

**INSTITUTO BRASILENSE DE DIREITO PÚBLICO - IDP
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE BRASÍLIA - EAB
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

GABRIEL LUSTOSA FERREIRA

**A EFETIVIDADE DAS CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL
SUPERIOR DO TRABALHO**

A Comunicação Pública e o foco no cidadão.

**BRASÍLIA,
JULHO 2020**

GABRIEL LUSTOSA FERREIRA

**A EFETIVIDADE DAS CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL
SUPERIOR DO TRABALHO**

A Comunicação Pública e o foco no cidadão.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Pesquisa (CEPES), da Escola de Administração de Brasília (EAB/IDP), como requisito para conclusão do curso e obtenção do título de Bacharel em Administração Pública.

**Orientadora: Professora Mestra Érica Santana
Neves Monteiro**

**BRASÍLIA,
JULHO 2020**

Dedico este trabalho a minha família, amigos e professores pelo apoio incondicional.

GABRIEL LUSTOSA FERREIRA

**A EFETIVIDADE DAS CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL
SUPERIOR DO TRABALHO**

A Comunicação Pública e o foco no cidadão.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Pesquisa (CEPES), da Escola de Administração de Brasília (EAB/IDP), como requisito para conclusão do curso e obtenção do título de Bacharel em Administração Pública.

Brasília – DF, 03 de julho de 2020.

Ms. Érica Santana Neves Monteiro
Professora Orientadora e Membro da Banca

Dr. Leandro do Nascimento Rodrigues
Professor do IDP e Membro da Banca

Dr. Paulo Alexandre Batista de Castro
Professor do IDP e Membro da Banca

RESUMO

Esta monografia objetiva estudar o conceito de Comunicação Pública e a sua prática no âmbito do exercício das atividades de comunicação social digital do Tribunal Superior do Trabalho. A investigação ocorrerá a partir da entrevista concedida pela Secretária de Comunicação do TST e da análise das publicações realizadas nas páginas das redes sociais Facebook e Instagram do Tribunal no período de julho a dezembro de 2019. O objetivo geral é avaliar se as ações de comunicação e os processos comunicativos organizacionais em vigor no âmbito do TST contribuem para informar e formar os cidadãos independente de fatores sociais como renda e acesso à internet.

Essa abordagem metodológica é contemplada com as duas formas de pesquisas; qualitativas e quantitativas, que ajudarão na construção do estudo. A amostra da pesquisa se limitou a coletar os dados dos posts publicados nas páginas das redes sociais Facebook e Instagram os quais fazem parte das mídias digitais utilizadas pelo órgão e cumprem um papel importante na comunicação com os cidadãos. A realização da entrevista do ator estatal contribuiu para a melhor compreensão dos processos comunicacionais da Instituição. Os dados primários foram coletados a partir da aferição da frequência de publicações, os tipos de postagens e também o número de visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos. Os resultados encontrados – interpretados a partir dos conceitos de “Comunicação Pública” e “Cidadania” – apontam que os processos comunicacionais adotados pelo órgão contribuem para a construção da cidadania na medida em que as ferramentas utilizadas têm boa interação com os usuários, mas ainda enfrentam resistências nas suas aplicações visto que o ambiente organizacional do judiciário é hermético, vide exemplo a receptividade a Lei de Acesso à informação. Percebe-se ainda que boa parte da população brasileira carece de acesso à Internet ou ainda não tem familiaridade com essas redes sociais, o que torna essa comunicação desigual, na medida em que parte da população continuará à margem das informações prestadas pelo órgão nas redes sociais.

Palavras-Chave: Comunicação Pública; Redes Sociais; Instagram; Facebook; Cidadania; Tribunal Superior do Trabalho; Administração Pública.

ABSTRACT

This study addresses the Public Communication and the effectiveness of Brazilian Superior Work's Court (SWC) digital communication. The research was made of interviews and data collection on social medias, like: Facebook and Instagram, between July and December of 2019. The main objective is to evaluate the results of the SWC's actions on social media and verify if its effectiveness reaches the goals despite the Brazilian social conditions, like: low incomes and internet access. The primary data were collected by searching and comparing publications frequency, type of posts, and counting posts views, likes, comments and shares. With those data it was possible to make a qualitative and quantitative research. This methodology allowed the data interpretation using Public Communication concepts, showing the effectiveness of the digital communication adopted by SWC. The social medias, object of this study have a great acceptance in Brazil, although a significant part of the population does not have internet access and do not know how to use them.

Keywords: Public Administration; Public Communication; Public Policy; Social Medias; Instagram; Facebook; Citizenship; Superior Work's Court;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

FIGURA 1. ATIVIDADE DO TST.....	57
FIGURA 2. COMPARATIVO ENTRE OS COMENTÁRIOS	58
FIGURA 3. COMPARATIVO ENTRE OS COMPARTILHAMENTOS.....	58
FIGURA 4. COMPARATIVO ENTRE AS POSTAGENS	59
FIGURA 5. COMPARATIVO ENTRE AS CURTIDAS	59
FIGURA 6. COMPARATIVO ENTRE AS INTERAÇÕES.....	60
FIGURA 7. ATIVIDADE TOTAL NO INSTAGRAM	61
FIGURA 8. COMPARATIVO ENTRE OS TIPOS DE POSTAGENS.	62
FIGURA 9. COMPARATIVO ENTRE OS TIPOS DE POSTAGENS E TOTAL DE INTERAÇÕES.	64
FIGURA 10. COMPARATIVO ENTRE OS MESES DE POSTAGENS	64
FIGURA 11. COMPARATIVO ENTRE OS MESES DE POSTAGENS	65
FIGURA 12. COMPARATIVO ENTRE OS MESES DE POSTAGENS	65
FIGURA 13. COMPARATIVO ENTRE OS MESES DE POSTAGENS	66
FIGURA 14. COMPARATIVO ENTRE OS TEMAS POSTADOS DO INSTAGRAM	66
FIGURA 15. CAPTURA DA TELA DE POST DO TST	67
FIGURA 16. CAPTURA DA TELA DE POST DO TST	68

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	PROBLEMA DE PESQUISA	16
2.1	Objetivos	18
2.2	justificativa	18
3	REFERÊNCIAL TEÓRICO	21
3.1	A Comunicação Pública	21
3.2	Cidadania	24
3.3	Desafios e perspectivas da Administração Pública Contemporânea	27
3.4	Comunicações Organizacionais: contextos, paradigmas e abrangência conceitual	30
4	BREVE DESCRIÇÃO DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	34
5	DESCRIÇÃO E ANÁLISE	36
5.1	Cidadão	37
5.2	Facebook	40
5.3	Instagram	42
6	ENTREVISTA	48
7	ANÁLISE DOS DADOS	55
7.1	Análise Quantitativa	55
7.2	Análise Qualitativa	61
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
9	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
	ANEXO A - Resultado do ipc-jus da área judiciária por instância e tribunal, em 2017.	77
	ANEXO B - Taxa de congestionamento x Índice de produtividade dos	

Magistrados, em 2017	77
ANEXO C - Taxa de congestionamento x Índice de produtividade dos servidores, em 2017	78
ANEXO D - Taxa de congestionamento x Despesa total (exceto inativos) por processos baixados, em 2017.....	78
ANEXO E – Motivo para não usar a Internet	79
ANEXO F - Finalidade de acesso à internet	79
ANEXO G – Ranking do Países com mais usuários do Facebook.....	80
ANEXO H – Contas ativas no Facebook e Instagram no mundo em 2020	80
ANEXO I – Porcentagem de brasileiros com conta no facebook em 2019.....	81
ANEXO J – Número de usuários ativos no Instagram no mundo	81
ANEXO L - Número de usuários do Instagram no Brasil	82
ANEXO M – Média de idade dos usuários do Instagram	82
ANEXO M – Ranking das redes sociais com mais contas ativas.....	83
ANEXO O – Ranking das contas mais seguidas no Instagram	83

1 INTRODUÇÃO

Por tratar-se de um assunto relativamente recente e complexo, a comunicação digital na administração pública ainda não foi discutida de forma abrangente e conclusiva. Para compreendê-la melhor neste projeto de pesquisa deve-se, primeiramente, entender quais são as definições de comunicação pública existentes e como são os processos comunicacionais envolvidos. Depois, será necessário analisar o perfil do cidadão brasileiro e de que forma a administração pública dialoga com estes cidadãos usuários das redes sociais do Tribunal Superior do Trabalho e, só então, tecer comentários sobre suas possíveis implicações e contribuições sociais.

Dito isso, o projeto de pesquisa irá percorrer o seguinte caminho: compreender o papel da justiça do trabalho, entender o conceito de comunicação pública, trabalhar o conceito de cidadania, enxergar os desafios da administração pública contemporânea, perpassar pela comunicação organizacional e por fim, a análise dos dados coletados nas redes sociais, da entrevista concedida e as considerações finais.

O Tribunal Superior do Trabalho (TST) integra o poder Judiciário, que é um dos poderes da República Federativa do Brasil. Está situado na capital federal, no centro de Brasília. A sua história como justiça do trabalho começa a ser desenvolvida e tem sua origem a partir do Decreto Lei n. 16.027 de 30 de abril de 1923¹, o qual instituiu a criação do Conselho Nacional do Trabalho, com o objetivo de atender aos anseios de uma classe trabalhadora que ainda estava em formação. Durante os anos seguintes, o Brasil passa por um processo histórico de luta política e transformação social. Neste período, direitos trabalhistas como férias, trabalho infantil, aposentadorias e pensões são regulamentados, além da inclusão, no art. 34 da Constituição da República, de previsão de competência privativa do poder legislativo federal para legislar sobre o trabalho.

A partir de 1930 até 1942 três fases podem ser destacadas. O Presidente Getúlio Vargas implementa uma proteção mais robusta aos trabalhadores. Segundo

¹ Presidência da República Casa Civil, 1923. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1910-1929/D16027.html>. Acesso em 15 junho de 2020.

Cezar (2012), na primeira fase é possível destacar a criação do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio em 1930. A segunda fase acontece entre os anos de 1934 e 1937, quando o Congresso, já restituído, volta a legislar com foco na matéria. A terceira fase é marcada pela organização efetiva da Justiça do Trabalho, que se deu por meio do Decreto-Lei Nº 1.237, de 2 de maio de 1939. Ainda de acordo com Cezar (2012), as leis estavam esparsas e descentralizada, logo, em 1º de maio de 1943, à Consolidação das Leis do Trabalho - CLT foi aprovada pelo Decreto-Lei n. Nº 5.452, entretanto, só restou publicado no Diário Oficial de 9 de agosto, para entrar em vigor três meses depois em 10.11.43.

O retrospecto do povo brasileiro revela um período histórico de trabalhadores livres e assalariados muito curto em comparação ao período escravocrata. São pouco mais de 100 anos de trabalho livre e remunerado, ao passo que foram cerca de 400 anos nos quais a economia se apoiou no trabalho baseado na exploração de seres humanos escravizados, conforme descrito pela Coordenadoria de Gestão Documental e Memória – CGEDM² do TST. Não há, portanto, como compreender o panorama social contemporâneo da classe trabalhadora sem levar em conta o longo domínio colonial e imperial ao qual o Brasil esteve submetido.

Ao longo desses anos, depois da promulgação da CLT, a Justiça do Trabalho se estruturou para que pudesse atender aos cidadãos e a classe trabalhadora pela mediação de conflitos entre o Capital e o Trabalho. Sua estrutura para a prestação jurisdicional de primeiro e segundo grau é realizada pelos vinte e quatro Tribunais Regionais do Trabalho distribuídos pelo território nacional brasileiro.

O TST tem o papel de fundamental de dar a palavra final a respeito dos julgamentos referentes à Justiça do Trabalho cuja a *missão*³ é uniformizar a jurisprudência trabalhista brasileira. O Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT) foi criado pela Emenda Constitucional nº 45, de 30 de dezembro de 2004, com o acréscimo do art. 111-A. A sessão de instalação do CSJT ocorreu em 15 de junho

² Coordenadoria de Gestão Documental e Memória – CGEDM. Disponível em: < <http://www.tst.jus.br/historia-da-justica-do-trabalho> > Acesso em 15 de abril de 2020

³ Missão, Visão e Valores, Plano 2015-2020 Disponível em: <http://www.tst.jus.br/web/guest/estrategia/missao-visao-e-valores> >. Acesso em junho de 2020.

de 2005 conforme conteúdo disponibilizado pela Secretaria de Comunicação do TST - SECOM/TST⁴. A Escola Nacional de Formação e Aperfeiçoamento de Magistrados do Trabalho (ENAMAT)⁵ tem como objetivo promover a seleção, a formação e o aperfeiçoamento dos magistrados do trabalho, que necessitam de qualificação profissional específica e atualização contínua, dada a relevância da função estatal que exercem.

O conceito de Comunicação Pública (CP) e suas aplicações permearão este trabalho a fim de mostrar como a comunicação é fundamental para o pleno exercício da cidadania. Essa expressão tem múltiplos significados. Devido à amplitude do espectro conceitual, no Brasil, ainda não se pode estabelecer uma definição única acerca do conceito de Comunicação Pública. Segundo Brandão (2007), pode-se dizer que é um conceito em processo de construção.

Depois de traçar um panorama sobre o surgimento deste conceito no Brasil Brandão (2007) afirma que o ponto comum de entendimento é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania. Sabendo disso, o conceito utilizado para embasar este trabalho será o da CP identificada com a comunicação do Estado e / ou governamental utilizado por Brandão (2007) segundo o qual, a Comunicação Pública é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Esse conceito pretende dialogar com objetivo proposto deste trabalho de pesquisa.

