



POLÍTICA  
DE COMUNICAÇÃO  
DA 5ª REGIÃO

RECIFE, AGOSTO DE 2019

POLÍTICA  
DE COMUNICAÇÃO  
DA 5ª REGIÃO

RECIFE, AGOSTO DE 2019

## **TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 5ª REGIÃO**

Presidente

Desembargador Federal Vladimir Carvalho

Vice-Presidente

Desembargador Federal Rubens Canuto

Corregedor-Regional

Desembargador Federal Carlos Rebêlo Júnior

Desembargadores Federais

Lázaro Guimarães

Paulo Roberto de Oliveira Lima

Manoel Erhardt

Rogério Fialho Moreira

Edilson Nobre Júnior

Fernando Braga

Roberto Machado

Paulo Cordeiro

Cid Marconi

Alexandre Luna

Élio Siqueira

Leonardo Carvalho

## **ELABORAÇÃO**

Isabelle Câmara – TRF5

## **COLABORAÇÃO**

Anna Ruth Dantas – SJRN

André Gonçalves Garcia – TRF5

Bruno Brito de Azevedo – TRF5

Débora de Oliveira Lobo – TRF5

Emanuela Ribeiro – SJCE

José Francisco Macena – TRF5

Juliana Dantas Rocha – SJPB

Juliana Gouveia Galvão – TRF5

Juliana Sá – SJPE

João Bosco Fonseca Coelho – TRF5

Lorena Mascarenhas Vasconcelos – TRF5

Maria Barreiros - SJAL

Najara Lima – SJSE

Rachel Pacheco Hopper – TRF5

## **CONSULTORIA**

Wilson da Costa Bueno

## **REVISÃO**

Juíza Federal Joana Carolina Lins Pereira

Auxiliar da Presidência

Rondon Veloso

Assessor do Gabinete da Presidência do TRF5

## Sumário

Introdução.....	6
Dos princípios e das diretrizes.....	8
Da estrutura e das atividades.....	10
Dos públicos estratégicos.....	16
Da memória.....	17
Da comunicação interna.....	18
Da gestão da marca.....	20
Dos canais oficiais.....	22
Da comunicação digital / mídias sociais.....	24
Do relacionamento com a imprensa.....	26
Da prevenção e do gerenciamento de crise.....	31
Da implantação da política de comunicação.....	33
Referências bibliográficas.....	34

## INTRODUÇÃO

É notório o crescente interesse da mídia pelo Poder Judiciário. Boa parte do noticiário nacional tem como fontes ou se refere diretamente a decisões do Poder Judiciário, que até a década passada era considerado hermético. Das editorias de esporte à política, fala-se sobre o Judiciário, quando não há espaços específicos sobre o tema em jornais, sites ou canais de rádio e TV. Esse fenômeno se deve à conjugação de fatores como independência do Judiciário e consolidação do direito à informação e à liberdade de expressão, garantidos na Constituição Federal de 1988.

Mas não só: a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) e a Resolução nº 85/2009, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), colocam os temas publicidade, transparência e comunicação em evidência, fazendo com que as instituições públicas, sobretudo o Judiciário, permitam o acesso às informações e divulguem suas ações “com linguagem clara e acessível, disponibilizando, com transparência, informações 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”.

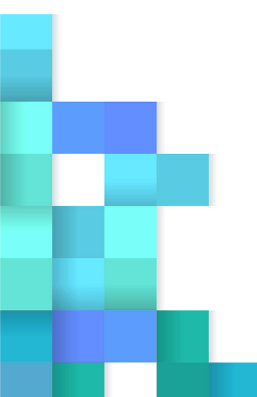
Dessa forma, a Justiça tem buscado, cada vez mais, estreitar esse diálogo e profissionalizar suas assessorias de Comunicação, de modo a aprimorar o relacionamento com a Imprensa. Diversos órgãos do Judiciário têm editado políticas de comunicação e manuais de comportamento, sobretudo para as redes sociais.

Assim, a Política de Comunicação da Justiça Federal da 5ª Região tem o objetivo de estabelecer valores, objetivos, diretrizes e normas, além de propor estruturas para as assessorias de Comunicação da 5ª Região, com a finalidade de orientar o desenvolvimento de ações, estratégias e produtos de comunicação para

a Instituição, tendo em vista a qualidade da informação divulgada e o seu relacionamento com os diversos públicos de interesse.

Aspectos como princípios e diretrizes, estruturas e atividades, públicos estratégicos, memória, comunicação interna, gestão da marca, canais oficiais, mídias sociais, relacionamento com a imprensa, prevenção e gerenciamento de crise são tratados neste documento, que começou a ser formulado durante o IV Encontro de Assessores de Comunicação da 5ª Região, reunião de trabalho realizada na seccional norte-rio-grandense da Escola de Magistratura Federal da 5ª Região (Esmafe-RN), em outubro de 2017. Na ocasião, as assessorias de Comunicação da 5ª Região contaram com a consultoria do jornalista Wilson da Costa Bueno, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), com mestrado e doutorado em Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e destacada atuação nas áreas de Comunicação Empresarial/Organizacional.

