



ANEXO

PLANO INTRAORGANIZACIONAL DA JUSTIÇA DO TRABALHO

Tema: Comunicação Social

PLANO ESTRATÉGICO DA JUSTIÇA DO TRABALHO

2021-2026

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
ANÁLISE ORGANIZACIONAL	5
MISSÃO	6
VISÃO	7
VALORES	7
<i>GOLDEN CICLE</i>	7
AÇÕES	8
1 - Pesquisa nacional de imagem	8
2 - Ampliação e Fortalecimento da Comunicação Institucional	9
2.1 - Julgamentos e projetos institucionais da Justiça do Trabalho	9
2.2 - Campanhas externas sobre a função social da Justiça do Trabalho	10
2.3 - Campanhas sobre os serviços oferecidos pela Justiça do Trabalho	10
2.4 - Parcerias Institucionais de comunicação social	11
2.6 Media Training para novas Administração dos TRTs	12
3 - Identidade Única da Justiça do Trabalho	13
3.1 - Gerenciamento da Identidade da Justiça do Trabalho	13
3.2 - Identidade Visual dos Sistemas Corporativos da Justiça do Trabalho	14
3.3 Ferramenta única para os portais dos TRTs	15
4 - Unificação do discurso	16
4.1 - Manual de Comunicação e Redação Jornalística da Justiça do Trabalho	16
4.2 - Política de Comunicação Social	17
4.3 - Oficina de Texto de Redação Jornalística	18
CRONOGRAMA	19
OUTROS OBJETIVOS E PERSPECTIVAS	20

INTRODUÇÃO

O presente documento visa a cumprir o determinado no artigo 25 da [Resolução CSJT 259/2020](#), que dispõe sobre a elaboração de Plano Intra-organizacional, com os desdobramentos de iniciativas do Plano Estratégico da Justiça do Trabalho para o sexênio 2021-2026, especificamente na área da **Comunicação Social**.

Para a definição das ações táticas, que visam ao alcance das metas estratégicas, utilizou-se, entre outros meios, um estudo elaborado pelo Comitê Gestor de Comunicação Social da Justiça do Trabalho, bem como os desdobramentos e a análise do Plano Estratégico da Justiça do Trabalho (Ciclo de Gestão 2021-2026).

A palavra “comunicação” tem origem latina e significa “compartilhar, tornar comum”. No âmbito das organizações, especialmente as de caráter nacional, como é o caso da Justiça do Trabalho, a atividade traz à tona a necessidade de alinhamento das ações e projetos institucionais à razão de ser da instituição. Desse modo, para que se obtenha êxito naquilo a que a organização se propõe, é necessário convergir esforços das áreas e organismos que a compõem.

Com caráter multidisciplinar, a comunicação tem relação com diferentes áreas dentro das organizações, atuando tanto de forma micro, dentro de cada um dos 24 Tribunais Regionais do Trabalho e do Tribunal Superior do Trabalho/Conselho Superior da Justiça do Trabalho, bem como de forma macroscópica, com a sistematização de ações nacionalizadas, orgânicas e homogêneas, a fim de exercer papéis no intuito de:

- Fortalecer a identidade e a imagem institucional;
- Contribuir para eficiência das atividades e alcance de resultados;
- Gerir relacionamentos entre a instituição e a sociedade;
- Garantir a unicidade de discursos em prol da missão institucional;

- Zelar pela imagem e reputação da organização.

Para que possam cumprir tais propósitos, é essencial que esses organismos possuam um departamento de comunicação estruturado, cujas atividades e ações sejam planejadas em consonância com objetivos e metas estabelecidas nacionalmente para a instituição Justiça do Trabalho e sua relação com a sociedade brasileira e internacional.

Cenário Atual

O Plano Estratégico da Justiça do Trabalho para o ciclo 2021 – 2026, contém dez objetivos estratégicos que sintetizam os focos de atuação prioritária para os próximos seis anos dos órgãos que compõem o sistema de justiça trabalhista. Um entre esses dez está diretamente relacionado com a atuação da Comunicação Social.

