

# MANUAL DE USO

---

**CSJT** Conselho Superior da  
Justiça do Trabalho

# Apresentação

Nos meses de junho e julho de 2014 a Assessoria de Comunicação Social do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (Ascom/CSJT) realizou inúmeras pesquisas e preparou um planejamento de comunicação para a página do Conselho no Facebook. O presente manual é o resultado deste trabalho, que identificou, inicialmente, as principais carências da página do órgão, como a necessidade de uniformização da identidade visual, do formato e a definição de linhas editoriais e regras para o usuário, dentre outros.

Nesses quase três meses, o CSJT conseguiu um resultado acima do esperado. Na primeira semana de agosto, o pico em uma publicação foi de 926 curtidas e o de compartilhamentos, 4.365.

Tendo em vista tal crescimento em tão pouco tempo, optou-se por criar um manual de uso para o Facebook com base no que foi implementado na página do CSJT, para que outros órgãos da Justiça do Trabalho possam aplicar e conseguir otimizar a sua comunicação, contribuindo para o princípio da publicidade e da formação de cidadãos.

**Ministro Antonio José de Barros Levenhagen**  
Presidente do Tribunal Superior do Trabalho e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Ministro Ives Gandra da Silva Martins Filho**  
Vice-Presidente do Tribunal Superior do Trabalho

**Ministro João Batista Brito Pereira**  
Corregedor-Geral da Justiça do Trabalho

**Ministro Luiz Philippe Vieira de Mello Filho**  
Ministro do Tribunal Superior do Trabalho e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Ministra Maria de Assis Calsing**  
Ministra do Tribunal Superior do Trabalho e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Ministra Dora Maria da Costa**  
Ministra do Tribunal Superior do Trabalho e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Desembargador**  
**David Alves de Mello Júnior**  
Desembargador Presidente do Tribunal Regional do Trabalho da 11ª Região (AM/RR) e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Desembargadora**  
**Elaine Machado Vasconcelos**  
Desembargadora do Tribunal Regional do Trabalho da 10ª Região (DF/TO) e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Desembargadora Maria Doralice Novaes**  
Desembargadora Presidente do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região (SP) e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Desembargador**  
**Carlos Coelho de Miranda Freire**  
Desembargador Presidente do Tribunal Regional do Trabalho da 13ª Região (PB) e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Desembargador**  
**Altino Pedrozo dos Santos**  
Desembargador Presidente do Tribunal Regional do Trabalho da 9ª Região (PR) e membro do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Adlei Cristian C. Pereira Schlosser**  
Secretário-Geral do Conselho Superior da Justiça do Trabalho

**Anne Floriane da Escóssia Lima**  
Secretária-Geral da Presidência do Tribunal Superior do Trabalho

**Gustavo Caribé de Carvalho**  
Diretor-Geral da Secretaria da Tribunal Superior do Trabalho

**Juliana Fernandes**  
Assessora-Chefe de Comunicação Social

**Higor Faria**  
Texto, Projeto Gráfico e Diagramação

**Luísa Torres**  
Publicitária

**Monique Coelho**  
Analista

**Drielly Jardim**  
Jornalista

**Jéssica Ferreira**  
Estagiária



# Histórico

A página do Facebook do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT) foi lançada em 7 de Abril de 2011. No início, as informações das postagens continham somente texto ou texto e imagem em tamanhos diversos. Em alguns posts, a média de curtidas variava de 1 a 15, enquanto a de compartilhamentos era de 0 a 5 e de comentários de 0 a 5.

No período de abril de 2011 a julho de 2013 foram 691 curtidas, 56 comentários e 231 compartilhamentos<sup>1</sup>.

No início da atual gestão da ASCOM/CSJT, em agosto de 2013, a página estava com um total de 15,6 mil curtidas e foi desenvolvida uma nova identidade nas postagens.

O tamanho das imagens foi padronizado para 17x17cm. As artes eram elaboradas e tratadas no Adobe Photoshop e postadas com um texto auxiliar. O número de curtidas variava de 10 a 130, o de compartilhamentos entre 5 a 100 e o de comentários de 0 a 10.

---

<sup>1</sup> No período de abril a agosto de 2013, a página ficou sem movimentação.

No período de agosto a outubro de 2013, foram constatados 179 curtidas, 18 comentários e 231 compartilhamentos. E no período de fevereiro a abril de 2014, foram 419 curtidas, 35 comentários e 212 compartilhamentos.<sup>2</sup>

Em junho de 2014, a página estava com uma média 50 mil curtidas. Neste período, foi criada a área de Publicidade na ASCOM e começou a reformulação da página com novas identidades visuais nos posts, começando com a foto do perfil com o logo do CSJT e a capa com o tema atualizado sobre Trabalho Seguro.