A Política de Comunicação da Justiça Federal da 5ª Região expressa, portanto, o compromisso público com uma comunicação clara, rápida e efetiva, baseada na ética, na transparência, na verdade, na visão estratégica e no profissionalismo.



## DOS PRINCÍPIOS E DAS DIRETRIZES

1. A Comunicação Social da 5ª Região será regida pelos seguintes princípios e valores:

- I - supremacia do interesse público;
- II - respeito aos direitos fundamentais;
- III - humanização;
- IV - garantia do direito à informação;
- V - ética;
- VI - impessoalidade;
- VII - verdade;
- VIII - transparência;
- IX - eficiência;
- X - visão estratégica;
- XI - objetividade;
- XII - acessibilidade;
- XIII - sustentabilidade;
- XIV - educação;
- XV - diversidade;
- XVI - economicidade;
- XVII - integração;
- XVIII - publicidade.

2. As ações de Comunicação Social deverão obedecer às seguintes diretrizes:

- I – promoção do respeito à Constituição Federal e às leis pátrias;
- II – contribuição para o fortalecimento e para o zelo da imagem institucional da Justiça Federal perante a sociedade;
- III – divulgação da atuação do TRF5 e das Seções Judiciárias



vinculadas nas esferas judicial e extrajudicial, de forma sistemática, em linguagem acessível e inclusiva;

IV – utilização de múltiplos e diferentes canais de divulgação para alcançar os diversos setores da sociedade, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;

V – garantia do caráter educativo da informação;

VI – criação de canais de comunicação que estimulem o debate e a participação da sociedade e de integrantes das instituições;

VII - divulgação exclusiva de ações vinculadas ao exercício das funções institucionais do TRF5 e das respectivas Seções Judiciárias;

VIII – vedação do uso dos canais oficiais de Comunicação Social para a promoção pessoal de magistrados ou servidores, em ações desvinculadas das atribuições inerentes aos seus cargos ou funções;

IX – capacitação de membros(as) e servidores(as) para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação social;

X - demais diretrizes previstas no art. 3º da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011).

3. É responsabilidade de todos que trabalham na Justiça Federal da 5ª Região zelar pela boa imagem da Instituição, inclusive nas redes sociais, e cuidar para que os processos e produtos de comunicação social se realizem em conformidade com os objetivos institucionais.

4. As eventuais ações de publicidade da Justiça Federal da 5ª Região serão definidas de acordo com as diretrizes constantes nesta Política de Comunicação Social e na Lei 12.322/2010, para os casos em que o serviço for prestado por intermédio de agências de propaganda.

## DA ESTRUTURA E DAS ATIVIDADES

5. Para os fins desta Resolução, definem-se como áreas da Comunicação Social:

I – Comunicação Interna, com as atribuições de:

- a) colher, apurar, produzir, editar e publicar material jornalístico sobre atividades administrativas, sociais, culturais e outras direcionadas ao público interno;
- b) criar materiais de apoio à divulgação interna, como a produção de boletins, newsletters, jornais murais, cartazes e conteúdo para a intranet, além de propor novos canais de comunicação;
- c) elaborar e promover a divulgação do plano de ação de campanhas para o público interno;
- d) realizar a cobertura jornalística de ações e eventos internos e institucionais;
- e) definir, em conjunto com a área demandante, estratégias de divulgação destinadas ao público interno;
- f) desempenhar outras tarefas típicas do setor, designadas pelo diretor(a) ou supervisor(a) da seção de Comunicação.

II - Relacionamento com a Imprensa, com as atribuições de:

- a) apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre decisões judiciais e ações institucionais e divulgá-lo externamente, seguindo os critérios editoriais estabelecidos nesta Política e demais normativos internos;
- b) acompanhar e analisar as notícias da mídia de interesse do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas;
- c) orientar magistrados(as) e servidores(as) quanto às me-

lhores práticas de relacionamento com a imprensa e acompanhar entrevistas;

- d) atender a demandas de imprensa e intermediar contato de jornalistas com magistrados(as) e servidores(as) da Instituição, com apoio da Presidência, da Direção do Foro e/ou dos Gabinetes, se for o caso;
- e) definir, sempre que necessário e em conjunto com um/a integrante da alta Administração, a estratégia de divulgação das atividades do TRF5 e das Seções Judiciárias, além de executá-la;
- f) desempenhar outras tarefas típicas do setor, designadas pelo diretor(a) ou supervisor(a) da unidade de Comunicação.

