

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL TRT-2

PLANO DE COMUNICAÇÃO

2023-2024

PLANO DE COMUNICAÇÃO 2023-2024

O **Plano de Comunicação** é um documento que tem como objetivo principal direcionar as atividades da Secretaria de Comunicação Social para a estratégia. Com frequência, muitos dos esforços empreendidos pela área são difusos e pouco conectados ao que estabelece o Mapa Estratégico do TRT-2. O resultado desse desalinhamento é desperdício de tempo e de recursos, além da produção excessiva ou ruidosa de informação, a qual pode fragmentar a atenção das audiências e até mesmo gerar desconfiança por parte dos públicos.

Dessa forma, o presente documento busca servir de **bússola** para que a Secretaria de Comunicação potencialize as ações que gerarão resultados efetivos e que colaborarão para o exercício da **missão e visão institucionais**.

**Queremos que a Justiça do Trabalho
seja conhecida e reconhecida!
Para isso, precisamos de foco
e de estratégia.**



São documentos
que norteiam este plano:

[Planejamento Estratégico Institucional \(PEI\) do TRT-2](#)

[Plano de Logística Sustentável do TRT-2](#)

[Política de Comunicação da Justiça do Trabalho](#)

[Manual de Redação da Justiça do Trabalho](#)

[Plano Intraorganizacional da Justiça do Trabalho](#)

[Plano Intraorganizacional da Justiça do Trabalho - Anexo](#)

[Mapa de Canais do TRT-2](#)

ANÁLISE SITUACIONAL

Para embasar as ações estratégicas que serão desenvolvidas nos próximos dois anos, é preciso que seja feita uma leitura dos cenários em que a Justiça do Trabalho se encontra, com recortes específicos para os principais públicos de interesse (stakeholders) da instituição. **Quais as suas principais dores, carências e interesses?**

Após pesquisas feitas de maneira informal e análise dos contextos observados em ambiente digital e midiático, tecemos os seguintes comentários:

Contexto do público externo (advogados, partes, jornalistas e população em geral)

- O portal do TRT-2 permanece registrando alto número de acessos em suas notícias, em especial as notícias sobre decisões judiciais. As mídias sociais também registram índices significativos de engajamento e quantitativo de seguidores, mas que permanecem sendo, em maioria, operadores do direito.
- No que se refere especialmente à Justiça do Trabalho, ainda persiste certa percepção de que ela é mais favorável ao empregado, que as leis trabalhistas prejudicam o empregador e de que “mesmo que contrate de forma correta, o empregador poderá ser processado e perder”.

Por meio do seu Mapa de Canais, a Secom estabelece a missão editorial de cada um dos 13 canais de comunicação mantidos, cada qual com seu público específico.

- Pesquisas externas (como a [Edelman Trust Barometer](#)) e notícias veiculadas na grande mídia sugerem que, de forma geral, ainda há descrença na efetividade da Justiça no Brasil.
- Essa descrença é agravada pela ainda intensa polarização social, que por meio de notícias falsas, podem colocar em xeque a credibilidade do Poder Judiciário.

Aumentar a confiança e a credibilidade de uma instituição é um dos principais desafios da comunicação organizacional

- Por outro lado, ouve-se também com frequência que cidadãos ainda têm receio de acionar a Justiça e “ficar marcado”, ou seja, preferem não receber seus direitos a correr o risco de não conseguirem um novo emprego.

A Secom tem como missão colaborar para aumentar a compreensão sobre a Justiça do Trabalho e seus trâmites, desmistificando pensamentos e impulsionando o conceito de Justiça equilibrada, efetiva, conciliadora e, acima de tudo, “justa”.

- O funcionamento da Justiça do Trabalho não vem sendo questionado por seguidores nas redes sociais, como aconteceu com frequência durante a pandemia, o que demonstra que há eficiência na disposição dessas informações no contexto atual. É preciso, no entanto, manter esse bom fluxo de informação, com atenção às suspensões de prazo e de expedientes, sempre que ocorrerem.

