



CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO

ATO CONJUNTO TST.CSJT.GP.GVP.CGJT Nº 25/2021

Institui a Política de Comunicação Social no âmbito do Tribunal Superior do Trabalho e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho e cria o Guia Editorial de Comunicação Social do Tribunal Superior do Trabalho.

A **PRESIDENTE DO TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO** e do **CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO**, o **VICE-PRESIDENTE DO TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO** e do **CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO** e o **CORREGEDOR-GERAL DA JUSTIÇA DO TRABALHO**, no uso das atribuições regimentais.

CONSIDERANDO constar nos objetivos dos Planejamentos Estratégicos do Tribunal Superior do Trabalho (TST) e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT) o fortalecimento da imagem institucional;

CONSIDERANDO os princípios constitucionais, em especial, os da transparência, da publicidade e da impessoalidade, bem como a importância de promover a divulgação das atividades institucionais;

CONSIDERANDO a necessidade de uma política de comunicação social e de um guia editorial alinhados aos Planejamentos Estratégicos e às prioridades institucionais;

CONSIDERANDO a necessidade de resguardar a atuação da Secretaria de Comunicação Social (Secom) e estabelecer as condutas de comunicação de acordo com as particularidades de cada veículo oficial de comunicação social do Tribunal e do CSJT,

RESOLVEM:

Art. 1º Fica instituída a Política de Comunicação Social do Tribunal Superior do Trabalho (TST) e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT) com o objetivo de regulamentar a comunicação social institucional, nos âmbitos externo e interno, garantindo seu alinhamento aos princípios constitucionais da Administração Pública, ao Regimento Interno das instituições e aos Planejamentos Estratégicos do TST e do CSJT.

CAPÍTULO I DAS DIRETRIZES

Art. 2º As ações de comunicação social do TST e do CSJT obedecerão às seguintes diretrizes:

- I – promover o respeito à Constituição Federal e às leis vigentes;
- II – promover a cultura da transparência, da publicidade, da acessibilidade, da impessoalidade, da efetividade, da ética e da responsabilidade social na comunicação social do Tribunal e do CSJT;
- III - contribuir para o fortalecimento da imagem institucional do TST, do CSJT e da Justiça do Trabalho;
- IV - difundir informações que contribuam para o melhor entendimento das atividades jurisdicionais e administrativas das instituições perante a sociedade;
- V – divulgar de forma clara, didática, acessível e alinhada aos objetivos estratégicos do Tribunal e do CSJT os julgamentos, notícias, informativos, bem como os serviços, campanhas e demais iniciativas institucionais;
- VI - garantir que as publicações nos canais oficiais de comunicação social do TST e do CSJT atendam aos interesses institucionais;
- VII - assegurar que os conteúdos divulgados sejam de fácil acesso e adequados ao público-alvo;
- VIII - incentivar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos, mantendo a comunicação social do Tribunal e do Conselho alinhada às atualizações tecnológicas e transformações sociais;
- IX - auxiliar na promoção de um clima organizacional propício ao desenvolvimento institucional, bem como apoiar e orientar ministros, servidores e prestadores de serviço nas demandas de comunicação social;
- X - organizar e dar mais eficiência às atividades editoriais da Secretaria de Comunicação Social e unidades vinculadas; e
- XI - difundir boas práticas de Comunicação Social.

CAPÍTULO II DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Art. 3º Cabe à Secretaria de Comunicação Social (Secom), vinculada à Presidência do TST, planejar, gerir e executar, de forma estratégica e integrada, as ações de comunicação social do TST, do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT), bem como da Escola Nacional de Magistrados da Justiça do Trabalho (Enamat), voltadas aos públicos interno e externo, assim como assessorar os ministros e demais autoridades do TST e do CSJT no relacionamento com a mídia, sob supervisão da Secretaria-Geral da Presidência do TST e da Secretaria-Geral do CSJT.

Parágrafo único. A Secom poderá, excepcionalmente, autorizar o desenvolvimento de atividades de comunicação por outros setores, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com esta Política de Comunicação Social e com outras diretrizes complementares.

Art. 4º Os canais de comunicação social e os perfis em mídias sociais do TST e do CSJT serão criados e gerenciados pela Secom, com definição de estratégia,

posicionamento, planejamento e linha editorial.

Art. 5º São considerados canais de comunicação social oficiais do TST, gerenciados pela Secom:

- I - área de notícias e sala de imprensa do portal do TST na internet;
- II - área de notícias do portal do TST na intranet;
- III - sistema de mídia indoor;
- IV - boletins de notícias para público interno e externo;
- V - listas de transmissão por telefone celular;
- VI - perfis oficiais do TST em redes sociais;
- VII - banners, cartazes e outras peças físicas ou virtuais de comunicação social; e
- VIII - demais canais de comunicação social a serem criados pela Secom.

Parágrafo único. Os conteúdos postados nos canais de comunicação social do TST são administrados pela Secom e devem atender ao disposto no Guia Editorial de Comunicação Social do TST (Anexo I).

Art. 6º São considerados canais de comunicação social oficiais do CSJT, gerenciados pela Secom:

- I - área de notícias do portal do CSJT na internet;
- II - sistema de mídia indoor;
- III - boletins de notícias para público externo;
- IV - perfis oficiais do CSJT em redes sociais;
- V - banners, cartazes e outras peças físicas ou virtuais de comunicação social; e
- VI - demais canais de comunicação social a serem criados pela Secom.

Art. 7º São considerados canais de comunicação social oficiais da Enamat, gerenciados pela Secom:

- I - área de notícias do portal da Enamat na internet;
- II - sistema de mídia indoor;
- III - perfis oficiais da Enamat nas redes sociais;
- IV - banners, cartazes e outras peças físicas ou virtuais de comunicação social; e
- V - demais canais de comunicação social a serem criados pela Secom.

