DA DEFINIÇÃO DE UMA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO PODER JUDICIÁRIO DO MARANHÃO

Marcela Santana Lobo[1]

INTRODUÇÃO

Em A sociedade em Rede, Manuel Castells afirma que "vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte dos nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação" (CASTELLS, 2020, p. 420). Prossegue, pontuado que o novo sistema de comunicação possui uma capacidade ímpar de "inclusão e abrangência de todas as expressões culturais" e que "todas as espécies de mensagens do novo tipo de sociedade funcionam em um modo binário: presença/ausência no sistema multimídia de comunicação" (CASTELLS, 2020, p. 456).

Para estarmos nessa nova sociedade é, portanto, imperativo que se compreendam esses novos mecanismos de comunicação. A mídia se tornou um componente fundamental, tornando imprescindível que o cidadão, a sociedade, as instituições privadas e o Estado se insiram de forma qualificada, desbravando a potencialidades do instrumental que nos é disponibilizado.

Segundo pesquisa realizada em 2019, 82.7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet, identificando-se um aumento de 3.6 pontos percentuais em relação ao ano de 2018 (BRASIL, 2021). A pesquisa apurou, ainda, que o acesso à internet era majoritariamente realizado pelo telefone celular, com 98,6% dos respondentes indicando esse instrumento. Da população com 10 anos ou mais de idade, 81% têm telefone móvel celular para uso pessoal (IBGE EDUCA). Não há como nos apartar dessa conexão em rede.

No âmbito do Poder Judiciário, as perspectivas inauguradas pela tecnologia e pela comunicação, mormente a virtual, são diversificadas e crescentes. A pandemia de COVID-19 acelerou a implementação e utilização de instrumental para atuação em ambiente virtual, tais como o processo eletrônico[2], as comunicações pelo uso de aplicativos instantâneos de

[1] Juíza do Tribunal de Justiça do Maranhão. Aluna do programa do Mestrado Profissional em Direito e Poder Judiciário da ENFAM. E-mail: marcelalobo@gmail.com

[2] No ano de 2021, o Tribunal de Justiça do Maranhão implementou o PJe em todas as unidades criminais do Estado. Assim, orientou à migração do acervo físico para o ambiente virtual de modo a viabilizar de forma gradual a virtualização completa dos processos ativos no Estado.

mensagens, o balcão virtual[3], as audiências por videoconferência, a justiça 4.0[4], *visual law* entre outras iniciativas. E ampliou a presença da instituição em seus canais de atuação em redes sociais, como o *instagram, facebook, twitter*[5], quer pela constante realização de *lives*, congressos virtuais, aulas, quer pela propagação de notícias, considerando que, aos poucos, migra-se para um fortalecimento dos espaços de comunicação virtuais em detrimento dos meios físicos. As experiências sociais vão se tornando cada vez mais tecnológicas.

O presente artigo busca identificar como o Poder Judiciário do Maranhão reconhece a relevância da comunicação como área estratégica a partir de 2009, adequando-se às demandas do novo milênio, a partir da criação de um plano apto a estabelecer as diretrizes e indicadores de sua comunicação externa e interna. Para tanto, avalia-se a conformidade ao normativo do Conselho Nacional de Justiça e do Supremo Tribunal como paradigmas ao Tribunal de Justiça do Maranhão. O recorte geográfico considera o tribunal de atuação da pesquisadora e o temporal evidencia o primeiro normativo específico do Conselho Nacional de Justiça em 2009 até os dias atuais. Espera-se que no avançar do processo de democratização, abertura e transparência das instituições públicas elas sejam fortalecidas ao estimular o conhecimento de seu funcionamento, com a participação e o controle dos cidadãos.

2 A COMUNICAÇÃO EM UM MUNDO EM REDE E SEUS REFLEXOS PARA A GOVERNANÇA JUDICIAL

Os avanços tecnológicos permitiram, aos poucos, a transposição do que CASTELLS (2020, p. 416-417) conceitua como “Galáxia de Gutemberg” e seu sistema de comunicação dominado pelo alfabeto fonético para a “Galáxia de McLuhan” que transcendeu ao declarar que o meio é a mensagem. Essa constatação revolucionou a forma de comunicar e atinge, igualmente, o Poder Judiciário nacional.

