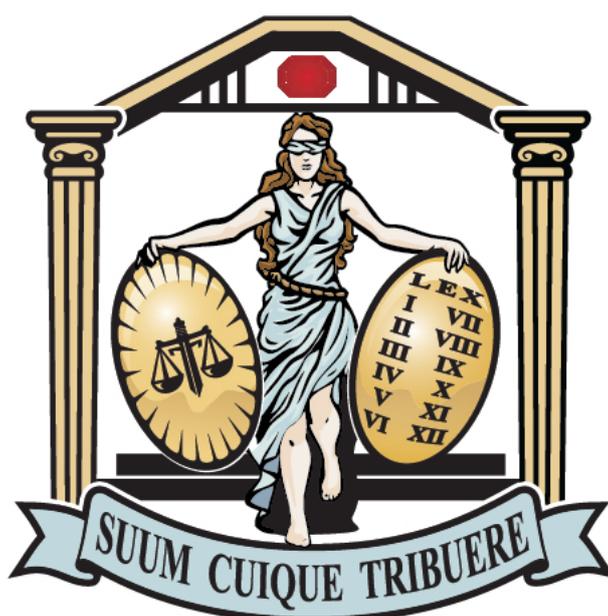


**PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL  
2017-2020**



**PODER JUDICIÁRIO  
DO ESTADO DE MATO GROSSO**

**CUIABÁ - MATO GROSSO  
MARÇO/2017**



**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## SUMÁRIO

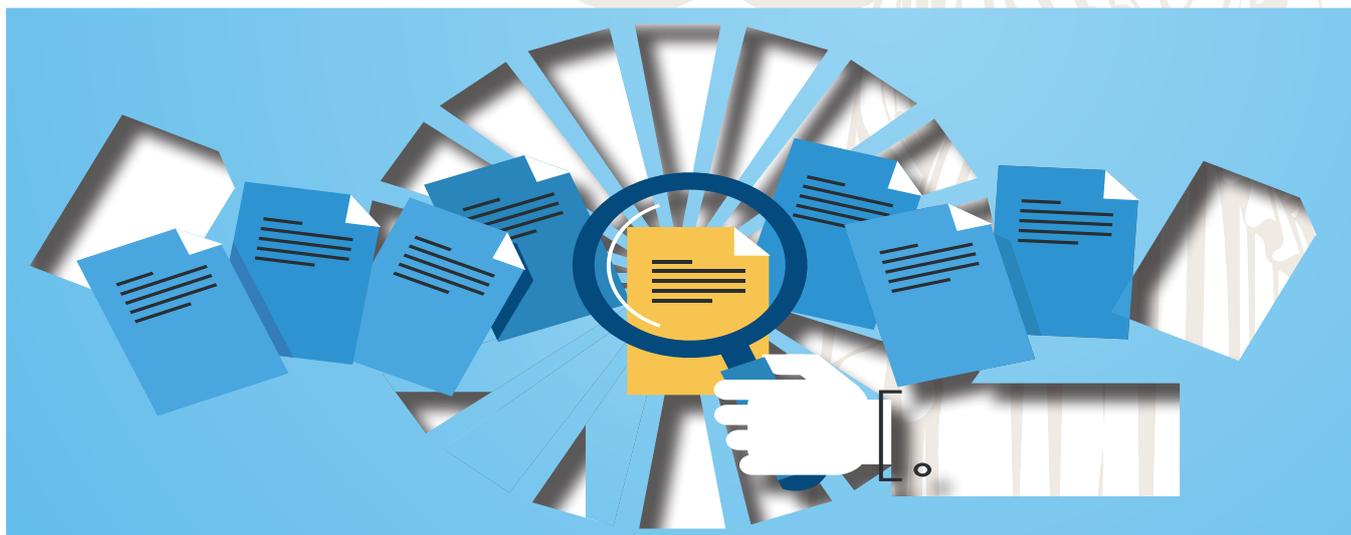
|  |    |
|--|----|
| 1. APRESENTAÇÃO.....   | 03 |
| MISSÃO, VISÃO E VALORES DA COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO..... | 05 |
| 2. OBJETIVOS.....  | 06 |
| 2.1 OBJETIVO - GERAL.....                                    | 06 |
| 2.2 METODOLOGIA.....   | 07 |
| 3. PÚBLICO - ALVO.....                                       | 08 |
| 3.1 PÚBLICO INTERNO.....                                     | 08 |
| 3.2 PÚBLICO EXTERNO.....                                     | 08 |
| 4. AÇÕES.....  | 09 |
| 4.1 DO FORTALECIMENTO E DEFESA DA IMAGEM.....                | 09 |
| 4.2 DA UNICIDADE DO DISCURSO.....                            | 09 |
| 4.3 DA PARTICIPAÇÃO INTERNA.....                             | 10 |
| 4.4 DAS PARCERIAS COM OUTRAS INSTITUIÇÕES.....               | 10 |
| 4.5 DO RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA.....                    | 10 |
| 4.6 DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA INSTITUCIONAL.....           | 10 |
| 5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....                               | 11 |
| 5.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO - COMUNICAÇÃO EXTERNA.....          | 12 |
| 5.2 OBJETIVO ESTRATÉGICO - COMUNICAÇÃO INTERNA.....          | 15 |
| 5.2.1 OBJETIVO DE CONTRIBUIÇÃO - COMUNICAÇÃO INTERNA.....    | 15 |
| 6. PROJETOS INSTITUCIONAIS.....                              | 16 |
| 7. MEIOS E CANAIS DE COMUNICAÇÃO.....                        | 17 |
| 8. FINALIDADE.....   | 18 |



COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
(65) 3617 3002/3650

## 1. APRESENTAÇÃO

A partir da segunda metade da década de 80, com a redemocratização do país, surgiu na sociedade brasileira, ainda que de forma muito tímida, um movimento que defendia a transparência da gestão pública como regra fundamental para efetivar a democracia. Alguns anos mais tarde, a Emenda Constitucional 45/2004 cria o Conselho Nacional de Justiça (CNJ), órgão do Poder Judiciário com competência para controlar a atuação administrativa e financeira desse mesmo Poder.



Em 2009, o CNJ publica a Resolução 85, que estabelece uma política nacional de Comunicação Social do Poder Judiciário e força os tribunais a adotar postura mais transparente, acessível e próxima dos cidadãos. Dois anos depois, a Presidência da República sanciona a Lei 12.527/2011, que ficou conhecida como Lei de Acesso à Informação.

Todas essas ações criaram na imprensa brasileira uma crescente demanda por dados, números e estatísticas que demonstrassem o desempenho das instituições públicas e a forma como gerem os recursos públicos.



**Acesso à  
Informação**



**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

No relacionamento com o Poder Judiciário, na esteira das informações divulgadas pelo CNJ, a imprensa já não se contentava mais em obter as estatísticas, mas exigia um contato direto com magistrados e gestores dos tribunais, a fim de receber explicações, “destrinchar a pauta”, esmiuçar a matéria, ouvir o Poder Judiciário sobre assuntos latentes na sociedade.

Surpreendidos pela nova realidade, os Tribunais de Justiça não estavam preparados para o convívio corriqueiro com a imprensa. Não estavam acostumados a receber críticas e tampouco sabiam como explicar à sociedade os esforços em busca de soluções para os problemas detectados e divulgados pelo Conselho Nacional de Justiça.

Por fim, o próprio Conselho Nacional de Justiça entendeu que, a fim de resgatar a imagem do Poder Judiciário e da magistratura, faz-se necessário estruturar melhor os setores da Comunicação Social. Criar condições para uma efetiva atuação de forma clara, acessível, transparente e ágil, a fim de prestar contas à sociedade sobre o papel, as ações e as iniciativas do Poder Judiciário, o andamento processual, os atos judiciais e administrativos, os dados orçamentários e de desempenho operacional. O grande desafio é comunicar, clara e objetivamente, o modelo de gestão estratégica adotado, tanto para o público interno como para o externo.