Art. 8º A Secom poderá desenvolver, a pedido da Presidência do TST e do CSJT, guia editorial de comunicação social específico para o portal de notícias do CSJT e da Enamat, com as particularidades de cada instituição.

CAPÍTULO III DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 9º À Secretaria de Comunicação Social compete:

- I - assessorar a Administração do Tribunal na condução dos assuntos de

comunicação social;

II - coordenar os serviços de comunicação do TST e do CSJT voltados aos públicos interno e externo;

III - divulgar os serviços prestados pelo Tribunal e pelo CSJT à sociedade, reforçando sua imagem institucional;

IV - assessorar os ministros e demais autoridades do TST no relacionamento com a mídia;

V - coordenar a produção e veiculação de notícias por meio da internet, intranet, rádio, televisão e redes sociais;

VI - acompanhar as notícias relacionadas ao Tribunal, veiculadas em diversos meios de comunicação, indicando à Administração eventuais medidas que se façam necessárias, inclusive no que se refere à manifestação formal da instituição;

VII – planejar e coordenar eventos relacionados com a área de comunicação social, como encontros, workshops, seminários e outros;

VIII - elaborar e acompanhar ações de planejamento relacionadas com a execução dos serviços de comunicação social no TST e no CSJT; e

IX - administrar os contratos afetos às atividades da Secretaria de Comunicação Social.

Parágrafo único. Integram a Secretaria de Comunicação Social:

I – Gabinete;

II - Coordenadoria de Editoria e Imprensa (CEIM);

III - Coordenadoria de Rádio e TV (CRTV); e

IV - Divisão de Comunicação Institucional (DCI).

Art. 10. Ao Gabinete compete executar as atividades de apoio administrativo ao titular da Secretaria, bem como o preparo e despacho do seu expediente.

Art. 11. À Coordenadoria de Editoria e Imprensa compete:

I - coordenar a cobertura jornalística e fotográfica das sessões de julgamento dos órgãos colegiados do Tribunal e do CSJT;

II - coordenar a cobertura das atividades da Presidência, Vice-Presidência, Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho;

III - coordenar a cobertura dos eventos jurídicos e administrativos realizados no Tribunal e no CSJT;

IV - coordenar a produção de notícias voltadas para os públicos interno e externo;

V - coordenar a produção e divulgação de releases para a imprensa;

VI - coordenar os serviços de cobertura fotográfica; e

VII - subsidiar a pauta de notícias para rádio e televisão.

Parágrafo único. O Núcleo de Comunicação Visual e Design integra a Coordenadoria de Editoria e Imprensa e terá as atribuições definidas no Manual de Organização.

Art. 12. À Coordenadoria de Rádio e TV compete:

I – coordenar a cobertura das sessões de julgamento e demais eventos

realizados pelo Tribunal, com a gravação de áudio e vídeo;

II – coordenar a produção de material audiovisual para veiculação em rádio, televisão e redes sociais;

III – coordenar a transmissão das sessões de julgamento ao vivo para o site do TST e do CSJT e demais canais de vídeo das instituições;

IV – coordenar a manutenção do acervo de áudio e vídeo do TST e do CSJT;

V – coordenar a produção de audiovisual para campanhas institucionais internas e externas; e

VI – coordenar a produção de material audiovisual para unidades do TST e do CSJT.

Art. 13. À Divisão de Comunicação Institucional compete:

I - auxiliar no atendimento das demandas jornalísticas e institucionais relacionadas ao Conselho Superior da Justiça do Trabalho, à Escola Nacional de Magistrados do Trabalho (Enamat), à Vice-Presidência e à Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho (CGJT);

II - redigir, editar e disponibilizar, no portal do Conselho Superior da Justiça do Trabalho na internet, notícias e publicações de interesse do CSJT, dos Tribunais Regionais do Trabalho e da sociedade;

III - redigir, editar e disponibilizar, no portal da Escola Nacional de Magistrados do Trabalho na internet, notícias e publicações sobre cursos, eventos e outras atividades desempenhadas pela Escola;

IV - redigir, editar e disponibilizar, no portal da Corregedoria e da Vice-Presidência do TST na internet, notícias e publicações sobre a atuação da Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho (CGJT) e da Vice-Presidência do TST e do CSJT, bem como sugerir sua divulgação nos sites do TST e CSJT;

V - planejar, orientar e supervisionar a produção de conteúdo dos demais canais de comunicação vinculados ao CSJT e à Enamat, como perfis em redes sociais, canais de vídeos, boletins, publicações impressas, entre outros;

VI - redigir releases jornalísticos que despertem a atenção da mídia para divulgação e promoção das ações institucionais desenvolvidas pelo CSJT e seus programas, pela Enamat, pela Vice-Presidência do TST e CSJT e pela Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho;

VII - atender e prestar informações às demandas jornalísticas e de comunicação sociais relacionadas ao CSJT, à Enamat, à Vice-Presidência do TST e CSJT e à Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho;

VIII - acompanhar, nos meios de comunicação, a publicação de notícias relacionadas aos assuntos institucionais do CSJT, da Enamat, da Vice-Presidência do TST e do CSJT e da Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho; e

IX - auxiliar na edição, alteração ou atualização de normas que visem à uniformidade de critérios e procedimentos relacionados à execução das ações de comunicação social na Justiça do Trabalho de primeiro e segundo graus.

Art. 14. As demandas encaminhadas por gabinetes de ministro e unidades do TST e do CSJT ou por demais instituições serão atendidas pela Secom de acordo com as prioridades estabelecidas pela Presidência do Tribunal e do CSJT, e desde que em acordo com esta Política de Comunicação Social.