### III – Editoração, com as atribuições de;

- a) criar e conceber campanhas de comunicação interna;
- b) criar, elaborar a arte gráfica, desenvolver identidades visuais, diagramar/fazer a editoração eletrônica e editar imagens para os canais oficiais de comunicação (internos e externos) do TRF5, impressos e digitais;
- c) confeccionar material gráfico para cursos e eventos;
- d) desempenhar outras tarefas típicas do setor, designadas pelo diretor(a) ou supervisor(a) da unidade de Comunicação.

### IV – Fotografia e Audiovisual, com as atribuições de:

- a) realizar registro fotográfico e audiovisual de eventos, para divulgação institucional;
- b) coordenar, alimentar e manter bancos de imagens institucionais;
  - c) realizar edição de imagens em produtos de comunicação produzidos pelo setor, como vídeos, revistas, jornais e posts para as redes sociais;

d) desempenhar outras tarefas típicas do setor, designadas pelo diretor(a) ou supervisor(a) da unidade de Comunicação.

V - Comunicação Digital, com as atribuições de:

- a) propor, criar, gerir e atualizar o conteúdo de portais, páginas e sítios, intranets, comunidades internas e redes sociais;
- b) analisar e monitorar a presença da Instituição nas mídias digitais;
- c) interagir com seguidores e responder às suas perguntas, sempre que necessário;
- d) produzir conteúdo digital para a divulgação das ações internas e externas da Justiça Federal da 5ª Região;
- e) desempenhar outras tarefas típicas do setor, designadas pelo diretor(a) ou supervisor(a) da unidade de Comunicação.

VI – Seção de Apoio Administrativo, com as atribuições de:

- a) providenciar o arquivamento de reportagens e matérias relativas à Justiça Federal da 5ª Região veiculadas pela imprensa local, regional e nacional;
- b) monitorar e gerenciar processos da Comunicação em sistemas como o SEI!, Geafin, Fluxus etc.;
- c) elaborar e expedir ofícios, memorandos, correspondências oficiais e demais solicitações que se refiram ao trabalho de divulgação do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas, administrando, também, as correspondências recebidas;
- d) gerenciar o ponto eletrônico e a frequência de servidores, estagiários e terceirizados;
- e) dar apoio à equipe de jornalismo no que for solicitado, para o bom andamento das atividades da Unidade;

f) desempenhar outras tarefas típicas do setor, designadas pelo diretor(a) ou supervisor(a) da unidade de Comunicação.

5.1 Atribuições e atividades não previstas nesta Política estão descritas no Manual de Atribuições do TRF5, capítulo Divisão de Comunicação Social, aprovado por meio do Ato nº 308/2018 da Presidência do Tribunal.

6. O Tribunal e as Seções Judiciárias deverão dotar de estrutura física, organizacional e tecnológica as unidades de Comunicação Social, provendo equipe especializada compatível com o porte institucional, adequada à realização das ações elencadas no Item 5, composta, preferencialmente, de:

I - Em Segunda Instância (TRF), no mínimo, um servidor(a) em cada uma das áreas descritas no Item 5;

II - Em Primeira Instância (Seções Judiciárias), no mínimo, um servidor(a) e um estagiário(a), para cada uma das seguintes áreas:

- a) Assessoria de imprensa, compreendendo a divulgação das decisões e serviços judiciais, o atendimento aos veículos e a intermediação de entrevistas;
- b) Comunicação Interna e Comunicação Digital;
- c) Editoração/design gráfico e produção de material fotográfico, audiovisual e publicitário.

6.1 As atividades previstas nos itens anteriores deverão ser executadas, preferencialmente, por servidores com formação profissional na área de Comunicação Social ou áreas afins.

6.2 As equipes que atuam na Comunicação Social do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas devem atender às demandas de comunicação com presteza e celeridade.

7. A ação orçamentária para consignar orçamento às instituições da Justiça Federal da 5ª Região, visando atender às despesas com comunicação institucional é a denominada “Publicidade Institucional e de Utilidade Pública (PIUP)” e destina-se a viabilizar as ações relativas às áreas elencadas no art. 5º desta Resolução.

7.1 Na definição de suas dotações orçamentárias, as instituições da Justiça Federal da 5ª Região deverão contemplar as ações de Comunicação Social, reservando recursos regulares compatíveis com as atividades e metas a serem alcançadas.

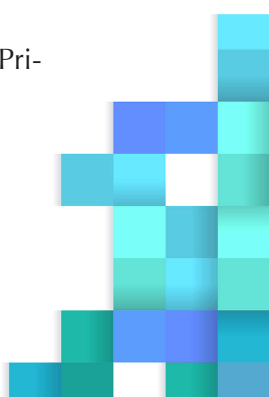
7.2 As instituições da Justiça Federal deverão envidar esforços no sentido de realizar as contratações necessárias para propiciar o aprimoramento da comunicação com os públicos interno e externo.