[3] O Conselho Nacional de Justiça define o balcão virtual como uma medida de “acesso remoto direto e imediato dos usuários dos serviços da Justiça às secretarias das Varas em todo o país”. Disponível em <https://www.cnj.jus.br/tecnologia-da-informacao-e-comunicacao/justica-4-0/balcao-virtual/>. Acesso em 7 jul. 2021.

[4] Segundo o Conselho Nacional de Justiça, o programa Justiça 4.0 tem como objetivo “promover o acesso à Justiça, por meio de ações e projetos desenvolvidos para o uso colaborativo de produtos que empregam novas tecnologias e inteligência artificial” Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/tecnologia-da-informacao-e-comunicacao/justica-4-0/>. Acesso em 7 jul. 2021.

[5] Em 13 de julho de 2021, o Supremo Tribunal Federal (STF) anunciou seu perfil oficial no TikTok. Em 2020, a Corte criou contas no Facebook e no Instagram, que possuem, atualmente, 86mil e 10mil seguidores, respectivamente. O STF também possui contas no YouTube, com quase 400mil inscritos, no Twitter, com 2 milhões de seguidores, desde 2009. In: PANCINI, Laura. **STF entra no TikTok para alcançar novos públicos.** Publicado em 13.07.2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/stf-entra-no-tiktok/>. Acesso em 17 jul. 2021.

Incluído pela Emenda Constitucional nº 45 de 2004 (BRASIL, 1988), o Conselho Nacional de Justiça trabalha a uniformização das diretrizes voltadas para o Poder Judiciário, em favor de uma organização administrativa que contemple um planejamento estratégico e maior transparência. O planejamento estratégico é, portanto, em consonância com os demais normativos específicos na área de comunicação, diretrizes que guiam a análise de como o Poder Judiciário, e, no presente artigo, o Poder Judiciário maranhense, vislumbra a relevância do papel informativo e de transparência e define os indicadores para a mensuração quantitativa e qualitativa de sua presença nos sistemas de informação.

Em 2009, o Conselho Nacional de Justiça sinalizara que a comunicação social deveria ser compreendida como uma perspectiva para o Poder Judiciário. Em estudo conduzido sobre a gestão da comunicação nos tribunais no ano de 2010, reconhece que "a comunicação, se pensada estrategicamente, pode impulsionar e assessora a gestão das organizações na conquista de melhores resultados", pontuando que a implantação dos sistemas de comunicação exige minucioso planejamento (CNJ, 2010, p. 10).

A escolha das mensagens, da linguagem e dos canais de diálogo com a sociedade é fundamental para o fortalecimento do Poder Judiciário. Apesar de muitos avanços apresentados nos levantamentos realizados pelo Conselho Nacional de Justiça,

> a percepção sobre a atuação do Judiciário, reiterada sistematicamente, ainda é marcada pelas ideias de morosidade e burocracia como demonstram os dados subsequentes a respeito das razões para não recorrer à Justiça e a adesão a conceitos negativos sobre o Judiciário (AMB, 2019, p. 26)

Como melhorar a percepção do Poder Judiciário junto à sociedade é um dos papéis primordiais da comunicação institucional. Sem um planejamento que contemple o fortalecimento dos canais e redes sociais, evidencie as competências que devem ser desenvolvidas e trabalhe uma sincronia entre os diversos setores é improvável alcançar esse mister. A comunicação atrela-se, ainda, à governança e transparência que são exigidas do Tribunal para assegurar o direito fundamental à informação, assinalando que constitui diretriz que sejam utilizados os meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação (art. 3º, inciso II da Lei 12.527/2011) (BRASIL, 2011).

Sobre governança judicial AKUTSU e GUIMARÃES (2015, p. 6) adotam como conceito

> (...) conjunto de políticas, processos, costumes, atitudes, ações, comportamentos e decisões necessários ao exercício da Justiça. Esse conceito parte do pressuposto de que governança judicial se fundamenta em instituições, isto é, em regras, em normas, em padrões de conduta socialmente

> construídos e legitimados, e manifesta-se em práticas, ações e comportamentos dos distintos atores do Poder Judiciário.

