



Tribunal Regional do
Trabalho da 14ª Região
Rondônia e Acre

PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL



2018/2021



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA DO TRABALHO
TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 14ª REGIÃO
RONDÔNIA E ACRE

PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

2018-2021

Última atualização: maio/2019

**Porto Velho-RO
2019**

COMPOSIÇÃO

PRESIDENTE E CORREGEDOR

Desembargador do Trabalho Osmar Barneze

VICE-PRESIDENTE

Desembargador do Trabalho Shikou Sadahiro

DESEMBARGADORES DO TRABALHO

(ordem de antiguidade)

Socorro Guimarães

Maria Cesarineide de Souza Lima

Carlos Augusto Gomes Lôbo

Vania Maria da Rocha Abensur

Ilson Alves Pequeno Junior

Francisco José Pinheiro Cruz

Shikou Sadahiro

Osmar Barneze

TURMAS RECURSAIS

1ª TURMA

Francisco José Pinheiro Cruz (Presidente)

Maria Cesarineide de Souza Lima (Membro)

Vania Maria da Rocha Abensur (Membro)

2ª TURMA

Carlos Augusto Gomes Lôbo (Presidente)

Socorro Guimarães (Membro)

Ilson Alves Pequeno Junior (Membro)

APRESENTAÇÃO

A informação é um bem público e, portanto, torna-se imprescindível ampliar ao máximo a divulgação das ações, dos atos e das decisões judiciais e administrativas a fim de gerar conhecimento e acesso democrático às informações de interesse público. Para tanto, a unidade responsável pela Comunicação Social da Justiça do Trabalho dos Estados de Rondônia e Acre, em parceria com a unidade de gestão estratégica, formulou este documento, denominado Plano de Comunicação Institucional – PCI, que servirá de base para os projetos, ações e iniciativas voltadas para a gestão da comunicação institucional.

O presente Plano, instituído pelo Tribunal Regional do Trabalho da 14ª Região (TRT14), está em consonância com as diretrizes das Resoluções 85/2009 e 215/2015 do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), e 80/2011 e 187/2017 do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT), tendo como objetivo estabelecer estratégias e ações de comunicação da Justiça do Trabalho de Rondônia e Acre, em harmonia com o Planejamento Estratégico Participativo vigente até o ano de 2020, com a promoção do acesso à informação, com transparência e eficácia no cumprimento da missão institucional da Justiça do Trabalho.

Justifica-se a vigência de 2018 – 2021, considerando que o PCI é um instrumento integrado ao Planejamento Estratégico Participativo (PEP) do TRT14 2015-2020, aprovado por meio da [Resolução Administrativa nº 79/2014](#), configurando-se, portanto, como um plano tático e operacional, que somente a partir da vigência do novo Planejamento Estratégico Institucional, em 2021, será iniciada a revisão deste PCI.

O PCI tem como público de interesse a sociedade em geral, os órgãos de controle e o público interno, composto por magistrados, servidores, estagiários e colaboradores da Justiça do Trabalho da 14ª Região, com abrangência nos Estados de Rondônia e Acre.

Em maio de 2019, este documento foi atualizado com o propósito de revisar as metas nele estabelecidas, permitindo-se metas mais realistas e em consonância com as políticas internas de comunicação institucional.

