TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
COORDENADORIA DE IMPRENSA

GUIA PRÁTICO DE USO DAS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO DO TJPA

Apresentação

A Comunicação Institucional difunde informações de interesse público sobre as filosofias, políticas e práticas de uma organização, além de estabelecer o conceito público e fortalecer o prestígio e o reconhecimento social de uma instituição. Nesse sentido, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) baixou duas resoluções que visam disciplinar a divulgação de informações do Poder Judiciário. A Resolução nº 79, de 9 de junho de 2009, dispõe sobre a transparência na divulgação das atividades do Poder Judiciário Brasileiro e dá outras providências. O documento ressalta que a publicidade é um dos princípios fundamentais regentes da Administração Pública nos Poderes da República e que a divulgação das atividades do Poder Judiciário brasileiro submete-se, entre outros princípios, ao caráter informativo, educativo ou de orientação social das publicações e demais comunicações realizadas por qualquer meio, sendo vedada a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridade ou servidor público. Já a Resolução Nº 85, de 2009, dá um passo a diante, por conta da "crescente exigência da sociedade por uma comunicação de maior qualidade, eficiência e transparência, capaz de facilitar o conhecimento e acesso dos cidadãos aos serviços do Poder Judiciário".

A Resolução do CNJ preconiza "o estabelecimento de uma política nacional de comunicação social integrada para o Poder Judiciário que defina estratégias de procedimentos e estabeleça os investimentos necessários de modo a cobrir os dois grandes vetores de sua atuação: a comunicação interna e a divulgação externa", além da "adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público, utilizando sempre uma forma simplificada acessível àqueles que desconhecem as expressões típicas do universo jurídico".

No âmbito do Poder Judiciário do Estado, a Coordenadoria de Imprensa, vinculada ao Departamento de Comunicação do Tribunal de Justiça do Pará (TJPA), é o setor competente para coordenar, planejar e executar a Comunicação Institucional Interna e Externa do Poder Judiciário do Pará. Cabe à Coordenadoria divulgar informações sobre objetivos, práticas, políticas e ações do Judiciário do Pará, com o intuito de construir, manter e melhorar a imagem institucional perante seus membros e a sociedade, pelos meios de comunicação adequados, conforme a Portaria Nº 1859 - GP, publicada no Diário da Justiça de 7 de maio de 2018.

Todas as ações do Departamento de Comunicação/Coordenadoria de Imprensa do TJPA estão direta ou indiretamente relacionadas ao Planejamento Estratégico e ao Plano de Gestão, fonte basilar de informações sobre as atividades meio e fim da instituição.

Com base na Portaria 1859/2018-GP, que prevê a produção, pelo Departamento de Comunicação/Coordenadoria de Imprensa de "manuais de normatização do uso das ferramentas de comunicação externa e interna do Poder Judiciário do Pará", esta publicação apresenta as atuais ferramentas oficiais de comunicação externa e interna utilizadas pelo Judiciário do Pará, assim como seu funcionamento e regras de uso.

Índice

1 – COMUNICAÇÃO EXTERNA
1.1 – Portal Externo
1.2 – Redes Sociais Virtuais
1.3 – Assessoria de Imprensa
1.4 – Relacionamento com a imprensa
1.5 – Web Rádio Jus

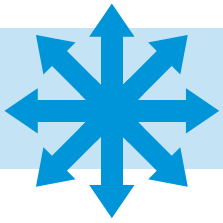
2 – COMUNICAÇÃO INTERNA
2.1 – Portal Interno
2.2 – Informativo Eletrônico do Poder Judiciário (Newsletter)
2.3 – Mídia Indoor do Poder Judiciário
2.4 – Publicações

3 – Outras questões frequentes

1 - COMUNICAÇÃO EXTERNA

O que é comunicação externa?

É a comunicação direcionada a públicos externos da instituição. Pode ser a sociedade como um todo ou segmentos específicos. A comunicação externa visa divulgar assuntos de interesse público, ou seja, assuntos de interesse geral e que repercutam na vida da maioria das pessoas.



Como é realizada essa comunicação?

Por meio de ferramentas específicas, como a assessoria de imprensa (a divulgação de assuntos de interesse público e veiculado sem custos), propaganda (peças publicitárias pagas), ações de marketing (a maioria tem custos e envolve muitas ações), redes sociais, rádios e web sites.

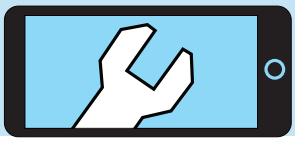
Quais ferramentas de comunicação externa o TJPA tem disponível para uso?

Assessoria de imprensa, Portal Externo (azul), perfis em redes sociais e web rádio.

Por que o TJPA não produz peças de propaganda e ações de marketing com frequência?

Porque são ações caras e a verba disponibilizada para este tipo de ação é limitada ou somente disponível em situações excepcionais. Além disso, tendo em vista o uso racional das verbas públicas, há necessidade de estudo e aprovação do setor competente e da Presidência para a produção de tais peças, levando-se em conta o fator custo-benefício.

Também temos a Resolução Nº 79 de 2009, que no seu inciso II do seu artigo 2º, determina que o Judiciário dê preferência pela utilização de meios eletrônicos em detrimento dos impressos.



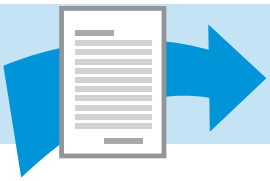
Posso usar todas as ferramentas disponíveis para divulgar assuntos do meu interesse?

Não. Cada ferramenta tem características próprias e públicos diferentes. Além disso, o material precisa ser adaptado para cada plataforma a fim de ser melhor aproveitado pelo público ao qual se dirige. Além disso, há ferramentas que não estão sob o controle da instituição, como é o caso da imprensa, cuja decisão de publicar ou não um conteúdo sugerido pela Coordenadoria cabe a ela, conforme os critérios de noticiabilidade estabelecidos pelas empresas de comunicação.

1.1 - Portal Externo (Site de Notícias)

O que é?

O site de notícias tem a finalidade de divulgar as ações de interesse público do Judiciário, ou seja, questões que afetam a maioria das pessoas. Qualquer um, em qualquer parte do mundo conectado na internet, pode se informar sobre as ações do Judiciário do Pará por meio desta ferramenta.



Como posso fazer uso?

Toda vez que sua Unidade Judiciária, Vara ou Comarca produzir uma ação, como a realização de mutirões, projetos sociais, atividades de cidadania, decisões de magistrados que provocam grande repercussão etc, você pode enviar as informações para o email coordenadoria.imprensa@tjpa.jus.br. O seu material será avaliado e, caso atenda aos critérios de interesse público, será formatado para publicação no site pela Coordenadoria de Imprensa.
Nesse sentido, é importante lembrar que a Resolução Nº 79, de 2009, veta a divulgação de informações com menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridade ou servidor público.