Se o construto de padrões se manifesta pelas práticas, ações e comportamentos dos atores que compõem o Poder Judiciário é essencial a definição da mensagem a comunicar e a avaliação permanente do quão eficiente tem sido a instituição no desempenho dessa atividade. A cultura é mediada e determinada pela comunicação e é fortemente influenciada pelo novo sistema tecnológico (CASTELLS, 2020, p. 414). A melhoria da imagem do Poder Judiciário e o cumprimento dos normativos do Conselho Nacional não se desassociam de investimentos na comunicação interna e externa e de seu aperfeiçoamento.

Os indicadores de percepção do Poder Judiciário na sociedade e a ampliação da presença da instituição no ambiente virtual, na construção de pautas positivas, são elementos fundamentais para a execução do planejamento estratégico e para alcançar a transparência e o controle social esperados. Para tanto, deve existir alinhamento e direcionamento das atividades desempenhadas pelas assessorias de comunicação, além de previsão de rotinas que colaborem na resolução de situações críticas e orientação de servidores e servidoras, magistrados e magistradas em sua relação com as novas tecnologias.

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa observacional, qualitativa, de caráter analítico, que utiliza como técnica o estudo de caso, sobre a qual Chizzotti (1995, p. 102), explica ser “a pesquisa para coleta e registro de dados de um ou vários casos, para organizar um relatório ordenado e crítico ou avaliar analiticamente a experiência com o objetivo de tomar decisões ou propor ação transformadora”.

Para os objetivos desse artigo foram utilizados como referenciais a Resolução nº 85, de 08 de setembro de 2009, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e dados analíticos de acesso à *internet*, bem como a observação e coleta de dados no repositório eletrônico do Tribunal de Justiça do Maranhão (*www.tjma.jus.br*), instituição a qual se vincula a pesquisadora, a fim de identificar como esse tribunal estadual se ampara normativamente para a execução das atividades de comunicação interna e externa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Conselho Nacional de Justiça

O Conselho Nacional de Justiça instituiu através de sua Resolução nº 85 de 8 de setembro de 2009 um normativo geral sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário. Tal resolução fora alterada em junho de 2020 pela Resolução n 326. Estabelece entre seus objetivos a promoção do "Poder Judiciário junto à sociedade de modo a conscientizá-la sobre a missão exercida pela Magistratura, em todos os seus níveis, otimizando a visão crítica dos cidadãos a respeito da Justiça como instrumento de garantia dos seus direitos e da paz social" (art. 1º, inciso VI) (CNJ, 2009).

A resolução 326 de 2020, que alterou a resolução de 2009, detalhou o artigo 4º para estabelecer que integram o sistema de Comunicação do Poder Judiciário (SICJUS), a secretaria de comunicação social do Conselho Nacional de Justiça, como órgão central, as secretarias de comunicação dos Tribunais Superiores, como órgãos de subsistema e as coordenadorias ou unidades administrativas de Comunicação Social dos Tribunais de Justiça dos Estados e dos Tribunais Federais, como órgãos operacionais (art. 4º). Também em 2020 foi introduzia expressamente a obrigatoriedade de que as ações de comunicação do Poder Judiciário estivessem contempladas nas dotações orçamentárias, com reserva de recursos compatíveis com as metas a serem alcançadas (CNJ, 2009)

Desde 2013, contudo, já vigorava a instrução normativa nº 53, que dispõe sobre organização, planejamento e execução das ações de comunicação social no âmbito do Conselho. Desse documento, destaca-se que o planejamento da comunicação e linha editorial ocorrerão semestralmente, que as metas considerarão os indicadores de comunicação do Conselho Nacional de Justiça referentes aos últimos doze meses (art. 2º) (CNJ, 2013).

O conjunto de normativos sobre o tema não é amplo, mas evidencia uma preocupação com o diálogo com a sociedade, o fortalecimento da imagem do Poder Judiciário e o planejamento amparado em dados específicos, discutido em intervalo que contemple a velocidade da comunicação desse momento histórico. Há, ainda, a atenção à necessidade de treinamento de servidores e magistrados em questões relacionadas com a comunicação social, como restou expressamente assentado na Portaria nº 198 de 5 de dezembro de 2019 (CNJ, 2019).