Diante desse breve histórico a respeito da Justiça do Trabalho e do conceito de Comunicação Pública, o projeto propõe-se a pesquisar e medir a efetividade das campanhas de comunicação do Tribunal Superior do Trabalho e como essa Comunicação Pública pode contribuir para a construção da cidadania.

⁴ Secretaria de Comunicação do TST - SECOM/TST. Disponível em: <http://www.csjt.jus.br/web/csjt/missao-visao-valores> > acesso em 15 de abril de 2020

⁵ ENAMAT Institucional » Sobre a Escola. Disponível em: http://www.enamat.jus.br/?page_id=7 >. Acesso em junho de 2020

À luz das teorias da Comunicação Pública pretende-se investigar os processos comunicacionais do TST que contribuem para o debate público e para a construção da cidadania. Para tanto, buscar-se-á analisar quantitativamente e qualitativamente as informações publicadas no Facebook e Instagram a fim de medir como se dá a interação entre o órgão e os cidadãos usuários dessas redes sociais. Objetiva-se também que esta pesquisa possa servir de parâmetro para a compreensão acerca de quais assuntos mais despertam o interesse dos cidadãos no que concerne à Justiça do Trabalho, à comunicação e à cidadania.

Pretende-se analisar os posts referentes ao período compreendido entre os meses de julho a dezembro de 2019. O objetivo é examinar a amostra das campanhas utilizadas pelo órgão e, assim, compreender como se dá a interação com o público e se a comunicação pública alcança o seu objetivo de informar e formar os cidadãos.

A escolha do tema se dá pelo fato de a justiça do trabalho ser uma parte especializada do poder judiciário e uma mediadora importante no conflito entre as relações do Capital e do Trabalho. O cidadão, ao decidir ingressar com uma ação em juizado, deve procurar o Tribunal Regional do Trabalho e reclamar perante a Justiça do Trabalho, podendo redigir sua própria peça inicial ou procurar o Setor de Atermação do fórum da justiça trabalhista da sua cidade, ou da cidade mais próxima. O servidor redigirá a petição de ingresso a partir dos fatos narrados pelo reclamante, ao final do atendimento, o cidadão recebe a data da audiência de conciliação. Não é obrigatória a utilização dos serviços de um advogado para se ingressar com uma ação trabalhista e também não há cobrança de taxas no momento do ajuizamento de uma ação trabalhista. A CLT garante o direito de as partes reclamarem por conta própria em primeira e segunda instância na Justiça do Trabalho.

Nesta breve explicação, fica evidente que em diversos momentos ocorre a interlocução entre o Estado/Judiciário e o cidadão. Dessa forma, questiona-se: será que o Tribunal alcança esse cidadão através das redes sociais? Como é feita essa comunicação? Será que é tão simples e acessível como deve ser a comunicação pública? Quais as políticas e os processos comunicacionais estabelecidos pelo TST

na relação entre o cidadão e o Estado/judiciário? A comunicação alcança o objetivo de informar o cidadão?

A relevância do tema se dá pelo contexto histórico singular do país, situação na qual a importância da Justiça do Trabalho é constantemente questionada e os direitos sociais que foram conquistados ao longo dos anos são discutidos com frequência, principalmente se levarmos em conta a reforma trabalhista de 2017, quando ocorreram adaptações e até mesmo a supressão de garantias como o intervalo de almoço, agora passível de redução, demissões em massa sem a necessidade de negociação ou autorização, e também, o parcelamento das férias, segundo Mendonça (EL PAÍS, 2017)⁶.

Desta forma, a Comunicação Pública para a construção da justiça e da cidadania faz-se necessária. É preciso que haja equilíbrio entre os poderes da República e que as pessoas que pensam diferente dialoguem. Entender que somente através das informações corretas, dos debates públicos e da harmonia entre os cidadãos poderemos compreender melhor o modelo de Estado em que vivemos.

Afinal, o fato é que mesmo com uma mudança das leis trabalhistas, a oferta de empregos segue despencando e quase um terço dos cidadãos economicamente ativos estão desalentados ou em subempregos. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE divulgou que em 2019 “A taxa de subutilização da força de trabalho foi de 25%, a maior desde 2012”⁷ e o “Desemprego sobe para 12,7% com 13,4 milhões de pessoas em busca de trabalho”⁸ (PERET, 2019). Devido a transmissão do vírus COVID-19 e o surgimento da Pandemia em 2020 no Brasil e no mundo, esse abismo aumentou ainda mais, “o Brasil perdeu cerca de 1,1 milhão de vagas de carteira

⁶ MENDONÇA, Heloísa. Reforma trabalhista: seis mudanças que vão afetar a sua rotina de trabalho. Disponível em: < https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/13/politica/1499958789_546835.html > Acesso em 23 de maio de 2019.

⁷ Agência IBGE, PNAD contínua, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24283-desemprego-sobe-para-12-7-com-13-4-milhoes-de-pessoas-em-busca-de-trabalho> >. Acesso em junho de 2019.

⁸ Agência IBGE, PNAD contínua, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24283-desemprego-sobe-para-12-7-com-13-4-milhoes-de-pessoas-em-busca-de-trabalho> >. Acesso em junho de 2019.

assinada nos meses de março e abril deste ano segundo dados do Caged” (MENDONÇA, 2020).

A promessa da criação de milhares de empregos que viria com a aprovação Reforma Trabalhista ocorrida em 2017 não se concretizou. Antes, o País atravessava uma crise institucional e econômica nos anos de 2015 e 2016. O impeachment da presidente eleita Dilma Rousseff e a sucessão pelo então Vice-Presidente Michel Temer trouxeram consigo a ideia de que a reforma solucionaria a crise. A sociedade ou boa parte dela foi levada a crer que a reforma seria a solução para o desemprego e ampliaria o mercado de trabalho. Seria o “remédio para a doença”, conforme descreve Vitor Nuzzi (2019), mas o que se viu depois disso foi uma maior precarização do trabalho.

Segundo Vitor Araújo Filgueiras⁹, a reforma não cumpriu a promessa de expansão do emprego e da formalização do trabalho: as taxas de desemprego têm sofrido poucas alterações (tanto o desemprego aberto, quanto a subutilização da força de trabalho), e os níveis de informalidade têm crescido (NUZZI, VITOR, 2019).

De acordo com a Agência de Notícias do TST, (2018), até o momento, o principal impacto é a redução do número de reclamações trabalhistas, o que pode ser comprovado pelos dados estatísticos. Paralelamente, houve um aumento de produtividade, afirma o presidente do Tribunal Superior do Trabalho (TST) e do Conselho Superior do Trabalho (CSJT), ministro Brito Pereira.

Alguns questionamentos ainda estão pendentes no Supremo Tribunal Federal (STF). Um deles é o “artigo que impõe à parte vencida, mesmo que beneficiária da justiça gratuita, o pagamento dos honorários advocatícios e periciais”,

⁹ Professor visitante da Universidade Complutense de Madri (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales) (2019-2020) Professor de Economia da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-doutorado em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). (2016) Estágio de Pós-doutorado (SOAS, Universidade de Londres, 2015) Doutorado em Ciências Sociais pela UFBA (2012). Mestrado em Ciência Política pela UNICAMP (2008). Graduação em Economia pela UFBA (2005). Secretário da Associação Brasileira de Estudos do Trabalho (ABET) (2018-2019) Foi Auditor Fiscal do Ministério do Trabalho entre 2007 e 2017. Disponível em <http://lattes.cnpq.br/5688800447460514>

segundo Agência de Notícias do TST, (2018).¹⁰ O que pode ser em parte a explicação para a diminuição dos números de reclamações.

Existem dois grupos de pessoas que acessam a justiça do trabalho: quem é do Direito e quem não é. Eu, como graduado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, decidi ingressar em outra faculdade para iniciar uma segunda graduação. Consegui fazer estágio no Tribunal Superior do Trabalho como graduando em Administração Pública, e foi quando comecei a perceber a realidade que cerca a Justiça do Trabalho. A busca por mudança é especificamente difícil, porque os que fazem parte do primeiro grupo, aprenderam daquele jeito e acham natural as coisas serem como são. E o segundo, do qual faço parte, não se sentem capazes de propor mudanças em uma área tão fora de seu conhecimento. Também existe certa insegurança em virtude da possibilidade de erros e prejuízos às partes.

A comunicação pública é uma ferramenta transformadora e, se bem utilizada, pode provocar mudanças profundas, por isso a escolha do tema. É preciso aperfeiçoar as condições do Estado/Judiciário e de sociedade. Os autores do livro *Reforma trabalhista no Brasil: promessas e realidades*¹¹, argumentam que

“(...)se há qualquer expectativa ou pretensão de avanço civilizatório na sociedade em que vivemos, é necessária alguma espécie de compromisso crítico de ideias entre os diferentes segmentos sociais, que permita um diálogo contraditório, mas construtivo” (NUZZI, VITOR, 2019).

Pensando na viabilidade da pesquisa, existem inúmeras fontes disponíveis para a construção de um pensamento com embasamento teórico robusto. Alguns dos principais autores que trarão luz a esta investigação estão na administração pública como, por exemplo, Pereira, (2014) com os *Desafios e perspectivas da Administração Pública Contemporânea*; o Jannuzzi, (2016) com os *Métodos da Pesquisa Social*

¹⁰ Agência de notícias do TST, 2018. Disponível em: < <http://www.tst.jus.br/web/guest/-/primeiro-ano-da-reforma-trabalhista-efeitos?inheritRedirect=true> >. Acesso em junho de 2019.

¹¹ Livro escrito coletivamente, dissecou os efeitos da Lei 13.467: Reforma trabalhista no Brasil: promessas e realidades, organizado pelos professores José Dari Krein, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Roberto Vêras de Oliveira, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), e Vítor Araújo Filgueiras, da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Disponível em https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-49792019000200225&script=sci_arttext&lng=pt

Aplicados à Avaliação de Programas; e também a autora Krohling Kunsch, (2014) com a *Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual*; na *Comunicação Pública*, Brandão (2007). Por fim, para compreender a contribuição que a sociologia pode oferecer à análise de políticas públicas vamos dialogar com Marques (2013), em *Sociologia e Políticas Públicas*.

O desafio será trazer objetividade para este trabalho de pesquisa e ser o mais didático possível, a fim de facilitar a leitura e localização das informações. A metodologia de pesquisa será apresentada não por mera formalidade, mas para mostrar que serviu de orientação para o objeto da pesquisa. O trabalho foi dividido em partes e capítulos específicos, primeiro a teoria com o referencial teórico, depois um breve relato dos procedimentos metodológicos, passando a seguir pela análise e descrição do perfil do cidadão brasileiro, das ferramentas comunicacionais Facebook e Instagram, logo na sequência a entrevista concedida pelo ator estatal, chegando então a análise quantitativa e qualitativa dos dados coletados e, por fim serão apresentadas as considerações finais, todo esse caminho percorrido não deve ser visto com travas e nem como pontos que não se ligam.

Apresenta-se, portanto, o resultado de meses de estudos e pesquisa sobre uma área administrativa da Justiça que tem um grande impacto na vida dos cidadãos, a Comunicação Pública.

2. PROBLEMA DE PESQUISA

A pesquisa Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf)¹² mostra que 29% dos brasileiros podem ser considerados analfabetos funcionais. Outro dado relevante sintetizado na edição do Infa é a de que “apenas 7 entre 10 brasileiros e brasileiras

¹² Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf), 2018. Disponível em: < https://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf >. Acesso em junho de 2019

entre 15 e 64 anos podem ser considerados funcionalmente alfabetizados”, conforme a metodologia do Inaf pela estimativa de 2018¹³ (LIMA e JR. CATELLI, 2018).

Questiona-se, portanto, como é possível que conteúdos como leis, jurisprudências e sentenças com vários termos técnicos sejam compreendidos por essas pessoas? A Comunicação Pública deve se atentar a estes cidadãos para que o direito à informação e à comunicação sejam exercidas de forma acessível a todos os níveis de instrução, sem exceções.

Se observarmos o judiciário, é perceptível que os processos comunicacionais afetam a sua política pública de comunicação no âmbito do juizado trabalhista. Quando a Lei nº 12.527.2011 foi publicada regulamentando o acesso à informação, foi necessário que o Estado passasse a ter a obrigação de ser transparente, tendo o dever de prestar contas de suas ações ao cidadão, independente de classe social.

O exercício do direito e o acesso à justiça ficam condicionados a alguns fatores que podemos perceber como estruturantes, por isso é preciso estabelecer melhorias nas políticas públicas, no processo cultural do cidadão e também nos processos organizacionais das instituições.

Dessa forma, ao refletir sobre problemas que podem dificultar a comunicação, este trabalho se propõe a discutir o conceito de comunicação pública, perceber o contexto histórico da justiça do trabalho, e mais especificamente, quais as ferramentas de comunicação digital o Tribunal Superior do Trabalho utiliza para se comunicar com os cidadãos brasileiros e como é feita essa interação. Diante dessas análises, poderemos, de forma empírica, elencar os temas que despertam maior interesse no cidadão, bem como revelar se essas publicações contribuem para o exercício da cidadania, além de examinar quais formas de interação alcançam o maior número de pessoas.

¹³ Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf), 2018. Disponível em: < https://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf >. Acesso em junho de 2019.