Osmar Barneze

Desembargador-Presidente do TRT da 14ª Região

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	4
ALINHAMENTO ESTRATÉGICO.....	6
OBJETIVO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.....	7
PÚBLICOS-ALVO.....	8
Interno.....	8
Externo.....	8
DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO.....	9
ÁREAS DE ATUAÇÃO.....	10
PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO OFICIAL.....	11
Da estrutura e capacitação da área de Comunicação.....	11
Do fomento à crítica construtiva.....	11
Das sondagens de satisfação.....	11
Do relacionamento com os públicos interno e externo.....	12
Da informação a ser distribuída.....	12
Da padronização de instrumentos de comunicação institucional.....	12
PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	13
Do Relacionamento com o Poder Público.....	13
Do Relacionamento com a Imprensa.....	13
Do tratamento Iguatário.....	13
Da Publicidade e Propaganda Institucional.....	14
Da Identidade Visual.....	14
Das parcerias.....	14
FLUXO DA INFORMAÇÃO.....	15
IDENTIDADE DE COMUNICAÇÃO.....	16
OBJETIVOS DE CONTRIBUIÇÃO.....	18
Objetivo 1 - Dar ampla divulgação das decisões judiciais e administrativas da Justiça do Trabalho.....	18
Objetivo 2 - Divulgar os direitos e deveres do cidadão e os serviços colocados à sua disposição.....	19
Objetivo 3 - Aprimorar a comunicação interna.....	21
Objetivo 4 - Fortalecer a imagem institucional do TRT14.....	22
MAPA DE CONTRIBUIÇÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	25
REFERÊNCIAS.....	26

ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

O presente Plano de Comunicação Institucional (PCI) foi elaborado em consonância com as seguintes normas dos Órgãos Superiores:

- Resolução CSJT nº 80, de 21 de junho de 2011, alterada pela Resolução CSJT nº 187, de 24 de março de 2017, que instituiu a Política Nacional de Comunicação no âmbito da Justiça do Trabalho de primeiro e segundo graus;
- Resolução CNJ nº 85, de 08 de setembro de 2009, que dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário.
- Resolução CNJ nº 215, de 16 de dezembro de 2015 que dispõe, no âmbito do Poder Judiciário, o acesso à informação e a aplicação da Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Além disso, encontra-se alinhado à Resolução Administrativa TRT14 nº 79, de 30 de setembro de 2014, que aprovou o Planejamento Estratégico Participativo (PEP 2015-2020), nos seguintes termos:

Perspectiva: Processos Internos

Objetivo Estratégico: Melhorar a Comunicação Interna e Externa

Indicador: Índice de Execução do Plano de Comunicação Institucional (IEPCI)



OBJETIVO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

O objetivo primordial da comunicação institucional do TRT14 consiste em criar, manter e aperfeiçoar os fluxos e canais de comunicação direcionados aos públicos interno e externo da Justiça do Trabalho da 14ª Região, visando a:

I – dar amplo conhecimento à sociedade das decisões judiciais e administrativas da Justiça do Trabalho;

II – divulgar os direitos do cidadão e os serviços colocados à disposição da sociedade;

III – promover a participação de magistrados e servidores nas ações de comunicação;

IV - contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da Justiça do Trabalho da 14ª Região, despertando a visão crítica dos cidadãos a respeito de sua importância para a garantia de direitos e da paz social;

V – alinhar as ações de comunicação às iniciativas, ações e processos internos, assim como ao planejamento estratégico institucional.

PÚBLICOS-ALVO

São considerados públicos-alvo da Comunicação Social do TRT14 aqueles que, direta ou indiretamente, têm direitos ou interesses associados à organização, e que, por suas ações, afetam a instituição ou são afetadas por ela. Tais públicos podem ser agrupados em duas classificações:

Interno

Composto pelas pessoas que possuem vínculo profissional com o TRT14:

- Desembargadores;
- Juízes do Trabalho;
- Servidores;
- Funcionários terceirizados;
- Estagiários.

Externo

Abrange as pessoas/organizações/categorias externas que possuem ligação com o TRT14, seja ela formal ou não:

- Sociedade;
- Membros do Ministério Público, advogados e defensores públicos;
- Órgãos do Poder Judiciário;
- Órgãos do Poder Executivo;
- Órgãos do Poder Legislativo;
- Entidades de classe;
- Imprensa e veículos de comunicação;
- Comunidade acadêmica;
- Organizações Não Governamentais;

DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO

No planejamento e na execução das ações de Comunicação Social, o TRT14 deverá observar as seguintes diretrizes:

I – Afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal;

II – Respeito ao interesse público;

III – Garantia de transparência;

IV – Promoção da dignidade da pessoa humana, do desenvolvimento da cidadania e da inclusão social;

V – Adequação de mensagens, linguagens e canais de comunicação aos diferentes públicos, observados os meios de acessibilidade;

VI – Utilização dos diversos meios e ferramentas tecnológicas de divulgação;

VII – Garantia de eficiência e racionalidade na aplicação de recursos públicos;

VIII – Vedação da utilização dos meios e ferramentas de Comunicação Social para promoção pessoal de magistrados e/ou servidores.