CAPÍTULO IV DOS REQUISITOS

Art. 15. Para aplicar a presente Política de Comunicação Social, a Secom deve contar com:

I - acesso tempestivo, regular e transparente às informações oficiais do TST e do CSJT, com o objetivo de zelar pela veracidade e pertinência das informações;

II - garantia de recursos para cumprir objetivos e diretrizes, visando à difusão da informação, à tradução para melhor compreensão, à agregação de valor e à 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 consulta das peças processuais e administrativas do TST, tendo como fonte os sistemas e as ferramentas internas disponíveis; e

VI - prazo suficiente para o planejamento e a execução das ações de comunicação.

Art. 16. As unidades do TST e do CSJT devem considerar as atividades de comunicação social no planejamento de seus projetos e informar à SECOM, com prazo suficiente, as ações planejadas, a fim de que sejam elaboradas, em conjunto, soluções e estratégias de comunicação.

CAPÍTULO VI DAS OBRIGAÇÕES

Art. 17. Cabe aos servidores e colaboradores em exercício do TST e do CSJT:

I - zelar para que manifestações de caráter pessoal não sejam apresentadas indevidamente como institucionais, seja no exercício de suas funções ou fora dele, inclusive nas redes sociais; e

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 TST.

Art. 18. Solicitações de informações ou entrevistas realizadas por veículo de comunicação, jornalista ou qualquer pessoa que se identifique como profissional de comunicação, referentes à atividade do TST ou do CSJT, devem ser reportados pelos servidores à chefia imediata da respectiva unidade e direcionados à Secom para atendimento.

Art. 19. Os ministros só poderão manifestar-se na qualidade de porta-vozes do TST mediante prévia autorização da Presidência.

Art. 20. É dever de todos os que trabalham no TST e no CSJT zelar pela reputação e imagem da instituição.

Parágrafo único. É vedada a criação de perfis ou grupos em nome do TST, do CSJT ou de unidades institucionais em redes sociais, seja por meio de iniciativa particular ou de área técnica.

Art. 21. É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação do TST, do CSJT e da Enamat por suas unidades e órgãos.

Parágrafo único. As logomarcas do TST, do CSJT e da Justiça do Trabalho não deverão ser utilizadas para fins particulares, fora dos padrões especificados em manual, ou em peças e ações não institucionais, com fins comerciais ou contrários às diretrizes desta Política de Comunicação Social.

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 22. Cabe à Secretaria de Comunicação Social elaborar e implementar manuais operacionais com base na presente Política.

Art. 23. Compete à Secretaria-Geral da Presidência do TST e à Secretaria-Geral do CSJT dirimir as dúvidas suscitadas na aplicação deste Ato Conjunto.

Art. 24. Os casos omissos serão resolvidos pela Presidência do Tribunal Superior do Trabalho e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho.

Art. 25. A Política de Comunicação Social de que trata o presente Ato deverá ser revisada no prazo máximo de três anos após a sua publicação.

Art. 26. Este Ato entra em vigor na data de sua publicação.

Publique-se.

Brasília, 30 de junho de 2021.

MARIA CRISTINA IRIGOYEN PEDUZZI
Ministra Presidente do Tribunal Superior do Trabalho e do Conselho Superior da
Justiça do Trabalho

LUIZ PHILIPPE VIEIRA DE MELLO FILHO
Ministro Vice-Presidente do Tribunal Superior do Trabalho e do Conselho Superior
da Justiça do Trabalho

ALOYSIO CORRÊA DA VEIGA
Ministro Corregedor-Geral da Justiça do Trabalho

Este texto não substitui o original publicado no Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho.

Guia Editorial de
Comunicação Social do

**TRIBUNAL SUPERIOR
DO TRABALHO**

SUMÁRIO

Introdução	4
Objetivos.....	6
A Comunicação Social do TST.....	8
Canais de Comunicação Social	9
Portal de notícias TST	10
Sala de Imprensa e Lista de Transmissão para Jornalistas	12
Redes sociais	14
Twitter.....	16
Facebook.....	16
Instagram	16
Youtube.....	17
Flickr.....	17
Newsletter público externo.....	18
Lista de transmissão para público externo	19



Intranet	20
Sistema de mídia indoor (TST em Dia).....	22
Lista de transmissão para gestores.....	24
Lista de transmissão para servidores.....	25
Newsletter público interno.....	26
Newsletter para emissoras de rádio.....	27
Produção de Conteúdo.....	28
Assuntos institucionais.....	28
Cobertura jornalística.....	30
Redes sociais.....	32
Considerações Finais.....	34
Pesquisa e Referências Bibliográficas.....	35
Expediente.....	37

INTRODUÇÃO

O que publicar, como publicar e para quem publicar. Essas são perguntas e diretrizes básicas para o pilar da comunicação social de uma instituição. O presente guia editorial é uma iniciativa da Secretaria de Comunicação Social do TST e visa organizar e estabelecer um conjunto de normas para orientar os procedimentos de publicações de notícias, produtos e informes institucionais nos canais oficiais de comunicação social do Tribunal Superior do Trabalho.

Este documento define os objetivos da Comunicação Social do TST, os princípios e as diretrizes da linha editorial das publicações e os veículos considerados

adequados para a divulgação de notícias, informativos e reportagens produzidos, de acordo com o público-alvo. As regras visam organizar a coordenação e a execução das atividades de forma síncrona e com qualidade, a fim de cumprir o papel social da instituição de acordo com os princípios da ética, da transparência, da impessoalidade, da acessibilidade, da publicidade dos atos e da responsabilidade social.

Este guia editorial também foi elaborado para atender ao Plano Estratégico do Tribunal Superior do Trabalho do período 2021-2026, que preza pelo fortalecimento da imagem institucional, da governança e da comunicação



de qualidade, bem como para cumprir os requisitos da **Política de Comunicação Social**.