- As manifestações mais frequentemente recebidas são de pessoas que desejam obter informações sobre processos em andamento ou que se queixam de lentidão nessa tramitação. Algumas perguntam sobre o prazo para marcação de audiências e também para a efetivação do pagamento do que ganham no processo.
- Dúvidas específicas sobre ocorrências nas relações de trabalho também continuam sendo recebidas, demonstrando como a legislação trabalhista pode ser pouco acessível à parcela da população.
- Caso haja revisão da Reforma Trabalhista com a mudança de governo a partir de janeiro de 2023, será preciso esclarecer os principais pontos e dúvidas da legislação.

É preciso informar de forma recorrente sobre o funcionamento da JT e seus processos. O mesmo vale para aspectos da legislação que, mesmo sendo antigos, podem ser pouco compreendidos por parcela significativa da população

Contexto do público interno (magistrados, servidores, terceirizados, estagiários)

- Vê-se que os canais de comunicação do TRT-2 com seu público interno vêm se solidificando, com uma compreensão maior de sua importância e da linha editorial de cada um. O Bom Dia TRT registra aumento do índice de leitura e de participação dos leitores. TRTube e Grupo do Facebook cumprem papel de canais mais interativos e dinâmicos. No entanto, com frequência ainda ouvimos afirmações de que “não se tem tempo” de acessar o conteúdo dos canais, haja vista o excesso de serviço no Regional.
 - Com relação aos magistrados e servidores, neste início de 2023, a principal preocupação parece ser referente ao modelo de jornada de trabalho que será adotado, após as determinações dos órgãos superiores de realização das audiências em formato presencial. A mudança nesse contexto repercutirá no clima organizacional e precisará ser objeto de atenção das atividades de comunicação.
 - Há ainda indagações sobre déficit de servidores, congelamento das nomeações e reestruturação administrativa no âmbito do TRT-2, incluindo devolução ou mudança de prédios. Alguns servidores relataram também sensação de insegurança, rigidez e pouca transparência nas decisões administrativas.
- Uma das premissas da boa comunicação interna é fazer uma curadoria de conteúdo que realmente impacte e interesse o público-leitor. Outras marcas importantes quando se trata de veículos internos são a leveza, o diálogo e a colaboração.**

- Dentre os servidores, ainda existem dores relacionadas à falta de reconhecimento por parte da instituição, desamparo no que se refere a mudanças de lotação e à gestão por competências.

Atuando com outras áreas administrativas, a Secom pode colaborar para diminuir a "sisudez" da comunicação administrativa e aumentar a transparência. Isso aumenta o sentimento de respeito e fortalece a parceria do público interno com a instituição.

- Alguns benefícios e procedimentos administrativos ainda são incompreendidos ou desconhecidos.
- Houve relato de servidores sobre o uso de WhatsApp em celulares particulares para assuntos de trabalho, o qual pode sobrecarregar e interromper momentos de descanso.
- Outro ponto levantado foi a falta de habilidade de comunicação das chefias imediatas com as equipes, sobretudo no que se refere a esclarecer sobre mudanças e procedimentos administrativos.

A Secom busca usar seus canais para oferecer dicas de boas práticas gerenciais e comunicativas em todo TRT-2.

- Em todo Regional, a cultura da compartimentalização ainda é forte, com unidades pouco integradas umas às outras.
- Com o trabalho remoto, o distanciamento se intensificou, fazendo com que momentos de socialização e interação entre pessoas se tornassem raros. É preciso valorizá-los, incentivá-los e torná-los especiais e significativos, sempre que ocorrerem.
- Com recorrência, percebe-se baixo envolvimento em ações, campanhas e eventos com temas relacionados à Agenda 2030.
- A comunicação com funcionários terceirizados é feita apenas de forma indireta.

Unir pessoas em torno de um mesmo propósito é um dos objetivos mais nobres das estratégias de comunicação interna. Da mesma forma, existe o desafio de conectar as atividades exercidas no TRT-2 a ações de impacto social e sustentabilidade.