ÁREAS DE ATUAÇÃO

A Comunicação Social do TRT14 atuará nas seguintes áreas:

I – Gestão de relacionamento do Tribunal com seus públicos de interesses;

II – Divulgação por diferentes mídias, que abranja as informações relativas a decisões judiciais e administrativas de interesse público;

III – Veículos de comunicação, que compreende o atendimento aos profissionais de imprensa e o monitoramento de veículos de informação;

IV – Comunicação Interna, que compreende a elaboração de ações e programas de Comunicação dirigidos a magistrados, servidores, estagiários e funcionários terceirizados, bem como a divulgação de notícias.

V – Publicidade institucional, que compreende a coordenação de campanhas publicitárias institucionais ou de utilidade pública.

PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO OFICIAL

O processo de Comunicação oficial é constituído por procedimentos gerais, independentemente de uma atividade, estratégia ou ação específica, e visa orientar o comportamento dos magistrados, servidores e colaboradores no desenvolvimento de processos ou produtos, como também disciplina o fluxo de comunicação entre a instituição e seus distintos públicos.

Da estrutura e capacitação da área de Comunicação

O Tribunal disponibilizará a estrutura necessária para garantir o fluxo da informação no âmbito regional, adequada à diversidade de instrumentos, veículos, canais de relacionamento e plataformas, proporcionando a capacitação e aperfeiçoamento de seus agentes para sua adequada utilização.

Do fomento à crítica construtiva

Os gestores devem contribuir para a implementação de um canal de crítica interna, norteado pela participação espontânea, ampla e democrática, internalizando as práticas de gestão e compartilhando as responsabilidades, propiciando reflexão sobre as práticas em uso e contribuindo para a melhoria do clima organizacional. A ética, o respeito à pluralidade de opiniões e a valorização das diversidades devem pautar o canal de crítica interna.

Das sondagens de satisfação

Os gestores devem promover, periodicamente, sondagens de satisfação entre os integrantes das unidades, visando à avaliação em assuntos de interesse e que contribuam para a correção e/ou reafirmação das ações.

Do relacionamento com os públicos interno e externo

O relacionamento com o público obedecerá às linhas estratégicas definidas pela instituição, observadas as normas do ordenamento jurídico e, ainda, primar pela educação, equilíbrio, sobriedade, agilidade, cordialidade e profissionalismo. O atendimento deve transpor a simples emissão de informações, sendo uma preocupação de todos os membros e integrantes da instituição contribuir para a efetiva comunicação.

Da informação a ser distribuída

A unidade de Comunicação Social atua com o objetivo de atender, com agilidade e precisão, as eventuais demandas dos públicos de interesse, sistematizar e supervisionar as atividades de produção e divulgação de informações, buscando o exercício de uma comunicação equânime, concisa, célere, clara, atual e verídica.

Da padronização de instrumentos de comunicação institucional

Considerando o número diversificado de instrumentos/veículos/canais de relacionamento, que atendem às demandas das unidades descentralizadas e do Tribunal, é necessário que a instituição busque uma padronização mínima, para evitar formatos díspares, posturais, pessoais e emocionais, que possam acarretar perda da identidade, ruídos de comunicação, retrabalho e outros reflexos negativos. É necessário primar pelo viés institucional, a fim de nortear a produção e publicação de informativos, comunicados, mensagens em massa e outros meios de comunicação.

PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O processo de Comunicação Social é constituído por procedimentos delineados pela Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário, Política Nacional de Comunicação Social no âmbito da Justiça do Trabalho, pelo Planejamento Estratégico Participativo do Regional e pelas diretrizes constantes deste Plano de Comunicação Institucional.

Do Relacionamento com o Poder Público

O conjunto de ações pautado em parcerias e cooperações entre o Judiciário, Executivo e Legislativo, deverá ter atenção permanente da gestão da comunicação.

Do Relacionamento com a Imprensa

É fundamental a participação dos gestores e demais integrantes do processo de tomada de decisões, criando condições para uma relação proativa com os veículos e os profissionais de imprensa. Assim, o ponto convergente desse relacionamento é a produção e divulgação da informação precisa e correta dos fatos, primando pelo interesse social e coletivo.

Do tratamento Iguatário

O atendimento à imprensa e seus profissionais deve ser feito de forma isenta, sem priorizar veículos e pessoas, de modo que os meios de comunicação, de qualquer porte ou alcance, e jornalistas, mereçam a mesma atenção e tratamento cordial por parte de todos os membros e integrantes da instituição.

Das fontes e dos temas associados

O papel de fonte será desempenhado por magistrados, gestores e chefes de unidades administrativas e judiciais, por delegação superior, conferida a legitimidade e a autoridade, com o efetivo assessoramento da unidade de Comunicação Social.

Da Publicidade e Propaganda Institucional

Caberá à unidade de Comunicação Social, em articulação com as demais unidades estratégicas e administrativas, promover estudos para atender as demandas na área de publicidade e propaganda institucional. As ações poderão ser executadas por meio de estrutura própria ou destinação de recurso orçamentário específico para contratação de serviços de terceiros, sob coordenação e gerenciamento da unidade de comunicação.

Da Identidade Visual

A unidade de Comunicação Social deve elaborar Manual de Comunicação Visual e acompanhar o cumprimento de suas orientações, objetivando manter a identidade e marca institucionais em todas as manifestações (materiais impressos ou eletrônicos, identificação das unidades, vídeos, *folders*, publicações, *banners*, placas, cartazes, estandes, portais da Intra e Internet e outras peças), com auxílio das unidades intervenientes.

Das parcerias

Intensificar parcerias com veículos de comunicação para veiculação de produtos e peças institucionais produzidos pela unidade de Comunicação Social, bem como para veiculação de áudio e vídeo produzidos pela Assessoria de Comunicação do Regional.

FLUXO DA INFORMAÇÃO

O modelo de Fluxo da Informação estabelecido para o Tribunal Regional do Trabalho da 14ª Região, obtido na análise dos cenários interno e externo com os gestores, demonstra paralelamente a trajetória das duas comunicações: a oficial e a social.



IDENTIDADE DE COMUNICAÇÃO

A identidade de Comunicação é instituída pela visão de futuro, pela missão e pelos atributos de valor para a instituição e seus públicos de interesse, representando o referencial estratégico que serve de “bússola” para o estabelecimento dos objetivos de contribuição, das metas e ações de comunicação oficial e social.



Descrição dos Valores de Comunicação:

Ética: O compromisso na divulgação das decisões judiciais e administrativas deve estar pautado no equilíbrio, nos valores morais e no sentimento de justiça social.

Transparência: A instituição deve se colocar de forma transparente para a sociedade, desenvolvendo e fortalecendo os canais de interação.

Impessoalidade: As ações de comunicação devem primar pelo cunho institucional, evitando sua utilização para a promoção pessoal de magistrados, servidores e colaboradores.

Acessibilidade: Proporcionar condição para utilização, com segurança e autonomia, dos serviços, dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, a todas as pessoas.

Responsabilidade Socioambiental: A comunicação deverá, por meio de suas ações, conscientizar os seus públicos de interesse a respeito da importância da inclusão social, preservação e defesa de um ambiente sustentável.