Com esse propósito foi elaborado o presente Plano de Comunicação Institucional do Poder Judiciário de Mato Grosso (etapa I), que coordenará a produção e a classificação das informações relacionadas à estratégia do Poder Judiciário do Estado de Mato Grosso de modo a orientar os *feedbacks* institucionais, alicerçados nos Plano de Gestão e no Plano Estratégico, formando conjunto que dará unicidade, racionalidade, efetividade e transparência às ações do Judiciário Mato-grossense.

**Ranniery Wanrhawtt Azeredo Queiroz**  
**Coordenador de Comunicação Social**





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## **MISSÃO DA COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO**

Zelar pela boa imagem e reputação do Poder Judiciário, por meio de políticas e estratégias de comunicação junto aos públicos interno e externo, contribuindo para a total transparência da instituição e facilitando a aproximação da Justiça com a sociedade.

## **VISÃO**

Ser reconhecido como referência em comunicação institucional, interna e externa, no âmbito do Poder Judiciário nacional, promovendo a instituição com qualidade da informação, impessoalidade, ética e eficiência.

## **VALORES**

Ética, Transparência, Impessoalidade, Acessibilidade, Atualidade, Agilidade, Proatividade, Qualidade, Profissionalismo e Responsabilidade Socioambiental.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## **2. OBJETIVO - GERAL**

O objetivo deste Plano de Comunicação é de promover a consolidação da imagem do Poder Judiciário como instituição madura, moderna, transparente e acessível ao cidadão. O Plano busca ainda integrar os canais próprios de comunicação com a imprensa (mídia espontânea) para a consecução estratégica da missão, valores e visão da instituição, criando e mantendo fluxos de comunicação entre o Tribunal de Justiça de Mato Grosso e os diversos públicos de interesse, subsidiando a instituição na definição das políticas estratégicas de comunicação.

### **2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Contribuir para a gestão de rotinas da Comunicação, no sentido de classificar e qualificar a informação repassada aos públicos interno e externo;
- b) Avaliar o *feedback*;
- c) Gerar conhecimento;
- d) Cuidar do relacionamento do Poder Judiciário com a sociedade,
- e) Provocar reflexão sobre a importância do fortalecimento da imagem do Poder Judiciário para todos os segmentos da vida em sociedade (economia, política, segurança pública etc.).
- f) Estabelecer ligação entre o público interno na defesa institucional do Poder Judiciário e melhorar o relacionamento interno.

Nesse sentido, o Plano de Comunicação do PJMT, além de se espelhar nas normas do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) sobre ações comunicacionais, se inspira também em estratégias utilizadas por tribunais em vários Estados que são referência do sistema judicial brasileiro.