Objetivo: Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais

Resultados esperados: aperfeiçoar os processos de comunicação com foco na divulgação e disseminação das competências institucionais, estratégias e políticas públicas implementadas, além dos resultados operativos da jurisdição trabalhista para todos os atores do sistema de justiça e sociedade de modo a fortalecer a transparência e a imagem da Justiça do Trabalho.

Vale ressaltar que, os Tribunais Regionais do Trabalho têm atuado de forma a desenvolver mecanismos de envolvimento e interação com a sociedade para o repasse de informações relevantes de interesse geral, implementando em suas respectivas estruturas unidades específicas para cuidar da comunicação organizacional.

Contudo, embora os tribunais do segmento trabalhista contem com a importante atuação das áreas de comunicação, essas unidades têm capacidade de atuação distinta, em razão da significativa diferença de suas estruturas

(financeira, física e de pessoal). Essa falta de padronização dos recursos humanos e materiais destinados à implementação de projetos de comunicação por vezes compromete uma atuação ampla e uniforme em todo o território nacional no intuito de levar ao conhecimento da população assuntos relacionados à Justiça do Trabalho. Neste sentido, é essencial que a comunicação desenvolvida pela Justiça do Trabalho atue de forma integrada e estratégica para almejar o objetivo proposto.

ANÁLISE ORGANIZACIONAL

Análise Interna

I- Forças:

- Existência de unidades de Comunicação Social em todos os Tribunais e no Conselho;
- Crescente reconhecimento da importância da Comunicação Social como área estratégica, especialmente na reestruturação aprovada;
- Crescimento do compartilhamento de ideias e de projetos entre as áreas de Comunicação Social da Justiça do Trabalho;
- Vinculação direta às Presidências do Tribunais;
- Relevância do papel da Comunicação Social em contexto de crise de imagem;
- Ampliação dos canais de comunicação em rede.

II- Fraquezas:

- Equipes reduzidas e falta de padronização das estruturas;
- Redução do quadro de pessoal para atender outras áreas;
- Atuação predominantemente operacional, o que dificulta a gestão estratégica de comunicação;
- Destinação insuficiente de verbas para a área de comunicação social;

- Carência de monitoramento constante dos resultados obtidos com projetos e programas da Justiça do Trabalho;
- Descontinuidade administrativa.

Análise Externa

I- Oportunidades:

- Parcerias com outras entidades e instituições para ampliação de projetos e programas da Justiça do Trabalho.
- Ampliação de uso de ferramentas gratuitas de grande potencial de alcance.
- Veículos de comunicação dispostos a parcerias com as áreas de comunicação para produção e veiculação de conteúdo.
- Grande interesse da sociedade sobre a legislação do trabalho.

II- Ameaças:

- Impactos do cenário político e econômico no Poder Judiciário do Trabalho;
- Redução do orçamento da Justiça do Trabalho;
- Ajuste fiscal contido na EC 95/2016;
- Movimentos pelo enfraquecimento/extinção da Justiça do Trabalho.

MISSÃO

Gerir políticas e estratégias para fortalecer a comunicação e o relacionamento com a sociedade.

VISÃO

Ser reconhecida como área estratégica, tornando-se referência em comunicação pública.

VALORES

- Ética
- Transparência

- Impessoalidade
- Acessibilidade
- Responsabilidade Socioambiental
- Eficiência
- Inovação
- Agilidade
- Valorização das Pessoas

GOLDEN CICLE

O que? Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais.

Como: Pesquisa de imagem da JT (PI-JT) e outras ações complementares.

Finalidade: Identificar a imagem da Justiça do Trabalho perante a sociedade, a partir da avaliação do conhecimento sobre o segmento de justiça e do valor percebido pelos usuários e demais cidadãos.

