- Ampliar a divulgação do programa *Justiça em Questão*, buscando inseri-lo na programação de mais emissoras de TV.
- Estabelecer convênios com emissoras de canal aberto para veiculação desses programas.

27. Ciclo de palestras com foco no relacionamento com os meios de comunicação

- Elaborar projetos para realização de eventos como Café da Manhã e Encontros com o Presidente, direcionados para estreitar relacionamento do TJMG com a mídia.

28. Promoção da qualificação de estudantes e profissionais de comunicação para a cobertura de assuntos do Judiciário

- Realizar o seminário Judiciário para Comunicadores, instituir o Prêmio Jornalismo TJMG e publicar o livro *Direito para Jornalistas*.

29. Melhores práticas

- Realizar premiações para as melhores práticas na área da conciliação e da sustentabilidade.

Os resultados serão divulgados interna e externamente. O projeto será desenvolvido em parceria com as áreas coordenadoras dos projetos respectivos.

A iniciativa visa valorizar e reconhecer boas práticas, por meio da realização de concursos, premiações, exposições e mostras, produção de material gráfico informativo e promocional.

1. Programa Sustentabilidade Legal

Premiação para o juiz de Direito e para o servidor que tenham desenvolvido as melhores práticas voltadas para a instalação da sala de trabalho/ambiente sustentável, com a utilização consciente dos recursos do TJMG e para a preservação ambiental.

Para isso, a ASCOM desenvolverá ações de comunicação de modo a incentivar a adesão e criar clima favorável.

Deverá ser elaborado um edital para regulamentar a participação de magistrados e servidores e os critérios de premiação das melhores práticas.

2. Conciliar é legal

Aprimorar estratégias de veiculação na mídia, incluindo outros espaços, para manter a campanha e estimular a cultura da conciliação.

Premiar as melhores práticas na área de conciliação do TJMG, por meio da realização de concurso. Prêmios para magistrados, servidores e colaboradores que adotarem ou implantarem as melhores práticas na área da conciliação, por segmento e categoria.

30. PORTAL TJMG/INTRANET

- Potencializar a utilização do portal e da intranet como veículo de comunicação, interação e prestação de serviço, por meio da reformulação da arquitetura de informação e implantação do gerenciador de conteúdos (CMS).
- Utilização plena de seus recursos visando dar transparência e visibilidade às ações institucionais e divulgar decisões de interesse coletivo.

Interatividade

Utilização das ferramentas tecnológicas do Portal TJMG para pesquisas periódicas visando subsidiar e validar ações e produtos da intranet, buscando interatividade, dinamismo, rapidez e eficácia.

Espaço interativo, específico para realização de enquetes instantâneas sobre temas de interesse do público interno.

Rede Sociais

Promover a inserção do TJMG nas redes sociais, com a implantação do Twitter.

31. MANUAIS E PROCEDIMENTOS

- Instituir e publicar normas e padrões para solicitação de serviços e divulgação de informações.
- Atualizar manual de identidade visual, sinalização dos prédios da capital e do interior.
- Produzir *folders* com produtos, serviços e ações de comunicação.
- Publicar normas no *Manual do Gestor*.

32. ESPAÇO FÍSICO, ILHAS DE EDIÇÃO E ESTÚDIOS

Montagem de um estúdio de TV nas dependências da sede atual do TJMG e ampliação da agência de notícias coordenada pela *Rádio TJ*. Elaboração de um estudo para nomeação/contratação de novos funcionários para atuarem na mídia eletrônica.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE MINAS GERAIS
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA – 2011

Valéria Vale Vianna
Assessora de Comunicação Institucional

Wilson Menezes Teixeira
Gerente de Imprensa e Divulgação

Patrícia Ferreira Kelles
Gerente de Relações Públicas e Cerimonial

Adriana oliveira
Gerente de Publicidade e Comunicação Visual

Nanci Andrade Leite
Central de Comunicação para a Gestão Institucional

Letícia Lima
Coordenação de Imprensa e Divulgação

Sílvia Lara

Coordenação de Mídia Imprensa e Eletrônica

Lúcia Borja

Coordenação de Cerimonial, Eventos e Programas Institucionais

Lívia Montenari

Serviço de Apoio Administrativo