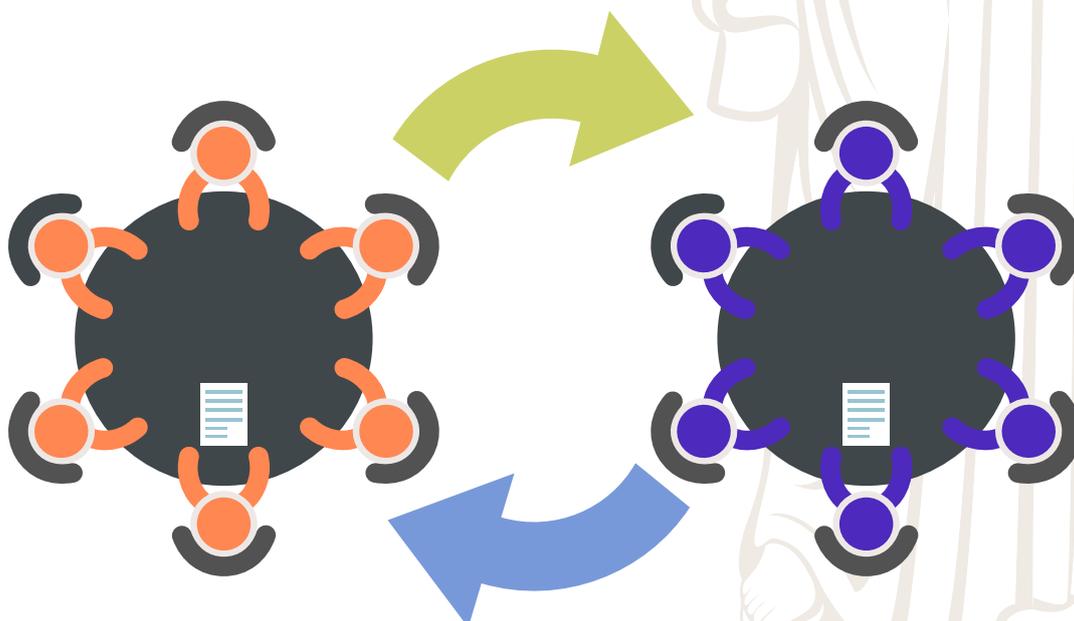
**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## 2.2 METODOLOGIA

O processo de elaboração do presente Plano de Comunicação Institucional é resultado de reuniões com a equipe da Coordenadoria de Comunicação, avaliações da rotina do setor, identificação dos pontos de estrangulamento, análise de *feedback* obtido da imprensa, e, ainda, análise das manifestações da equipe técnica do Tribunal (demais coordenadores e magistrados) quanto à atuação da Coordenadoria de Comunicação.

A preparação deste plano levou em consideração também as normas nacionais de comunicação estabelecidas pelo Conselho Nacional de Justiça, a pesquisa do CNJ sobre a situação da gestão da comunicação nos tribunais (realizada em 2010), além das deliberações oriundas dos eventos promovidos pelo Fórum Nacional de Comunicação e Justiça.

Além dessas pontualidades, a construção do plano de comunicação ressalta práticas de comunicação institucional, interna e externa, utilizadas por Tribunais de Justiça estaduais e federais em alguns Estados do país. Algumas dessas práticas estão contidas neste documento, e foram observadas por meio de visitas técnicas feitas por membros da Coordenadoria de Comunicação do TJMT aos Tribunais Superiores, CNJ, TJRS, TJTO e TRF-RS.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

### 3. PÚBLICO - ALVO

#### 3.1 - PÚBLICO INTERNO

Criar e consolidar canais de comunicação com o público interno, em especial os servidores e magistrados lotados nas comarcas.

Criar e consolidar fluxos de comunicação que promovam a interação entre magistrados, servidores, terceirizados, estagiários e colaboradores, despertando em cada um o sentimento de pertencimento à Instituição, com o reconhecimento dos esforços e valorização das iniciativas. A propósito da campanha *Selfie Premiada*, que despertou a honra em pertencer aos quadros deste Poder.

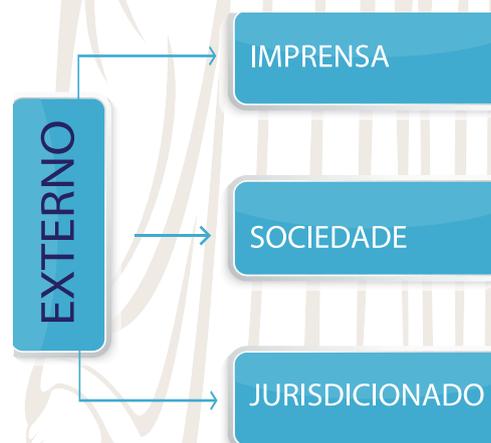


#### 3.2 - PÚBLICO EXTERNO

Fortalecer a interação entre a Coordenadoria de Comunicação do Poder Judiciário de Mato Grosso com as assessorias de comunicação de outros órgãos públicos, bem como com o público externo. Obter o mesmo resultado junto às demais instituições parceiras.

