



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

PLANO DE COMUNICAÇÃO

2023



**CAMPAÑA DE COMBATE À VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E FAMILIAR CONTRA MULHERES
COM FOCO EM MAGISTRADAS, SERVIDORAS, ESTAGIÁRIAS, JOVENS APRENDIZES E TERCEIRIZADAS**

CONTEXTUALIZAÇÃO

A violência doméstica e familiar contra a mulher constitui uma grave violação de direitos humanos e permanece como uma das expressões mais recorrentes da desigualdade de gênero na sociedade brasileira, com impactos diretos na saúde, na segurança e no desempenho profissional das mulheres. Trata-se de um fenômeno que, muitas vezes, se manifesta de forma silenciosa, dificultando sua identificação e o enfrentamento.

Embora frequentemente associada ao ambiente privado, essa forma de violência reverbera no espaço institucional, afetando o bem-estar, a produtividade, a saúde emocional e a permanência de mulheres no mundo do trabalho, inclusive, no serviço público e no próprio Poder Judiciário.

Nesse contexto, o Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região (Maranhão), enquanto instituição comprometida com a promoção da justiça social, da dignidade da pessoa humana e da igualdade de direitos, reconhece a importância de atuar também de maneira preventiva, educativa e acolhedora, fortalecendo uma cultura organizacional baseada no respeito, na empatia e na proteção às mulheres.

Assim, propõe a realização de campanha institucional voltada à conscientização, prevenção e orientação sobre o tema, com foco especial em magistradas, servidoras, estagiárias, jovens aprendizes e terceirizadas da instituição, sem prejuízo do alcance ao público externo. Ou seja, a campanha visa a atingir todas as mulheres.

A ação está alinhada às diretrizes nacionais de enfrentamento à violência contra a mulher, à Política de Equidade de Gênero do Poder Judiciário e às iniciativas institucionais voltadas à promoção de ambientes laborais seguros, humanizados, respeitosos e livres de qualquer forma de violência.



JUSTIFICATIVA

A campanha se fundamenta na necessidade de ampliar o conhecimento sobre as diferentes formas de violência doméstica e familiar, muitas vezes naturalizadas ou não reconhecidas como tais.

Além disso, busca-se fortalecer a cultura institucional de acolhimento e escuta, incentivando a busca por apoio e a utilização dos canais disponíveis para orientação e denúncia.

A atuação preventiva e educativa é essencial para o enfrentamento do problema, contribuindo para a proteção das mulheres e para a construção de um ambiente organizacional mais saudável e seguro.

OBJETIVOS

Geral

Promover a conscientização sobre a violência doméstica e familiar contra mulheres, incentivando sua identificação, enfrentamento e o acesso a redes de apoio.

Específicos

- Informar sobre os diferentes tipos de violência doméstica e familiar;
- Sensibilizar os públicos interno e externo para a gravidade do tema;
- Estimular o reconhecimento de sinais de violência;
- Divulgar canais de apoio e denúncia;
- Reforçar o posicionamento institucional do TRT-MA no enfrentamento à violência contra a mulher.



PÚBLICO-ALVO

Primário

Magistradas, servidoras, estagiárias, jovens aprendizes e terceirizadas do TRT-16;

Secundário

Magistrados, servidores, estagiários, jovens aprendizes e terceirizados do TRT-16, assim como o público externo (jurisdicionados, advogados e a sociedade em geral).

CONCEITO

A campanha está fundamentada na ideia de que reconhecer a violência é o primeiro passo para interromper o ciclo que a sustenta.

A proposta busca integrar informação, sensibilização e acolhimento, promovendo uma comunicação que vá além do caráter informativo, estimulando a reflexão e o engajamento do público-alvo.

O conceito central aproxima instituição e pessoa, evidenciando que o TRT-16 reconhece a gravidade do tema, posiciona-se de forma clara contra a violência doméstica e familiar, e atua como rede de apoio por meio da informação e da orientação.

Frase-assinatura:

“O TRT-16 se posiciona contra qualquer forma de violência.”



ABORDAGEM E LINGUAGEM

A comunicação adota uma abordagem:

- Educativa, ao apresentar informações claras e acessíveis;
- Sensível, ao tratar o tema com respeito e empatia;
- Institucional, ao reforçar o compromisso do Tribunal;
- Acolhedora, ao incentivar a busca por apoio.

A linguagem evita termos excessivamente técnicos, priorizando mensagens diretas, compreensíveis e humanizadas.

IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual da campanha foi desenvolvida com base em elementos que remetam à delicadeza, acolhimento e resistência.

Principais características:

- Uso de tons de lilás, roxo, pink e rosa, associados à pauta dos direitos das mulheres;
- Aplicação de fundos suaves e texturas leves;
- Utilização de flores desidratadas como elemento simbólico, representando fragilidade, resiliência e a necessidade de cuidado, além da sugestão de que, apesar do sofrimento enfrentado, ainda há beleza e força para seguir um caminho mais saudável e feliz, traduzindo visualmente a complexidade do tema abordado;
- Composições com espaço visual ampliado, favorecendo a leitura e a contemplação.



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A campanha será executada prioritariamente em ambiente digital, com foco na rede social Instagram do TRT-16 e canais institucionais internos.

A estratégia segue uma narrativa sequencial, estruturada em:

- Posicionamento institucional;
- Sensibilização;
- Informação;
- Reflexão;
- Orientação;
- Reforço da rede de apoio.

CANAIS DE DIVULGAÇÃO

- Instagram institucional;
- Site oficial do TRT-16;
- Listas de e-mails institucionais;
- Telas de inicialização da rede interna de computadores.

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO

Serão desenvolvidas as seguintes peças:

- Posts para Instagram;
- E-mails para listas dos públicos internos do TRT-16
- Notícia institucional para o site;
- Banner eletrônico para o site.



CRONOGRAMA

Sugere-se a realização da campanha no mês de março, considerando ser esse o Mês da Mulher, conforme cronograma a seguir:

DIA	CANAL	CONTEÚDO
16/3/2026	Post 1 no Instagram	Abertura da campanha: Posicionamento institucional
	E-mail ao público interno	
17/3/2026	Post 2 no Instagram	Mensagem de respiro: Marcas da violência
	E-mail ao público interno	
18/3/2026	Post 3 no Instagram	Tipos de violência doméstica: Informação e conscientização
	E-mail ao público interno	
19/3/2026	Post 4 no Instagram	Mensagem de respiro: Silêncio que mantém a violência
	E-mail ao público interno	
20/3/2026	Post 5 no Instagram	Você não está sozinha: Rede de apoio e denúncia
	E-mail ao público interno	
23/3/2026	Notícia no site	Registro de realização da campanha
	Banner eletrônico no site	
	Post 6 no Instagram	Chamada para a notícia
	E-mail ao público interno	
23 a 27/3/2026	Wallpaper	Chamada geral para a campanha



RESULTADOS ESPERADOS

- Ampliação do conhecimento sobre violência doméstica e familiar contra mulheres;
- Maior engajamento dos públicos interno e externo com o tema;
- Fortalecimento da cultura institucional de acolhimento;
- Estímulo à busca por apoio e utilização dos canais de denúncia disponíveis;
- Consolidação do posicionamento institucional do TRT-16.

CONSIDERAÇÃO FINAL

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

ELABORAÇÃO

Divisão de Assessoria de Comunicação Social (DIVASCOM)

Tribunal Regional do Trabalho - 16ª Região

São Luís-MA

Março/2026