Por que os assuntos são selecionados?

Porque entre as atribuições da Coordenadoria de Imprensa, prevista no artigo IV da Portaria 1859/2018 -GP, está a de gerir e disciplinar a divulgação e veiculação de informações que digam respeito ao Poder Judiciário do Estado do Pará, considerando-se imprescindível a necessidade de manter a unidade, controle e gestão do que é divulgado aos públicos externo e interno.

Por que nem tudo o que eu mando é publicado?

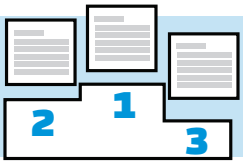
Porque o conteúdo não atende aos critérios, ou seja, não aborda questões de interesse público, de grande interesse social e que impacta na vida da sociedade em geral. A medida se faz necessária porque o conteúdo externo é constantemente auditado por todo tipo de público, inclusive pela imprensa. O cuidado com o conteúdo externo é redobrado para evitar equívocos de interpretação, garantir o acesso à informação relevante e preservar a imagem institucional do Judiciário. No entanto, o conteúdo eventualmente vetado para um meio poderá ser aproveitado em outros canais de comunicação institucional. Ressalta-se ainda que, a Resolução nº 85, de 8 de setembro de 2009, do Conselho Nacional de Justiça, que dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário, veda em seu artigo 2º, inciso VII, “o uso dos meios de comunicação social para a promoção pessoal de magistrados ou servidores, em ações desvinculadas das atividades ao exercício das funções do Poder Judiciário”.

Por que meu texto não foi publicado na íntegra?

O inciso XX da Portaria 1859/2018 -GP estabelece que, cabe à Coordenadoria de Imprensa receber, fazer a triagem e dar o devido tratamento jornalístico para informações e sugestões de textos enviados, a fim de resguardar, prioritariamente, os aspectos técnicos do texto jornalístico, como objetividade, hierarquia dos fatos mais importantes e relevância da informação para a audiência.

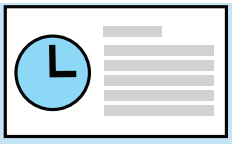
Por que apenas algumas matérias ficam em destaque?

Porque se muitas matérias ficassem nesta posição, além de sobrecarregar o sistema, o “carrossel de fotos” ficaria cansativo e entediante para o visitante do site. O padrão atual segue modelo indicado por estudos na área de comunicação. Além disso, as matérias em destaque cumprem a função de “isca” para levar o internauta para dentro da área de notícias, onde ele encontrará outras de interesse público. Caso o material em destaque não seja suficientemente atrativo, o visitante não será “capturado” para o site de notícias, desestimulando o consumo do conteúdo.



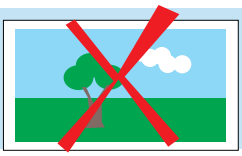
Por que a matéria do meu setor não está em destaque?

Como já foi dito, apenas algumas matérias ficam em destaque por vez. O tempo que elas permanecem em destaque depende do nível de interesse do público por elas e da atualidade da notícia. Quanto mais pessoas interessadas, maior é a relevância do material para a audiência. Outro critério importante é que ações demandadas pela Presidência são prioridade.



Por que a matéria do meu setor ficou pouco tempo no destaque?

Porque a produção de matérias diárias é grande, logo a rotatividade de material no site é intensa, pois a Coordenadoria de Imprensa atende a demandas de todas as Comarcas do Estado. A atualização é importante para manter o interesse do público, que precisa ser surpreendido com conteúdo atualizado.



Por que as fotos que eu mandei não foram publicadas?

Porque as fotos devem estar relacionadas com os fatos narrados e em boa qualidade para veiculação. As fotografias publicadas no site, atendem, prioritariamente, a requisitos estabelecidos pelo fotojornalismo. Isto é, as imagens devem retratar o fato em si e não o registro posado de pessoas. Essa técnica é importante para despertar o interesse à leitura do texto. Fotos posadas geralmente só atraem o interesse das pessoas fotografadas.

Mas não temos profissionais de fotografia disponíveis no setor. Como devemos proceder?

A Coordenadoria de Imprensa dispõe de apenas dois repórteres fotográficos para atender toda a demanda do Judiciário. Você pode solicitar a cobertura fotográfica de uma ação/evento pelo email coordenadoria.imprensa@tjpa.jus.br. Porém, o pedido será analisado para verificação de disponibilidade de profissionais, de transporte e recursos financeiros.
Caso seu pedido não seja atendido, você pode fazer as fotos e enviar para o nosso email. Atente para o enquadramento da foto (sempre na horizontal), para a iluminação do ambiente (evite fazer foto no contraluz) e para a qualidade da resolução da imagem. Priorize registrar as pessoas em ação, em vez de fotos posadas.

O fotógrafo fez as fotos e ainda não estão no site. O que devo fazer?

Como já foi dito, temos apenas dois repórteres fotográficos. Às vezes, eles cumprem várias pautas (demandas) no mesmo dia e somente descarregam o material no computador quando voltam ao setor. Além disso, as fotos ainda passam por um processo de edição. São selecionadas e submetidas a tratamento de imagem, caso seja necessário. Tudo isso demanda tempo.

Eu gostaria de obter as fotos que foram feitas na minha ação/evento?

Para facilitar o acesso a fotos, assim como aliviar a sobrecarga de demanda dos fotógrafos, o Judiciário criou uma página na plataforma Flickr (ícone pode ser encontrado na parte superior dos Portais). Qualquer magistrado ou servidor pode fazer o download das fotos em baixa ou alta resolução direto da plataforma.

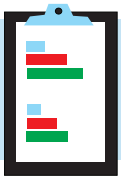
1.2 - Redes Sociais Virtuais

O que são?

Plataformas digitais de relacionamento por meio do uso de internet, que também possibilitam a rápida disseminação de notícias, opiniões e campanhas ao redor do mundo para um número infinito de pessoas a baixo custo.

Quais são as plataformas utilizadas pelo TJPA?

Atualmente, o TJPA possui perfis oficiais no Facebook, Twitter, Instagram, Flickr e Youtube. Todos os perfis foram criados tendo por base o Manual de Redes Sociais, editado pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em 2013.

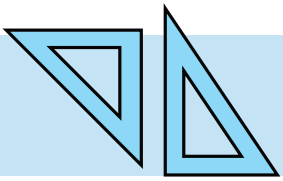


Qualquer pessoa pode postar nas páginas oficiais do TJPA?

Não. As postagens obedecem a estratégias de comunicação, na qual também se aplicam métodos de gerenciamento de risco e fluxo prédefinidos de publicação diárias, segundo estudos na área. Logo, todo material é filtrado antes de ser publicado. Além disso, são utilizadas técnicas específicas para atrair o interesse do público.

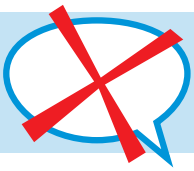
Por que o material é filtrado?

