

**PLANO
INTRAORGANIZACIONAL
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

2021 - 2026



INTRODUÇÃO

O objetivo deste Plano Intraorganizacional é cumprir o que foi estabelecido no artigo 25 da Resolução CSJT 259/2020 que trata da criação de um Plano Intraorganizacional no âmbito da Justiça do Trabalho.

Através do Ato nº 84/2022, o CSJT (Conselho Superior da Justiça do Trabalho) aprovou os planos intraorganizacionais da Justiça do Trabalho das áreas de Comunicação Social, Orçamento e Finanças e Gestão de Pessoas. Este documento tem como foco principal a área de Comunicação Social, que é abordada como o tema central.

Para desenvolver as ações táticas necessárias para alcançar as metas estratégicas da comunicação, utilizou-se, dentre outros recursos, um estudo elaborado pelo Comitê Gestor de Comunicação Social da Justiça do Trabalho, Divisão de Assessoria de Comunicação Social deste TRT, em conjunto aos desdobramentos e análises do Plano Estratégico no ciclo de gestão de 2021 a 2026 do TRT-16.

A fim de alcançar tais objetivos, é fundamental que a área de Comunicação Social esteja organizada com atividades e iniciativas cuidadosamente planejadas, alinhadas com os objetivos e metas estabelecidos pelo TRT16, bem como em âmbito nacional para a Justiça do Trabalho e sua interação com a sociedade.

CENÁRIO ATUAL

O Plano de Comunicação Social e o Plano Estratégico do Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região para o período atual possuem um objetivo diretamente relacionado com a atuação da Comunicação Social, conforme descrito abaixo:

META: Fortalecer a comunicação e estabelecer parcerias institucionais.

RESULTADOS ESPERADOS: Aprimorar os processos de comunicação com foco na divulgação e difusão das competências institucionais, estratégias e políticas públicas implementadas, bem como dos resultados operacionais da jurisdição trabalhista para todos os envolvidos no sistema de justiça e a sociedade. O objetivo é fortalecer a transparência e a imagem da Justiça do Trabalho.

No TRT da 16ª Região, compete à Divisão de Comunicação Social o desenvolvimento de mecanismos para envolvimento e interação com a sociedade, visando a fornecer informações relevantes de interesse geral. Esta unidade estratégica está diretamente vinculada à Administração do TRT.

Além da colaboração na construção de uma comunicação nacional integrada e estratégica, visando a alcançar a meta proposta, o desdobramento do plano intraorganizacional de Comunicação Social em planos regionalizados permite que a unidade leve em consideração as particularidades e necessidades da Região, implementando ações que complementem o plano nacional.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

MISSÃO

A missão da Comunicação Social no TRT-16 é fornecer informações e promover a transparência, facilitando a comunicação efetiva entre o Tribunal e seus públicos, garantindo o acesso à justiça e fortalecendo a confiança na instituição.

VISÃO

A visão da Comunicação Social no TRT-16 é ser referência em comunicação institucional, promovendo a disseminação ágil e precisa de informações, utilizando canais diversificados e inovadores, e contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

VALORES

Os valores da Comunicação Social no TRT-16 buscam sempre atender às necessidades dos públicos internos e externos, e promover a transparência e a valorização da justiça.

Incluem ainda:

- Ética;
- Imparcialidade;
- Credibilidade;
- Acessibilidade;
- Sustentabilidade;
- Colaboração;
- Inovação;
- Agilidade;
- Adaptabilidade.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

ANÁLISE DE AMBIENTE

A análise de ambiente trata-se de um processo de identificação dos fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) que afetam a Justiça do Trabalho na execução de sua estratégia e no cumprimento de sua missão. Para tanto, o Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região, seguindo a determinação do art. 19 da Resolução CSJT nº 259, de 14 de fevereiro de 2020 (Modelo de Gestão Estratégica da Justiça do Trabalho de 1º e 2º Graus), que determina a elaboração do Plano Estratégico dos Tribunais Regionais do Trabalho de forma colaborativa, efetivou pesquisas destinadas aos públicos interno e externo, ocasião em que foi possível a análise dos ambientes internos e externos, conforme demonstrado na Matriz SWOT abaixo:



ANÁLISE ORGANIZACIONAL

ANÁLISE INTERNA

I- FORÇAS

- Acesso a informações privilegiadas e autoridade institucional, permitindo fornecer informações confiáveis e precisas sobre questões jurídicas e trabalhistas;
- Equipe de comunicação dedicada e especializada, capaz de produzir conteúdo de qualidade e adaptado aos diferentes canais de comunicação;
- Canais de comunicação estabelecidos, como site oficial, redes sociais e e-mail marketing, que permitem alcançar o público-alvo de forma eficaz;
- Diversificados canais de comunicação do TRT-16;
- Padronização e planejamento nos processos de publicações;
- Elaboração eficiente de campanhas institucionais;
- Relacionamento próximo com a imprensa e meios de comunicação, facilitando a divulgação de informações relevantes para a sociedade;
- Vinculação direta à Secretaria-Geral da Presidência do Tribunal.

