



Inscrições abertas para prêmio de comunicação jurídica

A associação *Fórum Nacional de Comunicação e Justiça*, que congrega os assessores de imprensa de todos os tribunais, órgãos do Ministério Público e entidades do mundo jurídico abriu inscrições para o concurso *3ª Edição do Prêmio Nacional de Comunicação e Justiça*. Os projetos mais bem sucedidos serão premiados no encontro da entidade que ainda terá o local decidido.

A inscrição é de R\$ 50 e o formulário já está disponível no Canal Justiça, no link Prêmio [Canal Justiça](#)

Leia o regulamento

REGULAMENTO

Art. 1º – Da finalidade

O III Prêmio de Comunicação e Justiça é uma iniciativa do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça, uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, fundada pelos Assessores de Comunicação do Judiciário e Ministério Público, voltada para o desenvolvimento de debates e ações para aproximar as organizações públicas do cidadão. O prêmio é realizado anualmente e a premiação sempre acontece durante o Encontro Nacional dos Assessores de Comunicação do Judiciário e Ministério Público

Art. 2º – Da Justificativa

O Fórum Nacional de Comunicação e Justiça tem entre seus objetivos:

- a) Documentar, acompanhar e incentivar os trabalhos realizados pelas assessorias de Comunicação do Judiciário e Ministério Público
- b) Acompanhar a implantação das estruturas de assessorias de comunicação nos órgãos do Poder Judiciário e Ministério Público, colaborando com sugestões que venham a resultar na criação de estruturas eficientes para cada Região
- c) dar suporte às assessorias de comunicação do Poder Judiciário e Ministério Público, quando necessário, para implantação de seus projetos
- d) Planejar, realizar e acompanhar campanhas institucionais compatíveis com a finalidade do fórum
- e) Contribuir para o aperfeiçoamento cultural e profissional dos assessores de comunicação do Poder Judiciário e Ministério Público, bem como contribuir para o aperfeiçoamento dos membros do Poder Judiciário e Ministério Público no que se refere à área da comunicação.
- f) Promover a interação dos profissionais das Assessorias de Comunicação do Poder Judiciário e Ministério Público com os demais profissionais da área de comunicação



Art. 3º – Dos Objetivos

Considerando a finalidade do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça, o Prêmio Comunicação e Justiça tem o objetivo de:

- a) Incentivar os trabalhos realizados pelas Assessorias de Comunicação do Judiciário e Ministério Público
- b) Promover a troca de experiência entre os profissionais que trabalham nas Assessorias de Comunicação do Judiciário e Ministério Público
- c) Contribuir para o aperfeiçoamento dos produtos e serviços das Assessorias de Comunicação, a partir do destaque de experiências bem sucedidas na área
- d) Destacar e reconhecer os melhores trabalhos realizados pelas Assessorias de Comunicação do Judiciário e Ministério Público
- e) Estimular iniciativas na área da comunicação pública voltadas para o desenvolvimento da cidadania e para a aproximação do Poder Judiciário com a sociedade
- f) Constituir-se em um banco de dados para pesquisadores da área da comunicação e afins
- g) Servir como referência histórica, documentando as atividades desenvolvidas pelas Assessorias de Comunicação do Poder Judiciário e Ministério Público

Art. 4º – Das Categorias

- 1) Veículo Externo de Comunicação Impresso – Jornal
- 2) Veículo Interno de Comunicação Impresso – Jornal
- 3) Revista
- 4) Veículo Externo de Comunicação Virtual (Newsletter/ Boletim On-line/Agência de Notícias)
- 5) Veículo Interno de Comunicação Virtual (Newsletter/Boletim On-line)
- 6) Campanha de Comunicação Externa
- 7) Campanha de Comunicação Interna
- 8) Inovação
- 9) Internet
- 10) Intranet



- 11) Projeto Institucional
- 12) Publicação Especial
- 13) Vídeo Institucional
- 14) Melhor Programa para Tv
- 15) Melhor Programa de Rádio
- 16) Melhor Clipping
- 17) Identidade visual – Logomarcas
- 18) Endomarketing (Projetos voltados para a melhoria da comunicação na organização)
- 19) Relacionamento com a mídia

Art. 5º – Das Inscrições

Podem concorrer ao prêmio todas as Assessorias de Comunicação do Poder Judiciário e Ministério Público, desde que o coordenador do projeto seja filiado ao Fórum Nacional de Comunicação e Justiça e esteja em dia, até o dia da inscrição, com suas anuidades.