No espaço virtual, as pessoas se tornam emissores e até formadores de opiniões na esfera pública e o que é divulgado pelo órgão/empresa/instituição poder ser contestado ou receber apoio de acordo com as crenças e inclinações subjetivas de cada um, de forma massiva. Para o público em geral, a informação de qualquer setor do Judiciário será sempre informação oficial do TJPA, ou seja, por mais que seja uma atividade específica de um setor, sempre será a instituição que carregará a responsabilidade da informação, daí a necessidade dos filtros aplicados a qualquer informação divulgada em meios oficiais. Entende-se por filtros, desde a linguagem adequada até aspectos éticos, políticos e ideológicos que precisam ser analisados por profissionais com essas atribuições específicas. Além disso, as redes sociais têm pautado a imprensa que, atualmente, monitora as redes sociais em busca de notícias “quentes” e polêmicas para repercutir.



Quais são os critérios?

Somente são publicados conteúdos de interesse público, relacionados à justiça, ética, democracia, diretor humanos e que tenham relação com as atividades desenvolvidas pelo Tribunal, com o objetivo de consolidar uma imagem positiva do Judiciário paraense. Por isso, é necessário ter cuidado redobrado para evitar a publicação (incluindo fotos) de informação errada, texto mal redigido ou até posts polêmicos com potencial para gerar crises.



Eu posso responder pelo TJPA quando um usuário faz comentário negativo na página oficial?

Não. A crítica é uma característica marcante nas redes sociais e pode desencadear grave crise institucional. Algumas vezes sequer está relacionada com o post em questão.Tweets podem ser retuitados e mensagens do Facebook compartilhadas infinitamente. Todos os comentários são avaliados pelos moderadores da página. Não cabe resposta a desabafos ou opiniões. Em caso de denúncias, orientamos o usuário a fazê-las pelos meios legais. Se o comentário distorce a informação do post, os moderadores responderão ao comentário de forma objetiva e com linguagem adequada.

Posso mandar sugestões do meu setor para ser postado?

Sim. Mas a sugestão será avaliada. As plataformas virtuais são páginas abertas na qual não é possível selecionar o público. Nesse sentido, ela pode não ser um meio recomendado quando se objetiva atingir públicos específicos ou o público interno dos órgãos, porque não é possível direcionar o post com precisão, apesar de haver alguns recursos para isso (alguns pagos). Diante disso, o conteúdo pode frustrar grande parcela dos seguidores que não poderá usufruir das atividades internas da instituição, alimentando desinteresse pela página.

Posso fazer um perfil nas redes sociais para divulgar as ações do meu setor?

A competência para divulgar informações oficiais do TJPA nas redes sociais é da Coordenadoria de Imprensa, conforme a Portaria 1859/2018 -GP. Perfis setoriais podem representar um risco para a comunicação institucional como um todo, à medida que não há controle do que está sendo divulgado em outros setores, o que pode gerar ruídos (informações equivocadas) sobre a instituição.

Então como devo proceder?

Os perfis oficiais das instituições são os lugares apropriados para a divulgação de informações que estejam dentro dos critérios, sendo o interesse público o principal deles. Isso porque, além de acostumar o público a procurar as informações em um local “oficial”, a fragmentação em outros perfis não contribui para o fortalecimento da audiência, podendo até confundi-la.A centralização das informações em uma única página facilita o gerenciamento de informações, diminuindo o risco de crises por conta de eventuais informações inadequadas.

Fique atento

Vale lembrar que o Provimento Nº 71/2018 da Corregedoria do Conselho Nacional de Justiça, que também trata sobre manifestações nas redes sociais, lembra da necessidade de os membros do Judiciário Brasileiro adotarem cautelas antes de publicar, comentar ou compartilhar conteúdos em perfis pessoais nas redes sociais, tendo em vista o risco de más interpretações e a existência da falta de clareza entre o limite da esfera pública e a privada, bem como entre o pessoal e o profissional, de modo que mesmo que o usuário não se identifique como magistrado no perfil pessoal, seus comentários podem ser facilmente vinculados à instituição a que pertence por ser ele pessoa pública.
É importante salientar ainda que, em seu artigo 3º, o provimento afirma que "é dever do magistrado ter decoro e manter ilibada conduta pública e particular que assegure a confiança do cidadão, de modo que a manifestação de posicionamento, inclusive em redes sociais, não deve comprometer a imagem do Poder Judiciário nem violar direitos ou garantias fundamentais do cidadão".

1.3 - Serviço de assessoria de imprensa

O que é?

O serviço de assessoria de imprensa é feito por profissionais de comunicação graduados (jornalistas e publicitários) que utilizam técnicas específicas de relacionamento para fazer a mediação entre instituição e imprensa. Além de mediar as demandas das empresas de notícia, os assessores de imprensa também fazem uso do espaço jornalístico para projetar a instituição sugerindo pautas positivas aos meios de comunicação.

Como funciona?

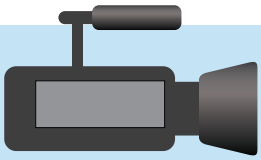
Basicamente é uma mão de duas vias. A imprensa pode entrar em contato com a assessoria pedindo dados, entrevistados ou posicionamentos oficiais acerca de assuntos de interesse público ou de algum assunto específico em evidência. É o que chamamos de demanda espontânea. Por sua vez, a assessoria pode aproveitar questões atuais ou de interesse da instituição para sugerir pauta aos veículos de comunicação, ou seja, demanda provocada. Às vezes, os veículos aceitam a sugestão na íntegra, ou somente em parte. Há casos ainda em que o formato da notícia é definido pelo veículo e, em outros, a pauta pode não interessar. Por isso, não há garantias de que as sugestões serão acolhidas pela imprensa.

Para que serve?

A assessoria é uma das ferramentas de comunicação da instituição para levar informações do Judiciário à sociedade, especialmente, para questões que interessam a população como um todo. É também a ferramenta utilizada para monitorar o posicionamento da instituição nos meios de comunicação, assim como garantir que a instituição receba o espaço devido nos veículos nos casos em que é citada.

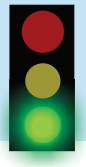
Por que minha entrevista não saiu?

As entrevistas são elementos cruciais na estrutura da notícia ou reportagem jornalística. Para uma entrevista ser relevante, ela precisa apresentar bons argumentos, dados relevantes, informações novas. Além disso, fluência verbal e clareza também são levados em conta na hora da edição. Se o entrevistado não “acrescentou” nada de importante para a matéria, o editor pode preferir cortar o trecho para não comprometer o ritmo da notícia. Lembre-se: notícia também é uma “mercadoria” que será oferecida para “consumo”.



Por que a televisão não se interessou pela minha pauta?

