



MANUAL DE COMUNICAÇÃO

DO CONSELHO E DA JUSTIÇA FEDERAL
DE 1º E 2º GRAUS



JUSTIÇA FEDERAL
Conselho da Justiça Federal



ANEXO DA RESOLUÇÃO N.760/2022 - CJF

26 DE ABRIL DE 2022



SUMÁRIO

DIRETRIZES	4
CONSELHO EDITORIAL	5
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	6
Imprensa	6
Produção audiovisual.....	9
Publicidade	9
Comunicação interna.....	9
Comunicação digital.....	10
CONTRATAÇÕES	11



TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 1ª REGIÃO

DIRETRIZES

As ações de comunicação, no âmbito do Conselho e da Justiça Federal de 1º e 2º graus, têm como diretrizes a integração entre as assessorias e coordenadorias de Comunicação do Conselho da Justiça Federal, dos Tribunais Regionais Federais e respectivas Seções Judiciárias, no que se refere ao planejamento, à gestão estratégica e às boas práticas; à afirmação dos valores e princípios constitucionais; à atenção ao caráter educativo, informativo e social; bem como à preservação e à uniformização da identidade institucional da Justiça Federal.

Também estão nesse rol a uniformidade e a coerência do discurso, da redação e da linguagem institucional. Para tanto, as assessorias e coordenadorias adotarão um manual de redação e estilo designado pela editoria de qualidade da Comunicação Social da Justiça Federal, dentre publicações dos principais veículos de imprensa do Brasil.

Compõem, ainda, a lista de diretrizes a adequação dos conteúdos, linguagens e canais de acordo com o público-alvo, considerando a utilização prioritária de termos simplificados para conceituação das expressões próprias do universo jurídico; a busca de um padrão de excelência nas produções jornalísticas, publicitárias, audiovisuais e digitais; as ações pautadas pela ética jornalística, pela imparcialidade e apuração criteriosa, cuidadosa e mais ampla possível dos fatos; bem como as demais diretrizes previstas no art. 3º da Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011.

CONSELHO EDITORIAL

O Conselho Editorial da Justiça Federal será exercido de forma colegiada pelos assessores de Comunicação Social dos Tribunais Regionais Federais, sob a coordenação do(a) assessor(a)-chefe da Assessoria de Comunicação do Conselho da Justiça Federal.

O grupo deverá acompanhar a evolução dos produtos e serviços de Comunicação Social do Conselho da Justiça Federal, dos Tribunais Regionais Federais e das Seções Judiciárias, definindo revisões e alterações no Manual de Comunicação, de modo a garantir que ele esteja sempre em consonância com as finalidades institucionais e as mais atuais boas práticas de comunicação social.

As áreas de Comunicação da Justiça Federal de 1º grau poderão sugerir alteração e atualização relativas ao texto do referido manual, mediante o envio de proposta à coordenação do Conselho Editorial da Justiça Federal.

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

São consideradas ações de Comunicação Social:

- Imprensa
- Produção audiovisual
- Publicidade
- Comunicação interna
- Comunicação digital

IMPrensa

As ações de imprensa das instituições do Conselho e da Justiça Federal de 1º e 2º graus deverão envolver, no mínimo, produção e veiculação, nos canais de comunicação externa do órgão, de notícias jornalísticas, avisos, notas públicas e campanhas, com caráter institucional e de interesse da sociedade; relacionamento com os órgãos da imprensa, como atendimento, oferta de pautas e intermediação de entrevistas; monitoramento das notícias institucionais publicadas em veículos da imprensa comercial (clipping); orientação e acompanhamento dos agentes públicos do órgão no relacionamento com a imprensa; e gestão dos canais de Comunicação Social.

Os conteúdos veiculados pelas unidades de Comunicação Social do Conselho e da Justiça Federal de 1º e 2º grau deverão ter cunho informativo e didático, ser pautados pelo interesse e relevância pública e versar, preferencialmente, sobre decisões judiciais e administrativas, atos normativos institucionais, serviços, ações, eventos, programas e campanhas institucionais, serviços públicos institucionais oferecidos aos cidadãos e ações de transparência institucional e de acesso à informação.

A cobertura jornalística efetuada pelos profissionais de Comunicação Social abrange sessões de julgamento, audiências, eventos institucionais e visitas de autoridades às sedes da Justiça Federal e de gestores da Justiça Federal a outros órgãos, podendo ser feita com ou sem registro fotográfico e/ou audiovisual, conforme o interesse público do ato e a conveniência estratégica da divulgação.

Tendo conhecimento de decisões judiciais e administrativas, monocráticas ou colegiadas, atos administrativos, pautas de sessões ou reuniões, agendas de compromissos, calendários de eventos, projetos institucionais e dados estatísticos de interesse público, as assessorias e coordenadorias de Comunicação Social deverão solicitar as íntegras de tais documentos às unidades e/ou gestores produtores das informações, para fins de elaboração e divulgação de matérias ou notas. Para a divulgação, as unidades devem disponibilizar servidor ou magistrado para prestar os esclarecimentos cabíveis.

As matérias e notas redigidas, com base no expediente encaminhado ou na cobertura jornalística de sessão, reunião ou evento institucional, serão divulgadas nos veículos de comunicação institucional do Conselho da Justiça Federal e dos órgãos da Justiça Federal de 1º e 2º grau, podendo também ser encaminhadas como sugestões de pauta a veículos da imprensa comercial, conforme a relevância pública do tema.