7.3 Os serviços e produtos de Comunicação, que podem ser objeto de aquisições mediante a ação orçamentária Publicidade Institucional e de Utilidade Pública (PIUP), são os seguintes:

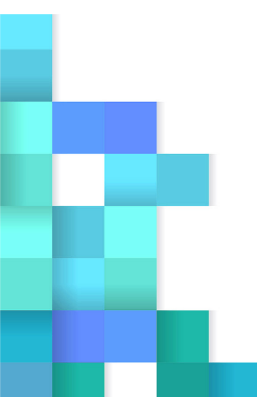
I - serviços de jornalismo, relações públicas, assessoria de imprensa e publicidade para produção de matérias jornalísticas, revistas ou informativos institucionais impressos ou eletrônicos, fotografia, programas de TV e produção de material audiovisual, programas de rádio, campanhas publicitárias institucionais, material gráfico de divulgação institucional, clipping de notícias e conteúdos em mídias digitais, em caráter eventual ou continuado;

II - equipamentos de fotografia, gravação e edição em vídeo, gravação de áudio, editoração eletrônica e mídias digitais em geral.

8. As unidades de Comunicação Social da Justiça Federal de Primeiro e Segundo Grau deverão estar diretamente subordinadas à Presidência e à Direção do Foro, respectivamente.



9. As campanhas, linguagem de comunicação eminentemente publicitária, compreendem a realização de ações e peças de comunicação para esclarecimento ao público interno e externo sobre direitos, produtos e serviços de relevante interesse institucional e social, no âmbito da Justiça Federal da 5ª Região.



## DOS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

10. Denominam-se públicos estratégicos todos aqueles que, com ou sem vínculo com a Administração, contribuem direta ou indiretamente para o cumprimento da missão, da visão, dos valores e dos objetivos da Instituição e são influenciados por sua atuação, quais sejam:

- I – magistrados;
- II – servidores (ativos, aposentados e pensionistas);
- III – colaboradores (terceirizados, estagiários de níveis superior e médio, voluntários);
- IV – jurisdicionados;
- V – advogados públicos e privados;
- VI – membros do Ministério Público da União;
- VII – procuradores municipais, estaduais e da União;
- VIII – estudantes;
- IX – beneficiários do Poder Judiciário;
- X – sociedade.



## DA MEMÓRIA

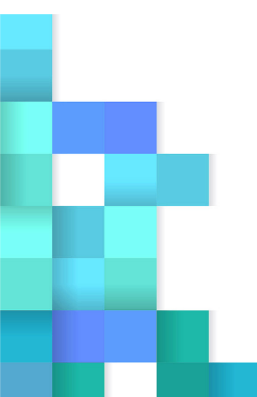
11. Cabe à Comunicação Social propor, elaborar, preservar e guardar peças e produtos de comunicação que tratam da Memória Institucional, como estimuladora de significados e geradora de pertencimentos.

11.1 Entende-se por Memória Institucional a subjetividade organizacional, que viabiliza a conexão, a participação e a inovação, vitais para o atendimento de demandas sociais de legitimidade e intangíveis, como reputação, credibilidade e confiança.

11.2 Compreende-se por peças e produtos da Comunicação Social que tratam da memória institucional aquelas que buscam criar uma narrativa em que a trajetória das pessoas e dos objetos que compõem a Justiça Federal da 5ª Região seja inspiradora e crie conexões, a ponto de desencadear relações e, por conseguinte, amparar iniciativas e engajamentos.

11.3 As peças e produtos de Comunicação que tratam da Memória podem ser vídeos institucionais, livros, ensaios fotográficos, revistas, websites etc.

11.4 As atribuições previstas neste item deverão ser realizadas em conjunto com a unidade da instituição dedicada à preservação de sua história, cabendo a esta última a identificação, para exposição em ambiente próprio (físico ou virtual), de peças ou produtos que sejam significativos para tal finalidade.



## DA COMUNICAÇÃO INTERNA

12. A Comunicação Interna consiste em um processo amplo, diverso e planejado que articula os diversos públicos internos da Justiça Federal da 5ª Região, para atender aos objetivos de:

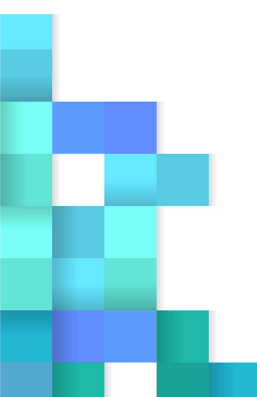
- a) estimular internamente a circulação de informações qualificadas;
- b) disseminar e fortalecer a cultura organizacional, com atenção aos valores, visão e missão da Justiça Federal;
- c) favorecer a criação de um clima interno saudável e produtivo.

13. A Comunicação Interna compreende o planejamento e a gestão de ações que promovam e facilitem a comunicação entre a alta Administração, os magistrados, os gestores, servidores, estagiários, funcionários terceirizados e demais colaboradores institucionais.