2.1 Objetivos

Esta investigação objetiva estudar se as políticas e os processos comunicacionais vigentes no âmbito do Tribunal Superior do Trabalho contribuem para a efetividade da Justiça, independente de fatores sociais e econômicos.

Por isso é de interesse saber quais são os processos comunicacionais envolvidos para as publicações dos posts, o grau de conexões alcançadas através das redes sociais e se contribuem de alguma forma para o processo da construção da cidadania, tendo por consequência o efetivo acesso pelo cidadão à Justiça do Trabalho.

Para tanto, trataremos dos conceitos relacionados à Comunicação Pública, o direito à informação e a efetividade da justiça do trabalho. A amostragem por meio da qual se analisará os processos comunicacionais no âmbito do TST será obtida por meio da seleção dos posts publicados nas redes sociais do TST, quais sejam, Facebook e Instagram. Pretende-se avaliar se as comunicações praticadas nesses espaços virtuais contribuem para a efetividade da justiça do trabalho.

2.2 Justificativa

De acordo com o relatório Justiça em Números 2018 elaborados pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ)¹⁴, a Justiça do Trabalho está sediada em 624 municípios (11,2% dos municípios) conta com 1.572 unidades e corresponde a 10,2% do total das unidades da justiça de primeiro e segundo grau. Conta com 39.585 servidores e teve um volume de 4.321.842 novos casos em 2017. O TST conta com uma a força de trabalho dividida em 27 Magistrados e 2.147 Servidores.

Conforme pôde ser visto na figura (ANEXO A) o Índice de Produtividade Comparada da Justiça (IPC-Jus), a eficiência resultante do modelo pode ser constatada a partir da relação entre a taxa de congestionamento versus: a) a produtividade dos magistrados (ANEXO B); b) a produtividade dos servidores (ANEXO

¹⁴ Justiça em Números 2018. Disponível em: < <https://www.cnj.jus.br/pesquisas-judiciarias/justica-em-numeros/> >. Acesso em 03 de junho de 2019.

C); e c) a despesa total (ANEXO D) de acordo com o relatório CNJ, Justiça em Números, (2018, p. 161)¹⁵.

Os assuntos mais demandados em 2017 foram a Rescisão do Contrato de Trabalho/Verbas Rescisórias com 5.847.967 (11,51%) e a classe mais demandada foi o Processo de Conhecimento/Procedimento com 2.738.482 (7,62%) de ações¹⁶. Isso quer dizer que grande parte dessas relações são movidas ou podem ser movidas sem a assistência de um advogado. É o Estado dialogando diretamente com o cidadão leigo, por meio do processo.

Os gráficos da Justiça do Trabalho (ANEXO A) mostram um grau de eficiência bastante satisfatório quanto a resolução dos casos. Tomando esses números como base, questiona-se se talvez este não seja o motivo de tanta reclamação por parte dos empresários e da classe política brasileira, que frequentemente imputam à justiça do trabalho e ao trabalhador os custos trabalhistas, uma vez que alegam se tratar de uma carga muito alta a ser paga e, conseqüentemente, o direito e suas garantias não podem ser cumpridos, pois dificultam a produtividade.

Recentemente, em 2017, o Congresso Nacional alterou de forma substancial a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) ao considerar que o trabalhador brasileiro custa muito ao empresariado que deseja investir no Brasil, de acordo com a pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), o projeto “Rumos da indústria paulista”¹⁷ reforma trabalhista.

Para 40,8% das empresas que participaram da pesquisa, a Reforma Trabalhista melhora o ambiente de negócios, pois traz maior segurança jurídica. Para 36,2%, a Reforma pode trazer maior segurança jurídica, mas tem pouco impacto sobre o ambiente de negócios. Para 17,6% a Reforma não traz maior segurança jurídica nem melhora o ambiente de negócios no Brasil e 5,4% das empresas não responderam esta questão. (FIESP, 2017, p. 6)

¹⁵ Justiça em Números 2018. Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/pesquisas-judiciarias/justica-em-numeros/>>. Acesso em junho de 2019.

¹⁶ Justiça em Números 2018. Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/pesquisas-judiciarias/justica-em-numeros/>>. Acesso em junho de 2019.

¹⁷ Rumos da indústria paulista. Publicado pela FIESP em abril de 2017. Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br/indices-pesquisas-e-publicacoes/rumos-da-industria/>>. Acesso em 12 junho de 2019.

Para os empresários de empresas de grande porte, o percentual é ainda maior “53,8% das grandes ante 38,5% das pequenas e 43,3% das médias” (FIESP, 2017, p. 6). Embora as questões do mundo do Direito Trabalhista e da administração perpassem este projeto, a pesquisa está centrada em como é a comunicação praticada pelo TST e de que forma o tribunal melhor se comunica com o usuário/cidadão.

De qual comunicação estamos falando? É preciso estabelecer condições mínimas acerca do entendimento da comunicação como ferramenta estratégica para o exercício da cidadania e da aproximação entre população, o Estado, seus direitos e o acesso a bens e serviços públicos.

Em um primeiro momento talvez este estudo possa não ser identificado como autêntico da Administração pública e sim da comunicação, mas falar em ciência da Comunicação sem levar em consideração as especificidades da fala comunicacional pode ser um erro. Segundo Martino (2007, p. 34-35), a Comunicação não pode responder pela “totalidade do conhecimento em torno dos fenômenos comunicativos” ou então poderia dizer que “equivaleria a acreditar que nosso objeto — e, portanto, nossa disciplina — remontaria ao instante mesmo no qual o homem se dá conta de que fala ou que pode estabelecer contato com seus semelhantes”.

O conceito de Comunicação Pública empregado nesta pesquisa será o do campo da comunicação organizacional, cada vez mais utilizado e conhecido graças ao surgimento de novas tecnologias e das instituições que reconhecem a importância da comunicação organizacional para o sucesso da sua missão/negócio. Se no passado, segundo Martino (2007, p. 34-35), o ser humano utilizava-se somente da comunicação de massa como o rádio, o jornal e a televisão tendo uma visão estritamente voltada para a publicidade e propaganda, com o receptor apenas recebendo a mensagem, nos dias atuais com o advento da chegada de novas ferramentas como as mídias digitais, o usuário está constantemente em contato com a instituição ou órgão, neste sentido existe uma interação entre o emissor e o receptor da mensagem.

Este trabalho também deve levar em conta todos os atores que emitem suas mensagens e se comunicam diretamente com seus públicos, levando em conta este cenário, a comunicação organizacional deve ser vista com bastante relevância pelas organizações. Portanto, a comunicação público-normativa será um conceito constante de análise nesta pesquisa.

3 REFERÊNCIAL TEÓRICO

Se levar em consideração que os fatos só existem a partir da observação do pesquisador, as teorias servem para a melhor compreensão do mundo. De nada adianta os dados sem as teorias, portanto o objetivo deste capítulo é estabelecer um diálogo teórico com base nos autores estudados ao longo da graduação e a partir da escolha do tema desta investigação.

3.1 A Comunicação Pública

O conceito de Comunicação Pública é fundamental para o desenvolvimento deste projeto, uma vez que está intimamente ligado ao problema de pesquisa apresentado, que é avaliar se o cidadão é o foco das ações de comunicação praticadas pelo TST nas redes sociais.

Em seu artigo, Brandão, (2007, p. 1-33), debate os conceitos de Comunicação Pública e sua influência na administração e na sociedade. O texto reflete sobre as diferentes formas de pensar a comunicação, que conta com a diversidade de áreas técnicas e variadas formas de se relacionar com o cidadão moderno. O artigo é enriquecedor no sentido de trazer essa compreensão de como vem sendo trabalhada a comunicação pública e como está sendo vista pela academia e seus profissionais nas áreas técnicas.

A principal contribuição do artigo para esta pesquisa, além da importância para o trabalho com a conceptualização da Comunicação Pública, são as contribuições acerca de como a comunicação pública tem evoluído tanto no Brasil como fora do país.

Além deste artigo, o texto *Comunicação: reconhecimento como direito humano fundamental é recente*¹⁸, publicado por Martins (2014), estudiosa da comunicação trata o direito à comunicação como sendo fundamental ao ser humano, reconhecido pela ONU na declaração universal dos Direitos humanos conforme o artigo 19, que traz a perspectivas de que todo ser humano tem direito a “procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”¹⁹.

Outro ponto importante para este tópico é o Direito à Informação. A Coleção Caravana de Educação em Direitos Humanos de Brant e Chita, (2015), cuja a Organização da Coleção é da educadora Salete Valesan²⁰, traz uma reflexão a respeito da liberdade de expressão e o direito à informação. Esse debate começou a tomar força a partir dos anos 1960, nos Estados Unidos, porque para alguns os meios de comunicação de massa estavam se sobrepondo às vozes individuais, gerando desigualdade no exercício da liberdade de expressão.

Esse debate foi parar na Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), criada em novembro de 1945 com o objetivo de garantir a paz por meio da cooperação intelectual entre as nações. A UNESCO apontou a insuficiência do art. 19 da Declaração Universal²¹. Devido a esse apontamento, em 1970 este tema começou a entrar em pauta. Em 1980 chegou-se à uma definição ao divulgarem o Relatório *MacBride*²². Alguns países como os Estados Unidos, a Inglaterra e o Japão, deixaram a UNESCO por não aceitarem este relatório

¹⁸ EBC Agência Brasil. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-10/comunicacao-reconhecimento-como-direito-humano-fundamental-recente> >. Acesso em, 21 de junho 2020.

¹⁹ Agência de notícias da EBC. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-10/comunicacao-reconhecimento-como-direito-humano-fundamental-recente> >. Acesso em junho de 2019.

²⁰ Educadora, pedagoga, psicopedagoga, mestre em Educação pela Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (USP), doutora em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Formação Humana da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPFH/UERJ) disponível em <https://www.escavador.com/sobre/557899/salete-sirlei-valesan-camba> Aceso em 21 de junho de 2020.

²¹ Artigo XIX - Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras. Disponível em <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf> visto em 21 de junho de 2020

²² Coleção Caravana de Educação em Direitos Humanos. Disponível em: < <http://flacso.org.br/files/2017/06/DIREITO-A-COMUNICA%C3%87%C3%83O.pdf> >. Acesso em maio de 2019.

e só recentemente, em 2002, os EUA, por exemplo, voltou a integrar a Organização segundo relatam Brant e Chita (2015, p. 15)

Esse é um tema bastante relevante que deve ser debatido e aprofundado, “Se não acreditarmos na liberdade de expressão para pessoas que desprezamos, nós não acreditamos nela de maneira alguma”, diz o linguista e ativista político Noam Chomsky²³ (ONU BRASIL, 2018).

O ponto central dessa discussão é entender qual o limite para essa liberdade pois “este direito sustenta muitos outros, como de liberdade de religião, de reunião pacífica e a habilidade de participar em questões políticas, mas a liberdade de expressão não é ilimitada” (ONU BRASIL, 2018). É importante essa reflexão pois segundo Fernandes “A comunicação garante direitos porque faz com que o cidadão se torne autor da sua cidadania, faz com que aqueles que não tinham voz passem a ter” (MARTINS, HELENA, 2014).

No Brasil esse a comunicação é descrita como serviços que podem ser exercidos tanto pelo poder público quanto pelos entes privados. A sua inclusão no rol de direitos fundamentais é uma das propostas que constam no Projeto de Lei da Mídia Democrática segundo Martins, Helena (2014). Apesar de ter opiniões contrárias ao projeto e certa resistência do meio empresarial, Martins (2014) destaca que o Coordenador do setor de Comunicação e Informação da Unesco, Aduino Cândido Soares, aponta como positiva a existência de iniciativas como a Lei de Acesso à Informação – sancionada no Brasil em novembro de 2011.

Diante do exposto, o acesso à informação é um direito humano, inscrito na Constituição Federal de 1988 e em diversos regramentos infraconstitucionais, tratados e convenções internacionais dos quais o Brasil é signatário. Dessa forma, os direitos humanos são lastreados pelas relações entre os seres humanos, devido a essas interações, em quanto cidadãos, as pessoas devem coletivamente construir uma cultura permanente de direitos. Isso é fundamental para o bem-estar comum e para a democracia. Não permitir a supressão de direitos fundamentais é tarefa de todos.

²³ Avram Noam Chomsky[a] (born December 7, 1928) is an American linguist, philosopher, cognitive scientist, historian,[b][c] social critic, and political activist. Sometimes called "the father of modern linguistics",[d] Chomsky is also a major figure in analytic philosophy and one of the founders of the field of cognitive science. Disponível em https://en.wikipedia.org/wiki/Noam_Chomsky visto em 21 de junho de 2020

3.2 Cidadania

Este trabalho ressaltará a importância da sociologia nas políticas públicas, a relevância de traçar um histórico de pensadores importantes na literatura mundial a respeito de como podemos enxergar o indivíduo nas relações entre o Estado e como esse Estado costuma agir e interferir na vida política e social das pessoas. Não há uma resposta única para os problemas, mas é possível delimitar parâmetros para o entendimento da efetividade ou não na implementação de políticas públicas.

Uma das contribuições é o de respaldar a importância da Comunicação pública para a sociedade Civil. Partindo do entendimento que comunicação é parte primordial da implementação e execução das políticas públicas, o cidadão irá cobrar mais transparência e mais acesso às informações da justiça do trabalho.

O desenvolvimento da cidadania de acordo com Marshall (1967) surgiu a partir do século XVIII na Europa Ocidental, quando foram criadas as condições históricas que levaram à conquista dos direitos civis, garantidos aos cidadãos. Em seu entendimento Marshall ressalta “que não se tratava da posse concreta desses direitos pelas pessoas, mas apenas da possibilidade de alcançá-los”. E assim seguiu ao longo dos séculos XIX e XX com as conquistas dos direitos políticos e sociais.

