



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DA MAGISTRATURA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (EMERJ)
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (EMERJ/DECOM)
PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PATs)
**REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA
EMERJ**

SUMÁRIO

1	CRIAR PEÇAS DE DIVULGAÇÃO.....	2
2	PROMOVER A DIVULGAÇÃO DE EVENTOS E CURSOS	3
3	ELABORAR CAMPANHAS DE DIVULGAÇÃO	5
4	REALIZAR PRODUÇÃO GRÁFICO-EDITORIAL.....	6
5	CRIAR CONTEÚDOS PARA FORTALECIMENTO DA MARCA EMERJ	6
6	ATENDER ÀS SOLICITAÇÕES DE COBERTURA E DIVULGAÇÃO DE EVENTOS DO GBEMERJ e SECGE	7
7	REALIZAR COBERTURA DOS EVENTOS DA EMERJ	7
8	DEFINIÇÕES 	9



Elaborado por:

Diretor do Departamento de Comunicação Institucional (**DECOM**)



Aprovado por:

Secretária da Secretaria Geral da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (**EMERJ/SECGE**)



Data de Vigência:

20/05/2025



FRM-PJERJ-002-05
Rev.02
Data: 31/03/2025



PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)

REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ

IMPORTANTE: Sempre verifique no site do TJRJ se a versão impressa do documento está atualizada.

1 CRIAR PEÇAS DE DIVULGAÇÃO

1.1 A unidade demandante preenche o FRM-EMERJ-037 adequado à sua solicitação.

TIPO DE SOLICITAÇÃO	FRM-EMERJ-037	APLICAÇÃO
Solicitação de Peças de Divulgação de Evento	FRM-EMERJ-037-10	Fóruns Permanentes, Eventos GBMERJ, SECGE
Solicitação de Peças de Divulgação de Curso Oneroso	FRM-EMERJ-037-11	Cursos de Extensão, Pós-Graduação, Especialização e PREMIERJ
Solicitação de Peças de Divulgação de Curso para Magistrados	FRM-EMERJ-037-12	Cursos de Aperfeiçoamento, Vitaliciamento e Formação de Formadores
Solicitação de Leiaute	FRM-EMERJ-037-13	Prova de Seleção EMERJ, e outros não especificados

1.2 Caso o formulário de solicitação de serviço esteja incompleto ou apresentar inconsistência, o SEDEG encaminha *e-mail* à unidade demandante solicitando os ajustes.

1.3 O chefe do SEDEG analisa a solicitação e o grau de prioridade e determina à equipe a elaboração do cartaz no prazo de até 4 dias úteis, a partir da data da entrada do *e-mail*.

1.4 As solicitações recebidas no SEDEG, após as 17h, recebem como data de entrada o dia seguinte.

1.5 Após apreciação preliminar pelo chefe do SEDEG, a prova do leiaute é submetida por *e-mail* à aprovação da unidade demandante.

1.6 A unidade demandante comunica ao SEDEG a aprovação do leiaute ou solicita alterações necessárias e, caso o solicitante julgue imprescindível sua presença no momento da correção, combina previamente com o chefe do serviço.

1.7 A equipe do SEDEG dispõe de 1(um) dia útil para realizar as correções, o mesmo ocorre com as provas sucessivas, até a aprovação da arte final.

**PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)****REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ**

- 1.8** Caso a unidade demandante encaminhe solicitação ao DETEC para disponibilização da peça gráfica no *site*, sem a observância do item 2.9 desta Rotina Administrativa, o SEDEG encaminha *e-mail* ao demandante informando aprovação tácita, naquela data.
- 1.9** Uma vez aprovada a arte-final, é impressa a quantidade de exemplares solicitada no respectivo formulário de solicitação.
- 1.10** A partir da arte-final a equipe do SEDEG confecciona *kit* mídias e o encaminha por *e-mail* à unidade demandante.
- 1.11** O SEDEG recebe da unidade demandante o *e-mail* de aprovação do *kit* mídias enviado na modalidade “encaminhar”, contendo, obrigatoriamente, os anexos aprovados com cópia para o endereço emerj.decom@tjrj.jus.br, para início do processo de divulgação, com prazo mínimo de 15 (quinze) dias de antecedência, da data do evento gratuito ou 60 (sessenta) dias de antecedência, da data do evento oneroso.
- 1.12** Caso haja qualquer alteração de informações posteriores à publicação das peças de divulgação, a unidade demandante envia e-mail ao SEDEG e DECOM informando o ocorrido e solicitando a suspensão da publicação e alteração das peças gráficas, e procede na forma do item 1.11 para aprovação da arte gráfica alterada.
- 1.13** Os formulários de solicitação de peças de divulgação e de leiaute são armazenados na pasta eletrônica pelo SEDEG.