Cada meio tem suas próprias características. A produção de conteúdo televisivo exige grande número de pessoas e grande investimento de tempo. Para produzir material jornalístico, a TV exige bons entrevistados, além de precisar de grande quantidade de imagem para compor a matéria. Quando um assunto não possui potencial para gerar imagens ou quando o entrevistado não se mostra muito disponível para entrevista, ou quando a produção não tem acesso a todos os dados que precisa ou quando se limita a tomada de imagens, o veículo tende a se desinteressar pela pauta.



Por que alguns setores se destacam mais que os outros na imprensa?

Não existe favorecimento de um setor em detrimento de outro. O que ocorre é que alguns assuntos geram mais interesse público que outros. Temas relacionados à Violência Doméstica, Direitos Humanos, Ações de Cidadania, Serviços, Meio Ambiente julgamentos de casos célebres, decisões que impactam na vida das pessoas são exemplos de assuntos que despertam grande interesse da imprensa. Por isso, são demandados com mais frequência e também acabam ganhando mais espaço.

Qual a vantagem da Assessoria de Imprensa para a instituição?

Enquanto o espaço publicitário é pago, o que, para o público, pode ser interpretado como um lugar em que a instituição só diz o que lhe convém, a divulgação de notícias e reportagens sobre a instituição na imprensa é gratuita e, dessa maneira, assume caráter de imparcialidade, o que consequentemente, aumenta a credibilidade do que é dito sobre a instituição. Além disso, representa economia para a instituição, que ocupa o espaço midiático sem custo.

Como posso fazer uso?

Faz parte da rotina dos assessores de imprensa selecionar possíveis pautas entre o material produzido diariamente para que sejam oferecidas aos veículos. Por sua vez, a imprensa também faz rondas nos sites institucionais e documentos oficiais, em busca de assuntos com potencial noticioso ou sobre assuntos que estão em debate nacionalmente e que podem se desdobrar em reportagens em âmbito regional.

Por que não saiu o material que sugeri para publicação?

Notícia, em geral, é aquilo que foge à ordem natural dos acontecimentos, é o que rompe a rotina, de grande interesse e importância para a comunidade. Além disso, a "noticiabilidade" da informação também passa por critérios de atualidade, interesse, importância e facilidade de assimilação. Por último, os veículos possuem "linhas editoriais" que definem o tipo de assunto, a abordagem e a hierarquia que cada notícia tem dentro do seu meio. Portanto, a Coordenadoria de Imprensa pode sugerir a pauta, mas os veículos não são obrigados a fazer a matéria, caso não seja do interesse deles.

Por que o texto foi cortado, reescrito? Por que minha entrevista foi cortada? Por que cortaram minha fala? Por que resumiram minha sonora de três minutos para dez segundos?

A redação jornalística prima pela objetividade, concisão, clareza e simplicidade da notícia. O aspecto informativo é o mais importante. Por isso, informações consideradas irrelevantes são cortadas. Os formatos de notícia, sejam elas para a mídia impressa, radiofônica ou televisiva, obedecem a padrões técnicos que, junto com recursos de edição, ajudam a prender a atenção do leitor, ouvinte ou telespectador. Além disso, há questões mercadológicas que adaptam a notícia para "consumo".

Eu sou obrigado a responder toda vez que a imprensa solicita informações?

Não. Mas, na maioria das vezes, essa prática não é recomendada. Como foi explicado, a imprensa não vai deixar de publicar ou veicular uma matéria porque um entrevistado deixou de dar as informações. Eles tendem a procurar outras fontes. Ou ainda, podem até usar o fato para polemizar ou levantar ainda mais suspeitas sobre a instituição, rendendo o assunto dias seguidos. Além disso, ainda que se responda após a publicação ou veiculação, as declarações não terão o mesmo impacto, pois não se pode garantir que o mesmo público do dia anterior será atingido pelas respostas. E tenha em mente que quanto mais demorada for a resposta, mais difícil será mudar o convencimento da opinião pública, que já foi bombardeada com uma versão parcial.

Eu posso sugerir pauta direto para a imprensa em nome do meu setor?

Esta prática não é recomendada. Qualquer ação de um setor será sempre uma ação da instituição. E a competência para tal prática é da Coordenadoria de Imprensa, conforme a Portaria 1859/2018 –GP. É o setor que, por meio de profissionais da área, sendo sua maioria oriunda da redação, que conhece as técnicas para formatação de texto, ângulo da notícia, características das editorias e o tempo correto de “oferecer” as pautas. A aplicação dessas técnicas aumenta a chance de “emplacar” o material na mídia. Além disso, as técnicas permitem filtrar e organizar as informações de forma que não gerem mal-entendidos ou erros de interpretação, o que pode gerar crise de imagem.

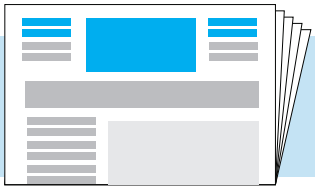
Quero sugerir uma pauta do meu setor. Mas ninguém quer dar entrevista. É possível?

Dificilmente a imprensa vai se interessar por uma pauta sem entrevistados. As fontes são os especialistas que dão credibilidade à informação. Além disso, são importantes para dar ritmo à matéria. As “aspas” ou as “sonoras” quebram a monotonia do texto. Para emplacar uma pauta, sempre que possível, também é importante indicar “personagens”, ou seja, pessoas que possam dar testemunhos de suas experiências com a questão abordada. Sem esses elementos, diminuem as chances de publicação.

1.4 - Relacionamento com a Imprensa

Por que os veículos sempre querem respostas e entrevistas para ontem?

Como já foi dito, a "novidade" e a "atualidade" são os critérios mais importantes para a pauta jornalística, em especial, para o noticiário. A "pressa" para produzir a matéria tem relação com a velocidade com que os assuntos ganham importância, assim como, na mesma proporção, deixam de ser relevantes em poucos dias. Além disso, os veículos tentam se antecipar aos concorrentes, para "ofertar" a notícia ao "consumidor" antes dos outros. Coloque-se na posição do leitor, ouvinte ou telespectador. Você gostaria de consumir "notícias velhas" ou assuntos sem relevância no noticiário?



Por que o jornal não colocou a foto que eu queria?

Vivemos em um país democrático com imprensa livre. Os veículos de comunicação têm autonomia para formatar seu conteúdo de acordo com sua linha editorial, o que define estilo de texto e imagem, diagramação e hierarquia de assuntos. A foto jornalística prioriza a força da informação por meio da imagem. As fotos que trazem impacto e relevância para o assunto sempre serão priorizadas. Fotos "posadas" são indicadas apenas para "Colunas Sociais", onde o foco da informação são as pessoas em si e não os fatos.

Por que o jornalista quer fazer pergunta pelo telefone?

As mudanças econômicas, tecnológicas e culturais também impactaram na produção jornalística, assim como na estrutura das redações, que estão cada vez mais enxutas. Com equipes cada vez mais reduzidas, as redações estão otimizando os recursos para produzir cada vez mais com menos. As entrevistas por telefone são uma forma de economizar tempo e custo.