Para este trabalho é importante saber que o Estado no século XIII, nem estava estruturado ainda, sua construção era uma forma de fazer com que fossem garantidas as trocas de bens e mercadorias, além de proteger a produção, por isso a partir desse fato é possível destacar que

“Duas consequências importantes se seguiram. Primeiro, quando as instituições, das quais os três elementos da cidadania dependiam, se desligaram, tornou-se possível para cada um seguir seu caminho próprio, viajando numa velocidade própria sob a direção de seus próprios princípios peculiares” (MARSHALL, 1967, p. 65)

E depois ressalta que as instituições não poderiam pertencer intimamente a grupos sociais em que elas serviam, dizia que

“(...)a distância dos tribunais era devida aos tecnicismos do direito e de seu processo que fez com que o cidadão ordinário tivesse de lançar mão de

especialistas para orientá-lo quanto à natureza de seus direitos e para auxiliá-lo a obtê-los". (MARSHALL, 1967, p. 65)

Ser cidadão no Brasil é diferente de ser cidadão em outras partes do mundo. Se o cidadão não se vê como parte do direito, não conseguirá exigir qualidade ou transparência. Nesse sentido, a relação com Estado fica prejudicada no momento do exercício da cidadania, pois não enxerga a possibilidade de ter um serviço público gratuito eficiente, por achar que os serviços ofertados são favores concedidos aos cidadãos. "A cidadania é um status concedido àqueles que são membros integrais de uma comunidade" (MARSHALL, 1967, p. 76)

O Capítulo Sociologia e Políticas Públicas do livro *A Política Pública como Campo Multidisciplinar* dos autores Eduardo Marques e Carlos À. P. de Farias, (2013), tem como objetivo principal responder qual a contribuição que a Sociologia pode oferecer à análise de Políticas Públicas? Dentre várias possibilidades levantadas para objeto passível de investigação foram traçadas duas linhas principais. A primeira é a que oferece um debate sobre o exame das relações entre Estado e sociedade, na qual se destacam os atores e as organizações. Já a segunda linha, de acordo com Marques e De Faria, (2013), tem por objetivo verificar a importância da Política Pública na agenda das pesquisas de Sociologia.

A contribuição teórica da sociologia traz relevantes análises das interações entre estrutura social e instituições políticas. A estrutura social, estratificações e desigualdades sociais são objetos constantes de estudos da Sociologia e um dos seus resultados foi constatar que existem oportunidades desiguais de acesso a bens e serviços individuais e coletivos. Autores clássicos como Marx (1964); Durkheim (1999); e Weber (1977) divergem sobre a origem das desigualdades entre as diferentes classes da sociedade, segundo Marques e De Faria, (2013).

Os sociólogos mais contemporâneos elencam que pessoas mais bem-sucedidas hierarquicamente na sociedade têm maior poder de influência, mesmo porque ocupam com mais facilidades as posições superiores na estrutura de poder, portanto esses indivíduos e grupos podem mais facilmente expressar e exercer suas preferências e, da mesma forma, se comunicarem como mais facilidade.

Existem dois tipos de vertentes analíticas: a das identidades sociais e a dos atores. Na identidade social a diferença é basicamente pelo fato desse grupo demandar ou ser objeto de políticas públicas. Na vertente analítica dos atores, a discussão se dá em torno de seus papéis e de quem são eles. Para este trabalho, importa saber o conceito dos atores estatais, que neste caso são os indivíduos que ocupam cargos de direção em organizações governamentais, vinculados a órgãos de outros poderes que não sejam o Executivo. Existe a diferença entre atores civis, estatais e de mercado. Isso é importante para a pesquisa porque dialoga com a entrevista concedida pela Secretária substituta de Comunicação Social do Tribunal Superior do Trabalho (Secom/TST), por meio da qual será possível analisar algumas ações que esse ator estatal executa no exercício de suas funções na secretaria de comunicação do órgão, e entender o seu papel na construção da Comunicação Pública.

Fundamental para a análise, formulação e implementação das políticas públicas é saber diferenciar as redes sociais das normas sociais, enquanto normas sociais dão forma às estruturas e condicionam os comportamentos individuais e grupais, as redes sociais geram hierarquias, que colaboram na definição das regras sociais e também para a sua eficácia na implementação.

Outro tema relevante neste capítulo que Marques e De Farias, (2013) traz é a tradição racional/ utilitária e a análise da implementação de políticas. Nesse contexto, o desenvolvimento de políticas Keynesianas e do estado de bem-estar trouxe consciência aos grupos que seriam beneficiados com as políticas públicas tornando-os consumidores mais ativos e capazes de “escolher” mesmo que subjetivamente o que seria melhor para ele e, conseqüentemente, para o grupo do qual fazem parte. A sociedade moderna e industrializada é uma “sociedade de organizações”. (MARQUES e DE FARIA, 2013).

O objetivo secundário é trazer um breve histórico a respeito de temas correlatos entre Sociologia e Políticas Públicas abordando visões por vezes antagônicas para mostrar suas diferenças de pensamentos.

O capítulo é dividido e organizado em três partes. Na primeira e na segunda, são oferecidas respostas e indagações sobre qual a contribuição da Sociologia para a análise de políticas públicas, onde Marques e De Faria, (2013), chama a atenção para a relação entre Estado, Sociedade e a Tradição racional/utilitária e a análise da implementação de políticas. Na terceira, as linhas de pesquisa da Sociologia no Brasil que se identificam com a agenda da política pública. E por fim suas conclusões.

A sociologia no Brasil tem se consolidado no campo das políticas públicas. A principal conclusão que pode ser observada foi mostrar a importância dos recursos teóricos que a disciplina oferece ao abordar temas que tratam das relações entre Estado e Sociedade. Apesar de haver uma maior consciência dos atores civis em relação a importância do Estado nas políticas públicas para o bem-estar social, o modo como se produzem e reproduzem evidenciam ainda a existência da dominação.

3.3 Desafios e perspectivas da Administração Pública Contemporânea

Esta seção mostrará como a Comunicação Pública pode ser uma ferramenta essencial para a Administração Pública com os usuários sendo os principais atores; novas formas de se comunicar e de levar informação ao cidadão são testadas e utilizadas, todas com a intenção de gerar uma maior aproximação com o público.

Para a pesquisa, é importante saber como a justiça do trabalho tem acompanhado ou não essas transformações apontadas pelo autor Pereira, José Matias na obra *Curso de Administração Pública: Foco nas Instituições e Ações Governamentais*, (2014).

Na obra de Pereira, José (2014), destacam-se os desafios e perspectivas da administração pública contemporânea. O autor afirma que “O capitalismo financeiro mundial está subjogando o capitalismo gerencial do século XX, (...)” (PEREIRA, 2014). Existe uma pressão grande por parte do especulador sobre o administrador e do financista sobre o produtor, essas disputas sempre irão existir, mas no contexto atual o capital financeiro está em vantagem econômica por ter hoje em dia uma rapidez muito grande das informações e a facilidade com que ocorrem transações bancárias

vultosas, tornando muito vulneráveis da especulação financeira mundial governos e os produtores.

Diante dessa dicotomia, vê-se surgir novas forças econômicas que podem no futuro alterar a balança de equilíbrio do poder, nos quais países como Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul com a formação do bloco BRICS por exemplo podem trazer mudanças profundas sociais, econômicas e ambientais (PEREIRA, 2014).

Trata também do papel do Estado brasileiro no novo cenário mundial, pontuando a relevância crescente do Brasil neste contexto. As mudanças são acompanhadas de oportunidades, desafios e de incertezas, tendo em vista que ainda somos um país emergente com muitas dificuldades estruturais, essas mudanças devem ser pensadas levando em conta a redução da desigualdade e da instabilidade no crescimento econômico. Essa transformação vivida, sobretudo no impacto que causam na vida das pessoas, está exigindo uma maior capacidade de reação do Estado.

A superação desses desafios, tendo como referência a necessidade de promover a inclusão, reduzir a desigualdade e a instabilidade no crescimento econômico no Brasil, exige o fortalecimento da Administração Pública e da boa governança (PEREIRA, 2014)

O Estado no mundo contemporâneo, além de tentar ampliar as oportunidades individuais, institucionais e regionais, deve-se preocupar também com os estímulos às novas tecnologias e inovações no setor público. Diante desse cenário, é preciso discutir a modernização do Estado para uma maior efetividade na implementação e formulação de políticas públicas.

É preciso entender que está havendo uma mudança na relação entre administração pública e o usuário. Há uma insatisfação elevada dos cidadãos com a prestação dos serviços públicos; o grau de exigência da população está maior: demandam-se cada vez mais serviços públicos de qualidade. Segundo Pereira (2014), a administração pública moderna busca encontrar soluções para os problemas trazendo o cidadão, usuário do serviço público, cada vez mais para o centro da

atenção, permitindo a utilização de inúmeras ferramentas tecnológicas que possam melhorar o atendimento.

A modernização da administração pública busca aperfeiçoar o sistema de controle social elevando a transparência, o combate a corrupção e promovendo a valorização do servidor público. Ainda segundo Pereira (2014), é importante que se tenha a participação direta dos cidadãos na formulação e implementação de políticas públicas, com isso também é importante pensar a relação do servidor com a instituição, é preciso uma postura mais flexível, criativa e empreendedora, com o objetivo principal na promoção da pessoa humana.

Em uma possível reforma do Estado deve-se pensar, não só na restrição da estrutura administrativa e do equilíbrio fiscal, mas também no atendimento adequado das demandas da sociedade, que segundo a Confederação Nacional da Indústria - CNI (2020, p. 15)²⁴

(...)as “três principais prioridades apontadas pela população para o governo este ano, quatro aparecem praticamente empatadas: “melhorar a qualidade da educação”, e “promover a geração de empregos”, com 32% de menções cada, seguida de “combater a corrupção” e “melhorar os serviços de saúde”, com 30% de menções.

É importante saber que 47% dos brasileiros apontaram que o desemprego está entre os três principais problemas do país, o mais citado em uma lista com 28 opções. Essa pesquisa foi realizada no final do ano de 2019 de acordo com a CNI (2020).

Criar uma cultura empreendedora na administração pública é peça fundamental na visão do autor. É preciso que haja a construção de um novo paradigma da gestão pública, investindo fortemente no processo de seleção e formação continuada dos gestores.

²⁴ Educação e emprego são as principais prioridades para 2020. Disponível em: < <http://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/rsb-53-principais-problemas-do-pais-e-prioridades-para-2020/> >. Acesso em 21 de junho de 2020

Por fim, Pereira (2014) conclui que as deficiências da boa governança e da ética na Administração pública estão contribuindo para dificultar a elevação do grau da democracia e da cidadania no Brasil. O setor público, diferente do setor privado, não escolhe seus clientes; cabe a ele identificar e entender as demandas e necessidades de cada segmento da população, para melhor atendê-los.

A obra destaca ainda o papel do Estado Brasileiro no novo cenário mundial; qual a função do Estado; as mudanças nas relações entre administração pública e os usuários; medidas para melhorar o desempenho da administração; a reforma do Estado; a construção de um novo paradigma de gestão pública e as fragilidades, deficiências e perspectiva da administração pública no Brasil.

O problema central do trabalho é perceber as profundas mudanças sócio-econômico-ambientais e políticas que está havendo no mundo. A administração pública deve entender e acompanhar as mudanças, a transformação levantada decorre do entendimento que existe uma mudança no pensamento do usuário e da evolução tecnológica, essa nova maneira de lidar com o cidadão é um desafio para Administração pública.

3.4 Comunicações Organizacionais: contextos, paradigmas e abrangência conceitual.

O artigo *Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual* da Margarida M. K. Kunsch, (2014), contribuiu para dimensionar o desafio que é fazer comunicação organizacional, suas vertentes e quais aspectos devem ser destacados para a solução da problemática apresentada. Vale destacar que este trabalho de pesquisa se propõe a elencar quais ferramentas de comunicação digital o Tribunal Superior do Trabalho utiliza para se comunicar com os cidadãos brasileiros, e analisar de forma empírica as ferramentas que trazem maior contribuição para o exercício da cidadania e quais formas de interação devem ser empreendidas para alcançar o maior número de pessoas.

Tão relevante e complexa para as organizações, a comunicação organizacional é um desafio para qualquer gestor público que queira desempenhar um bom trabalho e almeja ter a sua organização com uma boa imagem perante o cidadão, que é seu principal cliente.

A autora reflete sobre a comunicação das organizações; analisa o papel dessas organizações na sociedade contemporânea; suas transformações, implicações e novas exigências. O destaque são as novas tecnologias e suas novas formas de se comunicar. Nesse sentido, ela analisa os novos paradigmas para a comunicação social dentro das organizações.

Margarida M. K. Kunsch (2014) pensa a comunicação no contexto socioeconômico mais amplo e faz referência a Manuel Castells ao mostrar a responsabilidade social que as empresas e organizações devem ter neste contexto de contemporaneidade. Seu entendimento é que a Comunicação Pública não pode se dissociar do contexto social, mundial e das instituições já que todos fazem parte desse caldo de cultura, e de relacionamentos que vivenciamos na sociedade. Margarida M. K. Kunsch (2014) avalia ainda a era digital, ou da informação ou sociedade-rede, sob o ponto de vista técnico econômico, em três traços: produtividade, (produção de conhecimentos e gestão da informação), emergência de uma nova forma organizativa (formação em rede eletronicamente potencial, baseada na internet) e globalização (nova forma de organização econômica com unidade planetária em tempo real).