Proatividade: As ações de comunicação deverão antecipar-se às necessidades institucionais e de seus públicos de interesse.

Profissionalismo: As ações devem ser desenvolvidas por profissionais habilitados com conhecimentos técnicos, que atuem com planejamento, ética, respeito e bom relacionamento interpessoal.

Eficiência: Empregar os recursos disponíveis da melhor forma possível, alcançando resultados mais elevados que os insumos empregados.

Modernidade: Utilizar-se das novas tecnologias como suporte para impulsionar a gestão da comunicação.

OBJETIVOS DE CONTRIBUIÇÃO

Objetivo 1 - Dar ampla divulgação das decisões judiciais e administrativas da Justiça do Trabalho

Descrição: Levar ao conhecimento dos interessados o conteúdo de decisões judiciais e administrativas, de forma a dar ampla publicidade das deliberações tomadas no âmbito da justiça trabalhista.

Medição: o objetivo será mensurado mediante média aritmética entre os indicadores 1.1 e 1.2.

Indicador 1.1	Índice de Publicação de Decisões Administrativas (IPDA)	
Descrição do indicador	Mede a quantidade de publicações realizadas em relação às previstas.	
Responsável pelo Indicador	SECOM	
Periodicidade	Trimestral	
Linha de base	2018 = média de 5,33 publicações por mês	
Meta	Realizar, no mínimo, 12 publicações por trimestre	Responsável pelo Parâmetro
Parâmetros	(P1) Total de publicações administrativas realizadas	SECOM
	(P2) Total de publicações previstas	SECOM
Fórmula de medição	$(P1/P2)*100$	
Esclarecimentos	Entende-se por publicações matérias no portal externo do TRT14. Entende-se por decisões administrativas aquelas decisões do órgão colegiado e da presidência, no exercício da função administrativa.	

Iniciativas, Ações ou Projetos:

- Publicações das decisões administrativas oriundas do Tribunal Pleno e das Turmas, bem como dos magistrados em decisões monocráticas no exercício da

função administrativa, por meio de pesquisas realizadas após as sessões administrativas.

Indicador 1.2	Índice de Publicação de Decisões Judiciais (IPDJ)	
Descrição do indicador	Mede a quantidade de publicações realizadas em relação às previstas	
Responsável pelo Indicador	SECOM	
Periodicidade	Trimestral	
Linha de base	2018 = média de 5,33 publicações por mês	
Meta	Realizar, no mínimo, 18 publicações por trimestre	Responsável pelo Parâmetro
Parâmetros	Total de publicações realizadas (P1)	SECOM
	Total de publicações previstas (P2)	SECOM
Fórmula de medição	$P1/P2*100$	
Esclarecimentos	Entende-se como publicações matérias de decisões judiciais disponibilizadas no portal externo do TRT14.	

Iniciativas, Ações ou Projetos:

- Reformular a página de notícias do *site* institucional, criando uma subpágina específica para reunir as notícias de cunho judicial

Objetivo 2 - Divulgar os direitos e deveres do cidadão e os serviços colocados à sua disposição

Descrição: Levar ao conhecimento do cidadão os direitos e deveres trabalhistas, assim como os serviços oferecidos pela Justiça do Trabalho da 14ª Região.

Medição: o objetivo será mensurado por meio do índice alcançado no indicador 2.1.

Indicador 2.1	Índice de Divulgação dos direitos e deveres do Cidadão e Serviços disponíveis (IDCS)
Descrição do indicador	Mede a quantidade de ações de divulgação realizadas em relação às previstas.

