

RESOLUÇÃO STJ/GP N. 4 DE 02 DE MARÇO DE 2022.(*)

Dispõe sobre a política de comunicação institucional do Superior Tribunal de Justiça.

O PRESIDENTE DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA, usando da atribuição conferida pelo art. 21, inciso XX, do Regimento Interno, e o que consta do Processo STJ n. 030645/2020, após aprovação do Conselho de Administração;

CONSIDERANDO as competências da Secretaria de Comunicação Social, dispostas no Manual de Organização do Tribunal, relativas ao planejamento, à coordenação e à execução de ações de comunicação institucional no âmbito do Superior Tribunal de Justiça;

CONSIDERANDO as diretrizes dispostas na Resolução CNJ n. 85, de 8 de setembro de 2009, referentes à comunicação social no âmbito do Poder Judiciário;

CONSIDERANDO a necessidade de estabelecer padrões de produtos e serviços de comunicação e orientar as áreas competentes de forma a garantir eficiência e zelar pela imagem institucional;

CONSIDERANDO as informações do processo referente ao planejamento estratégico,

RESOLVE:

Seção I

Das Disposições Gerais

Art. 1º Fica instituída a política de comunicação institucional do Superior Tribunal de Justiça, para regulamentar os serviços da comunicação social da instituição no âmbito interno e externo, de forma a garantir o seu alinhamento aos princípios constitucionais da administração pública e aos objetivos estratégicos do Tribunal.

Parágrafo único. A comunicação institucional orienta-se pelos seguintes princípios:

I – legalidade;

Superior Tribunal de Justiça

II – impessoalidade;

III – moralidade;

IV – publicidade;

V – eficiência;

VI – transparência;

VII – sustentabilidade;

VIII – economicidade;

IX – finalidade;

X – motivação;

XI – interesse público.

Art. 2º Para os efeitos desta resolução, consideram-se:

I – ações de comunicação institucional: planejamento, produção, publicação e divulgação de materiais gráficos, audiovisuais e digitais em diferentes canais e meios, com o objetivo de promover a imagem do STJ ou divulgar os julgamentos, os produtos e os serviços do Tribunal;

II – públicos de relacionamento: pessoas ou instituições impactadas ou interessadas de algum modo por programas, projetos, ações, serviços ou julgamentos do Tribunal.

Art. 3º As ações de comunicação institucional compreendem as seguintes áreas:

I – produção de conteúdo;

II – mídias digitais;

III – publicidade institucional;

IV – rádio e televisão;

V – comunicação interna;

VI – assessoria institucional;

VII – atendimento à imprensa;

VIII – gestão do portal do STJ.

Art. 4º As ações de comunicação institucional são coordenadas pela Secretaria de Comunicação Social em conformidade com os princípios e as diretrizes dispostos na Seção II, sendo vedada a criação e a divulgação de produtos de comunicação institucional por outras áreas do Tribunal.

Parágrafo único. Excetuam-se do disposto no *caput* as ações de caráter administrativo no âmbito das secretarias e assessorias do Tribunal, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a política de comunicação institucional do Tribunal.

Art. 5º O conteúdo produzido e veiculado pelos canais de comunicação institucional é de responsabilidade da instituição, e sua autoria é caracterizada como coletiva, de acordo com o conceito do art. 5º, VIII, “h”, da Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

Seção II

Das Diretrizes

Art. 6º O Tribunal deve estabelecer canais de comunicação que estimulem a promoção da cidadania, a divulgação da jurisprudência e dos demais serviços oferecidos ao público e a participação de cidadãos e de membros da instituição.

Art. 7º As ações de comunicação institucional devem ser executadas de modo a se adequar às demandas dos diferentes públicos de relacionamento, respeitando as especificidades e os elementos da política de comunicação do Tribunal.

Art. 8º Todos os veículos de comunicação criados e mantidos pelo Tribunal devem ter tratamento institucional, vedados o personalismo e a promoção, a transmissão ou a reprodução de conteúdo sem interesse público ou sem a participação de membros do Tribunal.

Art. 9º As mídias sociais possuem a mesma importância e relevância das demais mídias e devem ser regidas pelos mesmos princípios e pelas mesmas diretrizes.

Art. 10. As ações de comunicação institucional devem ser, preferencialmente, planejadas, coordenadas e executadas por servidores dos cargos de provimento efetivo das carreiras dos quadros de pessoal do Poder Judiciário, devido à especificidade no trato de informações sensíveis à instituição, respeitadas as áreas de atividade e especialidade do Tribunal.

Art. 11. A divulgação de informações será clara, completa, precisa e de qualidade, respeitadas as especificidades dos diferentes

públicos, os direitos fundamentais e as questões de acessibilidade para pessoas com deficiência, ressalvadas as hipóteses de sigilo ou segredo de justiça.