Registre-se que em pesquisa conduzida pelo Conselho Nacional de Justiça em 2010 a maioria dos tribunais (49 ou 58%) informou não possuir plano de Comunicação. Nos que informavam possuir um plano de comunicação (33 tribunais ou 39%), na maioria dos casos (64%), houve a participação de outras áreas na elaboração do plano (CNJ, 2010). Entre os

tribunais que não possuem plano de comunicação situa-se, até a presente data, 10 de julho de 2021, o Tribunal de Justiça do Maranhão.

4.2 Supremo Tribunal Federal

Em 8 de abril de 2021, foi instituída, através da Resolução de nº 730, a política de comunicação social do Supremo Tribunal Federal. O referido regramento menciona o planejamento estratégico daquela corte, apontando estar entre os objetivos definidos o aperfeiçoamento da comunicação interna e externa. Reconhece, ainda, constituir objetivo estratégico do Plano de Gestão "aprimorar a governança, a transparência e a gestão". Declina como motivação para a instituição da política "a crescente demanda social por uma comunicação mais transparente, eficiente e eficaz, que amplie o conhecimento dos cidadãos acerca das atribuições do STF, bem como de seus serviços prestados" (STF, 2021).

O artigo 2º da citada resolução estabelece as diretrizes que devem guiar a política de comunicação, indicando, entre elas, a ampliação da "credibilidade junto à sociedade, com a divulgação de informações que contribuam para o melhor entendimento de suas atividades jurisdicional e administrativa" (inciso III), o incentivo à "inovação de conteúdos, linguagens e formatos" (inciso X), a instituição e a manutenção de "procedimentos para identificação de situações de risco para a imagem da instituição e para o enfrentamento de crises no âmbito comunicacional" e o auxílio "na promoção de um clima organizacional propício ao desenvolvimento institucional, bem como apoiar ministros, assessores, diretores, secretários, coordenadores, gerentes, servidores e colaboradores para o aperfeiçoamento das aptidões de comunicação social" (STF, 2021).

Divide, ainda, em seu artigo 8º, a comunicação social do STF nas seguintes atividades: assessoria de imprensa, comunicação interna, *design* gráfico e *online*, comunicação digital e TV e Rádio Justiça, atribuindo ao setor de comunicação digital a elaboração da política de uso e convivência para as redes sociais em que o Supremo estiver presente, definido as regras para as publicações e interações (art. 12, inciso IV) (STF, 2021).

4.3 Tribunal de Justiça do Maranhão

Consultando o sítio eletrônico do Tribunal de Justiça do Maranhão (*www.tjma.jus.br*), em seus atos normativos pelo argumento de pesquisa "*comunicação*", não foi possível localizar

nenhum documento que estipulasse um plano de comunicação ou diretrizes sobre a atuação das assessorias de comunicação vinculadas à presidência e à corregedoria. Assim, passou-se à análise das diretrizes incorporadas no planejamento estratégico do tribunal a partir de 2009.

Clicando-se no ícone relativo ao planejamento estratégico do tribunal, o apanhado de informações disponibilizada torna complexa a imediata localização da missão, visão e valores assinalados no plano em curso, evidenciando a necessidade de uma melhor organização. Após a busca, localiza-se relativamente ao planejamento estratégico a vigorar a partir de 2010 como visão "ser reconhecido como instituição ágil e efetiva na solução de conflitos em sociedade, conjugando tratamento humanizado com práticas modernas de gestão e uso eficaz da tecnologia" e como um dos valores a transparência, que também fora declinado como objetivo estratégico nº 8 (TJMA, 2009, p. 16). O referido planejamento estratégico perdurou durante o ano de 2015, prorrogado pela Resolução-GP 282015.

O planejamento estratégico referente aos anos de 2016 a 2020, por sua vez, indicou como macrodesafio a governança judiciária, assinalando como objetivo estratégico 17 o aperfeiçoamento da comunicação no Poder Judiciário, através do aprimoramento dos canais internos e externos. Um conjunto de metas foi traçado como: aumentar em 50% a participação do público interno em programas e eventos realizados pelo Poder Judiciário (meta 29) e aumentar em 30% o número de inserções de matérias positivas em mídias externas (meta 30) (TJMA, 2015). Como essas metas seriam atingidas ou se o foram não é esclarecido em outros normativos que tenham sido localizados por essa pesquisadora na observação conduzida no *site*.