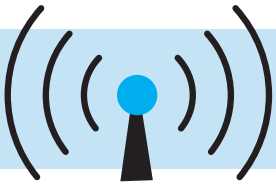
E se sair uma informação que eu não queria que saísse?

Como já foi dito antes, vivemos em um país democrático com imprensa livre, conforme art.220 da Constituição Federal. Se o veículo concluir que a informação é de interesse público, a imprensa vai divulgar. A Coordenadoria de Imprensa trabalha na mediação do relacionamento entre instituição e imprensa. Não lhe cabe impedir que informações sejam divulgadas. Este tipo de prática é considerado antiética. O que a coordenadoria está habilitada a fazer é cobrar para que seja assegurado o direito de publicação da versão da instituição em espaço proporcional.

Por que a imprensa não compareceu ao meu evento?

Os veículos de comunicação trabalham com número fixo de equipes. A pauta do dia seguinte é organizada no dia anterior. Porém, ela pode ser alterada a qualquer momento diante de um fato urgente ou mais importante. Além disso, os horários de certas ações podem dificultar a disponibilidade de equipes de reportagem para a cobertura de eventos, como, por exemplo, horários próximos ao fechamento das edições, finais de semana e pautas noturnas (equipes reduzidas), horário de virada de equipes (entre 12h e 14h; 16h e 18h). Por último, as equipes podem não comparecer simplesmente porque os veículos não se interessaram pela pauta.

1.5 - Rádio institucional (Web Rádio Jus)

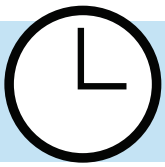


O que é?

A Web Rádio Jus é parte da estrutura da Coordenadoria de Imprensa e entrou em funcionamento em 2013. O estúdio fica localizado no prédio-sede do TJPA. Todos os equipamentos da rádio foram doados pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e a plataforma onde é hospedado o conteúdo pertence a uma empresa terceirizada.

Como funciona?

A Rádio web mistura produção local com conteúdo nacional. A produção regional fica a cargo da equipe formada por repórter, locutor, operador de áudio e editor. As principais notícias podem ser conferidas na programação o dia todo. O conteúdo também fica disponível para *download*.

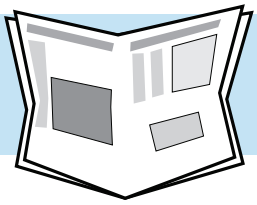


O jornalista está pressionando para que o horário da entrevista seja cumprido. Por que ele não pode esperar?

É muito importante cumprir os horários das entrevistas, porque as equipes de reportagem têm outras entrevistas agendadas no mesmo turno. Lembre-se que o material ainda precisará ser escrito, gravado e editado, o que demanda tempo. Muito material gravado, por exemplo, entra em programas de rádio e televisão ainda no mesmo dia. Lembre-se que estabelecer uma boa relação com a imprensa é importante para que os meios estejam sempre abertos a nossas demandas futuras.

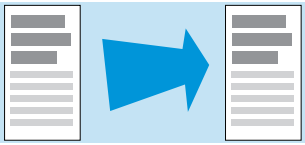
O jornalista está atrasado. Posso cancelar a pauta?

Você não é obrigado a receber o jornalista caso os horários não sejam cumpridos. Mas nós recomendamos recebê-los sempre que possível. Lembre-se que os atrasos podem ocorrer em razão de imprevistos com outros entrevistados. Além disso, em especial, quando a pauta é de interesse da instituição, a ausência da fala do entrevistado pode inviabilizar toda a matéria.



Por que não posso pedir para aprovar o material jornalístico da imprensa?

Como já foi dito antes, vivemos em um país democrático com imprensa livre. Os veículos de comunicação têm autonomia para formatar seu conteúdo de acordo com sua linha editorial. O entrevistado é parte do conteúdo e não o todo. Seja qual for a profissão que uma pessoa exerce, espera-se que ela esteja munida de conhecimento teórico, técnico e ético para a prática da sua profissão, logo não cabe ficar questionando sua capacidade de exercê-la, se a mesma está autorizada.

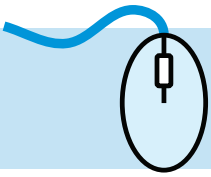


E se sair uma informação errada?

Se houver erro de informação, a legislação garante ao ofendido o direito de resposta, previsto na Lei Nº 13.188/2015 e no Parágrafo Único, do artigo 143 do Código Penal. Portanto, se o veículo de comunicação se recusar a publicar a resposta, o ofendido ainda dispõe de meios legais para obrigá-los a ceder. E ainda existem os casos mais graves que podem ser enquadrados em crimes de difamação, calúnia e injúria, com penalidades previstas também no Código Penal. O que se deve ter em mente é que profissionais de qualquer área estão sujeitos a cometer erros e, consequentemente, sofrer penalidades por seus atos.

Para que serve?

Além de noticiar o conteúdo do Judiciário de interesse público, a rádio web dá apoio na divulgação de temas internos, programetes temáticos e programação musical.

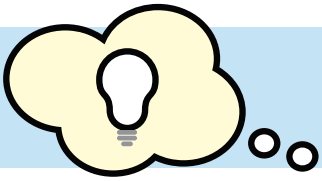


Como eu acesso?

Você pode acessar a Web Rádio Jus do seu computador pelo portal do TJPA ou no endereço www.webradiojus.com.br

Como posso fazer uso?

Você pode sugerir pautas à rádio web. A sugestão será avaliada, levando em conta critérios como interesse público, atualidade e disponibilidade de pessoal. Sugestões podem ser enviadas para webradiojus@tjpa.jus.br ou pelo telefone (91) 3205- 3607.



Por que a matéria que sugeri não foi produzida?

Porque provavelmente não atendeu aos critérios estabelecidos. Além disso, para que as matérias de rádio se tornem interessantes para o ouvinte, é necessário contar com bons entrevistados (fontes/autoridades no assunto) e personagens (pessoas que possam relatar suas experiências, testemunho em relação ao assunto). Ter entrevistados e personagens é fundamental para dar dinamismo e credibilidade ao material jornalístico. Caso contrário, o material se torna entediante para quem está ouvindo. O padrão mínimo para uma matéria de rádio são três entrevistas.

Por que minha entrevista foi cortada?

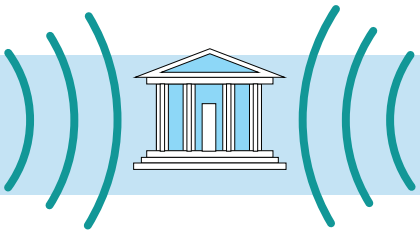
A redação jornalística prima pela objetividade, concisão, clareza e simplicidade da notícia. O aspecto informativo é o mais importante. Por isso, informações consideradas irrelevantes são cortadas. Declarações muito longas, declarações repetitivas ou com muitas pausas despertam tédio nos ouvintes.