2 PROMOVER A DIVULGAÇÃO DE EVENTOS E CURSOS

- 2.1** Para o início da divulgação, a equipe do DECOM verifica se o cartaz do evento/curso/edital/programação já se encontra disponível no *site* da EMERJ.
- 2.2** A equipe do DECOM verifica a aprovação do *kit* mídias pela unidade demandante, pesquisa sobre o tema do evento, elabora a minuta do texto jornalístico e encaminha para o SECIE para revisão textual.
- 2.3** A equipe do DECOM insere o *banner* e a matéria no *site* da EMERJ, por intermédio do Gerenciador de Conteúdo do Portal de Serviços DETEC, com prazo de até 1 (um) dia útil da aprovação do *kit* mídias pela unidade demandante.
- 2.4** Quando necessário, solicita por *e-mail*:

**PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)****REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ**

- confecção de outras peças gráficas de divulgação (obrigatoriamente derivadas da arte-final) diretamente ao SEDEG;

2.5 A divulgação dos eventos é realizada:

- a) por envio de *e-mail* para assessorias de imprensa dos veículos de comunicação social e portais digitais de notícias; órgãos judiciais; instituições jurídicas, sociais, universitárias e educativas; escolas da magistratura e escolas de governo; organizações associativas de ordem, classe, sindicais e agremiações;
- b) por envio de Informativos EMERJ por *e-mail* para os grupos e malas diretas dos magistrados, magistrados aposentados, servidores e terceirizados;
- c) por envio de *e-mail* aos grupos e malas diretas dos ex-alunos; participantes de eventos anteriores da Escola e integrantes do cadastro de interesse inscritos oficialmente no *site*;
- d) pelo *site*, com a publicação do *banner* e texto jornalístico;
- e) nas mídias sociais da EMERJ, de acordo com o perfil do público-alvo de cada plataforma
- f) por meio da entrega de cartazes a equipe de Logística do Departamento de Administração da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (EMERJ/DEADM), para encaminhamento à Divisão de Administração do Foro Central da Secretaria-Geral de Logística (SGLOG/DIFOR), que os distribuirá nas dependências do TJERJ.

2.6 Quando houver distribuição de cartazes na forma do item 2.5.f, o SEDEG suprime as informações relativas ao custo dos cursos e imprime os cartazes com inserção de *QR code*, com *link* para a página do evento.

2.7 A equipe do DECOM verifica diariamente as publicações relativas aos eventos da escola nas mídias de imprensa/educacionais e registra no Formulário de Monitoramento de Notícias (*clipping*), preenchendo o FRM-EMERJ-037-15

2.8 A equipe do DECOM solicita periodicamente às unidades organizacionais demandantes, por telefone ou por *e-mail*, a informação sobre a quantidade de inscritos e/ou pagantes em cada curso, anotando-a no quadro de avisos da unidade para monitoramento diário, ajustando estratégias e reforçando a divulgação caso necessário.



PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)

REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ

- 2.9** As unidades demandantes poderão solicitar reforço da divulgação do evento a partir dos 20 (vinte) dias que antecedem sua realização.
- 2.10** A DIMID apresenta ao diretor do DECOM, até o 5º (quinto) dia útil subsequente, os relatórios com as principais métricas de cada mídia social, arquivando-os na respectiva pasta.
- 2.11** A equipe do SECIE registra no FRM-EMERJ-037-17 as datas de divulgação externa e interna bem como a quantidade de destinatários dos *e-mails* enviados na forma do item 2.5.c;
- 2.12** As listagens de destinatários são modeladas pelo SECIE, utilizando os endereços de *mailing* fornecidos nas inscrições dos usuários nos eventos, e possuem seu controle de atualização de planilhas registrado no FRM-EMERJ-37-18 (Controle de Atualização de Planilhas).
- 2.13** O FRM-EMERJ-037-17 é armazenado na pasta eletrônica do DECOM.