- **Tipo/Nível de Indicador:** Indicador Estratégico
- **Abrangência:** Nacional
- **Perspectiva:** Sociedade
- **Periodicidade de Apuração:** bienal (2022, 2024 e 2026)
- **Responsável pela Coleta:** Secretaria de Comunicação Social do Tribunal Superior do Trabalho (Secom/TST) - Alessandro Jacó, chefe da Divisão de Comunicação Institucional (DCI/Secom)
- **Resultados almejados com a aplicação do Objetivo:**
 1. Aferir o grau de satisfação, de confiança, bem como de outras impressões da sociedade em relação à Justiça do Trabalho;
 2. Identificar oportunidades e prevenir eventuais crises;
 3. Aperfeiçoar, com base em estatísticas, os pontos fracos apontados na pesquisa;
 4. Dar ampla divulgação aos pontos fortes aferidos e destacar as melhorias que serão empreendidas para solucionar os problemas apontados.

AÇÕES

Iniciativas a serem empreendidas para o alcance do objetivo estratégico.

1 - Pesquisa nacional de imagem

A fim de avaliar e mensurar a eficiência e a qualidade dos serviços prestados pela Justiça do Trabalho, será realizada pesquisa nacional de imagem focada em três eixos: Conhecimento, Confiança e Avaliação da Justiça do Trabalho.

- **Eixo Conhecimento:** apurar o quanto a Justiça do Trabalho é conhecida pela sociedade e avaliar o nível de conhecimento dos entrevistados acerca dos serviços oferecidos.
- **Eixo Confiança:** aferir o nível de confiança da Justiça do Trabalho pela sociedade, bem como avaliar o nível de confiança daqueles que já utilizaram ou não os serviços oferecidos.
- **Avaliação:** aferir como a Justiça do Trabalho é avaliada pela sociedade, medindo o grau de satisfação dos que já utilizaram ou não os serviços por ela ofertados.

Por meio da contratação de empresa especializada (instituto de pesquisa) ou formulação interna da pesquisa com o apoio de outras unidades do TST e do CSJT, o questionário será disponibilizado ao público, segmentado em temas principais, para apurar o desempenho da Justiça do Trabalho e identificar necessidades de melhoria e oportunidades de aperfeiçoamento.

O levantamento fornecerá um panorama geral sobre o ramo do Poder Judiciário e permitirá a manutenção, bem como a modernização de seus órgãos.

Público-Alvo:

- Mulheres e homens de 18 a 65 anos (usuários ou não dos serviços da Justiça do Trabalho), residentes nas cinco regiões do país, com distinção de escolaridade, renda e profissão;
- Advogados que tenham atuação trabalhista;

- Formadores de opinião; e
- Magistrados e servidores de outros ramos do Poder Judiciário.

A ação deverá finalizar até 31/12/2022, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, Chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST.

2 - Ampliação e Fortalecimento da Comunicação Institucional

2.1 - Julgamentos e projetos institucionais da Justiça do Trabalho

A divulgação constante de julgamentos e projetos institucionais visa contribuir para o melhor entendimento, pela sociedade, das atividades jurisdicionais e administrativas exercidas pelas instituições que compõem a Justiça do Trabalho.

Além de visar à transparência, dar visibilidade aos atos com uma linguagem clara, didática e acessível fortalece a relação institucional da Justiça do Trabalho com a sociedade, com a consequente difusão e consolidação da sua imagem.

A ação terá periodicidade diária e/ou semanal.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, Chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e unidades de comunicação dos TRTs.

2.2 - Campanhas externas sobre a função social da Justiça do Trabalho

A Justiça do Trabalho tem como função principal realizar justiça, no âmbito das relações de trabalho, contribuindo para a paz social e o fortalecimento da cidadania. A promoção de campanhas externas objetiva difundir sua função social e fazer com que essas informações sejam corretamente percebidas pela sociedade.

O público externo desse ramo especializado do Poder Judiciário é composto por trabalhadores, empregadores, advogados, procuradores, peritos, entidades de classe, imprensa, membros dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, comunidade acadêmica, Organizações Não Governamentais, influenciadores e formadores de opinião.

Com um público tão amplo e diversificado, campanhas dedicadas a elucidar o papel social da Justiça do Trabalho buscam garantir a unicidade de discursos em prol de sua missão institucional, fomentar uma identidade organizacional e evidenciar o papel essencial da justiça trabalhista para a sociedade.