Parágrafo único. Nos casos de sigilo e segredo judicial, poderá ser realizada a divulgação das teses jurídicas, resguardados o nome das partes e o número do processo, salvo na hipótese de expressa autorização do ministro relator.

Art. 12. Cabe à Secretaria de Comunicação Social, exclusivamente, o atendimento a jornalistas de outros veículos, públicos ou privados, o que deverá ser realizado com celeridade, garantindo aos meios externos as informações de interesse público, salvo nos casos de sigilo e segredo de justiça ou naqueles que exponham dados pessoais sensíveis resguardados pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Seção III

Dos Objetivos da Comunicação Institucional

Art. 13. As ações de comunicação institucional serão planejadas, coordenadas e executadas de acordo com as regras desta política, cujos objetivos principais são estes:

- I – divulgar a jurisprudência do Tribunal;
- II – dar conhecimento ao público geral sobre as ações, os projetos e os serviços oferecidos pelo Tribunal;
- III – colaborar para a melhoria do desempenho institucional e do clima organizacional;
- IV – dar amplo conhecimento à sociedade das políticas públicas e dos programas do Tribunal;
- V – acompanhar e divulgar resultados de julgamentos do Tribunal com interesse público manifesto;
- VI – integrar o Tribunal à sociedade, esclarecendo sobre sua missão e sua importância para o bom funcionamento do Estado Democrático de Direito;
- VII – preservar a imagem do Tribunal e contribuir para a construção de sua identidade institucional.

Seção IV

Da Divulgação dos Julgamentos

Art. 14. A divulgação de informações deve considerar critérios jornalísticos como o interesse público, a atualidade, a relevância, a universalidade e a utilidade do conteúdo a ser divulgado.

Parágrafo único. A Secretaria de Comunicação Social pode noticiar qualquer decisão do Tribunal que atenda aos critérios jornalísticos referidos no *caput*, ressalvado o disposto no art. 11.

Art. 15. O esclarecimento sobre informação veiculada nos meios de comunicação institucionais será prestado pela Secretaria de Comunicação Social com o apoio das demais áreas do Tribunal e dos gabinetes dos ministros, conforme o caso.

Art. 16. A divulgação de conteúdo noticioso nos meios de comunicação do Tribunal será feita de forma objetiva e atenta aos princípios e às diretrizes dispostos nesta política, vedadas a antecipação de julgamentos ou a emissão de juízo de valor sobre os assuntos divulgados.

Art. 17. A Secretaria de Comunicação Social prestará apoio técnico-profissional aos ministros no contato com a imprensa externa, quando solicitada e respeitada a autonomia funcional dos magistrados, especialmente em casos sob julgamento que tenham ampla repercussão na mídia ou nas redes sociais, evitando-se a divulgação extraoficial de informações sobre julgamentos ou decisões.

Seção V

Da Divulgação Interna e Externa de Conteúdo

Art. 18. A Secretaria de Comunicação Social é responsável pela criação e pela manutenção dos perfis oficiais do Tribunal em mídias sociais, vedada a criação de perfis em nome da instituição por terceiros ou por outras unidades do Tribunal.

Art. 19. A Secretaria de Comunicação Social é responsável por todos os canais de comunicação institucional com servidores, colaboradores e estagiários, vedadas a criação e a manutenção de canais de comunicação

paralelos nas demais secretarias e assessorias do Tribunal.

Art. 20. Em todos os casos, o conteúdo publicado e divulgado é de autoria e responsabilidade da instituição, implicando a renúncia de direitos autorais por parte dos produtores de conteúdo, salvo nos casos expressamente previstos pela Lei de Direitos Autorais.

Art. 21. É vedado a servidores, colaboradores e estagiários do Tribunal criar perfis em redes sociais utilizando o nome ou a marca do STJ, bem como manifestar-se em nome da instituição.

Art. 22. A divulgação de eventos internos ou externos obedecerá ao padrão visual definido pela Secretaria de Comunicação Social, respeitando-se o Manual de Identidade Visual do STJ, estabelecido pela [Portaria STJ n. 216 de 10 de abril de 2014](#).

Art. 23. Os murais, totens e outros espaços físicos destinam-se à divulgação de campanhas, eventos e anúncios internos e externos, com pertinência temática com as atividades do STJ ou de interesse do público interno, sob avaliação da Secretaria de Comunicação Social acerca da pertinência das divulgações nos espaços do Tribunal.

Seção VI

Disposições Finais

Art. 24. Aplica-se subsidiariamente às disposições da presente política de comunicação a Resolução CNJ n. 85, de 8 de setembro de 2009.

Art. 25. Os casos omissos e as violações à presente política serão resolvidos pelo diretor-geral.

Art. 26. Esta resolução entra em vigor trinta dias após a data de sua publicação.

Ministro Humberto Martins

(*) Republicada