II- FRAQUEZAS

- Redução do quadro de pessoal para atender outras áreas;
- Limitações tecnológicas em termos de recursos e infraestrutura, que podem afetar a capacidade de produzir e distribuir conteúdo de forma ágil e inovadora;
- Necessidade de melhorias na capacidade de engajamento e interação com o público, visando a incentivar a participação e o diálogo em questões jurídicas e trabalhistas;
- Descontinuidade de gestores nos setores e seções do Tribunal;
- Carência de monitoramento constante dos resultados obtidos com projetos e programas da Justiça do Trabalho.

ANÁLISE ORGANIZACIONAL

ANÁLISE EXTERNA

I- OPORTUNIDADES

- Crescimento nas plataformas digitais e redes sociais, permitindo alcançar um público mais amplo e diversificado;
- Ampliação de uso de ferramentas gratuitas de grande potencial de alcance;
- Avanços tecnológicos que facilitam a produção e distribuição de conteúdo, permitindo uma comunicação mais rápida e eficiente;
- Maior conscientização e interesse da sociedade em relação aos assuntos jurídicos e trabalhistas, criando oportunidades para informar e educar o público;
- Parcerias com outras instituições, organizações e meios de comunicação para ampliar o alcance das mensagens e fortalecer a comunicação institucional.

II- AMEAÇAS

- Desinformação e propagação de notícias falsas, que podem comprometer a credibilidade da instituição e confundir o público;
- Crise de confiança na justiça e nas instituições públicas, o que pode afetar a receptividade das mensagens e dificultar a comunicação efetiva;
- Restrições orçamentárias e recursos limitados, que podem dificultar a implementação de estratégias de comunicação adequadas e abrangentes;
- Concorrência com outras fontes de informação e entretenimento, o que pode reduzir a atenção e o engajamento do público com os canais de comunicação do TRT-16;



OBJETIVOS, INDICADORES E PLANO DE AÇÃO

OBJETIVOS	INDICADORES	PLANO DE AÇÃO
Potencializar a comunicação e as parcerias institucionais	Índice de satisfação com a Comunicação Social do TRT-16	Engajar campanhas institucionais informando ao cidadão sobre seus direitos trabalhistas e divulgando o papel do TRT-16 na sociedade.
Promover o trabalho decente	Monitor do Trabalho Decente	Auxiliar, através da divulgação de cartilhas, notícias, palestras e ações para os públicos interno e externo realizadas pela Comissão de Combate ao Trabalho Escravo.
		Auxiliar, através da divulgação de cartilhas, notícias, palestras e ações para os públicos interno e externo realizadas pela Comissão de Combate ao Trabalho Infantil e de Estimulo à Aprendizagem.
Promover o Combate aos Assédios Moral e Sexual e à Discriminação	Monitor do Trabalho Decente	Auxiliar, através da divulgação de campanhas, notícias, palestras e ações para os públicos interno e externo realizadas pela Comissão de Combate aos Assédios Moral e Sexual e à Discriminação.
Promover a Sustentabilidade	Índice de Desenvolvimento Sustentável	Através das divulgações das ações do Tribunal que estão alinhadas aos objetivos do desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU.

OBJETIVOS, INDICADORES E PLANO DE AÇÃO

Aprimorar a governança de Tecnologia da Informação e Comunicação e proteção de dados	Índice de transformação digital	Produzir materiais jornalísticos e peças publicitárias com o intuito de divulgar e instruir o uso ou o aperfeiçoamento dos sistemas implementados pela TIC e outros assuntos que impactem os usuários internos ou externos;
		Divulgação da pesquisa de satisfação dos serviços de TIC.
Incrementar modelo de gestão de pessoas	Índice de promoção da saúde de magistrados e servidores	Desenvolver campanhas internas: matérias vinculadas aos programas de saúde, promovendo as divulgações internas, através da lista de transmissão do whatsapp e e-mail marketing.
	Índice de aderência à norma que padroniza a estrutura da JT de 1º e 2º Graus	Desenvolver campanhas internas
Assegurar o tratamento adequado dos conflitos trabalhistas	Índice de Conciliação (IC)	Prestar auxílio aos CEJUSC'S na divulgação da campanha da Semana Nacional da Conciliação Trabalhista, através da produção de peças publicitárias, inserção na mídia, envio de releases à imprensa e da promoção do evento em redes sociais.
Garantir a duração razoável do processo	Índice de Processos Julgados	Prestar auxílio na divulgação da campanha da Semana Nacional da Execução Trabalhista por meio da produção de peças publicitárias, inserção na mídia, envio de releases à imprensa e da promoção do evento em redes sociais.

