

# Plano de Gestão da Comunicação



 **Tribunal Regional do Trabalho**  
**18ª Região | Goiás**

 **JUSTIÇA DO TRABALHO**  
Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região (GO)

# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	3
METODOLOGIA .....	5
OBJETIVOS E INDICADORES .....	6
METAS E INICIATIVAS .....	9

# APRESENTAÇÃO

**E**m maio de 2021, o Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região (TRT-18) publicou o Plano Estratégico Institucional do TRT-18 referente ao sexênio 2021-2026, conforme a Resolução CNJ nº 325/2020, que estabelece a Estratégia Nacional do Poder Judiciário 2021-2026, e a Resolução CSJT nº 259/2020, que aprova o modelo de Gestão Estratégica da Justiça do Trabalho de 1º e 2º graus.

Após a implementação daquele Plano, ficou definido que unidades consideradas estratégicas construiriam planos de contribuição, sendo uma delas a área Comunicação, conforme inciso I do art. 27 da Resolução CSJT, abaixo transcrito (grifo nosso).

Art. 27. Além do nível estratégico, são níveis gerenciais da estrutura do planejamento nos Tribunais Regionais do Trabalho:

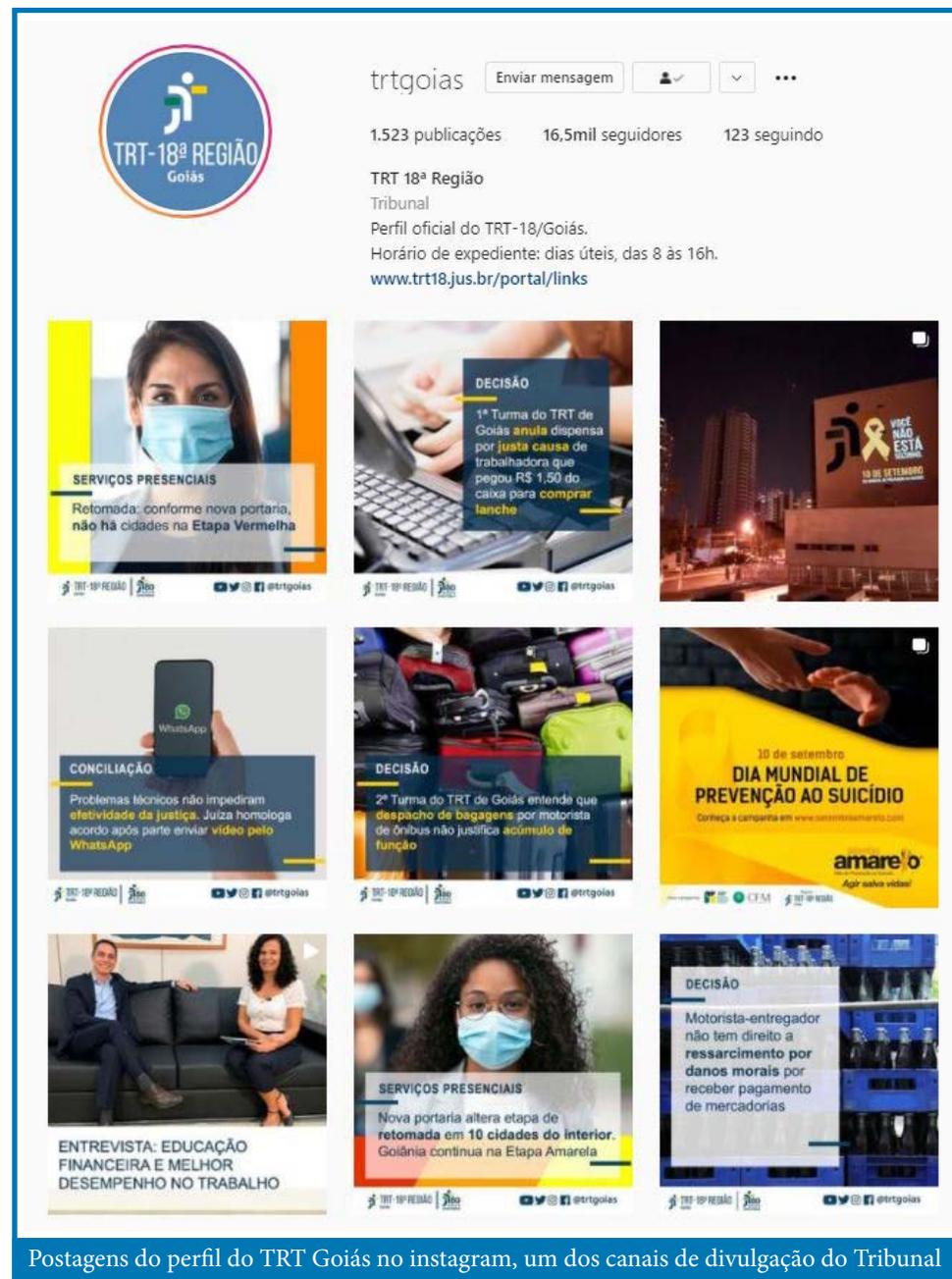
I - tático: Plano Estratégico de Tecnologia da Informação e Comunicação, Plano de Gestão de Pessoas, **Plano de Comunicação Institucional** e outros planos temáticos;