Por que minha proposta de programa não foi aprovada?

A produção de um programa exige o trabalho de várias profissionais. Todo o processo de produção de notícia radiofônica (agendamento, entrevista, gravação e edição) demanda grande investimento de pessoal e tempo. Novos programas podem comprometer a capacidade de manutenção de outros já existentes. Por isso, como só contamos com uma equipe de rádio, toda sugestão é avaliada para que seja analisada sua viabilidade.

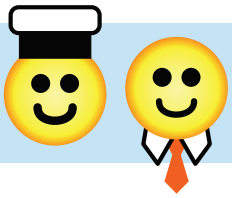
2 - Comunicação Interna

É a comunicação existente entre empresa ou instituição com o seu público (funcionários, colaboradores).



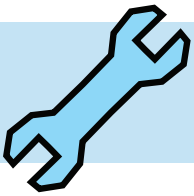
Para que serve?

Entre outras funções, a comunicação interna motiva e integra o público interno; promove um clima favorável; incentiva a proatividade; cria ou melhora a imagem da organização perante seu público. São exemplos de ferramentas de comunicação interna: House Organs (boletins, jornais, revistas etc.), rádio interna, murais, circuito interno de TV, mídia indoor, portais internos e comunicação administrativa (memorandos, relatórios, circular, correio eletrônico etc.)



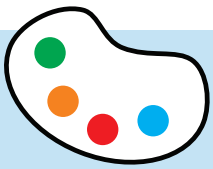
Quem é o público interno do Judiciário?

O público interno do Judiciário são seus funcionários e aqueles que operam em conjunto para seu funcionamento. Ou seja, além de magistrados, servidores e terceirizados, existem outros públicos que entrelaçam sua rotina com a do Judiciário como advogados, defensores públicos, promotores e estudantes de Direito que estão constantemente frequentando as unidades judiciárias.



Quais ferramentas de comunicação interna estão disponíveis para uso?

Atualmente, a Coordenadoria de Imprensa tem sob sua gerência as seguintes ferramentas: Portal Interno, Informativo Eletrônico do Poder Judiciário (por email), Mídia Indoor e Web Rádio Jus.
Além disso, um consultor levantou demandas, em 2017, nos principais setores para propor soluções para dificuldades de comunicação e relacionamento mais específicas nas unidades.



E a confecção de cartazes, folhetos, faixas, material de apoio a cursos e folders também compete à Comunicação Interna?

Sim. Mas neste caso, quem realiza a maioria dessas ações é a Coordenadoria de Cerimonial, a quem compete planejar, organizar e coordenar os eventos institucionais e as ações desenvolvidas pelas diferentes áreas do Poder Judiciário do Estado, conforme a Portaria Nº 1859/2018 – GP.

Posso usar todas as ferramentas disponíveis para divulgar assuntos do meu interesse?

Não é o indicado. Cada ferramenta tem características próprias. Além disso, o material precisa ser adaptado para cada plataforma a fim de ser melhor aproveitado pelo público. Nem sempre o mais eficiente é distribuir o conteúdo por todos os meios disponíveis. O público interno não é uma massa homogênea. Por exemplo, nem todo mundo tem hábito de usar a internet ou tem limitações técnicas para acessar. Tem gente que se sente mais à vontade com material impresso e, por isso, um memorando pode ser mais eficiente. Há também casos de informações que interessam a grupos pequenos, sendo mais eficiente comunicá-los em um grupo de email ou de discussão em vez de publicar a informação no Portal Interno, onde ela pode se diluir e ficar invisível ao concorrer com tantas outras informações.

2.1 - Portal Interno (Site de Notícias)

O que é?

O site de notícias do Portal Interno tem a finalidade de divulgar as ações de interesse do público interno, ou seja, magistrados, servidores, terceirizados e colaboradores. O Portal Interno só pode ser acessado nas instalações do Judiciário.

Como posso fazer uso?

Toda vez que sua Unidade, Vara ou Comarca produzir uma ação de interesse do público interno, como um curso, evento comemorativo, uma ação de melhoria administrativa, uma ação ou medida que beneficiará o público interno, ou qualquer assunto que ache importante divulgar ao público interno, você pode enviar as informações para o email coordenadoria.imprensa@tjpa.jus.br. O seu material será avaliado e formatado para publicação no site pela Coordenadoria de Imprensa, caso atenda aos critérios definidos.

Por que os assuntos são selecionados?

Porque entre as atribuições da Coordenadoria de Imprensa, prevista no artigo IV da Portaria Nº 1859/2018 – GP, cabe gerir e disciplinar a divulgação e veiculação de informações que digam respeito ao Poder Judiciário do Estado do Pará, considerando-se imprescindível a necessidade de manter a unidade, controle e gestão do que é divulgado aos públicos externos e internos

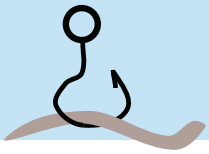
Por que nem tudo o que eu mando é publicado?

Porque o conteúdo não atende aos critérios estabelecidos, ou seja, não aborda questões de interesse interno. Além disso, apesar do conteúdo ser disponibilizado apenas para a rede interna, ainda assim há riscos de o material ser mal interpretado e ganhar “publicidade” em outros meios que fogem ao controle desta Coordenadoria, como redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas.

O cuidado com o conteúdo é sempre prioridade para evitar dupla interpretação, garantir o acesso à informação relevante e preservar a imagem institucional do Judiciário perante a sociedade, ressaltando ainda que, a Resolução nº 85, de 8 de setembro de 2009, do Conselho Nacional de Justiça, que dispõe sobre a Comunicação Social, no âmbito do Poder Judiciário, veda em seu artigo 2º, inciso VII, “o uso dos meios de comunicação social para a promoção pessoal de magistrados ou servidores, em ações desvinculadas das atividades ao exercício das funções do Poder Judiciário”.

Por que meu texto não é publicado na íntegra?

Porque segundo o inciso XX, da Portaria Nº 1859/2018 – GP, cabe à Coordenadoria de Imprensa receber, fazer a triagem e dar o devido tratamento jornalístico para informações e sugestões de textos enviados a esta Coordenadoria de Imprensa, a fim de resguardar, prioritariamente, os aspectos técnicos do texto jornalismo, como objetividade, hierarquia dos fatos mais importantes e relevância da informação.

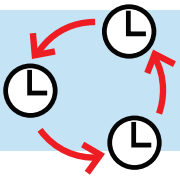


Por que apenas algumas matérias ficam em destaque?

Porque se muitas matérias ficassem nesta posição, além de sobrecarregar o sistema, o “carrossel de fotos”, ficaria cansativo e entediante para o visitante do site. O padrão atual segue modelo indicado por estudos na área de Comunicação. Além disso, as matérias em destaque cumprem a função de “isca” para levar o visitante para dentro da área de notícias, onde ele encontrará todas as outras. Caso o material em destaque não seja suficientemente atrativo, o internauta não será “capturado” para o site de notícias, desestimulando o consumo do conteúdo.