A resolução-GP 442021 distinguiu-se ao instituir como previsão específica de opção estratégica, em seu artigo 2º, inciso XVII:

> Consolidar a identidade do Poder Judiciário: realizar o macroplanejamento de comunicação do Poder Judiciário do Maranhão, envolvendo as Assessorias de Comunicação do Tribunal de Justiça e da Corregedoria; e contratar serviços especializados de comunicação que garantam suporte às ações promocionais do PJMA (Macrodesafio Fortalecimento da Relação Institucional do Poder Judiciário com a Sociedade) (TJMA, 2021)

Conforme o documento, as metas e o glossário serão divulgados em 30 dias após a publicação da resolução e incorporados como anexo II. O prazo para a conclusão desses trabalhos expirará em 30 de julho de 2021. Portanto, até a execução completa dessas atividades permanece o Tribunal de Justiça sem um plano de comunicação social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Reconhece-se que uma comunicação planejada é uma exigência imposta ao Estado. É fundamental para garantia de governança que se institua um mecanismo eficiente e transparente de comunicação, apto a construir canais que viabilizem à sociedade compreender o papel do Poder Judiciário e interagir de forma eficiente com a instituição.

Desde 2009 o Conselho Nacional de Justiça vem realçando a comunicação dos tribunais como área estratégica. Contudo, no curso de mais de uma década não houve suficiente estruturação da área de comunicação do Tribunal de Justiça do Maranhão. Em que pese constar como indicador no planejamento estratégico, não foi possível observar os relatórios de avaliação da consecução dos objetivos traçados. Não há como definir, por essa análise preliminar dos dados lançados no sítio eletrônico do tribunal, se houve fortalecimento da imagem do Judiciário com o aperfeiçoamento de sua comunicação.

As dificuldades interativas com o público se revelam, inclusive, em dados mais simples, como o próprio acesso ao repositório eletrônico, recentemente estruturado. Não há, por exemplo, na ferramenta de consulta, um campo que permita a seleção completa de todas as opções de normativos: é preciso clicar a um a um para que a pesquisa possa ser realizada em toda a base de dados.

Esse é apenas um pequeno aspecto a mencionar. Outras indagações persistem como os detalhes das conexões e do alinhamento entre as assessorias de comunicação do tribunal, corregedoria e escola da magistratura, a existência de um termo de uso das redes sociais do poder judiciário, a definição de um guia de gestão de riscos, incluindo um protocolo para eventual assessoramento dos magistrados nas hipóteses de *cyberbullying, trolls*, ameaças e casos relevantes em julgamento[6]. Entende-se, nas perspectivas atuais de funcionamento em rede e crescimento de uma presença virtual que é imperiosa a organização do tribunal em torno de tais temas, tornando transparente as diretrizes que devem guiar a instituição, magistrados e servidores.

> Cabe, outrossim, ressaltar que o processo de comunicação não pode mais se resumir, única e exclusivamente, à produção de matérias, releases, vídeos ou campanhas. Como se busca atualmente traçar caminhos e parâmetros para democratizar a informação e promover cidadania, conforme ambiciona a Resolução CNJ n. 85, as assessorias na área necessitam focar novas estratégias de atuação para plena garantia desses objetivos. Para isso, também é necessária maior articulação intraorganizacional e institucional, de modo que todos os atores relevantes participem da elaboração da política de comunicação. A contribuição desses atores também poderá propiciar

[6] Nos termos da Resolução do CNJ nº 305 de 17 de dezembro de 2019, que trata dos parâmetros para o uso das redes sociais pelos membros do Poder Judiciário, devem magistrados e servidores "procurar apoio institucional caso seja vítima de ofensas ou abusos, em razão do exercício do cargo.