A ação terá periodicidade trimestral, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, Chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e unidades de comunicação dos TRTs.

2.3 - Campanhas sobre os serviços oferecidos pela Justiça do Trabalho

Divulgar as informações de interesse público e os serviços oferecidos à sociedade pela Justiça do Trabalho ajudam a promover a cultura da transparência, da publicidade, da acessibilidade, da impessoalidade, da efetividade, da ética e da responsabilidade social.

Por meio dos diferentes canais disponíveis de comunicação e tendo como diretriz principal o atendimento dos interesses e necessidades do público, a medida busca não apenas contribuir para o melhor entendimento das atividades exercidas pelas instituições trabalhistas, como também permitir à Justiça do Trabalho cumprir seu papel social perante a sociedade, garantindo o acesso da população às informações necessárias para o exercício de direitos trabalhistas.

A ação terá periodicidade mensal, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, Chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e unidades de comunicação dos TRTs.

2.4 - Parcerias Institucionais de comunicação social

Pretende-se aprimorar as relações com instituições que compartilham dos valores e princípios da Justiça do Trabalho e que, por vezes, partilham dos mesmos interesses. Cita-se como exemplo os tribunais superiores, o Ministério Público do Trabalho, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e as universidades.

Um maior diálogo com essas instituições têm como propósito obter apoio em divulgações e promoções de campanhas, ações e eventos promovidos pela Justiça do Trabalho, além de abrir novos canais de comunicação, ampliando o alcance das iniciativas desenvolvidas pela Justiça do Trabalho.

A ação terá prazo especificado em cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e unidades de comunicação dos TRTs.

2.5 Plano para a reestruturação das Assessorias de Comunicação dos TRTs

Embora muitas assessorias tenham se estruturado, ainda há cenários que demonstram que a estrutura é incompatível com as funções desempenhadas, o que compromete a proposta do Sistema de Comunicação da Justiça e o fortalecimento da imagem do Poder Judiciário.

Sem a estrutura adequada e a departamentalização das unidades de Comunicação (divisão de responsabilidades dentro da unidade), sem recursos humanos (profissionais de várias áreas para suporte), sem profissionais específicos (jornalistas, radialistas, relações públicas e publicitários) habilitados para o desempenho das atividades, ao longo dos anos, todo o sistema ficará comprometido, o que já começa a ser percebido com as aposentadorias e o desinteresse de alguns profissionais no desempenho da chefia.

Prova da importância dessa área, diante do cenário social em que a credibilidade das instituições é a todo momento colocada em xeque, é que a estratégia nacional do Poder Judiciário elegeu como visão **o fortalecimento do Relacionamento Institucional do Judiciário com a sociedade**, o que está relacionado diretamente com a atuação da área de comunicação social. Também não foi diferente no Plano Estratégico da Justiça do Trabalho 2021-2026 cuja visão de futuro é o **fortalecimento da comunicação e das parcerias institucionais**. Para isso, a elaboração de um estudo, sob coordenação do Comitê de Comunicação Social da Justiça do Trabalho, e de um plano para a reestruturação das áreas de comunicação social dos TRTs se faz necessária.

A ação deverá finalizar até 31/12/2022, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e Comitê de Comunicação Social da Justiça do Trabalho.

2.6 Media Training para novas Administração dos TRTs

Media Training é a preparação de um profissional para ajudá-lo a lidar não somente com entrevistas, mas com outras conjunturas que surgem a partir do contato com canais de mídia e imprensa. De modo geral, são abordados aspectos de oratória, desenvoltura, gestão de crises e postura nas redes sociais.

Em parceria com o CSJT ou com a Enamat, o objetivo é treinar magistrados que necessitem dessa capacitação e fazer da técnica um instrumento para a melhoria da imagem institucional e para o alinhamento de discurso. O treinamento acontecerá com empresas que forneçam o serviço ou com servidores habilitados.

A ação prevê um curso por semestre para as novas administrações, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e SGPEs.