13.1 São exemplos de meios de Comunicação Interna a produção e a veiculação de comunicados e notícias de caráter interno nos mais diversos canais institucionais, tais como internet, intranet, boletim interno, painel digital, newsletter, e-mail, proteção de tela dos computadores e quadro de avisos; a promoção de eventos, ações, campanhas e encontros (face a face) que estimulem o diálogo, as boas práticas de gestão, a troca de experiências, a disseminação do conhecimento e a conscientização socioambiental no ambiente de trabalho.

13.2 Também será objeto da Comunicação Interna a divulgação, em linguagem clara e acessível, das metas e dos resultados do Planejamento Estratégico da Justiça Federal, do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas, com a finalidade de promover seu cumprimento e incentivar a gestão estratégica.

13.3 A afixação de cartazes no edifício-sede e nos anexos do TRF5 e das Seções Judiciárias deve ser administrada pela Comunicação.



## DA GESTÃO DA MARCA

14. A produção visual das unidades de Comunicação Social da 5ª Região deve estar em consonância com o Manual da Identidade Visual da Justiça Federal, instituído pela Resolução nº 488, de 18 de junho de 2018.

14.1 O Manual da Identidade Visual da Justiça Federal será referência para a aplicação da marca única da Justiça Federal em todos os suportes físicos e elementos de design gráfico de uso institucional.

15. A gestão e a aplicação da marca deverão observar as seguintes diretrizes:

I - a unidade de Comunicação Social será a gestora da marca da Justiça Federal, devendo monitorar as suas variações de prestígio ou reputação;

II - as Assessorias de Comunicação Social da Justiça Federal da 5ª Região de Primeiro e Segundo Graus serão guardiãs da marca;

III - é obrigatório o uso das armas nacionais em papéis utilizados para os atos oficiais, ofícios, convites, relatórios e outras publicações de caráter oficial nas quais a instituição se faça representar nos termos do art. 26, inciso X, da Lei nº 5.700, de 1º de setembro de 1971, e em conformidade com os padrões estabelecidos no Manual de Identidade Visual da Justiça Federal;

IV - é vedado o uso de submarcas e marcas distintas para identificação da Instituição, de suas unidades e seus órgãos;

V - o setor de Comunicação Social fiscalizará a conformidade das aplicações da marca com esta Política de Comunicação Social e com o Manual de Identidade Visual da Justiça Federal, adotando as medidas cabíveis em casos de descumprimento;

VI - o Manual de Identidade Visual da Justiça Federal deverá estar disponível nas respectivas Intranets do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas.

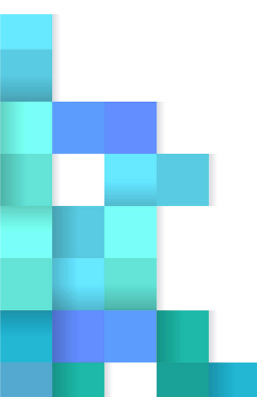
15.1 É vedado o uso da marca:

I - para fins particulares;

II - fora dos padrões especificados no Manual de Identidade Visual da Justiça Federal;

III - em peças ou ações com fins comerciais ou contrários aos princípios e diretrizes institucionais previstos nesta Política de Comunicação Social.

15.2 Como parte da estratégia de fortalecimento da imagem institucional, não será permitida a utilização de submarcas no âmbito da Justiça Federal da 5ª Região de Primeiro e Segundo Grau.



## DOS CANAIS OFICIAIS

16. São considerados canais oficiais de Comunicação Interna: jornal mural, boletim interno, site, Intranet, painel digital, TV corporativa, campanhas, proteção de tela de computadores, newsletter, e-mail institucional, quadros de avisos, encontros formais e informais (face a face), rede social interna, aplicativos de notícias internas para smartphones e outras ferramentas e atividades complementares que contribuam para promover a integração e o diálogo entre os públicos internos.

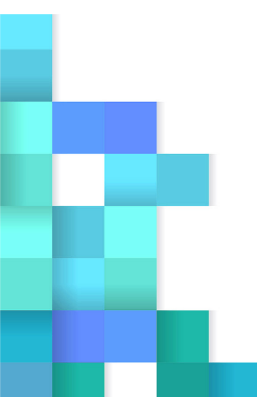
17. São considerados canais oficiais de Comunicação Externa: site, redes sociais, revistas, vídeos, campanhas, aplicativos de notícias de smartphones, eventos aberto ao público e outras ferramentas e atividades complementares que contribuam para promover a integração e o diálogo com os públicos externos.

18. Qualquer canal de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, deverá ser criado, produzido, editado, distribuído e/ou divulgado pelos setores de Comunicação Social da 5ª Região, considerando os seguintes requisitos: a) definição prévia e clara dos seus objetivos; b) identificação, interesse e relevância para os públicos de interesse; c) periodicidade.