Cada Assessoria pode se inscrever em mais de uma categoria.

A taxa de inscrição é de R\$ 50 (Cinquenta reais) para a inscrição de até cinco projetos e mais taxa adicional de R\$ 10 por cada projeto, no caso da assessoria desejar concorrer com mais de cinco projetos.

A inscrição deve ser feita via internet em formulário disponível no site do Canal Justiça – www.canaljustica.jor.br – devendo ser enviado, para a coordenação do prêmio, comprovante de pagamento da taxa de inscrição no prêmio e o comprovante de pagamento da anuidade do FNCJ, junto com o material a ser apresentado.

O valor da taxa deve ser depositado em Conta Corrente em nome do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça Agência 1405 Op 003 conta Corrente 442-0 – Banco Caixa Econômica Federal.

As inscrições coletivas deverão conter o nome de todos os profissionais que participaram da produção da peça concorrente ao prêmio.

Para se inscrever, o interessado deve preencher a ficha de inscrição, disponibilizada pela Secretaria do Prêmio, e encaminhar (03) três cópias do material para a Secretaria do Prêmio.

Será disponibilizada a inscrição on-line, mas estas só serão homologadas mediante o recebimento dos



trabalhos, com cópia da ficha de inscrição e comprovante de pagamento da taxa de inscrição do Prêmio e anuidade do FNCJ.

O prazo de recebimento do material via postal se esgota no dia 23 de agosto, às 19 horas.

Os trabalhos inscritos não serão devolvidos.

Podem ser inscritos trabalhos que foram desenvolvidos pelas assessorias no ano anterior à sua realização, compreendido o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro, exceto para novas categorias, nas quais podem concorrer trabalhos de quaisquer épocas, tendo em vista a necessidade de constituir o banco de dados do FNCJ

A ficha de inscrição deve ser assinada pelo(s) coordenador(es) do(s) projetos(s), sendo de responsabilidade dos mesmos a origem e autenticidade das informações sobre o trabalho (s).

Anexo às inscrições deve ser apresentado o projeto, contendo: coordenador, órgão participante, endereço completo, nome do projeto e descrição do projeto.

A descrição do projeto deve ser uma justificativa de, no máximo 30 linhas, sobre os objetivos do projeto, público-alvo e metas alcançadas e outras informações que a equipe considerar necessárias.

Os cases vencedores do Prêmio farão parte do banco de dados do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça e seus autores concederão ao fórum o direito de reproduzir ou permitir a reprodução pelo Fórum, no todo ou em parte, em qualquer território (Brasil e Exterior), desde que tal reprodução tenha se constitua de material de apoio educativo para campanhas voltadas para o cidadão e/ou divulgação do FNCJ, desde que concedido o crédito da autoria.

Os vencedores aceitam expressamente, no momento em que se inscrevem, que nenhuma remuneração lhes será concedida sob qualquer pretexto pela reprodução, não havendo necessidade de nenhuma autorização formal dos autores para a mesma, observados por parte do Fórum os limites contidos no parágrafo anterior.

Não serão aceitos trabalhos nos quais a Assessoria de Comunicação não esteja diretamente envolvida no projeto, participando de sua coordenação, devendo a assessoria comprovar este item por meio de declarações e/ou assinaturas nas peças de divulgação, sob pena de desclassificação

Se o projeto se enquadrar em mais de uma categoria, pode ser feita a inscrição também em mais de uma categoria, sendo que o pagamento é feito por inscrição de cada trabalho

Os trabalhos que não se enquadrem nas categorias inscritas serão desclassificados

A inscrição no Prêmio é independente da inscrição no Congresso Brasileiro dos Assessores de Comunicação da Justiça (Combascom)



Para a apresentação de cases, os finalistas deverão estar inscritos no Congresso Brasileiro dos Assessores de Comunicação da Justiça (Combascom'2005)

Art. 6º – Da Coordenação do Prêmio

A coordenação do Prêmio Nacional de Comunicação e Justiça é convidada pela Diretoria do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça, sendo de sua competência:

- a) divulgar o regulamento e estimular a participação das Assessorias
- b) receber os trabalhos inscritos, dando recebimento, com horário e dia, com a divulgação da lista dos inscritos até dois dias após o encerramento das inscrições
- c) Convidar a banca julgadora em acordo com a Diretoria do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça
- d) Divulgar o nome da Banca escolhida para examinar os trabalhos
- e) encaminhar todos os trabalhos inscritos à Comissão Julgadora
- f) Dar ampla divulgação às etapas do Prêmio
- g) Expedir ofícios aos presidentes e órgãos vencedores do Prêmio, informando sobre o resultado
- h) expedir os certificados a todos os membros das equipes vencedoras
- i) expedir ofícios e certificados aos dirigentes dos órgãos ou instituições vencedoras
- j) expedir certificados aos participantes da Comissão Julgadora
- k) providenciar a confecção das estatuetas para o prêmio m) coordenar a solenidade de entrega do prêmio

Art. 7º – Do Julgamento

Serão considerados os critérios abaixo para a escolha dos selecionados e vencedores, sendo que cada critério corresponde a um ponto:

1) Veículo Externo de Comunicação Impresso – Jornal Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequado ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Qualidade de Impressão Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos e ilustrações) Uso adequado dos recursos publicitários

2) Veículo Interno de Comunicação Impresso – Jornal Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequada ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Qualidade de Impressão Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos



e ilustrações) Uso adequado dos recursos publicitários

3) Revista Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequada ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Qualidade de Impressão Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos e ilustrações) Uso adequado dos recursos publicitários

4) Veículo Externo de Comunicação Virtual (Informativo on-line/agência de notícias, newsletter ou equivalente voltado para quem é atendido pela organização) Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequada ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos e ilustrações) Uso adequado dos recursos publicitários Interatividade com o público alvo

5) Veículo Interno de Comunicação Virtual (Informativo On-Line, em formato de boletim voltado para integrantes da organização)

Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequada ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Qualidade de Impressão Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos e ilustrações) Uso adequado dos recursos publicitários Interatividade com o público alvo

6) Campanha de Comunicação Externa

Objetivos Justificativa Estratégias de divulgação para o público-alvo Designer gráfico e qualidade das peças de divulgação Peças publicitárias adequadas ao público alvo Criatividade e Inovação Instrumentos de avaliação Metas alcançadas Divulgação na Mídia

7) Campanha de Comunicação Interna

Objetivos Justificativa Estratégias de divulgação para o público-alvo Designer gráfico das peças de divulgação Peças adequadas ao público alvo Criatividade e Inovação Instrumentos de avaliação Metas alcançadas Estratégias de Divulgação

8) Inovação

Objetivos Justificativa Criatividade Originalidade Pionerismo Metas alcançadas Estratégias de Divulgação

9) Internet

Serviços oferecidos Facilidade de acesso aos links Atualização dos links Designer gráfico Linguagem adequada ao público alvo Criatividade e Inovação Instrumentos de avaliação Canais de Comunicação com os visitantes Serviços direcionados à Imprensa Uso adequado dos recursos publicitários

10) Intranet



Serviços oferecidos Facilidade de acesso aos links Atualização dos links Designer gráfico Linguagem adequada ao público alvo Criatividade e Inovação Instrumentos de avaliação Canais de comunicação com o público-alvo Direcionamento dos serviços ao público-alvo Uso adequado dos recursos publicitários

11) Projeto Institucional

Objetivos Justificativa Visão temática Estratégias de divulgação para o público-alvo Designer gráfico das peças de divulgação Peças de divulgação adequadas ao público alvo Criatividade e Inovação Instrumentos de avaliação Metas alcançadas Divulgação na Mídia

12) Publicação Especial

Objetivo Justificativa Visão temática Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequado ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos e ilustrações)

13) Vídeo Institucional – Visão temática Roteiro Edição de Imagens Edição de Textos Grau de interesse do público alvo Criatividade e Inovação Qualidade de produção audiovisual

14) Melhor Programa de Tv – Visão temática Roteiro Edição de Imagens Edição de Textos Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequado ao público alvo Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Criatividade e Inovação Qualidade de produção audiovisual

15) Melhor Programa de Rádio- Visão temática Edição Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequado ao público alvo Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Criatividade e Inovação Canais de comunicação com o ouvinte

16) Melhor Clipping – Edição Criatividade e inovação Designer gráfico Conteúdo editorial adequado ao público alvo