Contexto da instituição e da atual administração

- A gestão do biênio 2022-2024 já manifestou publicamente que pretende priorizar a “atividade-fim”, com alocação de recursos humanos e tecnológicos que aperfeiçoem a prestação jurisdicional.
- Viabilizar solução para processos que estão em fase de execução também está entre as prioridades.
- A Presidência do TRT é afeita a causas que envolvam direitos humanos e justiça social. Também há entendimento de que a Justiça do Trabalho deve estreitar relações com a imprensa, a fim de ampliar a participação na mídia e perante a sociedade.
- Como metas estratégicas, o TRT-2 busca atingir índices estabelecidos pelo CNJ sobre processos julgados e conciliados, além de redução de taxas de congestionamento e melhor nos índices de satisfação.
- O TRT-2 também tem como meta desenvolver ações que promovam a sustentabilidade, a economia de recursos, a equidade racial e a promoção do trabalho seguro e combate ao trabalho infantil.

As ações e campanhas da Secom devem estar associadas às metas anuais fixadas pelo CNJ, assim como ao planejamento estratégico vigente.

Um dos desafios da Secom é trabalhar a marca TRT-2 para que seja perene e sólida, e ao mesmo tempo lançar luz sobre pontos que são prioritários para a administração atual.

Contexto da Secretaria de Comunicação

- A Secom vem ampliando seu papel estratégico para o TRT-2, registrando aumento da procura por diferentes áreas do Tribunal. Hoje, vê-se com clareza que praticamente grande parte das ações empreendidas por outras unidades, comitês e comissões estratégicas contam com a colaboração da Secom.
- Essa participação, entretanto, nem sempre é solicitada de forma estruturada. Pedidos de divulgação ou de campanhas chegam por diferentes meios e sem informações claras sobre seu escopo, objetivos e prazos.
- Apesar do alto volume de demandas, ainda é recorrente que informações de grande impacto não sejam enviadas à Secom com antecedência - a exemplo de normatizações importantes publicadas no DEJT ou enviadas por ofícios via e-mail.
- A urgência atribuída a muitas demandas impacta fortemente no cumprimento do planejamento da Secom.
- O excesso de demandas também torna mandatário que se priorizem as ações de comunicação institucional, em detrimento das ações de comunicação pública e cidadã.
- Por buscar aperfeiçoamento constante dos seus serviços, a Secom mensura resultados mensalmente, contabilizando índices e fazendo análises críticas de sua performance. Percebe-se, no entanto, necessidade de aprimoramento dessa atividade no que se refere aos prazos e efeitos práticos da análise em pautas “quentes”.
- Os canais do TRT-2 ainda privilegiam a emissão das informações, em detrimento do diálogo e da interação com seus públicos.
- Ainda há pouco estudo sobre a retenção das mensagens e impacto efetivo das campanhas de comunicação perante os stakeholders.
- O uso da linguagem simples, linguagem acessível e linguagem inclusiva são objetos de atenção, com espaço para aprimoramento.
- As possibilidades de parcerias de comunicação com instituições com propósitos convergentes aos do TRT-2 ainda são pouco exploradas.
- A inovação e criatividade das ações de comunicação precisam ser focalizadas, com necessidade de observação permanente de tendências, principalmente no ambiente digital.

Percebe-se que é importante ampliar o conhecimento sobre os papéis que a Secom desempenha e a importância da fluidez da comunicação intrainstitucional.

Os valores da Secom são: Interesse Público, Acessibilidade e Diversidade, Agilidade, Empatia, Humanização, Inovação e Parceria.

RISCOS E OPORTUNIDADES

Considerando os contextos acima descritos, elencamos como principais riscos e oportunidades para o próximo período:

Riscos

- Navegação em ambientes ainda afetados pela polarização política
- Impacto negativo no clima organizacional, oriundo principalmente das mudanças no modelo de teletrabalho
- Divulgações fora do timing ou de contexto podem gerar descrédito para o trabalho da Secom
- Excesso de demandas operacionais podem inviabilizar a atuação estratégica da Secom e a capacidade de inovação

Oportunidades

- Esclarecer eventuais mudanças na legislação trabalhista, aproximando magistrados da sociedade
- Estreitar relações com profissionais da imprensa, haja vista a disposição da Presidência em conceder entrevistas
- Ampliar a percepção da Secom como área estratégica perante outras unidades e comissões do TRT-2
- Agregar valor para o contato humano presencial e colaboração entre equipes, independentemente do modelo de trabalho adotado

PLANO DE AÇÃO

A partir das análises de contexto, riscos e oportunidades acima descritas, elencamos como MACROTEMAS para as atividades de comunicação em 2023 e 2024:

JUSTIÇA EFETIVA | ESG | VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS

Os macrotemas são palavras-chave que ajudarão a Secom a elencar prioridades e a “focar no que importa” em seu dia a dia.