A área de Comunicação foi reconhecida, portanto, como área essencial para o alcance dos objetivos estratégicos da Justiça do Trabalho. Afinal, é por meio dela que se pode transmitir os valores da instituição, fortalecer a imagem institucional perante a sociedade, construir um bom clima no ambiente de trabalho, motivar colaboradores, além de garantir que todas as mensagens e tarefas sejam transmitidas de forma eficaz para os públicos de interesse.

O ponto de partida e norte para o desenvolvimento de todo o Plano de Gestão da Comunicação foi o objetivo estratégico de “fortalecer a comunicação e

as parcerias institucionais”, constante dos planos estratégicos tanto da Justiça do Trabalho quanto Institucional do TRT-18. Por meio desse objetivo, nossa instituição procura aperfeiçoar os processos de comunicação com foco na divulgação e disseminação das competências institucionais, estratégias e políticas públicas implantadas, e resultados operativos da jurisdição trabalhista para todos os atores do sistema de justiça e sociedade, a fim de fortalecer a transparência e a imagem da Justiça do Trabalho.

Dessa forma, para dar efetividade às determinações superiores e aperfeiçoar o cumprimento da missão institucional, o Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região apresenta a segunda edição do Plano de Comunicação, agora nomeado como **Plano de Gestão da Comunicação**, contemplando os **objetivos de contribuição**, os **indicadores**, as **metas** e o rol de **iniciativas** que visam o alcance dos objetivos estratégicos da nossa instituição.



Postagens do perfil do TRT Goiás no Instagram, um dos canais de divulgação do Tribunal

# METODOLOGIA

O processo de elaboração do Plano de Gestão da Comunicação foi participativo, envolvendo toda a equipe da unidade de Comunicação Social e auxílio de outras unidades, conforme as etapas descritas a seguir:

**1ª ETAPA:** releitura do Plano Estratégico de Comunicação do Biênio 2019-2020 para verificar os objetivos e indicadores que poderiam ser atualizados.

Construção do diagnóstico de comunicação do biênio anterior com base nos resultados dos indicadores e nos resultados das pesquisas de satisfação tanto do público interno, quanto externo ao TRT-18.

**2ª ETAPA:** reuniões com a equipe de Planejamento de Comunicação, com participação da gestora da Comunicação Social do TRT-18, para definir os objetivos específicos, suas respectivas descrições, os indicadores e o rol inicial de iniciativas para atingimento dos objetivos.

**3ª ETAPA:** reuniões com toda a equipe da Coordenadoria de Comunicação Social para apresentação das diretrizes estratégicas do plano para revisão e coleta de sugestões .

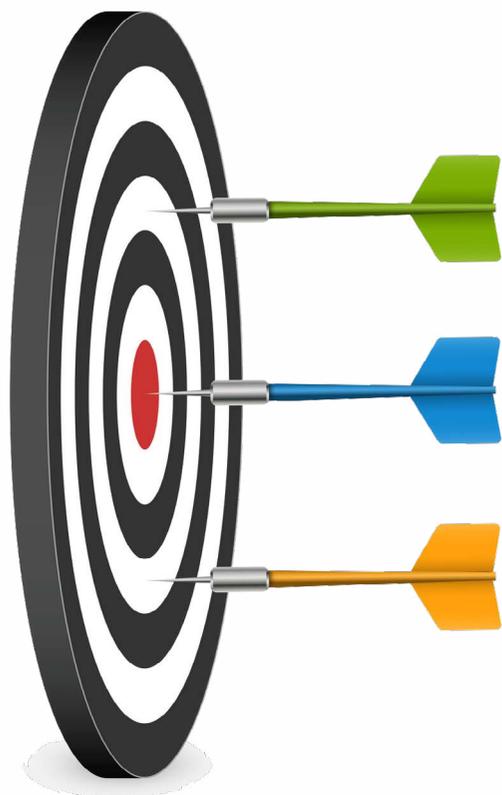
**4ª ETAPA:** definição da forma como cada indicador será mensurado e realização de medições iniciais para estabelecimento das linhas de base e das metas.