Vale ressaltar que, em redação de matérias jornalísticas relativas a decisões judiciais, não será divulgado o nome das partes, à exceção de pessoas físicas ou jurídicas cuja notoriedade seja evidente e/ou quando a divulgação dessas informações seja necessária para compreensão da notícia.

Os sítios eletrônicos do Conselho da Justiça Federal, dos Tribunais Regionais Federais e das Seções Judiciárias deverão contemplar uma ferramenta eficiente de busca que possibilite a recuperação futura, considerando sua importância para a memória institucional, para informação a demandantes, conforme

dispõe a Lei n. 12.527/2011, bem como para a prestação de esclarecimentos públicos, caso necessário.

Nos termos da mencionada lei, no que for cabível, sempre que a unidade de Comunicação Social do CJF ou das instituições da Justiça Federal receberem pedido de informação de órgão da imprensa comercial, deverá fornecê-la com a maior celeridade possível, independentemente de autorização superior, caso a informação seja de domínio público e esteja disponível, dando ciência à unidade responsável pela informação.

Se a informação não estiver disponível e não for expressamente coberta pelo sigilo, a unidade de Comunicação Social deverá solicitá-la imediatamente à unidade responsável. Em caso de recusa no fornecimento da informação, as assessorias e coordenadorias de Comunicação deverão informar ao gestor(a) máximo da instituição, para fins de superior deliberação.

Cabe à unidade de Comunicação Social do Conselho ou das instituições da Justiça Federal de 1º e 2º graus atender aos órgãos da imprensa comercial com cordialidade e isenção, sem diferenciação no que se refere à natureza ou dimensão nacional ou regional do veículo.

Pedido de entrevista encaminhado à unidade de Comunicação Social do CJF ou das instituições da Justiça Federal de 1º e 2º graus por órgão da imprensa comercial deve ser imediatamente comunicado à alta Administração e à unidade responsável, que indicará o magistrado ou servidor encarregado de conceder a entrevista, se for o caso, ou comunicará a recusa em conceder a entrevista com a maior brevidade possível.

Em se tratando de divulgação das matérias jornalísticas institucionais – comunicação ativa –, é vedado o direcionamento preferencial ou exclusivo dessas informações a órgão da imprensa comercial.

A unidade de Comunicação Social do CJF ou das instituições da Justiça Federal de 1º e 2º graus deve monitorar a publicação de matérias afetas a essas instituições nos órgãos da imprensa comercial e delas dar ciência às autoridades e unidades envolvidas.

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

A produção audiovisual do Conselho e das instituições da Justiça Federal de 1º e 2º graus compreende a produção de materiais de divulgação institucional em mídias audiovisuais, tais como fotografia, vídeo, rádio e impressos. Pode envolver a contratação de serviços por meio da ação orçamentária específica a essas naturezas de gasto. Deve estar em consonância com o Manual da Identidade Visual da Justiça Federal, instituído pela Resolução CJF n. 488, de 18 de junho de 2018.

PUBLICIDADE

A publicidade engloba a realização de campanhas para esclarecimento ao público interno e/ou externo sobre direitos, produtos e serviços de utilidade pública ou de relevante interesse institucional, no âmbito do Conselho e da Justiça Federal de 1º e 2º graus.

As ações de publicidade das instituições da Justiça Federal serão, preferencialmente, realizadas conjuntamente com o Conselho da Justiça Federal e os Tribunais Regionais Federais, sempre que possível, veiculadas nacionalmente sob a coordenação do Conselho Editorial da Justiça Federal.

Os serviços de publicidade poderão ser contratados por agência, desde que as atividades estejam disciplinadas pela Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965, e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

COMUNICAÇÃO INTERNA

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

As atividades incluem a produção e veiculação de comunicados, avisos e notícias nos mais diversos canais institucionais internos, tais como intranet, mural de notícias, boletim interno, circuito de rádio interno, e-mail institucional, além de outros canais adotados, de acordo com a área de Comunicação Social do CJF e com cada instituição da Justiça Federal.

A rotina de comunicação interna envolve também a divulgação de eventos, ações e campanhas institucionais que estimulem o diálogo, a troca de experiências, a disseminação do conhecimento e a conscientização socioambiental no ambiente de trabalho.

COMUNICAÇÃO DIGITAL

Em meio digital, a produção de conteúdo que compete à Comunicação Social (comunicados, avisos, notícias, ações, eventos e campanhas institucionais), seja na internet, intranet ou quaisquer modalidades de portais web, será norteadada pelos princípios de usabilidade, acessibilidade, navegabilidade e transparência.

As redes sociais que possuam credibilidade e relevância social são consideradas meios de comunicação idôneos, sendo recomendado o uso estratégico de tais redes.



TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL
2ª REGIÃO

CONTRATAÇÕES

O Conselho da Justiça Federal e 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.

Os serviços e produtos de comunicação que podem ser objeto de aquisições, observando a ação orçamentária específica a essas naturezas de gasto, estão divididos em dois grupos:

- serviços de jornalismo, assessoria de imprensa e publicidade, em caráter eventual ou continuado, 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, clipping de notícias, websites e conteúdos em mídias digitais, plataformas e ferramentas digitais de comunicação;
- equipamentos de fotografia, gravação e edição em vídeo, gravação de áudio, editoração eletrônica e mídias digitais em geral.



JUSTIÇA FEDERAL
Conselho da Justiça Federal

TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DO



TRIB

TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DO