3 - Identidade Única da Justiça do Trabalho

3.1 - Gerenciamento da Identidade da Justiça do Trabalho

Estabelecer, para a sociedade, a noção de unidade e harmonia entre os órgãos que formam a Justiça do Trabalho contribui para sedimentar sua imagem institucional.

Definir padrões básicos e determinar diretrizes e metas nacionais de comunicação irão nortear a produção de conteúdos e o desenvolvimento de projetos e planos da área para que sejam compatíveis e dialoguem entre si de forma ampla e nacional. Aproximar assessorias e secretarias de comunicação dos órgãos trabalhistas, por meio de canais virtuais de comunicação e compartilhamento (nuvens de armazenamento de dados), permitirá a coparticipação na concepção de ideias e a troca de materiais produzidos.

A criação da logomarca única, do Manual da Identidade Visual e do Guia de Padronização dos Portais, instituídos pela [Resolução CSJT 243/2019](#), colaboram para a consolidação da identidade única desejada. A logomarca e o guia permitem conformidade e o manual traz as definições conceituais e estruturais da marca e estabelece as normas, especificações e orientações para a sua correta utilização. Aprimorar o uso da identidade única exige uma comunicação nacional alinhada que atue de forma integrada e estratégica, o que torna possível unir esforços e agir em conjunto para alcançar resultados substanciais.

Dessa forma, conforme dispõe a Resolução 243, a Secretaria de Comunicação do TST fará a fiscalização da aplicação do Guia de Padronização das Páginas Iniciais dos Portais da Justiça do Trabalho a cada fim de semestre, bem como a aplicação da marca. Encontrando inconformidades, a Secom solicitará que a SG officie formalmente o tribunal.

A ação será realizada nos meses de junho e dezembro de cada exercício.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST.

3.2 - Identidade Visual dos Sistemas Corporativos da Justiça do Trabalho

Além da marca única e da padronização dos conteúdos nas páginas iniciais, outro segmento que pode ser incorporado ao modelo de unificação de uma identidade visual nacional são os sistemas corporativos nacionais voltados à melhoria da prestação judicial. Desenvolvidos para o uso do público externo e interno, os sistemas nacionais foram desenvolvidos por meio de parcerias entre o Tribunal Superior do Trabalho (TST), o Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT) e os Tribunais Regionais do Trabalho.

Entre os sistemas que se encontram disponíveis, podem ser citados: o Sistema de Gestão Estratégica da Justiça do Trabalho (Sigest), o Sistema de Gestão do Acervo Processual (Bem-te-vi), o Sistema Integrado de Gestão de Pessoas (SIGEP-JT), o Sistema Integrado de Gestão Orçamentária e Financeira (SIGEO-JT), a biblioteca digital mantida pelo Tribunal Superior do Trabalho (*JusLaboris*), e o Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho (DEJT).

Para trazer unidade, será produzida uma nova identidade visual para os sistemas. Com logomarcas e identidade visual padronizadas, o acesso e a identificação dos serviços serão facilitados, além de propiciar maior integração dos sistemas à Justiça do Trabalho.

Cada um desses sistemas possui uma marca própria, o que dificulta a concepção de unidade e de pertencimento à Justiça do Trabalho. A proposta de unificação dos sistemas já foi apresentada à Administração, que deu aval para a implementação e sua regulamentação. Para isto está sendo desenvolvido um manual de aplicação das marcas dos sistemas nacionais.



Espera-se a publicação de Ato da Presidência com manual de aplicação das marcas até o primeiro semestre de 2022, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e CSAN/CSJT.

3.3 Ferramenta única para os portais dos TRTs

A padronização da exibição dos conteúdos nas páginas iniciais dos portais dos Tribunais Regionais do Trabalho foi realizada com o objetivo de fortalecer a imagem institucional da Justiça do Trabalho. Contudo, como só foi padronizada a página inicial dos portais, se nota enorme diversidade na disponibilização de informações em páginas internas, com textos, imagens e denominações dispostas de diferentes maneiras, além de haver certo descompasso temporal na atualização das respectivas páginas.