Os canais de comunicação social do TST são aqueles gerenciados pela Secretaria de Comunicação Social. Atualmente, são eles:

- ▶ Portal do TST (área de notícias, incluindo área de TV e Rádio);
- ▶ Intranet do TST (área de notícias, incluindo área de TV);
- ▶ Boletins de notícias para público externo e interno;
- ▶ Boletim de notícias para emissoras de Rádio;
- ▶ Lista de transmissão para gestores TST;
- ▶ Lista de transmissão para servidores do TST;

- ▶ Sala de imprensa e lista de transmissão para jornalistas e veículos de comunicação;
- ▶ Sistema de Mídia Indoor (TST em Dia); e
- ▶ Redes sociais oficiais do TST.

O rol de canais institucionais de comunicação do TST pode ser suprimido ou acrescido por iniciativa da Secretaria de Comunicação Social, desde que em acordo com a **Política de Comunicação Social** do órgão.

É vedada a criação de novos canais de comunicação oficial por unidades do Tribunal Superior do Trabalho sem a aprovação da Secretaria de Comunicação Social, após consulta à Presidência do TST.

OBJETIVOS

O Guia Editorial de Comunicação Social do Tribunal Superior do Trabalho busca atender aos seguintes objetivos:

- ▶ tornar públicos e dar visibilidade aos atos, às decisões e às iniciativas do Tribunal Superior do Trabalho e fazer com que as informações relativas à sua atuação sejam corretamente percebidas pela sociedade e pelo público interno;
- ▶ proporcionar à sociedade brasileira e ao público interno o acesso à informação com facilidade, transparência, acessibilidade, ética e responsabilidade;
- ▶ contribuir para o fortalecimento da imagem

institucional da Justiça do Trabalho;

- ▶ divulgar informações de interesse público sobre a atuação institucional do TST;
- ▶ posicionar o TST como órgão de excelência na pacificação das relações de trabalho e na uniformização da jurisprudência trabalhista;
- ▶ fazer com que as decisões do TST cheguem rapidamente ao conhecimento da sociedade;
- ▶ inserir o TST na pauta de assuntos nacionais como fonte qualificada sobre temas ligados às boas

práticas de gestão e de inovação do Judiciário;

- ▶ reforçar os valores do TST, tais como comprometimento, efetividade, ética, foco no jurisdicionado, proatividade, inovação, transparência e sustentabilidade;
- ▶ atender as demandas da Administração do TST, bem como de suas unidades judiciárias e administrativas, de acordo com as prioridades organizacionais;
- ▶ dar publicidade às demandas de comunicação das comissões e dos programas institucionais da Justiça do Trabalho, como a Comissão Nacional de Efetividade da Execução Trabalhista, o Programa

de Combate ao Trabalho Infantil e de Estímulo à Aprendizagem, o Programa Nacional de Prevenção de Acidentes de Trabalho (Trabalho Seguro) e a Comissão Nacional de Promoção à Conciliação;

- ▶ reforçar ações que valorizem e engajem a atuação do público interno (servidores) e a integração das unidades; e
- ▶ prevenir e gerenciar situações de crise de imagem.

A COMUNICAÇÃO SOCIAL DO TST

A comunicação social do TST é gerenciada pela Secretaria de Comunicação Social (Secom), unidade vinculada à Presidência do Tribunal. Entre as principais competências atribuídas à Secretaria, podemos elencar a coordenação dos serviços de comunicação do TST voltados aos públicos interno e externo e a ampla divulgação das decisões e serviços oferecidos à sociedade em diferentes meios de comunicação.

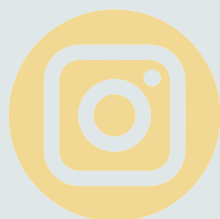
Com a implantação, modernização e progresso

constante de novas tecnologias, como a internet e as redes sociais, a Secom adota uma comunicação institucional multimídia permitindo o diálogo entre Tribunal e a sociedade por meio de diversas mídias, modernas e tradicionais.

A Secretaria de Comunicação Social é integrada pela Coordenadoria de Editoria e Imprensa (Ceim), pela Coordenadoria de Rádio e TV (CRTV) e pela Divisão de Comunicação Institucional (DCI).

CANAIS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O guia editorial de comunicação social do Tribunal Superior do Trabalho contempla os canais oficiais listados abaixo. Cada um deles se destina a conteúdos e públicos-alvo distintos, conforme a seguir:



Portal de notícias TST

O site do TST (www.tst.jus.br) é o principal canal de comunicação do TST. Nele são disponibilizadas as notícias produzidas pela Secretaria de Comunicação Social para o público externo, bem como outras informações relevantes para a sociedade.

O Portal estrutura-se em páginas de informações relativas a produtos e serviços prestados pelo TST, tendo como diretriz principal o atendimento dos interesses e necessidades dos usuários e orientações dos órgãos de controle e supervisão. A gestão do Portal é realizada de forma descentralizada pelas Unidades Gestoras, de acordo com normativos instituídos pelo Comitê Gestor do Portal.

As páginas de notícias do TST são gerenciadas e alimentadas pela Secretaria de Comunicação Social (Secom). As notícias de texto e as reportagens audiovisuais são produzidas, editadas e publicadas pela equipe da Coordenadoria de Editoria e Imprensa e da Coordenadoria de Rádio e TV, a partir da apuração de fatos junto a fontes internas e externas, bem como do uso de documentos oficiais.



Conteúdo editorial:

- ▶ notícias com as decisões dos órgãos judicantes do TST;
- ▶ divulgação de atos, normativos, pesquisas e periódicos, entre outros, de autoria do TST ou de suas unidades e que sejam de interesse público;
- ▶ releases jornalísticos para divulgação de campanhas e eventos institucionais promovidos ou apoiados pelo TST;
- ▶ reportagens que divulguem serviços e utilidades prestados pela Justiça do Trabalho à sociedade;
- ▶ reportagens sobre temas jurídicos relacionados ao Direito do Trabalho, produzidas pela equipe da Secom;
- ▶ notícias sobre datas e comemorações simbólicas pautadas pela Secom;
- ▶ notas de pesar, quando se tratar de ministro em exercício ou aposentado, bem como de personalidades que tenham ligação direta com a história da Justiça do Trabalho;
- ▶ notas de esclarecimentos da Presidência do TST; e
- ▶ notícias relacionadas à atuação institucional da Presidência do TST e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho, da Vice-Presidência do TST e CSJT e da Corregedoria-Geral da Justiça do Trabalho.