É nesse contexto que as empresas operam sendo o gestor da comunicação organizacional o responsável por sensibilizar a alta administração para que a instituição ou empresa vá além do lucro, da geração de empregos ou pagamento dos impostos a ideia é ter um relacionamento mais estrito entre as organizações e as comunidades.

“(...)Castells questiona por que, como e quem constrói e exerce as relações de poder mediante a gestão dos processos de comunicação e de que forma os atores sociais que buscam a transformação social podem modificar essas relações influenciando na mente coletiva.” (2009: 24-25).

O poder da comunicação na sociedade contemporânea e na era digital também é visto no artigo e faz referência ao poder que a comunicação exerce no mundo moderno. Deve ser concebida como um poder transversal que perpassa todo o sistema social global, incluindo neste âmbito as organizações. Vê-se, cada vez mais, autores discorrerem sobre a revolução vivida na forma de fazer comunicação, toda essa convergência midiática é uma realidade presente nos dias de hoje e acontece desde o indivíduo, a todos os espaços da sociedade segundo Margarida M. K. Kunsch (2014, p. 35-61).

O “processo de comunicação opera de acordo com a estrutura, a cultura, a organização e a tecnologia de comunicação de uma determinada sociedade” (KROHLING KUNSCH, 2014). Tendo em vista uma estrutura nova de redes de relacionamentos, cada vez mais conectados, o processo comunicativo das organizações deve acompanhar esses movimentos, perceber e dar a importância necessária do poder que os meios massivos tradicionais e as mídias sociais da era digital, exercem na sociedade contemporânea.

O poder das organizações na sociedade e os novos desafios são lançados neste artigo. A autora Margarida M. K. Kunsch (2014) traz um relato contundente de como a sociedade hoje é regida pelas corporações multinacionais que por sua vez em muitos casos chegam a ter seu faturamento superior ao PIB de alguns países. Essa ordem de grandeza nos obriga a pensar qual mundo essas organizações vão deixar para as futuras gerações, pois já tivemos outros momentos na história em que o poder estava sendo exercido por outras forças, como por exemplo, destaca Margarida M. K. De acordo com ela, alguns monumentos históricos em diferentes países viraram sedes de grandes instituições financeiras e/ou de empresas multinacionais e transnacionais. Isso mostra o tamanho do poder das organizações, e neste momento estão sendo chamadas para um novo questionamento sobre o seu papel no sistema social global. O desafio de superar discursos vagos, sem ação, sem que haja nenhum comprometimento com o público, que se expressa e necessita de uma interação cada vez maior com o cliente/cidadão.

Os paradigmas dos estudos da comunicação organizacional têm como matriz teórica mais utilizada o clássico trabalho de G. Burrell e G. Morgan (1979), que

conceitua a teoria social segundo quatro perspectivas: funcionalista, interpretativa, humanista radical e estruturalista radical, todos esses paradigmas mencionados constituem opções teóricas e metodológicas possíveis para estudar e compreender a riqueza e a profundidade dos diversos sentidos da abrangência da comunicação nas e das organizações.

Para Margarida M. K. Kunsch (2014), a comunicação Organizacional dos fluxos lineares aos fluxos interativos mostra que na primeira década do terceiro milênio, a comunicação organizacional se caracteriza como umas identidades interdisciplinares, abrigando várias perspectivas teóricas e pressupostos epistemológicos, incluindo modernismo, realismo, interpretativíssimo, retórica, teoria crítica, pós-modernismo e pós-estruturalismo, feminismo e pós-colonialismo. Dos quais questiona os desafios que deveriam estar sendo discutidos na área da comunicação? Podemos pensar a comunicação sem a interação, sem ouvir a opinião pública, sem avaliar os cenários e os contextos sociais? São perguntas que Margarida M. K. Kunsch (2014) levanta para serem debatidas.

A comunicação organizacional e suas dimensões sendo elas instrumental, humana, cultural e estratégica são conceitos trabalhados e explorados por diversos autores. Dessa forma, o artigo do livro *Pensar a comunicação*, de Dominique Wolton, serve de inspiração para Margarida M. K. Kunsch (2014), onde se faz o seguinte questionamento:

“(...)como salvar a dimensão soberba da comunicação, uma das mais belas do homem, aquela que o faz desejar entrar em relação com os outros, interagir com os outros, quando tudo está ao contrário, voltado para o sentido dos interesses? Como salvar a dimensão humanista da comunicação, quando triunfa sua dimensão instrumental? Que relação existe entre o ideal da comunicação, que atravessa os tempos e as civilizações transformando-a em um dos símbolos mais fortes da humanidade, e os interesses e ideologias do mesmo nome” (Ibid.: 28, grifos nossos).

Kunsch destaca também as diferentes dimensões que são utilizadas nas organizações ressaltando suas principais funções.

Por fim, a autora reflete sobre as implicações e a complexidade da comunicação nas organizações. Enfatiza que as dimensões da comunicação organizacional não acontecem separadamente, mas se mesclam e são independentes no contexto das organizações. Prioriza as relações humanas ao destacar que as organizações são feitas de pessoas e, portanto, os gestores não devem ficar presos a uma visão tecnocrata, pragmática e instrumental. Tentar redimensionar a visão da comunicação estratégica conservadora para uma visão mais holística, em busca novos desafios, que contemplem estudos de estratégias comunicativas inovadoras e da cultura organizacional e intercultural.

4 BREVE DESCRIÇÃO DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O caminho a ser seguido, embora pareça solitário, será percorrido junto com outros autores, isso nos orienta sobre como chegar ao objetivo e de que forma trilhar esse percurso que, de alguma forma, já vai se delineando.

Ciente de que cada pesquisa e cada objeto requer um tipo de tratamento, como pesquisador deve-se mostrar os resultados da pesquisa e como eles foram alcançados. Neste sentido, revelarei o caminho para futuros leitores deste projeto, para que, caso queiram, refaçam o trajeto, refutem os resultados, apontem as contradições ou, até mesmo, possam ir além. Sem perder de vista estes pressupostos, o parágrafo seguinte revelará as escolhas metodológicas desta investigação.

Jannuzzi (2016) ao tratar dos procedimentos metodológicos, aborda a questão que chama de triangulação de técnicas e sujeitos como padrão-ouro. De acordo com ele, elas correspondem basicamente a abordagens quantitativas e qualitativas. Ele afirma que não são mutuamente excludentes em projeto de pesquisa ou avaliação. É o método para cercar o objeto complexo de estudo. Por isso, ao abordar o tema metodológico que será implementado neste trabalho buscar-se-á seguir os passos de Jannuzzi (2016) e entender que cada abordagem metodológica de pesquisa tem suas características, vantagens e limitações. Este trabalho contará com a explanação das duas abordagens de pesquisas que são quantitativas e qualitativas, onde os métodos qualitativos, serão baseados no princípio da produção

do conhecimento pela lógica indutiva, do particular para o geral, bem como a observação, a análise e a entrevista.

Para além da pesquisa qualitativa, pretende-se também entender um pouco sobre a comunicação exercida pelo TST através de suas redes sociais. Por isso, ainda seguindo Jannuzzi (2016), serão utilizadas algumas estratégias quantitativas de avaliação, quais sejam, por exemplo a suposição de que existe uma relação causal entre uma variável independente (o número de curtidas) e uma variável dependente (o número de publicações), essa é uma pesquisa dirigida para fora, para além das redes sociais do TST, e poderá auxiliar pesquisas futuras depois da compilação desses dados, sempre observando as causas dos resultados. Neste sentido pode também servir para discussões sobre o papel do judiciário, para auxiliar na identificação do perfil desses usuários e para a possibilidade de comparações com outros tribunais.

Além é claro da compilação bibliográfica que é a parte dos estudos avaliativos com base em bibliografias já produzidas sobre administração pública, comunicação social, políticas públicas e sociologia.

Diante do exposto acima, pretende-se realizar uma análise quantitativa e qualitativa das publicações feitas pelo Tribunal Superior do Trabalho nas redes sociais. A ideia é fazer um apanhado dos posts no perfil do TST no Facebook e Instagram.

As visualizações serão observadas entre imagens e vídeos; as curtidas serão computadas sem distinguir os tipos de *emojis* disponíveis e para os comentários será realizado uma análise a partir da observação.

Os dados que serão analisados a seguir foram coletados pelo autor deste trabalho de pesquisa e foi fruto de um esforço manual na contagem desses posts e para a definição dos tipos de postagens. Devendo-se levar em consideração a experiência como comunicador social e as diretrizes gerais expostas pelo Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT) através da resolução nº 80, de 21 de junho de 2011.

Dessa forma, será possível conhecer os números relativos as estas redes sociais, dividir em tópicos os assuntos que mais despertam o interesse do cidadão e

subdividi-los em grupos, por assunto ou tema. Pretende-se analisar, os meses de julho a dezembro de 2019, por ser o período mais atual possível em que ainda não estávamos na pandemia do COVID-19, este fato pode ter alterado o fluxo normal das publicações nas páginas das redes sociais do TST.

Conhecer o público que interage com o Tribunal através dessas mídias é importante para tomada de decisões no que concerne aos métodos a serem adotados ao longo da pesquisa. Portanto, uma conversa com os profissionais responsáveis pela gestão das redes sociais pode ser esclarecedora. Assim sendo, foi realizada entrevista com a Secretária Substituta da Secretaria de comunicação do TST. O objetivo foi buscar compreender quais os objetivos das ações de Comunicação Social praticadas por este Tribunal e conhecer, por exemplo, qual é o caminho percorrido no processo para a tomada de decisão antes da publicação de um post nas redes sociais e/ou site.

Pesquisas dos referencias teóricos são importantes para o tema da Comunicação Pública, têm o objetivo de dar sustentação ao projeto de pesquisa. Conhecer e embasar toda essa pesquisa em relação à problemática levantada é salutar para que os leitores reflitam sobre as questões levantadas ao longo do percurso. Por fim, os dados obtidos através da coleta de dados nas redes sociais serão analisados para compreender como e com quais finalidades o Tribunal está se comunicando por meio dessas plataformas.

5. DESCRIÇÃO E ANÁLISE

Somente com a prática da reflexão e da ação podemos pensar em alguma revolução ou evolução. Apresenta-se nesta seção o resultado de meses de trabalho e pesquisa sobre uma área administrativa da Justiça que tem um grande impacto na vida dos cidadãos, a Comunicação Pública. As reflexões apresentadas podem servir de alguma forma como instrumento para aqueles que trabalham pensando em uma Comunicação Pública mais humana e efetiva, com foco no cidadão.

O trabalho é dividido em partes e capítulos específicos, metodologia e teoria e, por fim, apresenta-se a descrição e análise, que não devem ser vistas como

travas, e nem como pontos que não se ligam. O objetivo é ser didático e possibilitar uma leitura acessível aos leitores.

A metodologia de pesquisa foi apresentada não por mera formalidade, mas para mostrar que serviu de orientação para o objeto da pesquisa. Os capítulos anteriores também trouxeram descrições e conceitos, isso concomitante com o referencial teórico: o diálogo dos autores com a investigação. O que será visto nessa parte do trabalho são a descrição e análise do trabalho de campo empreendido em dois momentos: entrevista com servidores da secretaria de comunicação do Tribunal Superior do Trabalho; e a análise quantitativa e qualitativa das publicações do perfil do TST nas redes sociais Facebook e Instagram.

5.1 Cidadão

O mais recente levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)²⁵ detalhado por Silveira, Daniel (2020), revela que em “(...) 2018 ¼ da população com 10 anos ou mais de idade ainda não possuíam acesso à internet”. Esses dados são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)²⁶, e ainda de acordo com o descrito Silveira, Daniel (2020) foram coletados no quarto trimestre do ano de 2018. Esta realidade era ainda pior, pois em 2017 eram 30,2% da população com 10 anos ou mais de idade que também não tinham o acesso à internet.

Vários foram os motivos para não utilizar a rede, mas a maioria disse não saber utilizar ou não ter interesse. Além de considerar esse serviço caro, tanto na zona urbana, quanto na zona rural (ANEXO E). O Norte e o Nordeste passam dos 35% quando separados por região.

²⁵ A Principal Função: O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE se constitui no principal provedor de dados e informações do País, que atendem às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/institucional/o-ibge.html> >. Acesso em 13 junho de 2020.

²⁶ O que é PNAD: Visa acompanhar as flutuações trimestrais e a evolução, no curto, médio e longo prazos, da força de trabalho, e outras informações necessárias para o estudo do desenvolvimento socioeconômico do País. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=o-que-e> >. Acesso em 13 de junho de 2020.

Outro dado relevante é que os brasileiros utilizam mais a internet para troca de mensagens e vídeos online (ANEXO F). O Instituto observou que houve “nítida tendência de crescimento” no acesso à rede para conversas de voz e vídeos, além de assistir vídeos de programas, séries e filmes (SILVEIRA, DANIEL, 2020).