O tamanho das postagens foi novamente padronizado para 20x20cm com a resolução de 120dpi. As fotos passaram a ser tratadas no Adobe Photoshop e a arte geral criada no Adobe Illustrator. Os temas das postagens estiveram sempre relacionados à Justiça do Trabalho: Trabalho Seguro, Trabalho Infantil, Direitos e Deveres das Profissões, Decisão Judicial, Direito do Trabalhador, Notícias de Concurso e Dever do Empregador.

No período de junho de 2014 até a 2ª quinzena de agosto do ano corrente as publicações na página do CSJT tiveram 17275 curtidas, 581 comentários e 21500 compartilhamentos. Portanto, a página do órgão no Facebook cresceu, tomando como base junho de 2014, aproximadamente, 50% em número de usuários conectados, 800% em curtidas e 400% em compartilhamentos. E em agosto, temos mais de 94.849 usuários conectados à página.

O alcance geral dos posts aumentou consideravelmente após a reformulação. **O número de curtidas nos posts atualmente (14 de agosto de 2014) varia de 100 a 926, o de compartilhamentos de 80 a 4.365 e o de comentários fica em média em 94. Desde o começo de junho até hoje, a frequência de notícias é de dois a três posts por dia.**

---

<sup>2</sup> No período de novembro de 2013 a janeiro de 2014, a página ficou sem movimentação.





# Regras Gerais

Para que o processo de reformulação obtivesse tal sucesso, algumas premissas básicas foram seguidas para se evitar problemas e quaisquer equívocos que possam desencadear transtornos para a instituição:

- Todos os textos deverão passar por um revisor de Língua Portuguesa;
- Logomarcas de empresas/órgãos NÃO deverão ser utilizadas sem autorização, com exceção de conteúdo veiculado pela empresa/órgão, com a devida citação da fonte/crédito;
- As fotos e as imagens só poderão ser utilizadas se estiverem em um banco de imagens público, ou se forem de algum outro órgão de governo ou ainda se tiverem a licença para uso liberado (*creative commons*, por exemplo). O crédito ao autor da foto/imagem **sempre** deverá citado. Os créditos poderão integrar os dados da imagem ou ainda podem estar no texto de publicação; e
- Os termos de uso (anexo 1) das redes sociais devem ser disponibilizados na *fanpage* do Facebook.



# Publicações

As publicações devem guardar relação com o exercício do órgão. Deve-se pensar em conteúdo e imagens que guardem proximidade com a área de atuação da instituição. No caso do CSJT, pensou-se em assuntos de interesse público relacionados à função principal do órgão, ao Direito do Trabalho, à Justiça do Trabalho, à política trabalhista, à ética dos trabalhadores, empregadores e das profissões, à democracia e aos direitos humanos.

Posts ligados a datas comemorativas, questões democráticas e de interesse público, que sensibilizem o internauta, ou que contenham uma pequena dose de humor, respeitados os limites éticos e o decoro do Poder Judiciário, serão muito mais atrativos e alcançarão audiência muito maior. Além desses assuntos, o órgão pode ter que divulgar campanhas e outros assuntos institucionais.

A partir da definição dos temas, é preciso construir publicações que despertem o interesse do público-alvo. Não se deve reproduzir pura e simplesmente os títulos e subtítulos de matérias já postadas em outros meios (como o site institucional). É preciso se adaptar à linguagem da rede social, que neste caso é o Facebook.



As mídias sociais presumem contato direto com um usuário/cidadão que é bombardeado por várias informações em sua *timeline*. Para ganhar mais visibilidade na rede, capturar a atenção do usuário e gerar engajamento<sup>1</sup>, aconselha-se que todas as publicações sejam acompanhadas de imagens.

## Imagens

As imagens que acompanham os posts devem possuir identidade visual própria. Aconselha-se que seja definida uma linha visual principal para o Facebook do órgão e que ela se desdobre de acordo com os assuntos/ editorias e campanhas.

O objetivo do desdobramento visual é dar a singularidade para cada assunto, resguardando a identidade visual previamente definida e contribuindo para a consolidação da instituição na mídia social. Recomendações:

- Formato: Quadrado (facilmente replicado em outras mídias sociais, como Twitter, Instagram, Tumblr Pinterest etc)
- Tamanho: 600x600pixels ; ou 20x20cm
- Resolução: 120 dpi (anteriormente usava-se 72dpi, mas as telas Retina exigem uma resolução mínima de 120dpi)
- As imagens devem possuir a assinatura da página oficial da instituição (fb.com/CSJToficial, por exemplo). O uso da logo do órgão nas publicações só é obrigatório quando a publicação, de caráter institucional, necessitar.
- Os posts deverão ter a frequência diária de, no mínimo, uma vez e, no máximo, quatro vezes no Facebook.
- Posts com imagens/fotos aumentam em 104% o número de comentários e em 53% o de curtidas.