**5ª ETAPA:** apresentação das diretrizes do Plano de Gestão da Comunicação na Reunião da Análise da Estratégia (RAE) e aprovação pelo Comitê de Governança e Gestão Participativa.

**6ª ETAPA:** revisões periódicas do Plano, pelo menos anualmente, para atualização.

# OBJETIVOS e INDICADORES

Foram definidos no presente Plano de Gestão três **objetivos de contribuição** ao Plano Estratégico Institucional, conforme abaixo descrito.



## **1 Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade**

Trata de promover a função social da Justiça do Trabalho perante a sociedade, a ampliação do alcance do conteúdo institucional produzido e o fortalecimento da imagem institucional.

## **2 Aprimorar a gestão da comunicação interna**

Trata de ampliar o alcance do material produzido para o público interno e promover a efetiva utilização das ferramentas de comunicação disponíveis.

## **3 Fortalecer a responsabilidade socioambiental nas divulgações institucionais**

Trata de refletir a diversidade no conteúdo a ser produzido e abordar temáticas relacionadas ao universo da responsabilidade socioambiental

Abaixo, a descrição dos **indicadores** a serem usados para medir o **alcance** de cada objetivo de contribuição com as respectivas fórmulas de cálculo.

OBJETIVO	INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO
Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	<b>Espaço ocupado na mídia (EM):</b> Somatório anual do valor monetário (em reais) do espaço ocupado na mídia por matérias relacionadas ao TRT18 com avaliação positiva (VP) ou neutra (VN).	$EM = \Sigma VP + \Sigma VN$
	<b>Índice de acesso ao conteúdo institucional (ACI):</b> Média aritmética do somatório da razão entre o número de acesso anual aos posts do portal (PP) em relação ao ano anterior (PPA), índice de alcance no instagram (IAI) em relação ao ano anterior (IAIA) e número de acesso à newsletter (AN) em relação ao ano anterior (ANA).	$ACI = (PP/PPA + IAI/IAIA + AN/ANA)/3$
Aprimorar a gestão da comunicação interna	<b>Índice de satisfação com a comunicação (ISC):</b> Grau de satisfação com a comunicação, obtido em pesquisa interna, alcançado por meio da porcentagem de avaliações positivas (QAF).	$ISC = \Sigma (QAF1 + QAF2 + QAFN) \times 100/n^{\circ} \times n^{\circ} \text{ total de avaliações}$
	<b>Grau de utilização das Ferramentas do pacote Google (GUFG):</b> Verificação mensal da porcentagem de usuários que utilizam as ferramentas do pacote Google ao menos uma vez no último mês.	$GUFG = (\Sigma n^{\circ} \text{ utilizam GSuite}/n^{\circ} \text{ total de contas}) \times 100$
	<b>Efetividade do whatsapp (EWA):</b> Percentual de colaboradores que visualizaram as mensagens enviadas pela lista de transmissão institucional.	$EWA = (\Sigma n^{\circ} \text{ que acessaram as mensagens da lista de transmissão})/n^{\circ} \text{ total de destinatários}$
	<b>Efetividade dos posts da Intranet (EPI):</b> Quantidade de visualizações dos posts da intranet em relação à quantidade de colaboradores.	$EPI = \Sigma \text{ visualização de posts da intranet} / (\Sigma n^{\circ} \text{ de posts} \times n^{\circ} \text{ total de colaboradores})$
	<b>Efetividade do Bom dia TRT (EBD):</b> Porcentagem de destinatários que abriram as mensagens obrigatórias do Bom dia TRT.	$EBD = \Sigma n^{\circ} \text{ de usuários que acessaram o BDT} / \Sigma n^{\circ} \text{ total de usuários}$

OBJETIVO	INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO
<b>Fortalecer a responsabilidade socioambiental nas divulgações institucionais</b>	<b>Publicações relacionadas à responsabilidade socioambiental (PRS):</b> Quantidade de publicações (portal e instagram) relacionadas à responsabilidade socioambiental	$PRS = \sum \text{Qtde publicações socioambientais}$
	<b>Índice de exibição de imagens que retratem a diversidade em publicações (PIP):</b> - Quantidade de publicações nas redes sociais ou no portal que possuam imagens que retratem pessoas negras, LGBTs ou com deficiência	$PIP = \sum \text{Qtde de posts e notícias que retratem minorias}$

# METAS e INICIATIVAS

Expomos a seguir as **metas** para os próximos cinco anos, as quais levaram em consideração as perspectivas e as tendências de crescimento das diferentes mídias e ferramentas de comunicação envolvidas. Os resultados de 2021 foram utilizados como linha de base.