AÇÕES NACIONAIS PREVISTAS NO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CSJT

1- PESQUISA NACIONAL DE IMAGEM

Com o objetivo de analisar e medir a efetividade e o padrão dos serviços oferecidos pela Justiça do Trabalho, será conduzida uma pesquisa abrangente em nível nacional, focada em três áreas principais: Conhecimento, Confiança e Avaliação da Justiça do Trabalho.

2- AMPLIAÇÃO E FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

2.1- JULGAMENTOS E PROJETOS INSTITUCIONAIS DA JUSTIÇA DO TRABALHO

Com o objetivo de facilitar o entendimento por parte da sociedade, será realizada a constante divulgação de decisões e projetos institucionais, das atividades jurisdicionais e administrativas, realizadas pelas entidades que integram a Justiça do Trabalho.

2.2- CAMPANHAS EXTERNAS SOBRE A FUNÇÃO SOCIAL DA JUSTIÇA DO TRABALHO

A função primordial da Justiça do Trabalho é garantir a justiça nas relações de trabalho, contribuindo para a harmonia social e o fortalecimento dos direitos civis. A realização de campanhas externas busca disseminar sua função social e assegurar que essa informação seja devidamente compreendida pela sociedade.

2.3- INICIATIVAS PARA DIVULGAR OS SERVIÇOS PRESTADOS PELA JUSTIÇA DO TRABALHO

A divulgação de informações de interesse público e dos serviços oferecidos à sociedade pela Justiça do Trabalho contribui para promover a cultura da transparência, da acessibilidade, da imparcialidade, da eficiência, da ética e da responsabilidade social.

AÇÕES NACIONAIS PREVISTAS NO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CSJT

2.4- PARCERIAS INSTITUCIONAIS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Busca-se fortalecer as relações com instituições que compartilham dos valores e princípios da Justiça do Trabalho e que, por vezes, têm interesses em comum. Dentre essas instituições, mencionam-se os tribunais superiores, o Ministério Público do Trabalho, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e as universidades.

2.5- PLANO PARA A REESTRUTURAÇÃO DAS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO DOS TRT'S

Embora muitas assessorias tenham sido estruturadas, ainda existem cenários que evidenciam incompatibilidade com as funções desempenhadas, o que prejudica a proposta do Sistema de Comunicação da Justiça e a construção de uma imagem sólida do Poder Judiciário.

3- FERRAMENTA ÚNICA PARA OS PORTAIS DOS TRT'S

A unificação da apresentação dos conteúdos nas páginas principais dos portais dos Tribunais Regionais do Trabalho foi implementada para fortalecer a imagem institucional da Justiça do Trabalho. Entretanto, é importante destacar que apenas a página inicial dos portais foi padronizada, resultando em uma notável diversidade na organização das informações nas páginas internas. Dessa forma, textos, imagens e denominações são apresentados de maneiras diversas, e também é observado um descompasso temporal na atualização dessas páginas respectivas.

AÇÕES NACIONAIS PREVISTAS NO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CSJT

4- UNIFICAÇÃO DO DISCURSO

4.1- MANUAL DE COMUNICAÇÃO E REDAÇÃO JORNALÍSTICA DA JUSTIÇA DO TRABALHO

O Manual de Comunicação e Redação Jornalística da Justiça do Trabalho representa uma ferramenta dedicada a aprimorar a comunicação entre a Justiça do Trabalho e a população brasileira. Elaborado pela Secretaria Comunicação Social da Justiça do Trabalho, esse documento fornece orientações para os profissionais responsáveis pela criação regular de matérias e conteúdos veiculados nos canais de comunicação institucional. O intuito é estabelecer canais de diálogo confiáveis, eficientes e acessíveis ao cidadão, permitindo que ele tenha acesso às informações necessárias provenientes de fontes confiáveis e oficiais.

4.2- POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Com o intuito de colaborar com o fortalecimento da imagem institucional da Justiça do Trabalho, estabelecer uma Política de Comunicação Social regulará a área organizacional, tanto no âmbito externo quanto interno, assegurando sua conformidade com os princípios constitucionais da Administração Pública e com as Estratégias Planejadas da Justiça do Trabalho e do Poder Judiciário.

4.3- OFICINA DE TEXTO DE REDAÇÃO JORNALÍSTICA

O treinamento de Redação Jornalística está sendo conduzido de forma remota e tem como meta instruir sobre metodologias de escrita para produção de textos acessíveis a diversos públicos, fornecendo orientações aos participantes, especialmente, sobre a adaptação de conteúdos jurídicos à linguagem jornalística.