As análises de contexto também propiciaram a definição de **5 objetivos principais de comunicação**:

OBJETIVO 1 Colaborar para aumentar a proximidade e o conhecimento da população sobre a Justiça do Trabalho

OBJETIVO 2 Colaborar para efetividade da prestação jurisdicional

OBJETIVO 3 Realizar campanhas sobre o trabalho decente e a sustentabilidade

OBJETIVO 4 Fomentar senso de pertencimento e engajamento interno

OBJETIVO 5 Fortalecer a Governança e a Gestão Estratégica das atividades da Secom

Indicadores

Cada objetivo conta com um indicador macro - aquilo que vai nos indicar se estamos no caminho certo para atingir esse objetivo ou não.

OBJETIVO 1

Indicador: Índice de realização e alcance das ações que visam aumentar o conhecimento da Justiça do Trabalho e proximidade com a sociedade.

OBJETIVO 2

Indicador: Índice obtido na pesquisa de satisfação permanente no site do TRT-2.

OBJETIVO 3

Indicador: Índice de alcance das campanhas e ações sobre trabalho decente e sustentabilidade realizadas pela Secom.

OBJETIVO 4

Indicador: Índice obtido na pesquisa de clima organizacional bienal - pergunta específica “Tenho orgulho de fazer parte do TRT-2”.

OBJETIVO 5

Indicador: Índice obtido na pesquisa de satisfação com os serviços da Secom.

PROGRAMAS E AÇÕES ESTRATÉGICAS

OBJETIVO 1: Colaborar para aumentar o conhecimento da população sobre a Justiça do Trabalho**Ação 1.1 Produzir conteúdo digital com informações sobre Direito do Trabalho e Processo do Trabalho em linguagem simples e acessível**

Dar continuidade à produção de peças audiovisuais publicadas nas redes sociais com o intuito de aproximar o cidadão leigo da Justiça do Trabalho, promovendo conscientização sobre direitos e deveres trabalhistas, assim como aspectos relacionados aos trâmites processuais. Algumas das peças trarão também a perspectiva do empregador, buscando diminuir a desinformação, dirimir dúvidas e demonstrar que a JT assegura também direito aos empregadores.



- Aumentar os seguidores do Instagram em 30%.
- Ampliar o alcance dos reels em 15% e ampliar a média de retenção para 50%.
- Aumentar os seguidores do Canal do YouTube em 15% e ampliar a média de retenção para 30%.
- Aumentar os seguidores do TRTube em 10% e ampliar a média de retenção para 30%.

Ação 1.2 Ampliar a presença do TRT-2 na mídia

Como estratégia para aumentar a projeção positiva do TRT-2 em meios de comunicação de massa, pretende-se investir no relacionamento com profissionais da imprensa externa. A ação inclui seleção de conteúdo inédito ou curioso, seguida de envio de releases exclusivos e follow-up. Além disso, será sugerida realização de treinamento de mídia para magistrados e gestores do TRT-2.



Obter inserções de 5 pautas diferentes em veículos de abrangência nacional até dezembro de 2023. Realizar curso treinamento de mídia.

**PROGRAMA: Trends**

Ação permanente para mapearmos as principais tendências do mundo da comunicação (memes, canais, ferramentas, abordagens...). Envolve a busca pela inovação e criatividade, sem perder de foco a cultura organizacional do TRT-2.

OBJETIVO 2: Colaborar para efetividade da prestação jurisdicional

Ação 2.1 Produzir conteúdo informativo sobre convênios de execução processual

Vamos produzir ao menos três peças digitais com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o uso de convênios de execução processual, sendo uma para advogados, outra para a população e outra para o público interno..



Realizar a ação até dezembro de 2023. Obter pelo menos 800 visualizações únicas para advogados, 600 para o público em geral e 400 para o público interno.

Ação 2.3 Colaborar para a promoção da conciliação

Veicularemos peças e vídeos alusivos à conciliação e aos movimentos das semanas de conciliação, elucidando que a solução de processos por meio de acordo pode acontecer a qualquer tempo.