Ampliar e consolidar o relacionamento com a sociedade, por meio da imprensa, viabilizando canais de *feedback*, como a divulgação maciça do 0800 da Ouvidoria, bem como divulgando informações que demonstrem o esforço da instituição em se aproximar cada vez mais do jurisdicionado.

Promover e reforçar a total transparência das ações do Poder Judiciário, com ampla divulgação das decisões judiciais e administrativas; divulgação de licitações para compras de produtos e serviços; promover matérias que orientem sobre os direitos do cidadão; divulgar maciçamente os serviços colocados à disposição do público externo.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
(65) 3617 3002/3650**

## **4. AÇÕES**

Visando a consolidação da boa reputação e da imagem positiva do Poder Judiciário, os trabalhos da Coordenadoria de Comunicação seguirão as seguintes diretrizes: desenvolver a consciência de que a responsabilidade por contribuir para a boa imagem do Poder Judiciário perante a sociedade também é reflexo das atitudes e comportamentos individuais. Uma instituição forte se faz com componentes compromissados.

### **4.1- Do fortalecimento e defesa da imagem**

É de suma importância conscientizar todos os membros do Poder Judiciário (servidores e magistrados de todos os níveis hierárquicos) acerca da responsabilidade sobre a imagem da Instituição.

### **4.2 - Da unicidade do discurso**

Uma instituição coesa e fortalecida é aquela em que os membros mantêm unicidade de discurso. Nesse sentido, é necessário manter um discurso uníssono, em todos os níveis hierárquicos, que ressalte o amadurecimento do Poder Judiciário.

Criar e realizar ao menos a cada 3 meses reunião, que deve funcionar em caráter preventivo pela manutenção positiva da imagem da instituição e ter a participação de ao menos um desembargador.

### **4.3 - Da participação interna**

No âmbito da Comunicação Social deve-se estimular a contribuição para o fortalecimento e defesa da imagem institucional pelos magistrados, servidores, terceirizados, credenciados e estagiários, em especial aqueles lotados na base da pirâmide, que convivem de forma mais direta com o jurisdicionado.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

#### **4.4 – Das parcerias com outras instituições**

Com o amadurecimento das instituições são cada vez mais comuns as parcerias institucionais entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, voltadas para atender de forma integral o cidadão.

Essas parcerias merecem a atenção da gestão da Comunicação, visto que a divulgação das mesmas deve seguir discurso único, pautado na cooperação institucional, vedada a promoção pessoal.

#### **4.5 - Do relacionamento com a imprensa**

A qualidade do relacionamento de uma instituição com a imprensa se mede pela agilidade, presteza, atenção e profissionalismo com que atende os profissionais da mídia e suas demandas. Contudo, essa relação proativa para com os profissionais da imprensa deve ser regra para todos os membros da instituição, não apenas para os jornalistas lotados na Coordenadoria de Comunicação.

Servidores, juízes e desembargadores devem ter a consciência de que atender às demandas da imprensa é, antes de tudo, atender aos anseios da sociedade por informações acerca dos serviços prestados pelas instituições públicas.

Para o fortalecimento da imagem positiva do PJMT, deve-se criar e estabelecer o Prêmio “Judiciário e a Mídia”, com o objetivo de alavancar ações e serviços do Poder Judiciário de Mato Grosso junto à sociedade.

#### **4.6 - Da Publicidade e Propaganda Institucional**

Caberá à 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.



**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## 5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Melhorar a qualidade da Comunicação Externa e Interna do Poder Judiciário de Mato Grosso.

### Responsável pelo objetivo:

Coordenadoria de Comunicação Social

### Descrição do objetivo:

Ampliar os fluxos de comunicação, dando maior publicidade à atuação do Tribunal com ênfase à divulgação dos atos, decisões, programas e ações.