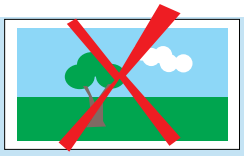
Por que a matéria do meu setor não está em destaque?

Como já foi dito, apenas algumas matérias ficam em destaque por vez. O tempo que elas permanecem em destaque depende do nível de interesse do público interno por elas. Quanto mais pessoas interessadas, maior é sua relevância para a audiência. Além disso, ações demandadas pela Presidência têm prioridade.



Por que a matéria do meu setor ficou pouco tempo no destaque?

Porque a produção de matérias diárias é grande, logo a rotatividade de material no site é intensa, pois a Coordenadoria de Imprensa atende demandas de todas as Comarcas. A atualização é importante para manter o interesse do público do site.



Por que as fotos que eu mandei não foram publicadas?

Porque as fotos devem estar relacionadas com os fatos narrados e em boa qualidade para veiculação. As fotografias publicadas no site, atendem, prioritariamente, a requisitos estabelecidos pela fotojornalismo. Isto é, as imagens devem retratar o fato em si e não o registro de pessoas posadas. Essa técnica é importante para despertar o interesse para a leitura do texto.

Mas não temos profissionais de fotografia disponíveis no setor. Como devemos proceder?

A Coordenadoria de Imprensa dispõe de apenas dois repórteres fotográficos para atender toda a demanda do Judiciário no Pará.
Você pode solicitar a cobertura fotográfica de uma ação/evento pelo email coordenadoria.imprensa@tjpa.jus.br. Porém, o pedido será analisado para verificação de disponibilidade de profissionais, de veículos e recursos financeiros.
Caso seu pedido não seja atendido, você pode fazer as fotos e enviar para o nosso email. Atente-se para o enquadramento da foto (sempre na horizontal), para a iluminação do ambiente (evite fazer foto na contraluz) e para a qualidade da resolução da imagem. Priorize registrar as pessoas em ação, em vez de foto posadas.

O fotógrafo fez as fotos e ainda não estão no site?

Como já foi dito, temos apenas dois repórteres fotográficos. Às vezes, eles cumprem várias pautas no mesmo dia e somente descarregam o material quando voltam ao setor. Além disso, as fotos passam por um processo de edição. Após selecionadas, elas ainda passam por tratamento, caso seja necessário. Tudo isso demanda tempo.

Eu gostaria de obter as fotos que foram feitas na minha ação/evento?

Para facilitar o acesso a fotos, assim como tirar a sobrecarga de demanda dos fotógrafos, o TJPA criou uma página na plataforma Flickr (ícone pode ser encontrada na parte superior dos Portais). Qualquer magistrado ou servidor pode fazer o download das fotos em baixa ou alta resolução direto da plataforma.

2.2 - Mídia Indoor

O que é Mídia Indoor?

É uma tendência do mercado que consiste na sinalização digital realizada em lugares com grande fluxo de pessoas ou locais com espera forçada, como shoppings centers, aeroportos, saguão de hotéis, elevadores, filas de banco, recepções, entre outros. Ela é mais indicada para dar vazão a informações de interesses específicos para públicos específicos. É um recurso muito utilizado por empresas e instituições para se comunicar com seu público interno.

Como funciona no Judiciário?

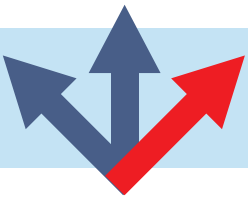
A mídia indoor funciona com o apoio de aparelhos de televisão instalados em pontos estratégicos de grande circulação. A princípio, estão instalados quatro monitores (dois no prédio sede, um no Fórum Cível e um no Fórum Criminal). As TVs são abastecidas com conteúdo produzido pela Coordenadoria de Imprensa do TJPA, que recebe, filtra e gerencia as informações conforme critérios técnicos da comunicação institucional. A Coordenadoria de Imprensa também dá o tratamento e formatação adequada à informação a ser divulgada. A veiculação é de competência de uma empresa especializada contratada pelo TJPA.

Como é criado o conteúdo?

Secretarias, departamentos, coordenadorias, unidades judiciárias e Comarcas do Estado podem sugerir conteúdo direto para o email coordenadoria.imprensa@tjpa.jus.br. O material enviado é avaliado para saber se está em acordo com os critérios norteadores da divulgação de conteúdo em mídia indoor. Se aprovados, serão encaminhados para a formatação visual.

A Comunicação Interna do TJPA se resume a mídia indoor?

Não. A mídia indoor é um novo recurso que está sendo colocado em teste. É mais um recurso além dos que já existem. O TJPA está ampliando as ferramentas de comunicação interna conforme demanda e disponibilidade financeira. Também são recursos de comunicação interna utilizada pelo Judiciário do Pará a intranet, o Portal Interno, o Boletim Eletrônico via email, os eventos voltados para o público interno e outros que não estão sob responsabilidade da Coordenadoria de Imprensa, como, o correio eletrônico, grupos de bate-papo e a comunicação administrativa (memorando, emails, circulares, relatórios, etc.)

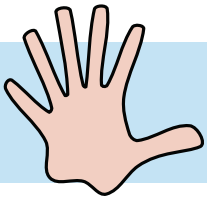


Todo o conteúdo de interesse interno é veiculado em todos os meios disponíveis?

Não. Nem sempre o mais eficiente é distribuir o conteúdo por todos os meios disponíveis. O público interno não é uma massa homogênea. Por exemplo, nem todo mundo tem hábito de usar a internet ou tem limitações técnicas para acessar. Tem gente que se sente mais à vontade com material impresso e, por isso, um memorando pode ser mais eficiente. Há também casos de informações que interessam a grupos pequenos, sendo mais eficiente comunicá-los em um grupo de email ou de discussão em vez de publicar a informação no Portal Interno, onde ela pode se diluir e ficar invisível ao concorrer com tantas outras informações.

Por que a matéria do meu setor não está em destaque?

Como já foi dito, apenas algumas matérias ficam em destaque por vez. O tempo que elas permanecem em destaque depende do nível de interesse do público interno por elas. Quanto mais pessoas interessadas, maior é sua relevância para a audiência. Além disso, ações demandadas pela Presidência têm prioridade.



Quais os critérios de publicação na mídia indoor?

1 Relevância da informação para o público interno. Quanto maior o número de pessoas interessadas ou impactadas pela informação, maior será o interesse, desde que o assunto não estimule polêmica, dupla interpretação, conflite com valores da instituição ou desrespeite a integridade, gênero, sexualidade, religião e raça de alguém.