18.1 Os canais devem incorporar, necessariamente, instâncias que favoreçam o feedback dos usuários, ou seja, deve ser feita uma avaliação contínua do nível de satisfação dos públicos de interesse em relação aos canais, garantindo que sejam redimensionados, quando necessário, para atender às demandas informativas, permitindo que possam sofrer adaptações em seu formato, conteúdo e linguagem, ou até que sejam desativados ou extintos.

18.2 A chefia do setor de Comunicação Social, com a anuência da Presidência do TRF5 ou da Direção do Foro, pode-

rá, excepcionalmente, autorizar o desenvolvimento das atividades constantes nos itens 16 e 17 por outros setores da Instituição, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a Política de Comunicação Social da Justiça Federal da 5ª Região e suas normas complementares.



## DA COMUNICAÇÃO DIGITAL / MÍDIAS SOCIAIS

19. A produção de conteúdo em mídia eletrônica e web compreende o formato digital e materiais de divulgação institucional em mídias audiovisuais, tais como fotografia, vídeo e áudio (por rádio ou streaming).

20. A comunicação pela internet, intranet e por quaisquer modalidades de comunicação online, tais como aplicativos de smartphones e novos formatos web, será norteadada pelos princípios de usabilidade, acessibilidade, navegabilidade, universalização dos serviços, transparência e utilização da técnica e infraestrutura mais modernas.

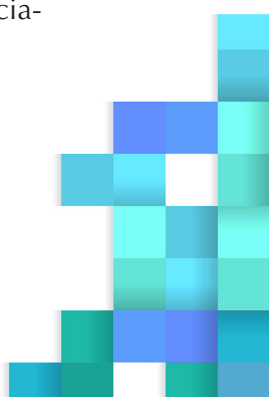
20.1 Cabe às unidades de Comunicação Social atualizar a área de notícias do site e da Intranet, além de observar a necessidade de atualizações/modificações relativas aos dados (institucional, história, memória etc.) do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas.

20.2 A atualização do conteúdo dos sítios institucionais (internet, intranet, demais portais web e redes sociais) pode ser delegada a outras unidades, especialmente quando se tratar de serviços e conteúdos específicos, como informações relativas à jurisdição, tais como pautas de audiência, editais etc.

21. A comunicação via redes sociais do Tribunal Regional Federal da 5ª Região e das Seções Judiciárias vinculadas serão orientadas pelas seguintes diretrizes:

I - cabe à unidade de Comunicação Social a criação e o gerenciamento de perfis nas redes sociais;

II - deve-se evitar a criação de perfis específicos para unidades/setores do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas,



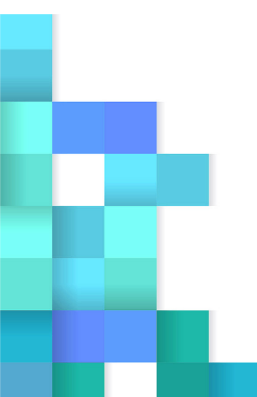


atividades ou campanhas, cabendo à Comunicação Social a análise da conveniência de criação de perfis segmentados ou temporários;

IV - os perfis em mídias sociais devem deixar claro que não são canais para o recebimento de denúncias nem pedidos de orientações processuais, cabendo ao gestor dos perfis indicar ao usuário o canal adequado para o envio de sua demanda;

V - para cada rede social em que o TRF5 e as Seções Judiciárias vinculadas estiverem inseridos, deverá ser divulgada a respectiva Política de Uso e Convivência, com as regras que orientam as publicações e a forma de interação naquele canal;

VI - a infraestrutura de tecnologia da informação do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas deverá permitir o acesso dos usuários às redes sociais, como instrumento importante de aproximação e diálogo com o cidadão, além de ferramenta de divulgação institucional.



## DO RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

22. Informações oficiais para veículos da Imprensa devem ser enviadas, exclusivamente, pelos setores de Comunicação Social da 5ª Região, a fim de garantir o padrão jornalístico do texto, evitar informações desconexas e conflitos de competência.

22.1 Nos termos da Lei n. 12.527/2011, no que for cabível, sempre que a unidade de Comunicação Social das instituições da Justiça Federal da 5ª Região receber pedido de informação de veículo da imprensa, deverá fornecê-lo imediatamente, caso a informação seja de domínio público e esteja disponível, dando ciência à unidade produtora.

22.2 Caso a informação não esteja disponível e não seja expressamente coberta pelo sigilo, mas seja passível de apuração, a unidade de Comunicação Social deve solicitá-la imediatamente à unidade produtora, a qual tem a responsabilidade de fornecê-la em um prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas ou 1 (um) dia útil. Em caso de recusa em fornecer a informação, a unidade produtora deve apresentar as razões que fundamentam a negativa.