Isso nos leva a pensar que a cidadania deve assumir uma importância muito maior no setor público, entender que o setor privado não deve suplantar o foco maior do Estado, que é atender o interesse público. Fazer chegar as informações precisas e corretas através da CP a essa população que não dispõe dos meios tecnológicos necessários como acesso à internet é imprescindível para a melhoria da construção da cidadania. Segundo Coutinho (2000), o “cidadão-cliente é um cidadão-cidadão, um cidadão pleno, que é o objeto dos serviços públicos e também seu sujeito, na medida em que se torna partícipe na formação das políticas públicas e na avaliação dos resultados”

Neste momento, após refletir sobre o conceito de cidadania, é oportuno pensar no valor da inclusão. Se vamos atribuir cidadania ao cidadão pleno, então o exercício deve ser enxergar um pouco qual o tamanho desse raio, o tamanho do alcance dessa plenitude, até onde a cidadania alcança os cidadãos de forma igualitária? Explorar a CP sem ter o cidadão como foco desta política é não dialogar com essa contemporaneidade dos novos meios tecnológicos, e, portanto, é estar fechado as novas formas de exercício da cidadania. Para ilustrar um pouco desse raciocínio podemos trazer ao trabalho Neto (2019). Ele afirma que:

“(...)o espaço público tem de ser ocupado pela atividade dos cidadãos, senão ele nem mesmo se constitui enquanto espaço público. Não há nenhum espaço público prévio e vazio, à espera da ação dos cidadãos para preenchê-lo. A ação dos cidadãos é que o gera e o amplia, assim como a omissão atrofia esse espaço.”

Trata-se então do poder de reivindicar, de ser partícipe do processo comunicacional, e suas angústias e desejos devem ser pensados de forma coletiva. Neto (2019) nos lembra que:

“(...)os direitos coletivos limitam os direitos individuais para afirmá-los, e não para negá-los. A afirmação de um direito só se faz possível dentro de algo

que o limite. Titularidade de direito e limitação do direito são aspectos que coexistem como duas faces da mesma moeda. ”

Ainda seguindo esse raciocínio e elevando o pensamento às novas formas de conexões, de novos relacionamentos, tanto público quanto privado, ainda de acordo com Neto (2019), “Hoje, é absolutamente essencial discutir, pensar a questão do cidadão, pensar o esvaziamento de cidadania em que o modelo neoliberal necessariamente implica. ”

Com o advento da internet houve o aumento progressivo das interações e compartilhamentos de pensamentos e opiniões, sem limitações. Nesse sentido, pode-se participar apenas de assuntos que são relevantes para si. Por isso é importante ficar atento a essas formas de se buscar informações e as formas como elas vêm sendo distribuídas. Alertas devem ser considerados quando Vieira, De Brito, e Tolardo (2019) dizem que:

“(...)a internet sendo aberta ao coletivo, surge com um gigantesco potencial para o exercício da cidadania, permitindo através de ferramentas, páginas, canais ou até mesmo aplicativos o compartilhamento de informes e a ação coletiva sem nenhum tipo de restrição, porém, não é de toda valia uma característica benévola, uma vez que a internet pode ser utilizada de maneira positiva ou negativa. ”

Dessa forma podemos considerar que:

“(...)O Direito Digital é uma representação do Direito já existente, nada de novo, e sim projetando-se à um novo ambiente no qual a sociedade passa hoje, a controlar e frequentar e novas regras vêm surgindo para regulamentar as relações jurídicas existentes até o momento. ” (VIEIRA, DE BRITO e TOLARDO, 2019).

Com esse tipo de ferramenta comunicacional, a rede possibilita mais rapidez na disseminação da informação, o cuidado que deve-se tomar é com a informação errada, pois ela pode *viralizar* e causar danos substanciais mesmo quando aplicados antídotos com rapidez. Uma vez que o valor da informação não é a única

condição que define a chance de a mensagem ser repassada, é preciso observar que com o perigo da desinformação aumenta-se a responsabilidade por fontes críveis, oficiais, acima de quaisquer suspeitas, é preciso que haja o fornecimento de informações que tragam relatos precisos e equilibrados.

5.2 Facebook

O Facebook tem como características principais a promoção da interação através de canais privados “mensagens” e também no seu “mural”, que é um lugar de fala entre as pessoas conectadas. Além destes dois sistemas, a homepage (ou página inicial do Facebook) exibe toda a informação que está especificamente relacionada com o utilizador, de forma centralizada e atualizada em tempo real, incluindo um calendário personalizado de eventos e um feed de notícias, onde os contributos mais recentes dos amigos do utilizador são mostrados por ordem cronológica de acordo com Correia e Moreira (2014).

A forma de utilização também está relacionada ao poder que a ferramenta permite em publicar fotografias trazendo consigo a opção de marcar pessoas *tag*²⁷. Essa funcionalidade foi tão popular quando lançada que chegou ao primeiro lugar no ranking de websites destinados a partilha de fotografias, com 48 milhões de imagens únicas, segundo Correia e Moreira (2014)

A interação social é disponibilizada de maneira fácil e bastante rápida, com poucos cliques você pode cumprimentar uma pessoa, mostrar alguma satisfação ou insatisfação com um comentário, vídeo ou imagem, apenas com os denominados emojis²⁸. Outras ferramentas foram criadas e ficam disponíveis para os usuários. Vão desde a possibilidade de compra e venda de produtos através do Marketplace, do espaço para jogos, anúncios, campanhas de arrecadação, doação de sangue,

²⁷ As tags são etiquetas que não aparecem na tela do computador, mas que servem para orientar alguém. Quem? Os robot que são os programas dos mecanismos de busca e que vasculham as páginas da web e recolhe as informações contidas nessas etiquetas. Disponível em < [https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/informatica/para-que-serve-uma-tag.htm#:~:text=Tag%20em%20ingl%C3%AAs%20\(a%20maioria,auxiliar%20na%20identifica%C3%A7%C3%A3o%20dos%20objetos.](https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/informatica/para-que-serve-uma-tag.htm#:~:text=Tag%20em%20ingl%C3%AAs%20(a%20maioria,auxiliar%20na%20identifica%C3%A7%C3%A3o%20dos%20objetos.) > Acesso em 21 de junho de 2020.

²⁸ Emojis e emoticons são representações gráficas usadas em conversas online, nas redes sociais e em aplicativos como o WhatsApp. Além de adicionar significado e emoção às nossas palavras, os emojis podem efetivamente substituir mensagens curtas. Mas, devido ao grande número de emojis, pode ficar difícil encontrar qual o correto para se usar em cada situação, ou entender o duplo significado que acabaram surgindo para alguns deles. Disponível em < <https://www.dicionariopopular.com/significado-dos-emoticons-emojis/> > Acesso em 21 de junho de 2020.

emprego, até namoro. Além de tantas outras possibilidades que podem surgir através da inovação.

As principais funcionalidades do Facebook são: pedidos de amizade; feed de notícias; botões de “emojis”; redes e grupos; o mural; cronologia (Timeline). Todo esse conjunto faz parte da rede social Facebook.

Sua história começou em 2004 quando um grupo de jovens universitários de Havard - Mark Zuckerberg, Dusti Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes -, se reuniu com a intenção de criar um local onde as pessoas pudessem se encontrar e compartilhar opiniões e fotografias. No início, era apenas para os estudantes da universidade, mas em poucos meses a conexão entre os jovens através do Facebook se espalhou e chegou rapidamente a 800 instituições acadêmicas segundo Amante (2014).²⁹ O apelo era tão grande que com menos de um ano a rede já contava com 1 milhão de perfis ativos.

Em 2005, foi expandido para além de suas fronteiras e, em 2006, foi aberto para algumas empresas e estudantes do ensino não superior, o que foi breve, pois no mesmo ano abriu-se a possibilidade de registro para quem quisesse, tendo apenas como restrição a idade mínima de 13 anos. Um registro importante nessa caminhada foi que em 2011 a rede social se tornou a mais utilizada no Brasil, ultrapassando o Orkut, segundo Amante (2014). Em dezembro de 2012, a rede social ultrapassou 1.060 milhões utilizadores mensais ativos, sendo que 680 milhões fazem o acesso remoto através dos aparelhos moveis. Por dia, o número de utilizadores médios ativos, está por volta de 618 milhões.³⁰ Trata-se, pois, de um fenómeno único que se configura como a maior rede social do mundo relatou Amante (2014).

O Brasil é hoje o 4º país que tem mais usuários do Facebook no mundo (ANEXO G). Hoje, o uso global do Facebook conta com quase 2,6 bilhões de usuários ativos mensais. O Facebook é a rede social mais popular do mundo como pode ser visto no (ANEXO H). Em toda a sua família de aplicativos, a empresa agora possui três bilhões de “pessoas ativas mensais” (ANEXO H), o que é definido “como um

²⁹ Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar/ Cristiane Porto; Edméa Santos (Organizadoras). – Campina Grande: EDUEPB, 2014

³⁰ Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar/ Cristiane Porto; Edméa Santos (Organizadoras). – Campina Grande: EDUEPB, 2014

usuário registrado e logado do Facebook, Instagram, Messenger e / ou WhatsApp que visitou pelo menos uma dessas redes” conforme Richter, Felix (2020).³¹

Com o processo de cadastramento também em português a rede social se preocupou em disponibilizar um guia bem simples e prático para auxiliar os novos usuários a criarem seus perfis na rede social. A própria rede social conduz o usuário e faz com que todas as informações básicas para manter seu perfil completo sejam preenchidas já nessa etapa. Os dois primeiros passos são referentes aos seus amigos. O Facebook faz buscas para te ajudar a encontrar amigos através da sua lista de contatos das contas de e-mail, além de ser possível o envio de convites para as pessoas integrarem sua rede. Ao preencher algumas informações importantes como escola onde estudou ou local de trabalho, a plataforma localiza pessoas que podem ser possíveis conhecidos. Após passar pelas etapas de adicionar amigos, localizar amigos e informações do perfil, basta na sequência adicionar a foto de perfil e estará feito. Assim você acaba de se cadastrar na rede social.

Ao acessar sua conta pela primeira vez, a plataforma te direciona para uma página de boas-vindas. Ali, você pode complementar algumas informações adicionais que vão facilitar que outras pessoas o encontrem. Apesar de ser possível conexões no mundo inteiro, existe um sistema de configuração de privacidade que permitem a restrição ao acesso do perfil cadastrado.

Diante do exposto, essa rede social foi escolhida pelo fato de ser uma mídia digital com alcance extraordinário e que tem um apelo muito forte no Brasil. Segundo o levantamento realizado pelo Datafolha no início do mês de abril de 2019 (ANEXO J), 56% dos entrevistados disseram ter conta no Facebook. É certo que houve queda no número de usuários ante 61% que afirmaram estar na rede social em novembro de 2017³². Ainda assim, segue sendo uma mídia bastante utilizada pelos brasileiros.

5.3 Instagram

Antes de apresentar as características do Instagram, é necessário falar um pouco acerca do conceito de software aplicativo. Este software serve para

³¹ Statista. Global No.1 Business Data Platform. Disponível em: < [https://www.statista.com/chart/2183 \(RICHTER, FELIX, 2020\)/facebooks-mobile-users/](https://www.statista.com/chart/2183/RICHTER,FELIX,2020/facebooks-mobile-users/) >. Acesso em junho de 2020.

³² Folha de São Paulo. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/04/facebook-registra-tendencia-de-queda-no-brasil-diz-datafolha.shtml> >. Acesso em 13 junho de 2020

desempenhar tarefas práticas para o usuário, voltado para o desenvolvimento de trabalhos específicos. Algumas características são únicas e servem para diferenciá-los de outros tipos de programas, tais como sistemas operacionais que os computadores utilizam em seu funcionamento, também as linguagens de programação que criam diferentes formas de programas e os utilitários que desempenham a tarefa de manutenção. Um software aplicativo trabalha com a execução ordenada de tarefas a fim de coletar dados e fazer a organização de informações, em outras palavras, o processamento de dados³³.

Dito isso, todos os aplicativos necessitam de plataformas. Computadores ou padronização de processos operacionais são plataformas. Essa expressão é usada para dar nome a infraestrutura de Tecnologia da Informação ou Telecomunicações. Desenvolvido como aplicativo móvel para celulares e smartphones, o Instagram foi primeiro disponibilizado de forma gratuita nas lojas da Apple e mais adiante foi desenvolvido para as plataformas Android, ficando disponível também nas lojas Google.

O Instagram, através do aplicativo, dá aos usuários a possibilidade do compartilhamento de publicações de imagens e vídeos. O Instagram permite que sejam criadas identidades pessoais ou organizacionais, sendo possível a inserção de uma imagem que represente o perfil, bem como outras informações de contato (i.e., slogan, telefone e site). Essas informações ficam visíveis a todos os usuários da mídia, ainda que esta se configure como privada, situação em que somente convidados tem acesso às imagens publicadas, conforme descrito por Aragão e De Freitas (2016, p. 136).

Além da possibilidade do compartilhamento de imagens e vídeos, o Instagram também permite que os usuários se comuniquem através dos comentários e das mensagens diretas. O compartilhamento é outra funcionalidade dessa rede social que, devido a intercorrências decorrentes de cópias ilegais de conteúdo, sofreu algumas limitações. Nesse caso, o Instagram permite somente o compartilhamento

³³ CONCEITO de software aplicativo. Disponível em:< <https://conceito.de/software-aplicativo> > Acesso em 13 junho de 2020.

de conteúdo do próprio usuário com outras mídias como o Facebook, ou por alguns outros aplicativos externos que fazem este compartilhamento com os devidos créditos.

Particularidades como a marcação apenas da localização onde a foto ou vídeo foram tirados e a sua forma de conexão entre os usuários, que basicamente é medida em quantas conexões possuem e qual sua relevância na rede social, marca de forma significativa os tipos de recursos envolvidos no relacionamento entre os indivíduos, e como esses recursos são utilizados. Duas formas iniciais de se relacionar são percebidas, através da liberação automática, dada para usuários seguirem determinado perfil ou devido a permissão prévia após solicitação.

