



PODER JUDICIÁRIO

DIÁRIO DA JUSTIÇA ELETRÔNICO

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL

Nº: 68/2021

Divulgação: sexta-feira, 09 de abril

Publicação: segunda-feira, 12 de abril

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL

Praça dos Três Poderes
Brasília - DF
CEP: 70175-900
Telefone: (61) 3217-3000
www.stf.jus.br

Ministro Luiz Fux
Presidente

Ministra Rosa Weber
Vice-Presidente

Edmundo Veras dos Santos Filho
Diretor-Geral

©2021

PRESIDÊNCIA

RESOLUÇÃO Nº 730, DE 08 DE ABRIL DE 2021.

Institui a Política de Comunicação Social do Supremo Tribunal Federal.

O PRESIDENTE DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, no uso de suas atribuições legais e regimentais,

CONSIDERANDO estar entre os objetivos do Planejamento Estratégico do Supremo Tribunal Federal (STF) o aperfeiçoamento da comunicação interna e externa;

CONSIDERANDO a missão do STF de "garantir a supremacia da instituição, com respeito à segurança jurídica, aos direitos fundamentais e à integridade do Estado Democrático de Direito";

CONSIDERANDO o objetivo estratégico do Plano de Gestão de aprimorar a governança, a transparência e a gestão;

CONSIDERANDO a crescente demanda social por uma comunicação mais transparente, eficiente e eficaz, que amplie o conhecimento dos cidadãos acerca das atribuições do STF, bem como de seus serviços prestados;

CONSIDERANDO a necessidade de uma política de comunicação social alinhada ao Planejamento Estratégico e ao Plano de Gestão;

CONSIDERANDO os princípios constitucionais, em especial os da transparência, da publicidade e da impessoalidade;

CONSIDERANDO o que consta no Processo Administrativo Eletrônico nº 000206/2021,

RESOLVE:

Art. 1º Fica instituída a Política de Comunicação Social do Supremo Tribunal Federal (STF), com o objetivo de regulamentar a comunicação institucional, nos âmbitos externo e interno, garantindo seu alinhamento aos princípios constitucionais da Administração Pública e ao Regimento Interno do Tribunal.

CAPÍTULO I DAS DIRETRIZES

Art. 2º As ações de comunicação social do STF obedecerão às seguintes diretrizes:

- I - promover o respeito à Constituição Federal e às leis;
- II - contribuir para o fortalecimento da imagem institucional;
- III - ampliar a credibilidade do Tribunal junto à sociedade, com a

divulgação de informações que contribuam para o melhor entendimento de suas atividades jurisdicional e administrativa;

IV - promover a unidade de discurso, textual e não textual, de forma a apresentar a informação institucional de maneira objetiva;

V - divulgar, de forma clara, didática e acessível, as decisões e os julgamentos do STF, bem como os serviços mantidos pelo Tribunal à disposição do cidadão;

VI - divulgar exclusivamente informações vinculadas ao exercício das funções institucionais do STF, podendo apoiar iniciativas de comunicação no âmbito do Poder Judiciário com aval da Presidência;

VII - primar pelo aspecto coletivo e interesse público dos conteúdos nos diferentes meios de comunicação oficiais, bem como ampliar o debate democrático e o exercício da cidadania;

VIII - promover a cultura da transparência na Administração Pública e o exercício da cidadania;

IX - zelar pela proteção da informação sigilosa, em consonância com a Lei de Acesso à Informação;

X - incentivar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos;

XI - instituir e manter procedimentos para identificação de situações de risco para a imagem da instituição e para o enfrentamento de crises no âmbito comunicacional;

XII - instituir e manter procedimento regular de pesquisa e de tratamento de dados sobre a percepção da sociedade a respeito do STF e sobre o acesso à comunicação institucional, a fim de ampliar o diálogo com seus públicos, avaliar e aperfeiçoar as ações de comunicação;

XIII - auxiliar na promoção de um clima organizacional propício ao desenvolvimento institucional, bem como apoiar ministros, assessores, diretores, secretários, coordenadores, gerentes, servidores e colaboradores para o aperfeiçoamento das aptidões de comunicação social.

CAPÍTULO II DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 3º Cabe à Secretaria de Comunicação Social (SCO), gerenciar, de forma estratégica e integrada, as ações de comunicação institucional do STF, a fim de manter a unidade e o caráter impessoal do discurso.

§ 1º Os veículos/canais de comunicação institucional e os perfis em mídias sociais serão propostos ou criados e gerenciados pela SCO do Tribunal, com definição de estratégia, posicionamento, calendário e linha editorial.