22.3 A unidade de Comunicação Social não fornecerá informações relativas a inquérito policial, à exceção dos atos da autoridade judiciária relevantes no referido inquérito, que não estejam sob sigilo, tais como resultados de audiências de custódia, confirmação de prisões em flagrantes e preventivas e de concessão de liberdade provisória mediante o cumprimento de medidas cautelares etc.

22.4 O atendimento a veículos de imprensa deve ser realizado com a intermediação da unidade de Comunicação Social, pautado na agilidade, cordialidade e isenção.

23. A comunicação social com o público externo orientar-se-á pelas seguintes diretrizes:

I – a unidade de Comunicação Social deve ter acesso às ferramentas e aos sistemas necessários para acompanhar o trabalho institucional e assessorar os(as) magistrados(as) e servidores(as), de modo a identificar e propor a divulgação de ações e decisões de relevante interesse público;

II - a Instituição deve divulgar sua atuação em decisões e projetos que tenham grande alcance, efeito paradigmático ou caráter pedagógico;

III - as decisões judiciais de interesse social devem ser divulgadas, como forma de contribuir para o alcance da missão e da visão da Justiça Federal;

IV - eventos e representações de magistrados(as) e servidores(as) que não resultem do exercício de funções institucionais não serão divulgados;

V - nos casos em que for constatado erro factual nas informações divulgadas, a unidade de Comunicação Social deverá efetuar a correção;

VI - nos casos em que seja necessária a divulgação a partir de informação de outros órgãos do Poder Judiciário, a fonte deve ser indicada e o conteúdo deve estar relacionado à Justiça Federal;

VII - as solicitações de informações e entrevistas que não estejam relacionadas a casos concretos (sentenças, decisões monocráticas e acórdãos) deverão ser repassadas à Presidência do TRF5 ou Direção do Foro, que poderá atender diretamente à demanda ou indicar outros membros da gestão para essa finalidade.

24. Para a divulgação das informações relativas à decisão judicial nos canais oficiais do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas, deverá ser dado tratamento jornalístico ao texto.

Antes da publicação da matéria jornalística ou encaminhamento da informação à Imprensa, a unidade de Comunicação Social deverá consultar a autoridade responsável pelo objeto da divulgação (decisão, projeto, ação, entre outros).

25. Na redação de matérias jornalísticas relativas à decisão judicial, poderá ser divulgado o nome do réu ou autor e o número do processo, desde que essa divulgação não implique violação ou potencial prejuízo ao direito à intimidade e/ou dignidade da pessoa humana, no caso de pessoa física; ou à imagem, quando se tratar de pessoa jurídica.

25.1 Diante da impossibilidade de o magistrado original ou relator atender à demanda de imprensa, a Presidência do TRF5 ou a Direção do Foro poderá autorizar o repasse de informações básicas sobre o caso;

25.2 Na divulgação de sentenças, decisões ou acórdãos, o TRF5 e as Seções Judiciárias vinculadas devem explicitar que tais procedimentos estão sujeitos a recursos em instâncias superiores;

25.3 Os releases escritos pelos profissionais integrantes das unidades de Comunicação da JF5, sobre decisões judiciais, publicados no site e na intranet e enviados para a imprensa, não serão assinados pelos seus autores, considerando que, do ponto de vista técnico, releases não são assinados e que as etapas de redação desses textos são ações compartilhadas, inclusive por Gabinetes e Varas.

25.4 Releases transformados em reportagens de TV, sites, revistas etc., nas quais serão ouvidas várias fontes e partes do processo, deverão ser assinados pelo(s) autor(es).

26. Somente porta-vozes autorizados pela alta Administração poderão conceder entrevistas à Imprensa em nome da

Justiça Federal da 5ª Região, ressalvadas as manifestações de opiniões pessoais ou profissionais, que não serão consideradas posicionamentos oficiais da instituição, e a manifestação relativa a processo judicial emitida pelo magistrado responsável.

26.1 - Pedido de entrevista encaminhado à unidade de Comunicação Social do TRF5 ou das Seções Judiciárias vinculadas por órgão da Imprensa deve ser imediatamente comunicado à alta Administração ou à unidade responsável, que deverá indicar o magistrado ou servidor encarregado de conceder a entrevista, se for o caso, ou comunicar a recusa em concedê-la. A entrevista presencial - por telefone ou meio eletrônico - deve ser preferencialmente acompanhada por representante da unidade de Comunicação Social.

26.2 - Cursos de Media Training devem ser propostos pelas unidades de Comunicação, em parceria com a Escola de Magistratura Federal da 5ª Região (Esmafe) e seus respectivos núcleos, visando a preparar magistrados e gestores para, no exercício de suas funções jurisdicionais e administrativas, aprimorarem capacidades e habilidades de se expressar e transmitir, com eloquência e objetividade, as mensagens-chave da Justiça Federal em entrevistas para a Imprensa.

