

Indicador STJ NA MÍDIA						
Perspectiva: Sociedade						
Objetivo estratégico: Fortalecer a imagem e a transparência institucional						
Meta	Atingir 100% do engajamento do público previsto para cada tipo de mídia prioritária, até dez/2026.					
	Meta desdobrada					
LB 2021	2021	2022	2023	2024	2025	2026
100%	-	100%	100%	100%	100%	100%
Mensuração	100%	99,94%				
O que mede	Mede o percentual de engajamento do público às mídias sociais consideradas.					
Unidade organizacional	Secretaria da Comunicação Social – SCO					
Onde mede	Planilhas próprias.					
Periodicidade	Mensal					
Por que mede	Para acompanhar o engajamento do cidadão com as notícias do STJ, visando em particular aumentar o interesse positivo e assim a imagem do Tribunal.					
Como mede	<p style="text-align: center;">(2 * Cumprimento da meta de acessos às notícias no site + Cumprimento da meta Instagram + Cumprimento da meta Twitter + Cumprimento da meta YouTube) / 5</p>					
Glossário	<p>LB: Linha de Base.</p> <p>Cumprimentos de metas: percentual resultante para cada elemento da equação do numerador, sendo que pela prioridade, a meta dos acessos às notícias no site é o mais relevante e fica com peso 2 na equação.</p> <p>Acessos às notícias no site: Páginas visualizadas pelos leitores das notícias veiculadas no Portal STJ.</p> <p>Instagram: Alcance + impressões para cada post no Instagram pelo usuário @stjnoticias.</p> <p>Twitter: Alcance + impressões para cada tuíte pelo usuário @stjnoticias.</p> <p>YouTube: Quantitativo de visualizações de cada vídeo postado no canal oficial do STJ.</p>					
Observações	<ul style="list-style-type: none"> – Pelas incertezas do momento que se está vivendo, as metas para 2021 serão 80% da LB 2020, exceto visualizações no YouTube que se manteve no patamar de 2020. Depois, serão metas crescentes ao longo do sexênio. – Não houve LB 2020 pois não havia como retroativamente estabelecer metas. – As redes sociais e outras formas de interação com o cidadão podem ser revistas ao longo da vida do indicador e serem inclusas sem alterar a meta. Isso pela própria dinâmica do meio de comunicação moderno. 					

	<ul style="list-style-type: none"> – Quando da definição do indicador, o Facebook foi considerado como mídia em desuso e <i>Flickr</i> e <i>LinkedIn</i> mídias muito de nicho. – Também não se considerou <i>WhatsApp</i>, pois não há como acompanhar o compartilhamento das notícias ou engajamento por conta das restrições de segurança e sua natureza de comunicação mais particular.
Gestor titular	Camilla Ferreira de Lima
Gestor substituto	Francisco Assul de Souza Junior
Responsável pelo registro	Tânia Regina Ferreira dos Santos
Portaria de designação dos gestores	Portaria n. 383/2023
Processo	STJ n. 23.366/2021

Atualizado em 4/5/2023