### Indicadores relacionados ao objetivo:

Índice de matérias positivas veiculadas pela imprensa, a ser mensurado pelas empresas prestadoras de serviço de *clipping* em jornais impressos, *sites* e *blogs*, bem como rádio e televisão.

### Índice de cumprimento do plano de comunicação:

Pesquisas qualitativas e quantitativas a fim de se mensurar a qualidade dos serviços prestados, bem como do poder de comunicação do PJMT e conhecimento externo dos serviços ofertados.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## **5.1 - OBJETIVOS DE CONTRIBUIÇÃO - COMUNICAÇÃO EXTERNA**

Os objetivos de contribuição são os fins a serem perseguidos pela instituição para a melhoria da comunicação.

- Elencar critérios para eleger as pautas prioritárias no âmbito do Poder Judiciário, priorizando decisões judiciais que demonstrem agilidade do trâmite processual, além de decisões judiciais de grande alcance social e repercussão junto à sociedade.

- Dar maior publicidade às pautas institucionais, que demonstrem à sociedade os avanços na gestão do Poder Judiciário, com garantia da impessoalidade, a fim de contribuir para consolidar a imagem de uma instituição fortalecida, madura, moderna e transparente.

- Adotar estratégias para promover, junto à imprensa, as pautas de maior interesse da instituição.

- Fomentar, por meio da divulgação junto à imprensa, as boas práticas no Poder Judiciário, reconhecendo as ações inovadoras promovidas por servidores e magistrados.

- Ampliar as ações da Estação TJ (*Web Rádio*), consolidando-a como importante agência de notícias para as rádios do interior de Mato Grosso, o que se espera com a abertura deste canal a talentos externos e internos.

- Ampliar o quadro de funcionários terceirizados contratados para a TV.JUS. Ampliar o alcance e a qualidade dos serviços prestados pela TV.JUS, que atualmente veicula telejornal na TV Assembleia e na *internet*, expandindo as ações nos seguintes moldes:

**a)** Buscar parceria com a TV Justiça (mantida pelo Supremo Tribunal Federal), a fim de obter na faixa de programação um horário nobre para veiculação do jornal do Poder Judiciário de Mato Grosso e/ou de programa a ser produzido.



**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

**b)** Ampliar a produção de vídeos de curta duração para publicação via *WhatsApp*, em especial aqueles que tratam de prestação de serviços.

**c)** Produzir vídeos de matérias frias, ou atemporais, para veiculação no *Jus in Door* (sistema interno de TV), bem como estabelecer parcerias para a veiculação, sistematizando um canal de cidadania a todo jurisdicionado.

**d)** Produzir programa de TV, padrão aula a ser aplicado junto às instituições de ensino de Direito e Comunicação, sendo o professor um magistrado e/ou membro da administração designado. O programa já tem espaço seguro na TV Assembleia e em canal aberto.

- Criar o “Parque de Imprensa Local” e a “Sala da Imprensa”, com computadores e *internet* sem fio, a fim de promover maior aproximação com a imprensa externa.

- Manter atualizado o banco de imagens do Poder Judiciário no *site Flickr*, com fotos em alta resolução, a fim de atender à demanda da imprensa, magistrados, servidores e jurisdicionados interessados.

- Readequar, em parceria com a tecnologia da informação, o Portal do Poder Judiciário na *internet*, a fim de dar maior visibilidade à prestação de serviços ao jurisdicionado, magistrados e advogados.

- Criar o Núcleo de Mídias Sociais, destacando profissionais responsáveis pela produção, interação, manutenção e acompanhamento em tempo integral das Mídias Sociais.

- Manter contrato com banco de imagens publicitárias/artísticas para atender às demandas das mídias sociais, Portal e *Intranet*.

- Realizar licitação para contratar serviço de fotojornalismo, para atender à demanda da Coordenação de Comunicação e imprensa externa.



**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## **5.2 - OBJETIVO ESTRATÉGICO - COMUNICAÇÃO INTERNA**

Melhorar a qualidade da Comunicação Interna do Poder Judiciário de Mato Grosso.