Adotar uma ferramenta única para gerenciamento de conteúdos irá padronizar a exibição dos portais em todo o país, facilitará a identificação da Justiça do Trabalho pelo cidadão e proporcionará serviços virtuais de forma

organizada. Além disso, a unicidade técnica permitirá diminuir custos e aumentar a proteção a ataques externos.

Levantamento feito pelo Comitê Gestor de Comunicação Social da Justiça do Trabalho identificou cerca de dez tipos de ferramentas de gerenciamento de conteúdo utilizadas pelos Tribunais, com destaque para Drupal, Joomla e Liferay. Dessa forma, foi solicitado à Secretaria de Tecnologia e Comunicação do CSJT (Setic/CSJT) uma posição acerca da viabilidade de uma ferramenta única para todas a Justiça do Trabalho. A Setic promoveu um levantamento prévio de viabilidade junto aos TRTs e concluiu que a implementação é viável, no entanto, será necessário um estudo mais aprofundado para realizar a contratação em definitivo.

Para a realização da ação será solicitado que o início do estudo técnico para a contratação se dê até o primeiro semestre de 2022.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e CSAN/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 é uma ferramenta que busca fortalecer a comunicação da Justiça do Trabalho com a população brasileira. Em produção pelo Comitê de Comunicação Social da Justiça do Trabalho, o documento traz orientações para os profissionais que produzem rotineiramente matérias e conteúdos veiculados nos canais de comunicação institucional. O objetivo é formar canais de diálogo confiáveis, úteis e ágeis para o cidadão, para que este possa ter acesso às informações de que precisa em fontes confiáveis e oficiais.

O Manual irá instruir os profissionais de comunicação a redigir textos com maior clareza, respeitando a padronização estabelecida para toda a Justiça do Trabalho, estabelecerá os conteúdos de divulgação a serem produzidos para cada canal de comunicação, direcionará os estilos de linguagem a serem utilizados para os públicos externo e interno, apresentará definições simplificadas de termos jurídicos para a criação de conteúdos e padronizará a produção de textos de acordo com regras jornalísticas.

Com a produção do Manual, serão definidas as estruturas e as diretrizes básicas da linha editorial para as produções jornalísticas, tornando possível fornecer a um público diversificado publicações com linguagem acessível e de excelência.

A iniciativa busca reforçar os princípios da transparência, da publicidade dos atos, da impessoalidade, da acessibilidade e da responsabilidade social, e, também, aprimorar seus canais de comunicação para uma melhor divulgação da atuação da Justiça do Trabalho.

O Manual de Comunicação e Redação Jornalística da Justiça do Trabalho foi aprovado na primeira sessão do CSJT em 2022 (Resolução CSJT nº 321, de 11 de fevereiro de 2022).

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST.

4.2 - Política de Comunicação Social

Com o propósito de contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da Justiça do Trabalho, instituir uma Política de Comunicação Social regulamentará a área organizacional, nos âmbitos dos públicos externo e interno, garantindo seu alinhamento aos princípios constitucionais da Administração Pública e aos Planejamentos Estratégicos da Justiça do Trabalho e do Poder Judiciário.

A Política estabelecerá as diretrizes e os critérios para:

- A difusão de informações que contribuem para o melhor entendimento das atividades jurisdicionais e administrativas das instituições perante a sociedade;
- A divulgação clara, didática, acessível e alinhada aos objetivos estratégicos dos julgamentos, notícias, informativos, bem como dos serviços, campanhas e demais iniciativas institucionais;
- Assegurar que os conteúdos divulgados sejam de fácil acesso e adequados ao público-alvo;
- Auxiliar na promoção de um clima organizacional propício ao desenvolvimento institucional;
- Orientar servidores e prestadores de serviços nas demandas de comunicação social.

O documento também buscará estipular meios para o incentivo à inovação de conteúdos, linguagens e formatos, mantendo a comunicação social dos Tribunais alinhada às atualizações tecnológicas e transformações sociais.

A Política de Comunicação Social foi aprovada na primeira sessão do CSJT em 2022 ([Resolução CSJT 321, de 11 de fevereiro de 2022](#)).