Obter reflexo positivo no número de inscrições para as Semanas de Conciliação. Alcançar, pelo menos, 50% de retenção dos vídeos nas mídias sociais.

Ação 2.2 Estimular intercâmbio de boas práticas no PJe e gestão em varas do trabalho e gabinetes

Vamos buscar interlocução maior com a Corregedoria e Comissão do PJe, a fim de publicarmos com mais frequência dicas práticas envolvendo o sistema e outras atividades que propiciam melhorias nas varas do Trabalho.



Produzir pelo menos 10 edições do Bom Dia TRT no ano com conteúdo prático relacionado ao PJe. Aumentar em 20% a audiência do veículo.

PROGRAMA: Atualização do portal



Ação permanente de revisão periódica do conteúdo portal do TRT-2 (internet e intranet), com atualização do mapa de responsabilidade e atualizações necessárias de acordo com manual do CSJT. Incluir também revisão de páginas com conteúdo textual e das dúvidas mais frequentes.



CAMPANHAS E EVENTOS PREVISTOS:

Semana da Conciliação, Semana de Execução

OBJETIVO 3: Realizar campanhas sobre o trabalho decente e a sustentabilidade

Ação 3.1 Produzir material em comemoração ao Dia Internacional da Mulher

Produzir peça audiovisual em formato de vídeo curto, com foco na valorização da mulher trabalhadora.



Obter taxa de retenção de pelo menos 60% no vídeo.

Ação 3.2 Produzir material sobre os direitos da criança e do adolescente

Com o intuito de apoiar as ações de combate ao trabalho infantil, produziremos conteúdo para as redes sociais enfocando a lei e formas de trabalho como aprendiz. Também faremos busca por notícias jurídicas envolvendo o tema.



Publicar conteúdo nas redes sociais durante o mês de junho (junho vermelho) e divulgar ao menos 1 notícia no site sobre o tema. Buscar pelo menos 20.000 acessos nas notícias jurídicas, contemplando cliques das mídias sociais.

Ação 3.3 Promover campanha em consonância ao Plano de Logística Sustentável do TRT-2

Divulgaremos ao longo do ano conteúdo visando à sensibilização para redução no consumo de papel, a descontinuação do consumo de água envasada em garrafas descartáveis, a redução no consumo de energia elétrica e o uso racional da água. Também divulgaremos a Política de Responsabilidade Socioambiental.



Realizar pelo menos uma divulgação específica para cada um desses itens por ano. Buscar uma média de 1.500 acessos ao Bom Dia TRT, e 20% de abertura de email-mkt.

Ação 3.4 Produzir série de vídeos para inclusão e diversidade no ambiente de trabalho

Faremos uma série de vídeos para Instagram e YouTube esclarecendo dúvidas relacionadas a direitos para a inclusão de grupos invisibilizados no ambiente de trabalho. Os vídeos serão produzidos em linguagem ágil e dinâmica, jogando luz sobre temas trabalhistas envolvendo pessoas com deficiência, pessoas LGBTQ+, pessoas de diversas etnias, religiões e faixas etárias.



Realizar a ação até dezembro de 2023. Buscar índice de 50% de retenção em todas as mídias sociais.



PROGRAMA: Acessibilidade e Representatividade

Ação permanente de aprimoramento constante dos recursos de acessibilidade utilizados. Inclui revisão por amostragem da descrição das imagens, uso do texto alternativo, legendas etc. A ação também inclui atenção constante às imagens utilizadas em todos os canais do TRT-2, de forma que sejam inclusivas e representativas de diferentes etnias, faixas etárias, gênero etc.

OBJETIVO 4: Fomentar senso de pertencimento e engajamento interno

Ação 4.1 Propor emissão de novo modelo de crachá para servidores

A Secom pretende propor à Administração um novo modelo de crachá para servidores. Se aceita, a novidade será acompanhada de uma campanha interna falando da retirada e bom uso dos crachás.



Colaborar para que até fevereiro de 2024 todos os servidores já utilizem o novo modelo de crachá

Ação 4.2 Produzir conteúdo de incentivo à adoção de hábitos saudáveis

Realizaremos campanha interna de incentivo à participação nas aulas de ginástica laboral on-line, com sorteio de kits fitness aos participantes. Também produziremos conteúdo sobre a importância da participação no exame periódico. E manteremos no Bom Dia TRT publicação periódica de outros temas relacionados à saúde.