> comunicação mais focada nos interesses dos tribunais e da população, garantindo, como resultado, maior efetividade das ações (CNJ, 2010, p. 12)

A construção do novo planejamento estratégico é um palco relevante para que se inaugure os debates sobre os normativos fundamentais à comunicação institucional. Parece sugestivo, ainda, que a definição de um comitê de comunicação social do Tribunal de Justiça do Maranhão pode contribuir ao permitir que olhares múltiplos sobre o tema sejam apresentados.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO Dos Magistrados Brasileiros (AMB). **Estudo da imagem do judiciário brasileiro**: sumário executivo, 2019. Disponível em: < https://www.amb.com.br/wp-content/uploads/2020/04/ESTUDO_DA_IMAGEM_DO_JUDICIARIO_BRASILEIRO_COMPLETO.pdf>. Acesso em 9 jul. 2021.

AKUTSU, Luiz; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Governança Judicial**: proposta de modelo téorico-metodológico. Rev. Adm. Pública — Rio de Janeiro 49(4):937-958, jul./ago. 2015. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/51580>. Acesso em 10 jul 2021.

BRASIL. Assessoria de Comunicação. Ministério das Comunicações. **Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet.** Publicado em 14.04.2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acesso em 7 jul 2021.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 7 jul. 2021.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em 7 jul. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 22 ed. tradução Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** 2 ed. São Paulo: Cortez, 1995.

CONSELHO Nacional de Justiça (CNJ). **Gestão da comunicação nos tribunais**. Série CNJ Acadêmico, 1 Julho, 2010. Brasília: CNJ, 2010. Disponível em: < https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2011/02/1-5-1-PB.pdf>. Acesso em 6 jul. 2021.

CONSELHO Nacional de Justiça (CNJ). **Instrução normativa nº 53 de 3 de outubro de 2013.** Dispõe sobre a organização, o planejamento e a execução das ações de Comunicação Social no âmbito do Conselho Nacional de Justiça. Disponível em: < https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/1867>. Acesso em 6 jul. 2021.

CONSELHO Nacional de Justiça (CNJ). **Portaria nº 198 de 5 de dezembro de 2019.** Constitui o Comitê de Comunicação Social do Poder Judiciário. Disponível em: < https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3134>. Acesso em 6 jul. 2021.

CONSELHO Nacional de Justiça (CNJ). **Resolução nº 85 de 8 de setembro de 2009.** Dispõe sobre a comunicação social no âmbito do Poder Judiciário. Disponível em: < https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/98>. Acesso em 6 jul. 2021.

CONSELHO Nacional de Justiça (CNJ). **Resolução nº 305 de 17 de dezembro de 2019.** Estabelece os parâmetros para o uso das redes sociais pelos membros do Poder Judiciário. Disponível em: < https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3124>. Acesso em 17 jul. 2021.

IBGE EDUCA. Uso de internet, televisão e celular no Brasil. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em 7 jul. 2021.

PANCINI, Laura. **STF entra no TikTok para alcançar novos públicos.** Publicado em 13.07.2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/stf-entra-no-tiktok/>. Acesso em 17 jul. 2021.

SUPREMO Tribunal Federal (STF). **Resolução nº 730, de 8 de abril de 2021**. Institui a Política de Comunicação Social do Supremo Tribunal Federal. Diário da Justiça Eletrônico. Nº 68/2021. Divulgação 9 abr. 2021. Publicação 12 abr. 2021. Disponível em: < http://www.stf.jus.br/ARQUIVO/NORMA/RESOLUCAO730-2021.PDF >. Acesso em 6 jul. 2021.

TRIBUNAL de Justiça do Maranhão (TJMA). **Resolução nº 70, de 18 de março de 2009.** Dispõe sobre o planejamento e a gestão estratégica no âmbito do Poder Judiciário e dá outras providências. Disponível em: <https://novogerenciador.tjma.jus.br/storage/portalweb/22082012_1118.pdf>. Acesso em 7 jul. 2021.

TRIBUNAL de Justiça do Maranhão (TJMA). **Resol-GP 282015.** Disponível em: < https://novogerenciador.tjma.jus.br/storage/portalweb/resoluo_gp_282015_20082015_1108.pdf>. Acesso em 7 jul. 2021.

TRIBUNAL de Justiça do Maranhão (TJMA). **Resol-GP 422015 (texto e anexo).** Disponível em: < http://www.tjma.jus.br/atos/tj/geral/411217/132/pnao>. Acesso em 7 jul. 2021.