Público-alvo: sociedade, advogados, servidores de outros ramos do Judiciário Trabalhista, partes de processos, imprensa, estudantes, membros do Ministério Público, entre outros.

Sala de Imprensa e Lista de Transmissão para Jornalistas

O Tribunal Superior do Trabalho conta com uma página exclusiva no portal para o setor de imprensa. A [Sala de Imprensa](#) é um canal de comunicação direta com os jornalistas que fazem a cobertura do Judiciário para divulgar os serviços oferecidos pelo Tribunal Superior do Trabalho à sociedade. A página é alimentada pela Coordenadoria de Editoria e Imprensa da Secretaria de Comunicação Social, e oferece diversos serviços que podem auxiliar jornalistas e profissionais da comunicação na cobertura e na divulgação das atividades e ações do TST. A Sala de Imprensa está disponível no menu “[Notícias](#)” do portal do TST.

Entre os serviços oferecidos estão:

- ▶ Atendimento – informações sobre encaminhamento de pedidos de informação e entrevistas.



- ▶ Avisos de Pauta – cadastramento para recebimento de releases e comunicados por e-mail.
- ▶ Lista de Transmissão – inclusão de número de telefone móvel para envio de informações por WhatsApp.
- ▶ Fotografia – links para os bancos de imagens e registros fotográficos das sessões de julgamento, eventos e reuniões.
- ▶ Sessões – links para o acompanhamento de sessões de julgamento em tempo real e registros em vídeo.
- ▶ Rádio e TV – canais de acesso aos programas e notícias do TST produzidos no TST e veiculados pela TV Justiça e pela Rádio Justiça, além de formulários para parcerias de utilização do material audiovisual.
- ▶ Glossário – relação dos termos jurídicos mais comuns relativos às atividades do TST.
- ▶ Dúvidas Frequentes – respostas às principais dúvidas de jornalistas e veículos de comunicação, com links diretos para as informações mais demandadas.

Conteúdo editorial:

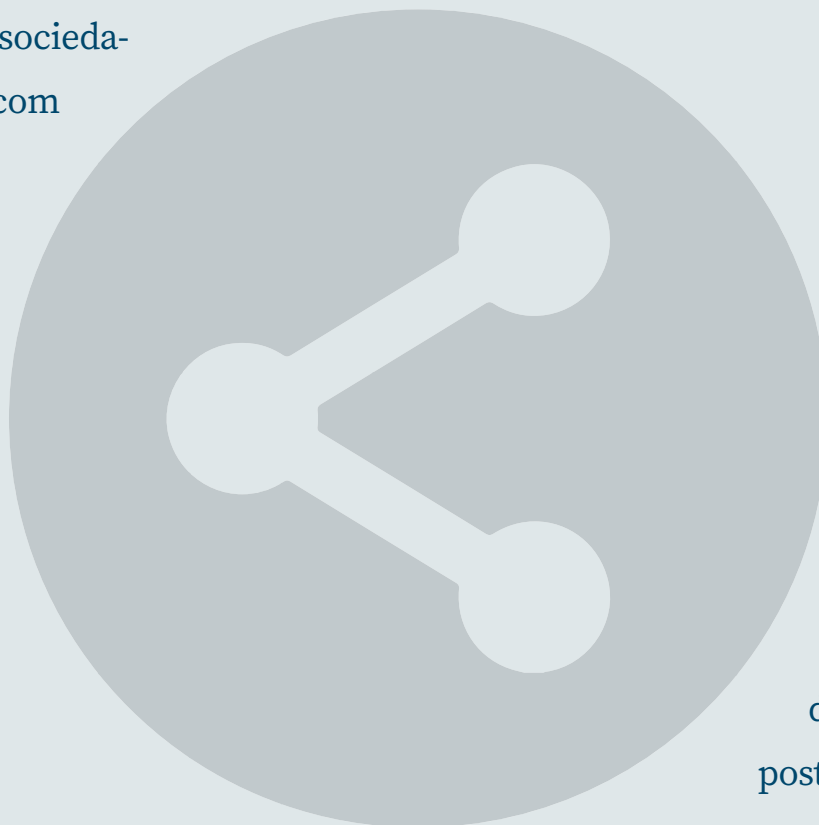
- ▶ divulgação de avisos de pauta e de releases sobre a atuação do TST, bem como de campanhas promovidas em âmbito nacional, entre outros informes considerados de interesse para a mídia, com o intuito de esclarecer a sociedade pelos meios de comunicação de massa.

Público-alvo: jornalistas e profissionais da comunicação.

Redes sociais

O TST está presente nas redes sociais desde 2010. Os canais são instrumentos fundamentais e imprescindíveis para a comunicação direta com a sociedade, permitindo ainda a interação com os cidadãos.

A presença digital do TST nas redes sociais atende aos princípios da publicidade e da transparência e promove maior visibilidade institucional. Os canais têm como finalidade difundir a atuação do Tribunal



por meio de posts informativos e educativos. A equipe responsável pelo conteúdo atua de forma integrada, com a supervisão da Coordenadoria de Editoria e Imprensa, para a publicação de postagens textuais, e da Coordenadoria de Rádio e TV, para as postagens audiovisuais.

A criação de perfis do TST nas redes sociais é uma atribuição da Secom. E o conteúdo deve estar de acordo com o perfil da plataforma escolhida.