17) Identidade visual – Estética visual Criatividade Inovação Clareza Objetividade Visão temática

18) Endomarketing (Projetos voltados para a melhoria da comunicação na organização) – Visão temática Estratégias de divulgação para o público-alvo Designer gráfico das peças de divulgação Peças de divulgação adequadas ao público alvo Criatividade e Inovação Instrumentos de avaliação Metas alcançadas Divulgação na Mídia, Solução de Problemas na organização

19) Relacionamento com a imprensa – Visão temática Linguagem adequada ao público alvo Conteúdo editorial adequado ao público alvo Designer gráfico Respeito ao estilo jornalístico Respeito às regras gramaticais Criatividade e Inovação Iconografia (qualidade e equilíbrio de fotos e ilustrações), Criatividade, Inovação, Solução de Problemas na organização



Art. 8º – Da Comissão Julgadora

Os vencedores serão escolhidos por um júri formado por 15 (quinze) pessoas, divididos em três blocos de cinco pessoas, sendo cada bloco composto por: 01 representante do Poder Judiciário, um representante do Ministério Público, 01 profissional da comunicação, 01 professor da área de comunicação e 01 representante de entidade da sociedade civil organizada

Os participantes de um grupo de jurados também podem convidados para o outro grupo.

Os jurados se reunirão em dia e horário determinado pela Coordenação do Prêmio.

Os jurados serão convidados pela diretoria do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça em conjunto com a coordenação do Prêmio Nacional de Comunicação e Justiça

A Comissão Julgadora tem competência para incluir novos critérios que julgar necessários para avaliar os trabalhos, desde que estes sejam aprovados pela maioria absoluta da banca

A comissão Julgadora deve apresentar ao final um relatório com breves considerações sobre os trabalhos vencedores

A Comissão Julgadora deve se reunir em data e local a ser divulgado pela Secretaria

Prêmio

Os jurados serão distribuídos em três grupos, de acordo com a área:

Grupo 1 – Impressos e On-line – Jornal Interno, Jornal Externo, Revistas, Publicação Especial, Veículo on-line interno, veículo on-line externo, Internet, Intranet e Clipping

Grupo 2 – Audiovisual – Programa de Tv, Programa de Rádio, Vídeo Institucional e Identidade Visual

Grupo 3 – Projeto Institucional, Relacionamento com a Mídia, Endomarketing, Campanha Interna, Campanha Externa e Inovação

Art. 9º – Da Premiação

A Secretaria Executiva divulgará em tempo hábil o nome dos três finalistas para participarem da solenidade de entrega do Prêmio

O nome dos vencedores só será conhecido no Congresso Brasileiro dos Assessores de Comunicação da Justiça

As Assessorias vencedoras serão premiadas com certificados, assinados pelo Presidente do Fórum e coordenador do Prêmio.



Cada assessor participante do projeto receberá também um certificado individual

As Assessorias vencedoras deverão apresentar, em formato de workshop, durante o encontro, o trabalho premiado

Os órgãos serão comunicados da premiação, na pessoa do seu presidente, que receberá um certificado em nome da Assessoria de

Comunicação vencedora

As despesas relativas ao comparecimento à solenidade de premiação são de responsabilidade do órgão vencedor ou do próprio assessor.

Art.10º – Do calendário

Divulgação do nome da Banca Julgadora – 30 de julho de 2005

Inscrições na internet– Encerram-se no dia 17 de agosto de 2005

Prazo final para recebimento do material via postal – 19 de agosto de 2005

Divulgação da lista dos concorrentes – 22 de agosto de 2005

Julgamento – Entre 23 de agosto e 9 de setembro de 2005

Divulgação da lista dos concorrentes finais – 10 de setembro de 2005

Expedição dos certificados aos participantes – durante o encontro

Expedição dos ofícios e certificados aos órgãos vencedores – até um mês após o encontro

Art. 11º – Das Disposições Gerais

Os inscritos aceitam, em todas as suas condições, o presente Regulamento. Aceitam também as decisões que vierem a ser tomadas pela Comissão Julgadora do Prêmio Comunicação e Justiça, reconhecendo a sua soberania, não cabendo recurso da decisão.

Os casos omissos serão resolvidos pela Diretoria do Fórum Nacional de Comunicação e Justiça em conjunto com a Coordenação do Prêmio.

Date Created

12/07/2005