### **Responsável pelo Objetivo:**

Coordenadoria de Comunicação Social

### **Descrição do Objetivo:**

Contribuir para a melhoria do clima organizacional do Poder Judiciário, divulgando as ações e projetos voltados para o público interno e desenvolvendo ações junto ao corpo funcional para consolidar a cultura do orgulho de pertencer à instituição.

### **Indicadores relacionados ao objetivo:**

Índice de satisfação dos servidores e magistrados com a instituição, a ser medido por pesquisa a cada dois anos.

### **5.2.1 - OBJETIVOS DE CONTRIBUIÇÃO - COMUNICAÇÃO INTERNA**

Os objetivos de contribuição são os fins a serem perseguidos pela instituição para a melhoria da comunicação.

Dotar a Coordenadoria de Comunicação de pelo menos mais um cargo, a fim de criar o Núcleo de Comunicação Interna.

Por meio do Núcleo de Comunicação Interna, manter um modelo de comunicação dinâmico, que proporcione à Alta Administração ouvir a opinião e os anseios de servidores e magistrados, em especial daqueles lotados nas comarcas mais distantes.

Manter o envio de *e-mail* funcional com mensagens curtas, nos moldes da linguagem utilizada em mídias sociais, com teor voltado para a melhoria do clima organizacional.



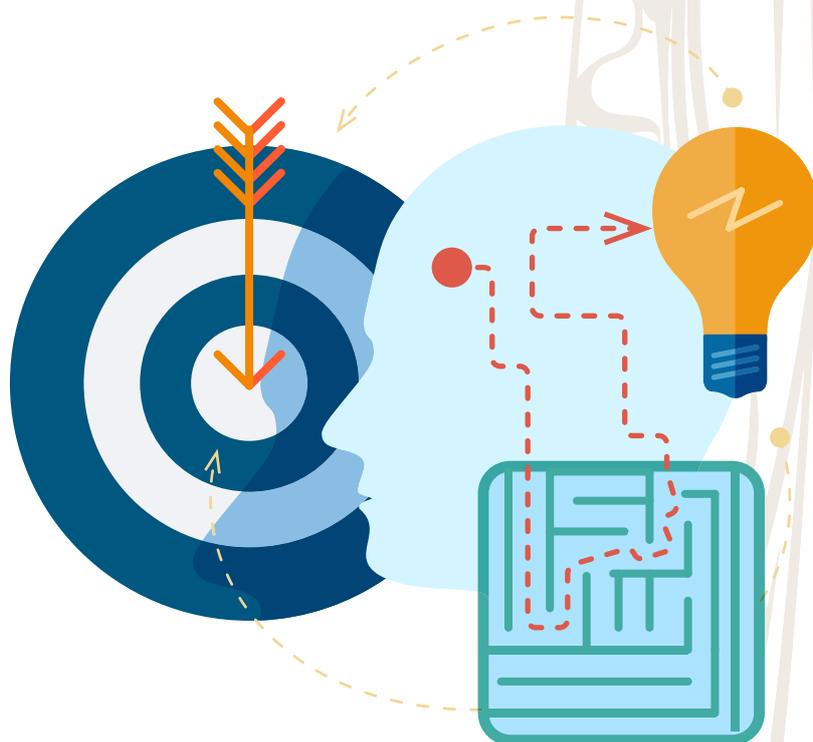
**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

Reativar o projeto “Converse com o Presidente”, estimulando servidores a integrar a Gestão Participativa, com o envio de sugestões para a administração, em lugar de questionamentos voltados apenas para os interesses pessoais.

Manter e ampliar o mural físico e *on-line*, expandi-los às oportunidades de compra, venda ou troca de produtos entre os servidores, a exemplo do que ocorre no TRT-MT e no STF.

Promover junto ao público interno as campanhas desenvolvidas pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), sobretudo as voltadas para cumprimento das metas nacionais, bem como as que visam a melhoria do clima organizacional.