2 As informações devem ser de relevância institucional e não exclusivamente de cunho pessoal, ao menos que ação tenha impacto notório na rotina e atividade fim do Judiciário.

3 As informações deverão ser objetivas, focadas em dados e sem juízo de valor.

4 A formatação de banner, vídeos e foto legendas são de responsabilidade de um profissional indicado pela Coordenadoria de Imprensa, que desenvolveu a programação, conforme dados levantados por consultoria interna, assim como desenvolveu a identidade visual da programação.

5 Imagens deverão obedecer ao padrão mínimo de resolução, tamanho e iluminação para veiculação em tela de alta definição e ter relação com o tema a ser divulgado. Fotos que retratam a ação em si terão prioridade de veiculação em relação a fotos posadas, pois despertam mais interesse do público.

6 O tempo de veiculação das peças é avaliado e decidido pela Coordenadoria de Imprensa. Informações “frias”, ou seja, que independem de data ou que são de interesse contínuo permanecerão mais tempo no circuito. Já as informações “datadas”, isto é, com dia para começar e terminar, ficarão por períodos mais curtos.

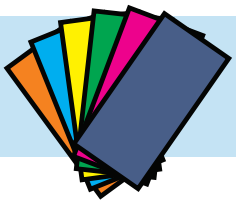
2.3 - Informativo do Poder Judiciário (Boletim Eletrônico)

O que é?

O Informativo do Poder Judiciário é um boletim eletrônico enviado para o email de magistrados e servidores, preferencialmente, às terças-feiras, com o resumo das notícias internas mais importantes da semana. Todas as notícias vão acompanhadas de link para que o interessado acesse a notícia completa no site, caso seja do seu interesse

Para que serve?

É mais um canal direto com o servidor e o magistrado para mantê-los informados sobre o noticiário interno. Todas as notícias são linkadas com os sites internos e externos com o objetivo de estimular a leitura dos portais.



Como é feita a seleção?

É feito um apanhado das notícias mais importantes da semana, assim como podem ser incluídas demandas inéditas e urgentes.

2.4 - Publicações

A Coordenadoria de Imprensa é responsável por algumas publicações de interesse da Presidência, como relatórios de gestão e publicações especiais. Qualquer solicitação para a produção de publicação impressa é submetida à aprovação da Presidência, que avalia a necessidade e a disponibilidade financeira para tal.

3 - Outras questões frequentes

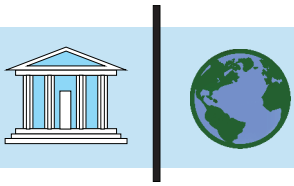
Solicitei equipe com fotógrafo para cobertura de ação/evento, mas eles chegaram atrasados ou saíram antes de terminar o evento. Por quê?

A Coordenadoria de Imprensa dispõe, atualmente de dois fotógrafos. Eles se revezam na cobertura de pautas durante a semana e, excepcionalmente, em horários extraordinários, incluindo noite e finais de semana. O setor atende a demandas de todo o Estado, sendo a maior demanda advinda da Região Metropolitana de Belém. Por conta do número reduzido de profissionais, a pauta fotográfica é organizada de forma a otimizar o trabalho. Por isso, são priorizados assuntos de grande interesse do Judiciário. Este também é o motivo pelo qual, às vezes, a equipe comparece ao evento com atraso ou tem que sair antes do final da ação, ou seja, para que o maior número possível de demandas possam ser atendidas. Vejamos: imagine um seminário que dura o dia inteiro. Se o fotógrafo ficasse disponível para o evento até o fim, teríamos apenas um profissional para cobrir todas as outras demandas do Judiciário. Além disso, a cobertura jornalística não exige a presença da equipe durante todo o tempo de duração do evento para produzir a notícia.

Então posso mandar fotos, caso o fotógrafo não venha? E por que as fotos que eu mando nem sempre são publicadas?

Sim. Todos podem mandar fotografias, caso não seja possível enviar um fotógrafo profissional. Porém, as imagens, para serem veiculadas, devem obedecer ao padrão mínimo de resolução, tamanho e iluminação. Além disso, as imagens precisam ter relação com o tema. Você com certeza já ouviu a expressão “uma imagem vale mais que mil palavras” e, por isso, as fotografias utilizadas para ilustrar textos e legendas devem ter um padrão mínimo de qualidade, pois no final é o nome da instituição que está vinculada ao material. Em outras palavras, um espectador comum não identifica a imagem como de um “setor” ou uma “área específica”. Ele sempre vai identificar a imagem como “do Judiciário”.

Você deve levar em consideração também que imagens publicadas na internet são de domínio público e, por isso, é necessário tomar algumas precauções para diminuir os riscos de que as mesmas não sejam mal interpretadas e tiradas de contexto.

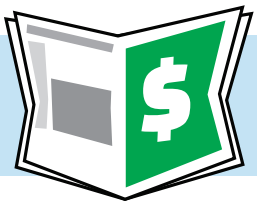


Por que alguns conteúdos não são publicados no portal externo, nas mídias sociais e na imprensa?

Porque esses recursos são ferramentas de comunicação externa, ou seja, eles falam com a sociedade em geral, com a massa. O conteúdo voltado para esses públicos é diferente e, prioritariamente, aborda questões de interesse público, de grande interesse social e que impacta na vida da sociedade em geral. Além disso, o conteúdo externo é constantemente "vigiado" por todo tipo de público, inclusive pela imprensa. O cuidado com o conteúdo externo é redobrado para evitar dupla interpretação, garantir o acesso à informação relevante e preservar a imagem institucional do Judiciário.

Gostaria de mandar fazer um vídeo institucional. Como devo proceder?

O Departamento de Comunicação do TJPA, por meio da Coordenadoria de Imprensa, não dispõe de equipe e nem de recursos tecnológicos para a produção de vídeos. Logo, todo material produzido é terceirizado a uma produtora de vídeo. A produção de vídeos envolve o trabalho de vários profissionais, tempo e recursos tecnológicos de captação de imagem, som e edição, o que torna o custo alto. Por isso, toda solicitação de produção de vídeo é analisada, levando em conta seus objetivos e benefícios para o Judiciário. Além disso, está condicionada à aprovação da Presidência do TJPA.



Gostaria que minha ação, campanha, evento tivesse mídia paga no jornal, rádio e televisão. Como devo proceder?

A disponibilidade de recursos financeiros para a veiculação de peças publicitárias pagas é limitada. Os recursos disponíveis são racionalizados de forma a atender demandas de urgência e de grande interesse público, levando em conta a necessidade e a disponibilidade financeira. Todas as sugestões serão analisadas e condicionadas à autorização da Presidência.

Departamento de Comunicação
Linomar Bahia, diretor

Coordenadoria de Imprensa
João Vital, coordenador

Marinalda Ribeiro
Coordenadora Adjunta de Imprensa

Vanessa Vieira
Analista de Comunicação Social
Redação

Airton Nascimento
Direção de Arte