Conteúdo editorial:

- ▶ *posts* com reportagens e notícias publicadas no site do TST de interesse público;
- ▶ *posts* que visam divulgar e dar publicidade às campanhas e aos eventos promovidos pela instituição ou que contem com o apoio institucional do TST;
- ▶ *posts* interativos que estimulem o diálogo entre a sociedade e o TST;
- ▶ *posts* que divulguem os serviços oferecidos pela instituição;
- ▶ conteúdos didáticos e/ou informativos que versem sobre Direito do Trabalho, funcionamento do TST e

da Justiça do Trabalho ou similares; e

- ▶ postagens alusivas às datas históricas e comemorativas, desde que relacionadas às ações do TST, ao universo do Poder Judiciário ou que contemplem os valores definidos no Plano Estratégico da instituição.

Público-alvo: sociedade, advogados, partes de processos, estudantes, membros do Ministério Público e público interno do TST, servidores de todos os ramos da Justiça, entre outros.

Atualmente, o TST possui contas oficiais nas seguintes redes sociais e cada uma delas conta com periodicidade de publicações e política editorial distintas.

Twitter

Criado em fevereiro de 2010, o perfil do TST no Twitter ([TST_Oficial](https://twitter.com/TST_Oficial)) inaugurou a presença da Corte nas redes sociais. A página divulga posts que abordam as notícias relacionadas às decisões do TST e conteúdos educativos sobre Direito do Trabalho.

Facebook

O perfil do TST na rede social Facebook (www.facebook.com/TSTJus/) foi criado em abril de 2011. A página divulga posts que abordam as notícias relacionadas às decisões do TST, divulgação de eventos e campanhas e conteúdos educativos sobre Direito do Trabalho.

Instagram

O perfil institucional do TST no Instagram (www.instagram.com/tstjus/) foi criado em setembro de 2016. O conteúdo publicado conta com decisões da Corte, novidades institucionais, divulgação de eventos e campanhas, informações para usuários, advogados e magistrados, bem como vídeos e posts sobre direitos trabalhistas e a atuação da Justiça do Trabalho.

Youtube

O canal do TST no Youtube (www.youtube.com/tst) reúne as produções de vídeo voltadas ao público externo desde 2011. O conteúdo contempla reportagens, programas de televisão - produzidos para a TV Justiça ou especificamente para a plataforma, vídeos informativos sobre Direito do Trabalho e a atuação da Justiça do Trabalho. O canal também realiza as transmissões ao vivo das sessões de julgamento dos órgãos colegiados do TST, além de eventos institucionais promovidos pela Corte.

Também são hospedados na plataforma eventos, cursos e palestras promovidos pelo Tribunal porém não transmitidos, mediante solicitação da unidade, e desde que em acordo com a Política de Comunicação Social.

Flickr

O Flickr do TST (www.flickr.com/photos/tst_oficial) foi criado em 2011. O Tribunal está na rede de compartilhamento de fotos para divulgar os eventos realizados na Corte, imagens institucionais, além de permitir que as imagens sejam acessadas e baixadas pelo público. As imagens são armazenadas em tamanho original e a cessão das imagens é autorizada com a identificação da fonte e do autor da foto.

Newsletter público externo

A newsletter “Notícias do TST” é um boletim diário, encaminhado pela Secretaria de Comunicação Social para lista de e-mails cadastrados, mediante solicitação, aos interessados em receber as notícias divulgadas no site do TST.

Conteúdo editorial:

- ▶ notícias com links para as matérias publicadas no site do Tribunal.

Público-alvo: sociedade, advogados, partes de processos, estudantes, membros do Ministério Público e público interno, entre outros.



Lista de transmissão para público externo

A lista de transmissão de notícias por meio do aplicativo WhatsApp foi criada com o intuito de proporcionar às pessoas interessadas nas decisões e ações do TST mais um canal de acesso à informação diretamente da fonte, sem intermediários.

Diariamente, serão enviadas aos inscritos as notícias publicadas no Portal do TST na internet, além de avisos e informes sobre as atividades do Tribunal. A lista de transmissão é aberta ao público em geral. Para participar, basta adicionar nos contatos o número fornecido pela Secom e enviar uma mensagem solicitando a inclusão no grupo. O número é usado exclusivamente para o envio de notícias.

Conteúdo editorial

- ▶ manchetes das notícias publicadas no site do Tribunal com link que redireciona o leitor para o site.

Público-alvo: sociedade, advogados, partes de processos, estudantes, membros do Ministério Público e público interno, entre outros.



Intranet

A intranet é o principal canal de comunicação social do TST com o público interno.

A sessão de notícias é alimentada pelas coordenadorias vinculadas à Secom e pela Divisão de Comunicação Institucional. A cobertura dos eventos internos, bem como o planejamento das notícias publicadas nos canais oficiais de comunicação interna, é de responsabilidade da Coordenadoria de Editoria e Imprensa, da Coordenadoria de Rádio e TV e da Divisão de Comunicação Institucional, todas vinculadas à Secretaria de Comunicação Social. A linha editorial de ações e notícias internas deve contemplar as ações institucionais do TST e de suas unidades que sejam de interesse do público interno.

Conteúdo editorial:

- ▶ notícias de cursos, ações, eventos, pesquisas, projetos e campanhas promovidos pelas unidades do TST para o público interno;



- ▶ notícias sobre atos administrativos voltados para magistrados, servidores, estagiários, aprendizes e demais prestadores de serviço;
- ▶ notícias sobre serviços, orientações e avisos institucionais do Tribunal;
- ▶ notícias que promovam o bem-estar, a integração e a valorização dos servidores e prestadores;
- ▶ notícias que contemplem as atividades desempenhadas pelos servidores ou unidades, a fim de divulgar as ações desenvolvidas por determinado setor, agregar valor e gerar a aproximação e a integração entre servidores e colaboradores;
- ▶ notícias sobre participações oficiais de servidores em eventos externos ou on-line;
- ▶ notícias de datas históricas e comemorativas, desde que relacionadas ao Direito do Trabalho ou ao TST.