Sabendo disso, em cada caso, o seu relacionamento será diferente com outros usuários. Nos perfis públicos, o relacionamento tem a probabilidade de ser menos intenso, com elos mais fracos, já que muitos usuários que seguem um perfil podem nem sequer conhecer o restante dos usuários que também seguem esse perfil. Por outro lado, perfis privados necessitam de autorização para serem seguidos e demandam uma decisão prévia, indicando um maior grau de relacionamento entre os usuários segundo Aragão e De Freitas (2016, p. 137).

Uma identificação importante na colocação do usuário seria medir a sua reputação. A relevância da medição desse ranking pode ter diferentes significados, pois podem representar questões que a tecnologia ainda não é segura para dar respostas a critérios tão subjetivos. Por isso, existem formas de se medir a reputação através dos comentários, curtidas, menções, sentimento das menções e alcance.

No Instagram, pode-se inferir a reputação de uma empresa através do cruzamento de alguns dados como: quantidade de seguidores, quantidade de curtidas que as postagens possuem quantidade de comentários que os usuários deixam em cada postagem (quantitativos) e análise com relação ao conteúdo do discurso e dos sentimentos existente nos comentários (qualitativo) conforme mencionado por Aragão e De Freitas (2016, p. 138). O que podemos dar como exemplo é ter um perfil com dezenas de comentários, mas em sua maioria negativos, de reclamações, muitas vezes buscando soluções, e dessa forma a sua reputação estará mais presente no sentimento dos usuários que estão interagindo, do que na quantidade de comentários

que o post teve, pois qual o grau de confiança que o cidadão tem com a Instituição ou Marca?

A *hashtag* é uma forma de fazer com que as ideias se agrupem em torno de um movimento, mas o aplicativo não possibilita a formação de grupos dentro no Instagram.

O Instagram foi lançado em 06 de outubro de 2010. Foi desenvolvido pelos engenheiros Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. Seus criadores dizem que a ideia nasceu a partir da simplificação de outro aplicativo, conhecido como Burbn. A intenção era ter uma rede social que chegasse a ter diferentes funções como localização, agendas, vídeos, imagens e também que permitisse o compartilhamento, só que isso tudo mostrou-se trabalhoso, daí veio a ideia de focar apenas em uma das funções, por isso optou-se pela fotografia, por entenderem ser mais atrativa. Em 9 de abril de 2012 foi comprada pelo Facebook por aproximadamente 1 bilhão de dólares de acordo com Silveira, Daniel (2020), e em junho de 2018 o aplicativo atingiu a impressionante marca de 1 bilhão de usuários ativos mensais³⁴ (ANEXO L).

Os dados disponibilizados pelo site Estatista dão conta que até o presente momento o Brasil está na terceira posição com 82 milhões de usuários (ANEXO M). A tendência aponta que seus usuários sejam em sua maioria jovens do sexo masculino com idades entre 25-34 anos, sendo 18% do total (ANEXO N). Entre os aplicativos mais populares com usuários ativos alcança a sexta posição (ANEXO N).

Uma curiosidade diz respeito ao Instagram do jogador de futebol Cristiano Ronaldo, que possui mais de 244 milhões de seguidores, liderando a lista de personalidades mais seguidas na plataforma (ANEXO P). Sem surpresa, Ronaldo ocupa o primeiro lugar novamente, já que o valor médio da mídia de uma de suas postagens no Instagram é de 735.386 dólares conforme relata Clement, (2020).

³⁴ Statista. Global No.1 Business Data Platform. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>>. Acesso em junho de 2020.

O Instagram possibilita que a fotografia seja tirada diretamente a partir do aplicativo, filtros ficam disponíveis para aplicação e também é permitido que outras pessoas se vejam em fotos/vídeos em *timelines*³⁵ de outras pessoas. Com apenas dois cliques ou toques o usuário curti uma imagem ou vídeo, sendo também aberta a possibilidade de comentar os posts publicados. Existe a função também de marcar pessoas com o uso do sinal “@” antes do nome do perfil escolhido, e também incluir Hashtags³⁶. No campo de busca, o usuário pode encontrar fotos/vídeos com essas marcações, tanto da hashtag, quanto dos nomes dos usuários.

Enquanto uma das premissas para exposição no Facebook é “O que você está pensando agora? ”, no Instagram a pergunta é: “O que você está fazendo (vendo) agora? ” conforme destaca Silva, (2012).

O Software aplicativo Instagram foi escolhido para esta análise porque dialoga com a pós-modernidade, onde existe um grupo de pessoas, principalmente os jovens que são maioria, onde navegam pelas redes sociais e se comunicam todos os dias. Estes, que podem ser vetores para a multiplicação de uma comunicação bem estruturada, com imagens e vídeos que atinjam essa cibercultura da pós-modernidade, que consigam arregimentar mentes interessantes de todos os aspectos sócias.

O aplicativo traz um aspecto retrô e pode ser compreendido por um passado nostálgico, no *tempo* em que as fotografias eram impressas. Os filtros disponíveis para utilização na foto remetem a esse período, quando o passado era analógico. Com o fenômeno Instagram em crescimento nos últimos anos, optou-se por analisar a efetividade da Comunicação Pública do Tribunal Superior do Trabalho perpassando essa mídia a fim de perceber como esse o público que segue o perfil do TST nessa rede consome informação e interage, ou seja, se comunica.

³⁵ O termo *timeline* é bastante conhecido entre os usuários das redes sociais na internet, como o Facebook, Twitter e Instagram. Trata-se da ordem das publicações feitas nas plataformas sociais online, ajudando o internauta a se orientar, exibindo as últimas atualizações feitas pelos seus amigos. Disponível em < <https://www.significados.com.br/timeline/> > Acesso em 21 de junho de 2020.

³⁶ As hashtags são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, cria uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado. Disponível em < <https://www.significados.com.br/hashtag/> > Acesso em 21 de junho de 2020.

Para a adequada compreensão do trabalho a ser desenvolvido, será necessário ter em mente que o público do Instagram tem um potencial enorme de interação e sua audiência está constantemente em busca de novas tecnologias. Porém, representa apenas uma parcela da população brasileira, principalmente se observarmos que apenas 82 milhões de contas são ativas no Instagram, sendo muitas delas empresas (ANEXO P). Podemos então perceber que existem milhares de brasileiros e brasileiras que não possuem a rede social Instagram. Nesse sentido, vamos fazer algumas considerações e tentar perceber qual o grau de efetividade da Comunicação Pública neste aplicativo.

Assim como a propaganda teve um papel fundamental após a Revolução Industrial, a comunicação organizacional no campo governamental e corporativo começou a ser encarada como algo fundamental. É uma área estratégica em qualquer empresa ou órgão, público ou privado. Considerando o poder e a relevância que a comunicação assume no mundo de hoje dentro das organizações, falando dos três setores da administração, estes precisam se pautar por políticas de comunicação capazes de levar efetivamente em conta os interesses da sociedade, seguindo o pensamento seguindo o pensamento de Kunsch (2012, p. 13-30).

Vale ressaltar que a cidadania reflete os direitos e deveres entre os cidadãos e o Estado. Isto posto, as redes sociais exercem um papel importante na comunicação pública, visto que muitas vezes tenta substituir o que seria caracterizado como comunicação governamental.

“(...) o conceito de comunicação pública tem sido invocado como sinônimo de comunicação governamental, referindo-se a normas, princípios e rotinas a comunicação social do governo, explicitadas ou não em suportes legais que regulamentam as comunicações internas externas do serviço público”. (KUNSCH, 2012, p. 17)

A comunicação governamental não se refere apenas ao Poder Executivo, abrange também os poderes Legislativo e Judiciário. Dessa forma, as coordenadorias e assessorias devem valer-se dos suportes tecnológicos e das mídias disponíveis para a fim de praticar a comunicação social em sua amplitude.

Algumas reflexões devem ser consideradas, como o caso de haver uma comunicação pública estatal, a prática da comunicação integrada que saiba captar a interação entre as distintas subáreas de comunicação social, quais sejam: as Relações Públicas, o Jornalismo e a Publicidade e Propaganda.

6 ENTREVISTA

A entrevista concedida é desta monografia, intitulada “**A efetividade das campanhas de comunicação do Tribunal Superior do Trabalho: A Comunicação Pública e o foco no cidadão**”, feita no curso de Bacharelado em Administração Pública no Instituto de Direito Público (IDP) em Brasília. A entrevista foi realizada no dia 21 de maio de 2020, por meio do aplicativo Zoom, além das perguntas enviadas por e-mail e contou também com a orientação da professora e orientadora desta pesquisa Érica Santana Neves Monteiro.

A entrevistada Taciana Giesel Cuadros. Brasileira, nasceu no ano de 1983. É Secretária de Comunicação da Secretaria de Comunicação - substituta e Coordenadora de Editoria e Imprensa do Tribunal Superior do Trabalho. Formou-se em Comunicação Social - jornalismo no ano de 2007. Atua no TST desde 2003. A entrevista foi acompanhada por Karina Ferraz, nascida no ano de 1987, em Brasília. Ela trabalha com as redes sociais do TST desde 2013. Assumiu a função de Editora Chefe das redes sociais do Tribunal em 2020. Formada em jornalismo, trabalha como prestadora de serviços ao TST desde 2013.

A análise vai ao encontro das referências bibliográficas citadas acima. Retoma-se, uma vez mais, as contribuições de Jannuzzi (2016, p. 73-104), segundo ele, a efetividade dessa estratégia de avaliação depende da capacidade de mapear os atores relevantes para a temática ao tratar do recrutamento de “bons” representantes dos mesmos, da qualidade de moderação, do formato e registro da dinâmica de grupo.

O desejo de conhecer mais a respeito da Comunicação Pública dessa instituição tão importante para a República Federativa do Brasil, que é o Tribunal Superior do Trabalho, me levou a conduzir a conversa lançando mão das perguntas previamente elaboradas, juntamente com a minha orientadora, na perspectiva de contribuir para a aferição das boas práticas comunicacionais do órgão e também para compreender quais são as dificuldades encontradas por esses atores estatais, que têm a missão de se comunicar com a população brasileira em busca da divulgação de informações de interesse público com foco na construção diária de cidadania.

Ressalta-se, portanto, que a entrevista é fundamental para a condução do desenvolvimento desta pesquisa. Para realizá-la, foram elaboradas 20 perguntas.

Qual é o objetivo da secretaria de comunicação do TST:

Taciana Giesel: Dar visibilidade ao TST e fazer com que as informações relativas à sua atuação sejam corretamente percebidas pela sociedade; Fortalecer a imagem institucional da Justiça do Trabalho; Posicionar o TST como órgão de excelência na pacificação da relações de trabalho; Posicionar o TST como uniformizador da jurisprudência trabalhista; Fazer com que as decisões do TST cheguem rapidamente ao conhecimento da sociedade; Posicionar o TST na pauta de assuntos nacionais como fonte qualificada; Otimizar recursos; Reforçar os valores do TST, tais como comprometimento, transparência, efetividade, ética, foco no jurisdicionado, proatividade, inovação e sustentabilidade.

Em sua comunicação, o Tribunal privilegia ou adota conceitos relacionados à comunicação pública, quais sejam: cidadania, diversidade, pluralidade?

Taciana Giesel: A Comunicação do TST realiza eventos e ações voltadas às questões sociais buscando a cidadania, diversidade e pluralidade, tanto internamente, para o público interno, quanto para o público externo. Objetivo é dar visibilidade e acessibilidade às pessoas para tentar levar a informação sobre a Justiça do Trabalho e dizer que ela está de portas abertas para todos.

Em termos de Justiça do Trabalho, quais são os principais desafios enfrentados no âmbito da comunicação?

Taciana Giesel: Essa resposta não contempla apenas o TST, mas os problemas/desafios enfrentados pelos setores de comunicação na Justiça do Trabalho como um todo: - Falta de parceria de outras unidades. - Descontinuidade administrativa e a falta de entendimento do verdadeiro papel da comunicação. - Continuidades dos projetos de uma gestão para outra. - Falta de orçamento. - Deixarmos de ser tão operacionais, conquistando uma posição mais estratégica dentro da instituição, mas isso esbarra na cultura organizacional ainda muito apegada ao passado e às formalidades do mundo jurídico. - Manter a editoria dos sites. - Fazer nossos produtos agradarem e chegarem ao cidadão comum. - Baixa audiência de canais voltados para esse fim, inclusive a TV Justiça.

Qual/quais são as estratégias de comunicação adotadas pelo Tribunal?

Taciana Giesel: Uma das estratégias é o cadastramento de cidadãos que somam hoje mais de 15 mil pessoas em uma lista de transmissão pelo WhatsApp. Essa lista é responsável pelo envio diário de alertas sobre os conteúdos que estão sendo divulgados.

A comunicação do Tribunal é realizada por funcionários do quadro ou terceirizada? Quantos profissionais atuam no setor?

Taciana Giesel: A secretaria de comunicação social é dividida em duas coordenadorias: a primeira de *Rádio e TV*, gerencia a rádio, a tv no Youtube e as veiculações nas tvs públicas como a TV justiça e a rádio justiça, além da internet. Existem também as rádios parceiras que auxiliam na difusão dessas informações de forma voluntária e gratuita. Outra coordenadoria é a de *editoria intensa*, seu guarda-chuva abriga a área de fotografia, a área de comunicação interna, área de redação (jurídicas), área de redes sociais e núcleo de designs.