Responsável pelo Indicador	SECOM	
Periodicidade	Trimestral	
Linha de base	Inexistente	
Meta	Realizar 3 ações por trimestre	Responsável pelo Parâmetro
Parâmetros	Número de ações de divulgação de direitos do cidadão e/ou de serviços prestados pelo tribunal que estão à disposição do cidadão (P1)	SECOM
	Total de ações de divulgação previstas (P2)	
Fórmula de medição	P1/P2*100	
Esclarecimentos	<p>Entende-se por ações de divulgação de direitos do cidadão todas que têm o objetivo de conscientizar e sensibilizar o cidadão para os seus direitos garantidos pela Constituição Federal ou por lei, por exemplo: saiba seus direitos no caso de rescisão sem justa causa; Entenda quando é assédio moral etc.</p> <p>Entende-se por serviços prestados pelo tribunal que estão à disposição do cidadão aqueles que têm o objetivo de informar quais, como e quando o cidadão poderá recorrer à Justiça do Trabalho, por exemplo: todos os serviços disponibilizados na Carta de Serviços ao Cidadão.</p> <p>Esses serviços serão mensurados para cumprimento da meta quando divulgados por meio de ilustrações, <i>banners</i>, vídeos, <i>podcast</i>, infográficos em geral e outros recursos multimídia, nos meios eletrônicos e nas redes sociais institucionais.</p>	

* Devido a meta ter sido revista somente em abril de 2019, será válida a partir do 3º trimestre do ano de referência.

Iniciativas, Ações ou Projetos:

- Planejamento de mídia para redes sociais
- Gravações de vídeo, *spots* e *podcast*

Objetivo 3 - Aprimorar a comunicação interna

Descrição: Melhorar a prestação de informações para o público interno e divulgar as atividades de interesse dos colaboradores do Tribunal.

Melhorar continuamente o fluxo da comunicação interna, propiciando que as mensagens sejam transmitidas e recebidas em sua integralidade, evitando distorções e filtragens indesejadas, acarretando na divulgação de informações fidedignas, relevantes e de interesse dos colaboradores do Tribunal.

Medição: o objetivo será mensurado por meio do índice alcançado no indicador 3.1.

Indicador 3.1	Índice de aprimoramento da comunicação interna (IACI)	
Descrição do indicador	Medir a quantidade de ações de conscientização e de melhoria da comunicação entre setores, na utilização das ferramentas e dos meios de comunicação disponíveis.	
Responsável pelo Indicador	SECOM	
Periodicidade	Trimestral	
Linha de base	Inexistente	
Meta	Realizar, no mínimo, 2 ações de conscientização por trimestre	Responsável pelo Parâmetro
Parâmetros	Número de ações de conscientização em comunicação interna (P1)	SECOM
	Total de ações de conscientização previstas (P2)	SECOM
Fórmula de medição	$(P1/P2)*100$	
Esclarecimentos	Realização de oficinas, <i>workshops</i> , palestras, seminários e/ou peças publicitárias, que tenham por objetivo conscientizar e sensibilizar magistrados, servidores e colaboradores para a melhoria da comunicação interna. Entende-se por peça publicitária toda mensagem produzida com o objetivo de conscientizar e sensibilizar magistrados, servidores e colaboradores, para fins de comunicação interna, em forma das ferramentas de comunicação disponíveis, tais como: ilustrações, <i>banners</i> , vídeos,	

	<i>podcast</i> , infográficos em geral e outros recursos multimídia.
--	--

* Devido a meta ter sido revista somente em abril de 2019, será válida a partir do 3º trimestre do ano de referência.

Ações, Iniciativas ou Projetos:

- Regulamentar o uso do *Spark*
- Capacitar o quadro funcional da unidade de comunicação
- Trazer profissionais de comunicação para palestras, eventos e media *training*
- Promover oficinas com os setores, estagiários e terceirizados, com a participação das unidades intervenientes
- Fomentar campanhas de conscientização
- Reformular as páginas (*sites*) das unidades do Regional
- Promover treinamento para atualização das páginas (*sites*)

Objetivo 4 - Fortalecer a imagem institucional do TRT14

Descrição: Contribuir para o estabelecimento de uma imagem institucional positiva perante a sociedade e entes públicos e privados

Medição: o objetivo será mensurado através da média aritmética entre os indicadores 4.1 e 4.2.