27. Cabe às unidades de Comunicação Social do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas monitorar a publicação de matérias afetas a essas instituições nos órgãos da imprensa e delas dar ciência às autoridades e unidades envolvidas.

27.1 As matérias jornalísticas referidas no caput serão disponibilizadas, preferencialmente, por meio do clipping de notícias, enviado por e-mail, refletindo as informações divulgadas na imprensa, independentemente de abordagem favorável ou desfavorável à instituição e seus representantes, desde que não contenham linguagem imprópria, ofensas pessoais ou informações inverídicas.

28. O direito de resposta ou retificação do ofendido em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social, nos termos da Lei 13.188/2015, deve ser exigido pelas unidades de Comunicação Social do TRF5 e das Seções Judiciárias vinculadas, sempre que necessário, de modo a garantir a proteção e a defesa da imagem da Justiça Federal e o exercício da verdade.

## DA PREVENÇÃO E DO GERENCIAMENTO DE CRISE

29. Em situações de crise, deve ser instituído um Comitê de Prevenção e Gerenciamento de Crises relacionados à imagem da Justiça Federal, alinhado com os valores institucionais, visando a minimizar prejuízos e gerar estabilidade.

29.1 Integram o Comitê de Prevenção e Gerenciamento de Crises:

- a) Presidente do TRF5 ou Juiz Federal Diretor do Foro;
- b) Juiz Federal auxiliar da Presidência do TRF5 ou Juiz Federal coordenador da Comunicação Social das respectivas Seções Judiciárias, onde houver essa função;
- c) Diretor-geral do TRF5 ou diretor administrativo das Seções Judiciárias respectivas;
- d) Diretor(a) ou Supervisor(a) de Comunicação Social.

29.2 Será do Comitê a definição sobre as estratégias a serem adotadas para os veículos de comunicação de massa, as redes sociais e os canais oficiais da Instituição.

29.3 As reuniões do Comitê acontecerão mediante convocação da Presidência ou Direção do Foro, conforme o caso.

29.4 O colegiado é soberano para definir os procedimentos a serem executados pela unidade de Comunicação Social.

30. A comunicação social, em situações de crise, orientar-se-á pelas seguintes diretrizes:

- I – Todas as demandas de imprensa devem ser filtradas e direcionadas para a chefia da unidade de Comunicação Social e imediatamente comunicadas ao Comitê;

II - Os contatos com a imprensa devem ser feitos exclusivamente com os porta-vozes eleitos para a situação específica, via unidade de Comunicação Social;

III – Os porta-vozes devem estar preparados para responder, com agilidade e alto grau de acerto, às questões pertinentes ao contexto da crise;

IV – Devem ser envidados esforços para que o incidente não adquira proporções para se tornar alvo de uma divulgação maior do que, eventualmente, já tenha;

V – Casos de informações falsas (fake news) que não tenham tido repercussão devem ser tratados, preferencialmente, de maneira isolada, com o profissional/veículo que divulgou a informação;

VI – Em casos de crises de imagem pessoal que afetem a imagem institucional, esta terá prioridade nas ações de proteção e defesa a serem implantadas pela Comunicação Social;

VII – Em casos de entrevistas, deve-se responder às perguntas com transparência e objetividade, buscando transmitir segurança e confiabilidade.

VIII - Casos omissos nesta Política serão tratados pelo Comitê.

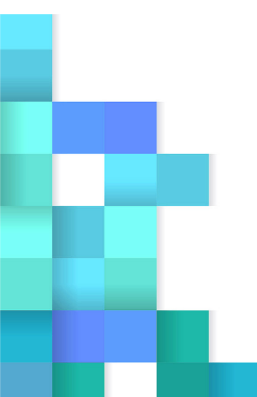


## DA IMPLANTAÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

31. Deverá ser criado um Conselho Editorial para planejar, gerenciar, acompanhar e avaliar a implantação desta Política, composto pelos seguintes gestores:

- Juiz(a) auxiliar da Presidência do TRF5;
- Juiz coordenador da Comunicação Social nas Seções Judiciárias;
- Diretor-geral do TRF5 ou diretor-administrativo das Seções Judiciárias;
- Chefe da unidade de Comunicação Social;
- Chefe da unidade de Gestão de Pessoas.

32. Os casos omissos serão decididos pelo Presidente do TRF5 ou Diretor do Foro de cada Seção Judiciária.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ministério Público Federal. Política de Comunicação - Portaria PGR/MPF nº 59, de 1º de fevereiro de 2019.
- BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias. São Paulo: Saraiva, 2013.
- DUARTE, Jorge (organizador). Comunicação Pública – Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2012.
- DUARTE, Jorge (organizador). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica. São Paulo: Atlas, 2011.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (organizadora). Obtendo Resultados com Relações Públicas. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