3 ELABORAR CAMPANHAS DE DIVULGAÇÃO

- 3.1** A unidade demandante solicita por *e-mail*, ao DECOM, a elaboração de campanha de divulgação de ferramenta ou produto estratégico, fornecendo todas as informações técnicas relativas ao produto a ser divulgado.
- 3.1.1** A unidade demandante deverá informar, por e-mail a publicação de relatórios de pesquisa e de artigos de publicação contínua, para divulgação.
- 3.1.2** O GBEMERJ e a SECGE podem solicitar campanhas de divulgação, verbalmente ou por mensagem eletrônica, cabendo ao diretor do DECOM formalizar a demanda por *e-mail*, com cópia aos solicitantes.
- 3.2** O diretor do DECOM agenda reunião para conhecer o objetivo e definir o escopo da campanha.
- 3.3** Após, realiza reunião para definição da estratégia com a equipe.
- 3.4** O DECOM solicita a confecção de peças de divulgação ao SEDEG, quando necessário.
- 3.5** Após aprovação interna, o diretor do DECOM encaminha a campanha à unidade demandante para anuência, com as peças gráficas e a descrição das ações de campanha. Caso necessária a atualização de alguma informação, caberá a unidade demandante solicitar, na forma do item 3.1.



PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)

REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ

4 REALIZAR PRODUÇÃO GRÁFICO-EDITORIAL

- 4.1** O SEDEG recebe *por e-mail* da unidade demandante o FRM-EMERJ-037-14 - Solicitação de Diagramação de Publicação preenchido, fotografias e imagens ilustrativas, com cópia para o endereço emerj.decom@tjrj.jus.br no caso de publicação dos relatórios dos Núcleos de Pesquisa.
- 4.2** Elabora o projeto gráfico, realiza a diagramação e procede à revisão interna.
- a) caso não necessite de correções, encaminha para aprovação da unidade demandante;
 - b) caso detectada alguma inconsistência, o chefe do SEDEG devolve à equipe para as correções necessárias;
 - c) o tempo entre o recebimento da solicitação e o primeiro envio à unidade demandante é de 30 (trinta) dias.
- 4.3** Caso a unidade solicite alteração, o SEDEG realiza a correção e reenvia para aprovação.
- 4.4** Após aprovação pela unidade demandante, somente na hipótese de matrizes para impressão gráfica, o SEDEG insere o arquivo no processo SEI encaminhado ao SEDEG.
- 4.5** O material utilizado na confecção das publicações é arquivado na pasta de publicações.

5 CRIAR CONTEÚDOS PARA FORTALECIMENTO DA MARCA EMERJ

- 5.1** A DIMID pesquisa e busca referências de conteúdos correlatos com a atividade fim da escola capazes de impulsionar a marca EMERJ.
- 5.2** Realiza reunião de pauta para debate sobre o formato que será utilizado para produção do conteúdo.
- 5.3** Pesquisa os elementos que serão utilizados e roteiriza o conteúdo.
- 5.4** O diretor da DIMID realiza toda a interface nos casos em que o conteúdo idealizado necessite da participação de magistrados/professores/conferencistas.
- 5.5** Quando houver necessidade de captação de imagens de público externo para gravação do conteúdo, a DIMID solicita aos participantes o preenchimento do FRM-EMERJ-037-16- Autorização de Uso de Imagem, Som da Voz, Nome e Dados Conexos.



PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)

REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ

5.6 A equipe elabora o produto final e apresenta ao diretor da DIMID, para aprovação.

5.6.1 Caso aprovado, publica o conteúdo nas mídias sociais.

5.6.2 Em caso de não aprovação, retorna para a equipe para os ajustes necessários.

6 ATENDER ÀS SOLICITAÇÕES DE COBERTURA E DIVULGAÇÃO DE EVENTOS DO GBEMERJ E SECGE

6.1 O Diretor do DECOM planeja a distribuição da equipe responsável pela cobertura dos eventos.

6.2 Pode ser delegado ao DECOM, por solicitação via *e-mail*, que aprove a arte gráfica matriz e as peças de divulgação, prisms e certificados, sendo necessário o envio das informações básicas, por *e-mail*, para elaboração do cartaz:

- a) Tipo de evento;
- b) forma do evento (se presencial, virtual ou híbrido);
- c) ementa ou sinopse;
- d) participantes e suas respectivas atuações no evento (abertura, coordenador, palestrante, debatedor, mediador...);
- e) disponibilização em plataforma Zoom/YouTube;
- f) indicação se haverá inscrições pelo *site*;
- g) atribuição de horas para OAB e para Escola de Administração Judiciária (ESAJ).