Indicador 4.1	Índice de ações para melhoria da imagem institucional	
Descrição do indicador	Medir a quantidade de ações informativas que contribuam para o fortalecimento da imagem institucional da Justiça do Trabalho de RO/AC.	
Responsável pelo Indicador	SECOM	
Periodicidade	Trimestral	
Linha de Base	2018: 12,5 ações por mês	
Meta	2019 = 20 ações por trimestre 2020 = 20 ações por trimestre 2021 = 20 ações por trimestre	Responsável pelo Parâmetro
Parâmetros	(P1) Número de ações informativas publicadas	SECOM
	(P2) Número de ações	SECOM

	informativas esperadas	
Fórmula de medição	(P1/P2)*100	
Esclarecimentos	Consideram como ações informativas aquelas que repercutam positivamente na imagem institucional, com conteúdos sobre ações sociais, responsabilidade socioambiental, prêmios recebidos, atingimento de metas, e outros assuntos não considerados nos demais indicadores deste Plano.	

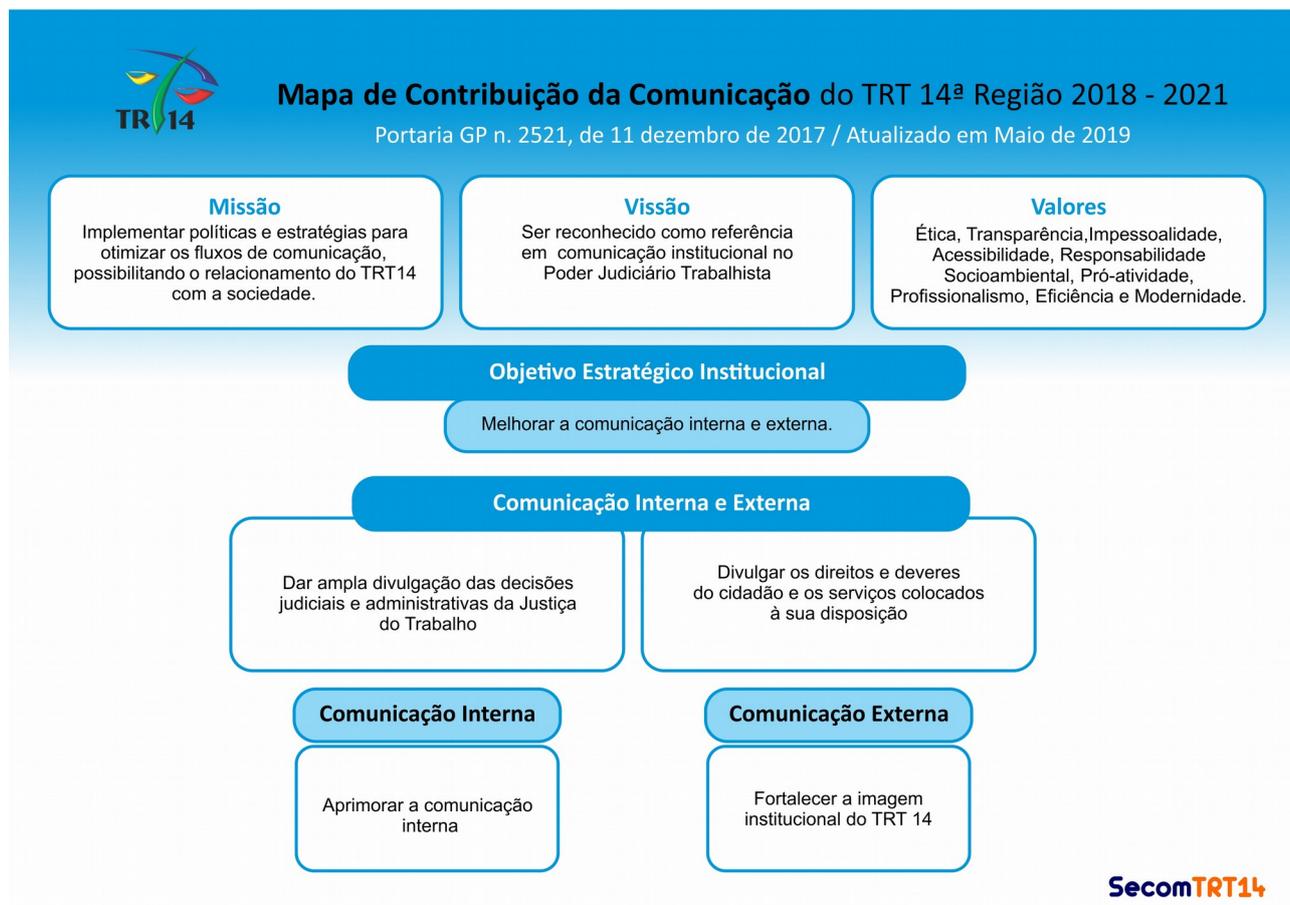
Iniciativas, Ações ou Projetos:

- Divulgação das ações informativas por meio do *site* institucional e das mídias sociais, com a produção de vídeos e peças publicitárias
- Manter contato com parceiros para veiculação dos vídeos em outras mídias como rádio, TV e salas de cinema

Indicador 4.2	Índice de notícias publicadas em veículos de comunicação externos	
Descrição do indicador	Medir o número mensal de notícias publicadas em veículos de comunicação externos	
Responsável pelo Indicador	SECOM	
Periodicidade	Trimestral	
Linha de Base	2017 = 150 publicações por mês 2018 = 255 publicações por mês	
Meta	2019 = 750 publicações por trimestre 2020 = 750 publicações por trimestre 2021 = 750 publicações por trimestre	Responsável pelo Parâmetro
Parâmetros	(P1) Número de notícias veiculadas nas mídias externas	SECOM
	(P2) Número de veiculações esperadas para o ano	SECOM
Fórmula de medição	(P1/P2)*100	
Esclarecimentos	O índice desse indicador será apurado por meio de	

	<i>clippagem</i> (serviço de monitoramento de mídia).
--	---

MAPA DE CONTRIBUIÇÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL



REFERÊNCIAS

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 14ª Região. Planejamento Estratégico Participativo 2015-2020. Porto Velho: 2017. Disponível em: <http://www.trt14.jus.br/documents/10157/be0cb090-721c-49d9-bead-079c1e84850a>.

Acesso em: 31/10/2017.

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 14ª Região. Plano de Comunicação Institucional 2013-2017. Disponível em: <http://www.trt14.jus.br/documents/10157/43a080bd-049b-419d-8032-5d17940d2d68>.

Acesso em: 31/10/2017.

CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO. Resolução n. 80, de 21 de junho de 2011. Institui a Política Nacional de Comunicação Social no âmbito do CSJT e da Justiça do Trabalho. Disponível em:

https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/1939/13676/2011_res0080_csjt_compilado.pdf?sequence=6&isAllowed=y. Acesso em: 31/10/2017.

CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO. Resolução n. 122, de 21 de fevereiro de 2013. Institui o Sistema de Gestão Estratégica da Justiça do Trabalho (SIGEST) no âmbito da Justiça do Trabalho de 1º e 2º graus e dá outras providências. Disponível em:

https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/1939/29018/2013_res0122_csjt.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 31/10/2017.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Resolução n. 85, de 08 de setembro de 2009. Dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário. Disponível em: http://www.cnj.jus.br/images/atos_normativos/resolucao/resolucao_85_08092009_10102012204907.pdf.

Acesso em: 31/10/2017.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Resolução n. 215, de 16 de dezembro de 2015. Dispõe, no âmbito do Poder Judiciário, sobre o acesso à informação da Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em: <http://www.cnj.jus.br/atos-administrativos?documento=3062>.

Acesso em: 31/10/2017.

PLANO DE
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**
2018/2021



Tribunal Regional do
Trabalho da 14ª Região
Rondônia e Acre