Público-alvo: magistrados, servidores, estagiários, aprendizes e prestadores de serviço.

Sistema de mídia indoor (TST em Dia)

O TST em Dia é um canal de comunicação social atualizado diariamente pela Coordenadoria de Editoria e Imprensa (Ceim). O conteúdo é disponibilizado nos monitores de TV espalhados pelos corredores do TST e pelos principais elevadores dos prédios.

Conteúdo:

- ▶ principais manchetes disponíveis na intranet, no site do TST, no site da Enamat e no site do CSJT;
- ▶ resumo das decisões dos órgãos judicantes do TST, de acordo com as notícias que estão no site;
- ▶ previsão do tempo;
- ▶ notícias externas sobre serviços e informações de interesse público;
- ▶ campanhas ou pesquisas em andamento;



- ▶ vídeos institucionais; e
- ▶ dicas culturais.

Público-alvo: magistrados, servidores, estagiários, aprendizes e demais prestadores de serviço, bem como público externo (advogados, partes de processos, membros do Ministério Público, jornalistas e visitantes do TST).

Lista de transmissão para gestores

Canal direto com os servidores ocupantes de cargos de chefia do Tribunal pelo WhatsApp.

Conteúdo:

- ▶ informes importantes para os cargos gerenciais;
- ▶ resumo das notícias publicadas na intranet; e
- ▶ mensagens de estímulo à participação da equipe em eventos e outras ações institucionais.



Lista de transmissão para servidores

Canal de comunicação com servidores do TST interessados em receber as principais notícias publicadas na intranet pelo WhatsApp. Adesão voluntária, mediante solicitação formal.

Conteúdo:

- ▶ informes importantes para os servidores do tribunal;
- ▶ resumo das notícias publicadas na intranet; e
- ▶ mensagens de estímulo à participação dos servidores em eventos e outras ações institucionais.



Newsletter público interno

O boletim semanal é encaminhado por e-mail para a lista de servidores, estagiários, prestadores de serviço e magistrados com as principais notícias publicadas na intranet.

Conteúdo editorial:

- ▶ principais notícias da semana com links para as matérias publicadas na intranet do Tribunal.

Público-alvo: magistrados, servidores, estagiários, aprendizes e prestadores.



Newsletter para emissoras de rádio

O boletim semanal é encaminhado por e-mail para a lista de emissoras de rádio cadastradas com as principais notícias publicadas na página da Rádio TST no site do Tribunal na internet. A adesão das emissoras ao mailing é voluntária, mediante solicitação à Coordenadoria de Rádio e TV.

Conteúdo editorial:

- ▶ principais notícias da semana, com links para as matérias publicadas na página da Rádio TST no site do Tribunal.

Público-alvo: emissoras de rádio de todo o país.




PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

A produção de conteúdo da Secretaria de Comunicação Social e suas unidades vinculadas deve seguir a seguinte linha editorial:

Assuntos institucionais

▶ Ações, atos, atividades, projetos, campanhas e iniciativas do Tribunal Superior do Trabalho, bem como das unidades que o compõem, devem ser divulgadas de forma sistemática pela Secretaria de Comunicação Social, de acordo com o público-alvo pretendido.

- ▶ Os assuntos divulgados devem ter fatos e dados comprovados, sem distorção dos conteúdos, e ser de fácil compreensão pelo público.
- ▶ Os conteúdos divulgados devem ter relação com a atividade desenvolvida pelo Tribunal.
- ▶ Não são considerados assuntos institucionais as atividades ou os eventos que visem à promoção pessoal ou comercial de integrante do Tribunal ou aqueles que não são promovidos pelo TST, mesmo que tenham a participação de magistrados ou servidores.
- ▶ É vedada a divulgação de eventos externos em



que a participação de ministros ou de servidores não tenha relação direta com a atividade desempenhada no Tribunal, com o intuito de observar o caráter da impessoalidade.

► A Secretaria de Comunicação Social, após consulta à Presidência do TST, avaliará, com base nos critérios definidos neste guia editorial, as sugestões para a divulgação de ações institucionais recebidas de gabinetes de ministros, de servidores ou de unidades do TST.

► Os editores deverão utilizar o recurso “Alt text” em todas as matérias que contenham imagens ou ilustrações, com o objetivo de descrever as imagens em texto e promover a acessibilidade dos textos.

► As reuniões de pauta devem ser frequentes entre as equipes de redação e de cobertura institucional, com o intuito de alinhar a programação das matérias de acordo com as demandas recebidas e de trocar ideias para a produção de novas matérias jornalísticas.


Cobertura jornalística

A Secretaria de Comunicação Social dispõe de profissionais de comunicação responsáveis pela cobertura jornalística das sessões de julgamento, das ações internas e dos demais eventos promovidos pelo TST. Os jornalistas da Secom também são responsáveis por produzir notas e reportagens relacionadas a atos, relatórios, campanhas institucionais, entre outras demandas jornalísticas, desde que essas sejam relacionadas com a atuação do Tribunal. Outras especificidades são contempladas a seguir:

- ▶ **Eventos externos:** aqueles promovidos por outra instituição em Brasília poderão ser acompanhados pela equipe da Secom e/ou divulgados nos veículos oficiais de comunicação do TST, desde que haja participação oficial dos membros da Administração ou

relação institucional, a critério da Presidência do TST.

- ▶ **Notas de pesar:** por serem de interesse público e estarem relacionadas à instituição, deverão ser publicadas no site do TST as notas de pesar relativas a ministros em atuação, aposentados ou classistas. As notas de pesar deverão, preferencialmente, ser assinadas pela Presidência do TST, em nome da Corte.
- ▶ **Fatos da vida pessoal:** não são publicadas notícias ou notas que não tenham relação com a atividade institucional, sejam de ministros ou de servidores.
- ▶ **Eventos institucionais *in loco* fora da cidade da sede do Tribunal:** a Secom poderá realizar a cobertura jornalística e fotográfica de eventos institucionais



realizados ou promovidos fora de Brasília, a critério da Presidência do TST.