OBJETIVO	INDICADOR	METAS					
		2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Espaço ocupado na mídia (EM)	R\$ 8 mi	R\$ 8,2 mi	R\$ 8,4 mi	R\$ 8,6 mi	R\$ 8,8 mi	R\$ 9 mi
	Índice de acesso ao conteúdo institucional (ACI)	--	1	1	1	1	1
Aprimorar a gestão da comunicação interna	Índice de satisfação com a comunicação (ISC)	--	75%	76%	77%	78%	79%
	Utilização das ferramentas do GSuite (GUFG)	--	84%	84,5%	85%	85,5%	86%
	Efetividade do whatsapp (EWA)	--	50%	51%	52%	53%	54%
	Efetividade dos posts da Intranet (EPI)	--	16%	16%	16%	16%	16%
	Efetividade do Bom dia TRT (EBD)	--	36%	38%	40%	40%	40%

OBJETIVO	INDICADOR	METAS					
		2021	2022	2023	2024	2025	2026
Fortalecer a responsabilidade socioambiental nas divulgações institucionais	Publicações relacionadas à responsabilidade socioambiental (PRS)	--	54	55	56	57	58
	Índice de exibição de imagens que retratem a diversidade em publicações (PIP)	--	60	62	64	66	68

As **iniciativas** para a obtenção dos objetivos estratégicos foram discutidas com a equipe da unidade de Comunicação Social e representam o conjunto de medidas a serem implementadas para assegurar o alcance dos objetivos estabelecidos e para preencher as lacunas existentes entre o desempenho atual da organização e o desejado.

OBJETIVO	INICIATIVA	RESULTADOS ESPERADOS
Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Priorizar produção de matérias relacionadas às atividades jurisdicionais, aos serviços e às estatísticas de produtividade, alcançando percentual mínimo de 50% do total de matérias publicadas no site	Reforço da imagem institucional e do compromisso do TRT com sua missão
	Lançar periodicamente posts nas redes sociais para tirar dúvidas, fazer enquetes e realizar sorteios	Obtenção de maior alcance nas redes sociais do TRT18
	Estabelecer parceria com a Ouvidoria do TRT18 para atendimento direto das dúvidas e reclamações recebidas pelas redes sociais a partir do modelo utilizado no Tribunal Superior do Trabalho	Respostas mais rápidas, “queimando uma etapa” do processo de atendimento ao usuário. Melhoria da satisfação
	Montar sala de projeção para facilitar e tornar mais frequentes as projeções de fachada com mensagens que gerem engajamento do público em causas sociais, ambientais e da diversidade, bem como promovam conscientização nestes temas	Reforço positivo da imagem institucional e fortalecimento de parcerias
	Divulgar, periodicamente, a newsletter nos canais de comunicação do TRT18	Aumento de destinatários da newsletter

OBJETIVO	INICIATIVA	RESULTADOS ESPERADOS
<p>Aprimorar a gestão da comunicação interna</p>	<p>Manter ciclo de atualização das ferramentas de comunicação (Bom dia TRT, Lista Telefônica e Intranet) em parceria com a TI</p> <p>Aprimorar as regras de uso das ferramentas de comunicação (divulgações na intranet, uso do Google Forms para enquetes, listas de transmissão)</p> <p>Promover ações de estímulo para que o público interno utilize efetivamente as ferramentas de comunicação (treinamento, matérias, etc)</p> <p>Enviar resumo de notícias ou informes no formato ‘pílulas’</p> <p>Promover palestras sobre comunicação no TRT para todos</p>	<p>Garantia do ótimo funcionamento das ferramentas;</p> <p>Melhor aproveitamento e uso das ferramentas de comunicação, evitando-se desgaste de uma ou mais dessas ferramentas;</p> <p>Aumento do sentimento de pertencimento à instituição;</p> <p>Aumento na motivação dos colaboradores.</p>
	<p>Realizar a divulgação permanente da Estratégia Institucional</p>	<p>Maior envolvimento do público interno quanto à missão institucional e objetivos estratégicos.</p>
<p>Fortalecer a responsabilidade socioambiental nas divulgações institucionais</p>	<p>Identificar repasses de Ações Civas Públicas, doações, parcerias e outras ações fruto do engajamento socioambiental do órgão para que sejam noticiados</p> <p>Criar calendário de datas comemorativas relativas a temas de diversidade, meio-ambiente e inclusão social</p>	<p>Melhor percepção da sociedade em relação à atuação socialmente responsável e compromissada com a sustentabilidade do TRT18;</p> <p>Reforço positivo da imagem institucional.</p>

# Plano de Gestão da Comunicação



 **Tribunal Regional do Trabalho**  
18ª Região | Goiás

 **JUSTIÇA DO TRABALHO**  
Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região (GO)