



# PLANO DE COMUNICAÇÃO

CAMPANHA INSTITUCIONAL

**TRT-16 Sem Assédio:  
Respeito é Lei.  
Dignidade é Direito.**



**JUSTIÇA DO TRABALHO**  
Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região (MA)

## APRESENTAÇÃO

Trata-se do planejamento para divulgação das ações e iniciativas do Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região (Maranhão) durante a realização de campanha institucional sobre o tema **Combate ao Assédio Moral, ao Assédio Sexual e à Discriminação no Ambiente de Trabalho**.

A Campanha será realizada em julho/2025, como instrumento de conscientização, sensibilização e educação dos públicos interno e externo da Justiça do Trabalho no Estado, com distribuição de postagens no Instagram, WhatsApp e E-mail Marketing, além de elaboração de Wallpaper para as telas de computadores, assim como notícia e banner eletrônico no site institucional do TRT16.

## OBJETIVOS

### Geral

Promover uma ação de comunicação institucional com foco na educação, sensibilização e enfrentamento aos assédios moral e sexual e à discriminação, voltada aos públicos interno e externo do TRT-16, utilizando linguagem clara, acessível e empática, com ênfase na orientação e no incentivo à denúncia.

### Específicos

- Informar os públicos sobre os diferentes tipos de assédio e discriminação no ambiente de trabalho;
- Estimular a identificação e o combate a essas práticas;
- Fortalecer a confiança nos canais institucionais de escuta e denúncia;
- Reforçar o papel institucional do TRT maranhense na defesa da dignidade no trabalho.

## CAMPANHA INSTITUCIONAL

**Período de divulgação:** 21 a 25 de julho de 2025

**Tema:** TRT-16 no Combate aos Assédios Moral e Sexual e à Discriminação no Ambiente de Trabalho.

**Slogan:** TRT-16 Sem Assédio: Respeito é Lei. Dignidade é Direito.

**Tom institucional:** Educativo, empático, firme.

**Hashtag principal:** #TRT16SemAssédio

**Hashtags secundárias:** #RespeitoÉJustiça #AmbienteSeguroÉDeverDeTodos  
#TrabalhoComDignidade #JustiçadoTrabalho #SouTRT16 #TRTMA

## PÚBLICOS -ALVO

### Interno

- Magistrados e magistradas;
- Servidores e servidoras;
- Estagiários e estagiárias;
- Terceirizados e terceirizadas.

### Externo

- Jurisdicionados e jurisdicionadas;
- Advogados e advogadas, peritos e peritas, procuradores e procuradoras do Trabalho (MPT), e demais profissionais do Direito;
- Cidadãos e cidadãs em geral.

## CANAIS DE VEICULAÇÃO

- Instagram oficial do TRT-16 (feed, stories e destaque na bio): [@trtmaranhao](#);
- Facebook oficial do TRT-16 (página, perfil e grupo de magistrados e servidores): [@trt16ma](#);
- X/Twitter oficial do TRT-16: [@trtmaranhao](#);
- WhatsApp institucional: lista de transmissão;
- Site institucional: notícia e banner eletrônico;
- E-mail marketig: listas internas;
- Wallpaper: pano de fundo para as telas iniciais da rede de computadores da 16ª Região.

## CRONOGRAMA

Dia	Canal	Conteúdo
● 21 a 25/7 (Segunda a Sexta-feira)	Wallpaper	Chamada geral
● 21/7 (Segunda-feira)	Instagram (feed e stories)/ WhatsApp/E-mail	Post estático/abertura
● 22/7 (Terça-feira)	Instagram (stories)/WhatsApp/ E-mail	Quizz Interativo
● 23/7 (Quarta-feira)	Instagram (stories)/WhatsApp	Respostas do Quizz
● 23/7 (Quarta-feira)	Instagram (stories)/WhatsApp/ E-mail	Caixa de Perguntas
● 24/7 (Quinta-feira)	Instagram (feed e stories)/ WhatsApp/E-mail	Carrossel educativo
● 24/7 (Quinta-feira)	Instagram (stories)/WhatsApp/ E-mail	Respostas da Caixa de Perguntas (se houver)
● 25/7 (Sexta-feira)	Site/Banner/Instagram (feed e stories)/WhatsApp/E-mail/ Facebook (página, perfil e grupo) e X/Twitter	Notícia com chamada no banner
● 25/7 (Sexta-feira)	Bio do Instagram	Criação de Destaque

## MATERIAIS PREVISTOS

- Postagens para Instagram: FEED = post estático e carrossel (com canais de denúncia) + STORIES INTERATIVOS = quizz e caixa de perguntas;
- Conteúdo para e-mail alinhado com as postagens no Instagram;
- Postagens para WhatsApp alinhadas com as postagens no Instagram;
- Texto jornalístico/notícia para site com canais de denúncia;
- Banner eletrônico de apoio com chamada para a notícia no site;
- Postagem para Facebook (página, perfil e grupo) com chamada para a notícia no site;
- Postagem para X/Twitter com chamada para a notícia no site;
- Wallpaper de apoio interno com canais de denúncia.

## IDENTIDADE VISUAL

- Paleta de cores com destaque para tons de vinho e vermelho + cinza + branco;
- Emojis de atenção, escuta, justiça e acolhimento;
- Tipografia firme e acessível (Fontes: Bahnschrift Regular e Bahnschrift Bold);
- Fotos colhidas em bancos de imagens gratuitos, mostrando cenas de assédio ou discriminação no ambiente de trabalho.

## MENSAGEM-CHAVE

Assédio não é exagero, discriminação não é mimimi, e não serão tolerados no TRT-16. Respeito é lei. Dignidade é direito.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É necessário monitorar o impacto das ações da Campanha ao longo do seu desenvolvimento e avaliar os resultados obtidos, visando a futuras melhorias.

### Sugestões de indicadores de resultados:

- Alcance e engajamento nas redes sociais;
- Número de visualizações dos stories interativos;
- Taxa de respostas na caixa de perguntas;
- Aumento de acessos aos canais de denúncia (se possível monitorar);
- Feedback qualitativo dos públicos-alvo.

## ELABORAÇÃO

Divisão de Assessoria de Comunicação Social  
Tribunal Regional do Trabalho - 16ª Região  
São Luís-MA  
Julho/2025