Estabelecer parceria com a Escola dos Servidores e Escola da Magistratura (ESMAGIS), para inserir curso teórico/prático de *media training* (ministrado por empresa especializada) nas capacitações para gestores - gerais de comarcas e magistrados; ampliá-los aos desembargadores e gestores da Baixada Cuiabana.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## **6. PROJETOS INSTITUCIONAIS**

Realizar campanhas institucionais, em parceria com a Assembleia Legislativa e Governo Estadual, voltadas à prestação de serviços nas áreas de combate à violência doméstica e familiar, infância e juventude, combate às drogas e assistência social etc.

Firmar parceria institucional com cursos superiores para levar palestras e informações sobre o Poder Judiciário.

Realizar, pelo menos a cada dois anos, o “Curso Básico de Direito e Poder Judiciário para Jornalistas ” e estabelecer parceria com os cursos de História para realizar pesquisas em documentos históricos do PJMT.

Promover, a cada dois anos, pesquisa de opinião para analisar a imagem do Poder Judiciário junto aos públicos interno (servidores e magistrados) e externo (advogados e jurisdicionados).

A pesquisa de opinião com público externo deve mensurar a percepção da sociedade e advogados quanto à imagem e confiabilidade do Poder Judiciário, bem como medir a satisfação em relação aos serviços prestados pela instituição.

A pesquisa de opinião com o público interno deve medir o nível de percepção dos servidores e magistrados sobre as medidas adotadas pelo Tribunal; o nível de percepção sobre os processos de comunicação e, ainda, mensurar o nível de satisfação quanto aos produtos e canais utilizados na comunicação interna. Deve, ainda, medir a percepção da imagem do Poder Judiciário, confiabilidade, clima organizacional e satisfação com as medidas adotadas pela Alta Administração do Poder Judiciário.





COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
(65) 3617 3002/3650

## 7. MEIOS E CANAIS DE COMUNICAÇÃO

A estratégia de divulgação faz uso de mecanismos, nos mais diversos meios e canais de comunicação multimídia. O Plano de Comunicação Institucional se apoia no uso coordenado de todas as mídias, das tradicionais até as novas tecnologias de informação. O emprego de novas tecnologias potencializa troca de informações rápida, eficaz e atualizável, em curto intervalo de tempo e baixa aplicação de recursos.

São utilizados, também, outros veículos de comunicação, como Rádio e TV, para ampliar o acesso à informação sobre as intenções e o monitoramento dos resultados alcançados.

Os canais de comunicação do TJMT transmitem conhecimento acerca das ações desenvolvidas pelo Poder Judiciário, fomentando a transparência institucional.

Para o público externo, as informações sobre a gestão estratégica e os meios de comunicação estão disponibilizadas no portal do TJMT, com acesso irrestrito via endereço eletrônico: [www.tjmt.jus.br](http://www.tjmt.jus.br)

Para o público interno, além do portal *Intranet* do TJMT, [intranet.tjmt.jus.br](http://intranet.tjmt.jus.br), estão disponíveis, na rede, as informações pertinentes à vida funcional do servidores e magistrados, bem como ações desenvolvidas pelo Poder Judiciário do Estado de Mato Grosso afeta a estes.





**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**(65) 3617 3002/3650**

## **8 – Finalidade**

A finalidade do Plano de Comunicação é servir de parâmetro norteador das presentes e futuras ações a serem desenvolvidas pela Coordenadoria de Comunicação Social da Presidência do TJMT, primando pela efetiva circulação das informações, tanto na esfera institucional voltada para o público interno, como para a sociedade em geral.

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE MATO GROSSO**  
**COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL 2017/2020**

**Ranniery Wanrhawtt Azeredo Queiroz**  
**Coordenador de Comunicação**

**Vlademir Cargnelutti**  
**Diretor de Comunicação e Identidade Visual**

**Álvaro Fernando Ferreira Marinho**  
**Diretor de Imprensa e Novas Mídias**