6.3 O diretor do DECOM pode elaborar o roteiro do evento, submetendo-o à aprovação do GBEMERJ e/ou SECGE.

6.4 Após aprovação, o DECOM imprime os roteiros e os envia ao GBEMERJ e SECGE, no prazo máximo de 1 (um) dia útil anterior à data agendada para realização do evento.

7 REALIZAR COBERTURA DOS EVENTOS DA EMERJ

7.1 As equipes do DECOM e da DIMID verifica no Microsoft Planner o cronograma de cobertura de eventos da EMERJ.

7.2 No dia e horário do evento, a equipe de cobertura jornalística; fotográfica e de mídias sociais se dirige ao evento, produzindo as fotos e os conteúdos necessários.



PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)

REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ

- 7.3** A equipe do DECOM elabora o texto jornalístico utilizando as aspas resumidas do evento para publicação posterior.
- 7.4** A equipe do DECOM seleciona as fotos para serem utilizadas no *banner* de divulgação, e solicita ao SEDEG a elaboração do material de divulgação.
- 7.5** A equipe do DECOM insere o *banner* e o texto jornalístico no carrossel de notícias do *site* da EMERJ por meio do gerenciador de conteúdo do portal de serviços do DETEC.
- 7.6** A DIMID publica o conteúdo nas mídias sociais.



PLANOS DE ATIVIDADES DETALHADAS (PAT)

REALIZAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PRODUÇÃO GRÁFICA DA EMERJ

8 DEFINIÇÕES

TERMO	DEFINIÇÃO
<i>Internet</i>	Conjunto mundial de redes de computadores dispersos por todo o planeta que tem como objetivo a troca de dados e mensagens utilizando um protocolo comum para fornecer ao usuário o acesso a diversas informações.
Marketing Digital	Conjunto de estratégias e ações de comunicação voltadas para a divulgação, promoção e comercialização de uma marca na <i>internet</i> , na telefonia celular e nos demais meios digitais.
Mídia Social	Sistemas projetados por ferramentas para possibilitar a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos eletrônicos.
<i>Site</i>	Local na <i>Internet</i> identificado por um nome de domínio, constituído por uma ou mais páginas de hipertexto, que podem conter textos, gráficos e informações em multimídia.
Textos Jornalísticos	Textos veiculados com o intuito de comunicar e informar sobre um assunto, da forma mais completa possível, usando linguagem clara e objetiva.
Arte-final	Trabalho gráfico pronto para reprodução ou inserção <i>on-line</i> .
Comunicação Externa	Qualquer informação que a instituição distribui ao público externo, seja sobre a própria organização ou sobre seus produtos e serviços.
Comunicação Interna	Qualquer informação que a instituição distribui ao público interno do PJERJ (magistrados, servidores, colaboradores e estagiários), seja sobre a própria organização ou sobre seus produtos e serviços.
Criação	Etapa do projeto que consiste na escolha de fontes, formato, imagens e cores.
Correio Eletrônico	Método que permite compor, enviar e receber mensagens por meio de sistemas eletrônicos de comunicação.
Editoração eletrônica	Composição gráfica dos textos, feita eletronicamente.
Emendas	Correção dos textos e/ou composição gráfica revisados.
Fontes	Tipologia (letras, números, símbolos, sinais).
Impressão	Ato de imprimir, fixar texto e imagem no papel, a partir da arte-final.
Kit Mídias	Conjunto de peças gráficas produzidas especificamente para as mídias sociais.
Leiaute	Modelo do projeto: criação manual e/ou eletrônica com textos e imagens, não arte-finalizado.
Unidade Demandante (UD)	Unidade que solicita a contratação e que detém o conhecimento administrativo do objeto (serviço, obra ou compra).