§ 2º Os veículos/canais de comunicação devem estimular o debate público e a participação da sociedade.

§ 3º São considerados veículos/canais de comunicação social institucional a serem gerenciados pela SCO:

I - portal de notícias, intranet e *pop-ups*;

II - murais, totens e painéis;

III - boletins e *newsletters*;

IV - TV e Rádio Justiça;

V - redes sociais;

VI - demais veículos/canais a serem criados a partir da inovação tecnológica.

§ 4º Podem ser considerados veículos/canais de comunicação social institucional, ainda que em caráter temporário e excepcional, planos de fundo de telas de computadores institucionais, *banners* e outros espaços físicos ou virtuais identificados em planejamento e autorizados pelo Tribunal para execução de estratégias de comunicação.

§ 5º A SCO poderá, excepcionalmente, autorizar o desenvolvimento de atividades de comunicação por outros setores, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a Política de Comunicação Social do STF e normas complementares.

Art. 4º A comunicação do STF deve ser conduzida de forma a ser acessível aos diversos segmentos da sociedade.

§ 1º A fim de efetivar essa comunicação, a SCO deve identificar os públicos específicos e gerenciar, por meio de canais adequados, o relacionamento com cada um deles.

§ 2º Em todos os casos, a linguagem a ser utilizada deve ser objetiva, simples e clara, a fim de facilitar o entendimento sobre a missão institucional do Tribunal.

Art. 5º Incumbe à SCO a implantação, a execução e o monitoramento da Política de Comunicação

Social, sob supervisão da Secretaria-Geral da Presidência, em consonância com o planejamento estratégico institucional.

Art. 6º É dever de todos os que trabalham no STF zelar pela reputação e imagem da instituição.

§ 1º Ao utilizarem as mídias sociais, os servidores devem estar atentos ao postar informações relacionadas à atuação no Tribunal, sendo as postagens em contas pessoais de responsabilidade dos usuários proprietários das contas.

§ 2º O comportamento profissional deve ser guiado pelo uso responsável, pela honestidade e pelo respeito à privacidade.

§ 3º A conduta de servidores deve levar em consideração que as mídias sociais tornam públicas informações e opiniões particulares, exigindo dos interlocutores, ao manifestarem-se por seus canais pessoais, a obediência aos princípios da verdade, da legalidade e da boa-fé.

§ 4º O STF gerencia canais próprios e oficiais nas redes sociais e, embora estimule os servidores a ajudarem no compartilhamento e na difusão do conteúdo publicado pelo órgão, veda a criação de perfis ou grupos em nome da Suprema Corte, seja por meio de iniciativa particular ou de área técnica.

§ 5º A estratégia de comunicação em mídias sociais do STF é de responsabilidade da SCO, em alinhamento com a Secretaria-Geral da Presidência.

Art. 7º As unidades do STF devem considerar a comunicação social no planejamento de seus projetos e informar à SCO, previamente, sobre as ações planejadas, a fim de que sejam elaboradas, em conjunto, soluções e estratégias de comunicação.

CAPÍTULO III DAS ATIVIDADES

Art. 8º A comunicação social do STF engloba as seguintes atividades:

- I - Assessoria de Imprensa;
- II - Comunicação Interna;
- III - *Design* Gráfico e *Online*;
- IV - Comunicação Digital;
- V - TV e Rádio Justiça.

Art. 9º Compete ao setor responsável pela Assessoria de Imprensa:

- I - gerenciar o relacionamento com os veículos de imprensa, atendendo demandas e intermediando contato do jornalista com as fontes;
- II - colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre as atividades do STF, conforme critérios editoriais definidos em manual operacional;
- III - gerir os canais próprios de comunicação do STF, excetuados TV e Rádio Justiça e perfis nas mídias sociais;
- IV - monitorar a imagem do STF e de seus ministros na imprensa;
- V - orientar ministros e gestores quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa;
- VI - elaborar estratégias de divulgação das atividades do STF;
- VII - coordenar a fotografia, os serviços de *clipping* e gerir o banco de imagens, além de realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

Art. 10. Cabe ao setor responsável pela Comunicação Interna:

- I - coletar, apurar, produzir e publicar informações sobre as unidades do Tribunal, dirigidas ao público interno, conforme critérios editoriais definidos em manual operacional;
- II - gerir os canais próprios de comunicação interna do STF;
- III - criar soluções para atender demandas de divulgação de conteúdos ao público interno;
- IV - elaborar estratégias de divulgação das atividades internas do STF;
- V - realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

Art. 11. São funções do setor responsável pelo *Design* Gráfico e *Online*:

- I - zelar pela identidade visual do STF e promover, com base no manual de aplicação, seu correto uso nos materiais institucionais do Tribunal;
- II - criar soluções para as demandas de *design* gráfico e digital endereçadas à SCO;
- III - coordenar, orientar, propor e elaborar ações de publicidade em campanhas de divulgação institucional interna;
- IV - implementar atualizações necessárias ao Manual de Aplicação da Marca do STF;
- V - realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

Art. 12. Compete ao setor responsável pela Comunicação Digital:

- I - propor, criar, gerenciar e manter perfis institucionais do STF nas redes sociais;
- II - monitorar a presença desses perfis nas redes, bem como sua interação com os usuários;
- III - promover o relacionamento do STF com os usuários das plataformas digitais, com base nas diretrizes desta Política;
- IV - elaborar a Política de Uso e Convivência para as redes sociais em que o Supremo estiver presente, definindo as regras para publicações e interações;

V - manter atualizada a Política de Uso e Convivência para as redes sociais;

VI - realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

Art. 13. São funções da TV e Rádio Justiça:

- I - transmitir, ao vivo, as sessões de julgamento do Plenário do STF e de outros tribunais parceiros na gestão da TV Justiça;
- II - produzir e veicular programas de cunho informativo, cultural, educacional e de promoção da Justiça e da cidadania;
- III - administrar o conteúdo e a produção da TV e Rádio Justiça;
- IV - produzir as notícias do Poder Judiciário que são transmitidas na Voz do Brasil;
- V - realizar outras atividades estabelecidas em normativos aplicáveis à área.

CAPÍTULO IV DOS REQUISITOS

Art. 14. A Política de Comunicação Social do STF deve contar com:

- I - acesso tempestivo, regular e transparente às informações oriundas do Tribunal, preservando sua veracidade e pertinência;
- II - garantia de recursos para cumprir objetivos e diretrizes, visando à difusão da informação, sua tradução para melhor compreensão, agregação de valor e contextualização;
- III - desenvolvimento ou aquisição de tecnologia atualizada, necessária ao cumprimento dos objetivos e das diretrizes;
- IV - estabelecimento de instrumentos de planejamento envolvendo as unidades administrativas interessadas;
- V - permissão para uso de peças processuais do STF de processos públicos, tendo como fonte os sistemas internos disponíveis.

CAPÍTULO V DAS RESPONSABILIDADES

Art. 15. Cabe aos servidores e colaboradores em exercício no STF:

- I - zelar para que manifestações de caráter pessoal não sejam tomadas indevidamente como institucionais, seja no exercício de suas funções ou fora dele, inclusive nas redes sociais;
- II - observar a legislação vigente relativa ao sigilo das informações, em especial o disposto no art. 116, inciso VIII, da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990, e no Código de Ética dos Servidores do STF;
- III - reportar à SCO, nos termos das normas e dos procedimentos vigentes, sempre que for contactado por algum veículo de comunicação, jornalista ou qualquer pessoa que se identifique como profissional de comunicação, orientando-o a procurar a SCO para atendimento da solicitação; e
- IV - manifestar-se na qualidade de porta-voz somente quando previamente indicado e orientado pela SCO.

CAPÍTULO VI DO COMITÊ DE IMPRENSA

Art. 16. O Comitê de Imprensa é o espaço destinado aos profissionais que fazem a cobertura do STF e compete à SCO:

- I - credenciar jornalistas que tenham interesse em acompanhar as atividades diárias do Tribunal no Comitê;
- II - orientar os jornalistas sobre as regras, restrições e outras informações que envolvam o trabalho desses profissionais;
- III - limitar a quantidade de credenciados de acordo com o espaço disponível, observando sempre a isonomia e a igualdade entre os veículos de comunicação;
- IV - manter a interlocução com os jornalistas credenciados para o respeito às regras do uso do espaço do Tribunal.

CAPÍTULO VII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 17. A Política de Comunicação Social de que trata a presente Resolução deverá ser revisada periodicamente.

Art. 18. Cabe à SCO elaborar e implementar manuais operacionais com base na presente Política.

Art. 19. É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação do STF, de suas unidades e órgãos.

Parágrafo único. A logomarca do STF não deverá ser utilizada para fins particulares, fora dos padrões especificados em manual ou em peças ou ações com fins comerciais ou contrários às diretrizes desta Política de Comunicação Social.

Art. 20. Compete ao Secretário-Geral da Presidência dirimir as dúvidas suscitadas na aplicação desta Resolução, sendo os casos omissos decididos pelo Presidente do STF.

Art. 21. Esta Resolução entre em vigor na data de sua publicação.

Ministro **LUIZ FUX**