- Aumentar o engajamento nos posts sobre as lives da ginástica laboral on-line em 30% nos três primeiros meses do ano.
- Produzir pelo menos 10 edições especiais do Bom Dia TRT ao ano sobre temas relacionados à saúde.

Ação 4.3 Produzir vídeos de integração e aproximação do público interno

Retomar a produção de vídeos pautados pela leveza e bom humor, dirigidos para magistrados, servidores e terceirizados do TRT-2. Dentre os temas previstos: valorização das mulheres, dia dos namorados, diversidade (racial, etária, origem, religiosa, PcD).



Produzir pelo menos 5 vídeos em 2023 com tom mais emotivo, e gravações presenciais, em linguagem dinâmica e formato leve, visando à divulgação também via WhatsApp. Buscar 70% de retenção.

Ação 4.4 Sugerir café com presidente bimestral

Vamos sugerir à Presidência do TRT-2 a realização de ação similar ao Café com a Presidente, no qual servidores de diferentes localidades podem ir ao Gabinete da Presidência ou participar de encontro on-line com a presidente do TRT-2.



Se a ação for aceita, buscaremos realizar pelo menos 3 edições do café em 2023.

Ação 4.5 Realizar campanha sobre violações de integridade e ética no TRT-2

Planejaremos uma campanha informativa sobre as violações de integridade, os princípios e valores do Código de Ética do TRT-2 e incentivo à realização do curso do código de ética do TRT-2 (oferecido pela Ejud). Também divulgaremos a cartilha sobre as informações sobre as violações de integridade (ainda será elaborada). Ao público externo, buscaremos meios de evidenciar essas práticas, a fim de angariar confiança.



Realização da campanha até dezembro de 2023. Buscar uma média de 1.500 acessos ao Bom Dia TRT, e 20% de abertura de email-mkt.

PROGRAMA: Influenciadores internos

Ação permanente de envolvimento dos membros da Comunidade TRTeira, para que se tornem cada vez mais parceiros da Secom. O Programa inclui a publicação de conteúdo no grupo, consulta a determinadas campanhas, planejamento de encontros (presenciais ou telepresenciais) e idealização de ações de valorização e integração entre essas pessoas. O Programa também deve avaliar a reciclagem dos membros da Comunidade e a possibilidade de abertura de processos seletivos periódicos para entrada no grupo.



OBJETIVO 5: Fortalecer a Governança e a Gestão Estratégica das atividades da Secom

Ação 5.1 Estruturar o recebimento de demandas e realizar campanha sobre papel e funcionamento da Secom

O excesso de demandas e a falta de padrão para recebê-las são fatores que colocam em risco o cumprimento do Plano de Comunicação do TRT-2. Dessa forma, pretende-se implantar um novo meio para formalização de demandas, por meio de formulário no Google Docs. Com o intuito de sensibilizar os públicos para essa importância, bem como buscar ampliar o conhecimento sobre o papel da Secretaria de Comunicação, elaboraremos uma campanha com essa temática, composta por vídeo e publicação de conteúdo em canais internos



Fazer com que pelo menos 70% das demandas cheguem por meio do formulário até outubro de 2024

Ação 5.2 Desenhar fluxos de trabalho e revisar modelos de relatórios estatísticos

Com o objetivo de organizar seus procedimentos, faremos o mapeamento dos principais fluxos de trabalho da Secom. Criaremos também “dashboards”, contendo boas práticas, checklists e perguntas norteadoras, a fim de assegurar que a Secom e seus servidores cumpram seus papéis. Por fim, faremos a revisão dos atuais modelos de relatórios estatísticos de cada seção.



Elaborar documento contendo essas informações até março de 2023

Ação 5.3 Renovar parque de equipamentos da Secom

Após quase três anos de pandemia, período em que não foram adquiridos nossos equipamentos, faz-se necessária a renovação de parte de itens como câmeras, tripés e instrumentos de transmissão ao vivo (Pleno).



Elencar todas as necessidades e iniciar o processo de compra até abril de 2023