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST.

4.3 - Oficina de Texto de Redação Jornalística

O curso de Redação Jornalística está sendo realizado à distância e tem por objetivo ensinar técnicas de redação para elaboração de textos compreensíveis por diferentes públicos, orientando os participantes, em especial, sobre a adequação de conteúdos jurídicos à linguagem jornalística.

Sob o formato de oficina e com carga horária de 14 horas, o curso é ofertado aos Tribunais Regionais do Trabalho, pelo CSJT. Dividido em turmas, com a possibilidade de dois profissionais inscritos, por Tribunal, em 2021. Em 2022 o

objetivo é oferecer o curso para o restante dos servidores que atuam nas unidades de comunicação

Durante o curso são apresentadas as regras para o uso correto da Língua Portuguesa, identificadas as estruturas e os estilos de redação para a adequação de conteúdos jurídicos à linguagem jornalística e compartilhadas técnicas de redação para a elaboração de textos.

A oficina possibilita o aperfeiçoamento do conteúdo jornalístico produzido pelos Tribunais, fomenta uma linguagem acessível e objetiva e permite fortalecer o diálogo com o seu público.

Prevê-se a realização de curso, durante 2022, com turmas de 81 alunos, conforme cronograma a ser detalhado.

Responsável: Alessandro Jacó de Almeida, chefe da Divisão de Comunicação Institucional da Secom/TST e SGPEs.

CRONOGRAMA

A Secretaria de Comunicação Social apresentará cronograma detalhado das atividades necessárias à concretização das ações descritas nos itens 1 a 4, até um mês após a aprovação do plano intraorganizacional.

OUTROS OBJETIVOS E PERSPECTIVAS

Além das ações táticas que objetivam cumprir o objetivo de fortalecer a comunicação e outras parcerias institucionais, a atuação da Secretaria de Comunicação Social permite, subsidiariamente, contribuir para o alcance de outros objetivos estratégicos.

Perspectiva	Objetivo Estratégico	Indicador	Ação
Sociedade	Promover o trabalho decente e a sustentabilidade	Índice de Desempenho de Sustentabilidade (IDS)	Auxiliar a Assessoria de Governança e Gestão Estratégica, criando peças publicitárias, lançando releases e estabelecendo parcerias institucionais para as campanhas: <ul style="list-style-type: none"> • Abril Verde • Combate ao Trabalho Infantil • Semana Nacional da Aprendizagem
Aprendizado e Crescimento	Incrementar modelo de gestão de pessoas em âmbito nacional	Índice de aderência à norma que padroniza a estrutura da JT de 1º e 2º Graus (IANE)	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver campanhas internas e projetos gráficos a pedido de outras Coordenadorias; • Estabelecer e gerenciar canais de comunicação com o público interno.
Aprendizado e Crescimento	Aprimorar a governança de Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC e a proteção de dados	Índice de satisfação com os sistemas de TIC (ISTIC)	<ul style="list-style-type: none"> • Prestar auxílio à Secretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Setic) por meio da produção de materiais jornalísticos e peças publicitárias com o intuito de divulgar e instruir o uso ou o aperfeiçoamento dos sistemas implementados pela TIC • Pesquisa de satisfação
Processos Internos	Assegurar o tratamento adequado dos conflitos trabalhistas	Índice de conciliação - (IC)	<ul style="list-style-type: none"> • Prestar auxílio à Comissão Nacional de Promoção à Conciliação (CONAPROC) na divulgação da campanha da Semana Nacional da Conciliação Trabalhista por meio da produção de peças, inserção na mídia, lançamento de releases e da promoção do evento em redes sociais.

	Agilidade e produtividade na prestação jurisdicional.	Garantir a duração razoável do processo	<ul style="list-style-type: none">• Prestar auxílio à Comissão Nacional de Efetividade da Execução Trabalhista (Cneet) na divulgação da campanha da Semana Nacional da Execução Trabalhista por meio da produção de peças, inserção na mídia, lançamento de releases e da promoção do evento em redes sociais.
--	---	---	--