- ▶ **Decisões administrativas:** devem ser publicadas quando houver interesse público ou quando a divulgação for obrigatória para atender demandas dos órgãos de controle e de fiscalização, ou para atender aos princípios da transparência e da publicidade dos atos.
- ▶ **Sugestões de pautas recebidas de gabinetes, de unidades ou de outras fontes:** deverão ser avaliadas pela Presidência do TST e pela Secretaria de Comunicação Social, a partir dos critérios definidos neste Guia.

- ▶ **Cobertura de sessão de julgamento de processo em segredo de justiça:** poderá ser divulgada matéria, desde que ocultado o número do processo para a preservação das partes. O mesmo procedimento deve ser aplicado em processos de temas sensíveis, como assédio moral, assédio sexual, agressões, entre outros.
- ▶ **Temas de grande relevância social:** as secretarias de Turmas ou os gabinetes dos ministros devem informar a Secom com antecedência sobre processos a serem julgados que tenham grande relevância para a sociedade ou grande repercussão na imprensa.

Redes sociais

O Tribunal Superior do Trabalho está presente nas redes sociais Twitter, Facebook, Instagram, YouTube e Flickr. A equipe de redes sociais, coordenada pela Ceim e pela CRTV, deve observar as seguintes especificidades:

- ▶ Todas as imagens e todos os textos produzidos para publicação nas redes sociais devem passar por revisão de língua portuguesa antes de serem publicados.
- ▶ Todos os produtos audiovisuais devem passar por revisão de língua portuguesa e conteúdo antes da sua publicação.
- ▶ *Posts* com conteúdo jurídico devem ser revisados pela equipe de redação.
- ▶ Todas as postagens do TST nas redes sociais devem contar com a logo da instituição ou da Justiça do Trabalho.

- ▶ Os termos de uso das redes sociais devem ser publicados no site do órgão e nas redes sociais que permitem essa divulgação.
- ▶ As postagens devem ter conteúdos que tenham relação com a atividade desenvolvida pela instituição ou que sejam de utilidade pública.
- ▶ Os conteúdos dos posts devem prezar por uma linguagem clara, simples e criativa, que traduza os termos jurídicos, garantindo mais proximidade com o cidadão.
- ▶ Para garantir a acessibilidade dos conteúdos, deve-se utilizar a *hashtag* #ParaTodosVerem ou #ParaCegoVer - recurso utilizado para descrever imagens, ou as próprias ferramentas nativas das redes.

- ▶ A interação com os usuários é permitida e deve prezar pela cordialidade e precisão no esclarecimento de dúvidas.
- ▶ A Secom contará com a parceria institucional da Ouvidoria para responder os seguidores dos perfis de redes sociais em dúvidas relacionadas a processos e questionamentos jurídicos.
- ▶ Deve-se adotar um banco único de respostas frequentes para facilitar e uniformizar o trabalho.
- ▶ É vedada a criação de novos canais em redes sociais por unidades do Tribunal Superior do Trabalho sem a aprovação da Secretaria de Comunicação Social, após consulta à Presidência do TST.
- ▶ O desempenho dos *posts* (engajamento) deve ser monitorado diariamente para que a análise dos temas seja avaliada.
- ▶ O monitoramento e a avaliação dos comentários devem ser diários.
- ▶ O conteúdo de cada rede deve ser tratado de forma individualizada, observando as características de cada plataforma, como o público, a linguagem, formato das imagens, limitações de caracteres, entre outros.
- ▶ A equipe de redes deve fazer um planejamento mensal das postagens.
- ▶ Cada rede social tem uma identidade visual própria, criada e aprovada pelo Núcleo de Comunicação Visual e Design. Os posts produzidos devem seguir a identidade visual definida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Secretaria de Comunicação Social deve promover a revisão periódica deste Guia Editorial, sempre que necessário, de acordo com as rotinas da instituição.

Os casos omissos neste Guia deverão ser analisados pela Secretaria de Comunicação Social, após consulta à Presidência do TST.

PESQUISA E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RC ROSINHA, Artigo Científico. Política editorial: aspectos a considerar, 2018.

TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO, Plano Estratégico 2021-2026 - diretrizes estratégicas (valores, missão e visão), 2021.

CERQUEIRA, Luiz Augusto Egypto de. Qualidade jornalística: ensaio para uma matriz de indicadores. Unesco, 2010.

DUARTE, Jorge (org.) Assessoria de Imprensa e relacionamen-

to com a mídia: teoria e técnica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SENADO FEDERAL, Manual de Comunicação, 2012, com atualizações. Acesso em 8/4/2021.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Resolução n. 85, de 08 de setembro de 2009. Dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário. Acesso em: 14/4/2021.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, Manual de Comunicação Digital, 2020. Acesso em 14/4/2021.

TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO

Ministra Maria Cristina Irigoyen Peduzzi

Presidente

Ministro Luiz Philippe Vieira de Mello Filho

Vice-Presidente

Ministro Aloysio Silva Corrêa da Veiga

Corregedor-Geral da Justiça do Trabalho

Tatiana Baena

Secretária-Geral da Presidência do TST

EXPEDIENTE

Guia Editorial de Comunicação Social do Tribunal Superior do Trabalho

1ª edição: maio/2021

Secretária de Comunicação Social:

Taciana Giesel

Texto e edição:

Taciana Giesel

Anna Carolina Britto

Rodrigo Tunholli

Alessandro Jacó

Carmem Feijó

Supervisão gráfica:

Thaís Gomes

Diagramação:

Lucas Almeida

Revisão:

Equipe de revisão da Presidência do TST



TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO
Secretaria de Comunicação Social do TST

secom@tst.jus.br

(61) 3043-4907

www.tst.jus.br