<sup>1</sup> Engajamento no Facebook: é o nível de envolvimento, interação e influência que o usuário tem com a página e suas publicações ao longo do tempo. Nas mídias sociais, o engajamento vai além do alcance e da frequência para medir os sentimentos reais das pessoas.

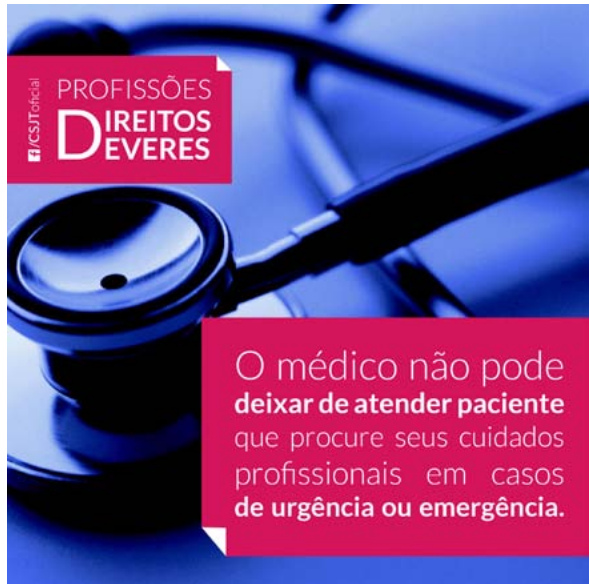




Publicação sobre Dever do Empregador / Direito do Trabalhador.  
Curtidas: 654; Compartilhamentos: 4.226



Publicação de divulgação do Programa Nacional de Prevenção de Acidentes de Trabalho - Trabalho Seguro. Curtidas: 402; Compartilhamentos: 237



Publicação sobre Direitos e Deveres das Profissões  
Curtidas: 649; Compartilhamentos: 4.364



Publicação de divulgação do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil da Justiça do Trabalho. Curtidas: 330; Compartilhamentos: 206

# Regularidade

De acordo com a Scup, empresa de monitoramento das mídias sociais no Brasil, os melhores horários para publicar no Facebook são:

Domingo	13h	21h	23h
Segunda-Feira	11h	17h	21h
Terça-Feira	11h	17h	20h
Quarta-Feira	11h	16h	21h
Quinta-Feira	11h	17h	20h
Sexta-Feira	11h	14h	19h
Sábado	11h	19h	

<http://www.scup.com/pt/>

Contudo, é preciso fazer testes a fim de verificar quais os horários de maior fluxo na fan page do seu órgão.

## Agendamento

No Facebook, existe a possibilidade de agendar publicações. Postagens atemporais podem ser produzidas e agendadas de modo simples no ícone “relógio” na área de publicação. Tal recurso contribui para a regularidade e para postar assuntos durante os fins de semana.

## Fontes

São utilizadas várias fontes de informação no processo de criação dos textos e imagens, em especial: Portal CSJT, Portal TST, Portais dos TRTs, Conjur, Jusbrasil, Presidência da República, Senado Federal, Câmara dos Deputados e portais de notícias.





# Monitoramento

O monitoramento do Facebook deve ser diário. Todos os dias é preciso avaliar as publicações que foram feitas desde o último monitoramento, responder aos comentários, fazer o levantamento da quantidade de engajamento e o número de seguidores que a página ganhou ou perdeu nas últimas 24h.

Tais dados servem de base para as futuras ações. Semanalmente, é preciso documentar esses dados para embasar o planejamento de publicações na semana seguinte.



# Anexo

# Termos de Uso

Todo usuário é responsável pelo que publica, seja por comentários, por mensagens em inbox ou publicação na linha do tempo do CSJT.

São proibidas publicações de:

- Comentários com linguagem ofensiva;
- Comentários que façam apologia ao uso de drogas ilícitas, discursos de ódio ou que incitem qualquer tipo de crime;
- Uso de palavras de baixo calão;
- Fotos e/ou vídeos com conteúdo impróprio para menores;
- Comentários, links e textos que não tenham relação com o conteúdo da publicação do CSJT; e
- Comentários que ofendam outros internautas.

O usuário que publicar conteúdo em discordância com o descrito acima poderá ter seu comentário ocultado e, em caso de reincidência, poderá ser bloqueado e excluído deste ambiente de forma temporária ou definitiva. Os gestores da página do CSJT no Facebook reservam o direito de tomar qualquer atitude sem aviso prévio ao usuário.

# Assessoria de Comunicação CSJT



(61) 3043-7515



[ascom.csjt@csjt.jus.br](mailto:ascom.csjt@csjt.jus.br)



[CSJToficial](#)

**CSJT**