Devido a uma decisão administrativa não é mais realizado concurso público para vagas de profissionais da comunicação. Trabalhadores como câmeras, repórteres, editores de vídeos, design visual são profissionais contratados pela forma de prestação de serviços ou estagiários. As áreas de chefia são ocupadas por servidores do Tribunal e atuam mais na parte administrativa como o planejamento. A única exceção é a redação jurídica que são exercidas por servidores formados em Direito.

Quando a Comunicação foi criada no órgão?

Taciana Giesel: A comunicação do Tribunal fez 50 anos em 2019.

Qual é o canal com maior audiência?

Karina Ferraz: O canal de maior audiência é o site do TST, porque do site saem todas as decisões do Tribunal. Por ser dividido em oito turmas, as decisões podem ser diferentes de acordo com o que foi votado pela turma. Nesse sentido, os assuntos mais relevantes ficam disponíveis para consulta rápida no site, servindo como precedentes para processos decisórios futuros.

O Instagram é outro canal que está em crescimento com 155, 8 mil seguidores, neste sentido está sendo bem importante para a comunicação no tribunal. Os posts não se limitam às notícias do Tribunal, com uma linguagem mais leve, a divulgação procura ser mais voltada ao direito do trabalho que pode servir de norte para o trabalhador, como hora extra, atraso no trabalho, direitos e deveres etc. A interação é maior nessa rede social, “acredita ser a rede do momento”. Atualmente o Youtube tem uma maior visualização que o Facebook.

Qual é o canal com menor audiência?

Karina Ferraz: Flickr. É uma ferramenta utilizada como repositório das fotos tiradas em eventos institucionais. Sua audiência se baseia nos tribunais regionais que acessam a mídia para resgatar fotos de magistrados que participam dos eventos.

Qual é o canal com maior participação da população?

Karina Ferraz: Instagram é a rede com maior participação popular no momento.

Todas as redes sociais estão ativas? Em qual há maior participação?

Karina Ferraz: Sim, todas! O Instagram é a “rede do momento”.

Qual é a estratégia de interação do Tribunal com o público?

Taciana Giesel: A interação é prestada com muito mais rapidez pelo fato de haver a parceria com a ouvidoria do órgão. A resposta busca sempre responder os questionamentos, mas quando não há possibilidade de resposta, por problema de competência, o cidadão é direcionado para o local onde pode ser informado de forma assertiva. Algumas respostas são mais protocolares no sentido de encaminhar o link para o acesso a informação ou central de atendimento dos órgãos competentes.

Como vocês definem quais tipos de ações/campanhas serão realizadas e divulgadas?

Taciana Giesel: Depende de cada campanha, o que vai em uma ou outra observando o público de cada ferramenta. Exemplo, campanha de combate ao trabalho infantil, foi realizado um twitaço, por isso a ferramenta foi o Twitter, mas vai de acordo com qual o propósito da campanha. Diferentes formas de se comunicar para diferentes ferramentas de mídias digitais.

O órgão dispõe de orçamento para a realização de ações de comunicação? Poderia informar o valor?

Taciana Giesel: Todas as ações em redes sociais são orgânicas. Não é realizado nenhum tipo de investimento nessas mídias digitais. A secretaria de comunicação do TST tem um orçamento próprio e com esse orçamento existe um contrato de prestação de serviços. Nem todos que trabalham lá são servidores. O que

não é feito é contratar empresas de publicidade, nem assessoria de imprensa, tudo é desenvolvido internamente através dos seus prestadores de serviços. Se precisar de sair em canais de comunicação de grande massa tem que ser um orçamento a parte. A ideia é publicitar o conteúdo através dos seus canais alternativos. Já teve caso de haver parceiros como, por exemplo, a veiculação de vídeos produzidos pelos funcionários da secretaria, sem custo, nos televisores dos aviões das empresas Gol e Tam. As tvs concessões públicas não podem veicular se não houver o intermédio de alguma agência de publicidade.

Como é o processo de decisão para a publicação de um post?

Karina Ferraz: Todo início de mês é realizada uma busca tanto no site do tribunal das notícias que são relevantes, pesquisas em sites governamentais sobre direitos trabalhistas, etc. Fazemos uma lista com os assuntos que podem entrar no TST e posteriormente o envio para a secretaria de comunicação do órgão para avaliação de quais temas serão abordados. Buscas que podem ser de interesse do público. Cada rede social conta com uma editoria, então além dos assuntos que são relevantes, cada forma de publicação é pensada para os diferentes públicos sempre na tentativa de alcançar esses perfis. Cada rede social tem uma identidade visual diferente. Nelas são oferecidas diferentes formas de comunicação como pensamentos, frases motivacionais em épocas de comemoração, esclarecer por meio de vídeos conceitos da própria lei, serviços, curiosidades etc. Posts diários no Instagram; Facebook 3 posts na semana.

Como é feita a interação com os diferentes públicos? Pessoal ou automatizado?

Taciana Giesel: Manual e automatizada. A Ouvidoria também tem acesso a respostas. Existem protocolos de respostas para dúvidas frequentes.

Qual o impacto que a Justiça do trabalho tem nas relações de conflitos da sociedade?

Taciana Giesel: A justiça do trabalho é o órgão competente para resolver esses conflitos, se não houver a justiça do trabalho esses conflitos não serão solucionados.

Vocês consideram que a comunicação praticada pelo órgão contribui para o exercício da cidadania? Por quê?

Taciana Giesel: Existe um trabalho muito focado nessa questão da comunicação. Um exemplo são os dissídios. Serve também para combater a desinformação. Nem sempre o que era decidido pelo juízo na proposta de mediação, nem sempre a versão correta chegava nos sindicatos, aos trabalhadores de forma completa e transparente. Materiais específicos são pensados para a divulgação no site e nas redes sociais, para orientar esses trabalhadores, com isso é divulgado de forma oficial, faz infográficos explicativos, produção de vídeos para serem reproduzidos nas redes sociais e tudo embasado por um ato elaborado pela vice-presidência que respalda as ações de comunicação, então dessa forma a secretaria consegue através dos nossos produtos passar a versão oficial de uma forma mais humanizada.

No TST temos dois públicos distintos: o leitor mais jurídico, magistrados ministros, advogados; e tem a população que acessa nossas notícias e que os termos muito jurídicos podem não ser compreendidos, o desafio enquanto jornalista é fazer um texto que não seja tão formal com palavras muito jurídicas, mas também que os profissionais não sintam desconforto ao ler a informação por estar traduzido demais. A busca deve ser do equilíbrio para que todos se entendam.

7 ANÁLISE DOS DADOS

Após coleta dos dados aferidos nos perfis das páginas das redes sociais Facebook e Instagram do TST, realizou-se a análise das atividades relacionadas ao tempo estipulado para a pesquisa. Após a análise, foram feitas considerações a respeito dos posts, das curtidas, comentários e compartilhamentos. Os dados são apresentados a seguir.

7.1 Análise Quantitativa

A seguir será apresentado os resultados das atividades totais de cada *fan page* nos meses de julho a dezembro, classificadas em curtidas, postagens, comentários, compartilhamentos e interações (soma das classificações). Os posts de notícias não foram incluídos por se tratarem de republicações do site do Tribunal.

TABELA 1 - ATIVIDADES TOTAIS DO FACEBOOK DO TST ENTRE JULHO E AGOSTO DE 2019

Colunas1	Curtidas	Postagens	Comentários	Compartilhamentos	Inteirações
JULHO	3839	38	295	3292	7426
AGOSTO	4924	10	224	4678	9826
SETEMBRO	2867	12	170	2784	5821
OUTUBRO	2331	11	92	2213	4636
NOVEMBRO	2473	10	190	2053	4716
DEZEMBRO	6319	11	301	5922	12542

Fonte: O autor (2020)

O primeiro ponto observado é a quantidade de curtidas na página, o que não está diretamente relacionado com a quantidade de postagens realizadas nos meses observados. Ao analisar a tabela 1, é possível perceber que os meses de agosto e novembro foram os menos postados, mas ainda assim possuem um número expressivo de curtidas quando comparamos com o mês de julho em que foram feitas mais postagens, agosto passou o número de curtidas e novembro chegou muito próximo.

Apesar de haver a recomendação para o número de postagens nos canais digitais, não existe um limite e nem uma média para o ideal de postagens. Segundo Montenegro, Manuel Carlos (2013) "Foi estabelecido que, pelo menos uma vez por

semana, os canais digitais devem publicar: (...)” seguindo essa periodicidade e utilizando as diretrizes gerais determinadas pelo CSJT³⁷ conforme resolução nº 80, de 21 de junho de 2011, os posts foram analisados e comparados entres os meses pré-estabelecidos.

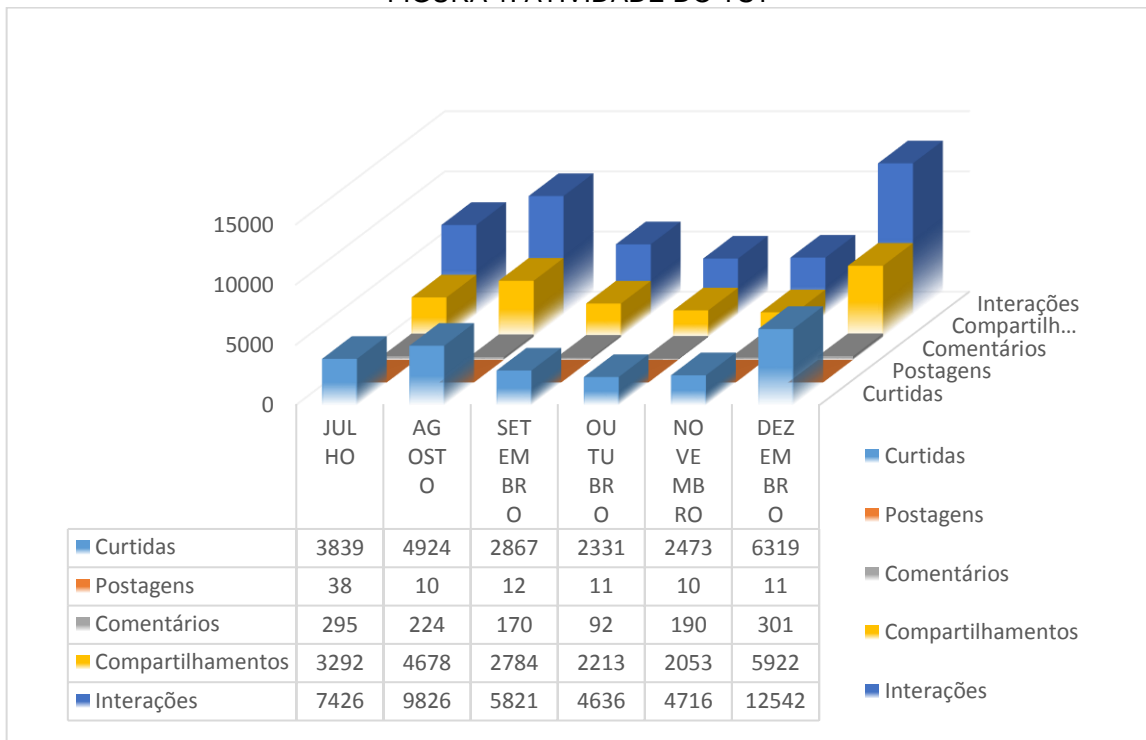
A atuação do profissional administrador público / comunicador social deve ser de grande importância. Os atores estatais devem estar preparados para um seguimento da sociedade no qual as pessoas controlam os seus próprios comportamentos e suas atitudes são tomadas levando-se em conta fatores externos também as redes sociais. Souza & Kunsch (2019, p. 4) relacionam o poder da comunicação ao poder da comunicação estratégica e sintetiza da seguinte forma: “a comunicação tem um poder muito superior do que costumamos conceder a ela”. Para os autores, “esse poder pode ser ‘domado’ se atuamos/comunicamos estrategicamente” (apud PÉREZ, Rafael, 2008, p. 445).

Outro ponto analisado é que o mês de julho, apesar de ter sido o mês com mais postagens, ainda assim, ficou em terceiro lugar no número de compartilhamentos, perdendo para os meses de agosto e dezembro. Veja que apesar da página ter atualmente 1.118.086³⁸ curtidas e ter o seu *feed de notícias* periodicamente atualizados, é percebido que apenas consegue manter uma pequena parcela das possíveis conexões, visto que se formam sazonalidades conforme gráfico abaixo.

³⁷ CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO. RESOLUÇÃO Nº 80, DE 21 DE JUNHO DE 2011. Disponível em < https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/13676/2011_res0080_csjt_compilado.pdf?sequence=6&isAllowed=y > Acesso em 29 de julho de 2020.

³⁸ Página do Facebook disponível em < <https://www.facebook.com/TSTJus/> > acesso em 29 de junho de 2019.

FIGURA 1. ATIVIDADE DO TST



Fonte: O autor (2020).

Talvez por ser uma rede social com a relação entre o TST e Facebook sem plano de mídia, ou seja, sem custos de publicidade e propaganda esse relacionamento entre o TST e o Cidadão fica prejudicado, uma vez que não é alcançado o seu potencial máximo de interações possíveis entre os seus usuários.

Observa-se que o mês de dezembro foi o período em que houve um melhor desempenho entre todos os quesitos analisados. Foi um mês em que seus posts foram melhor recebidos pelos usuários, gerando muitos compartilhamentos, curtidas e comentários.

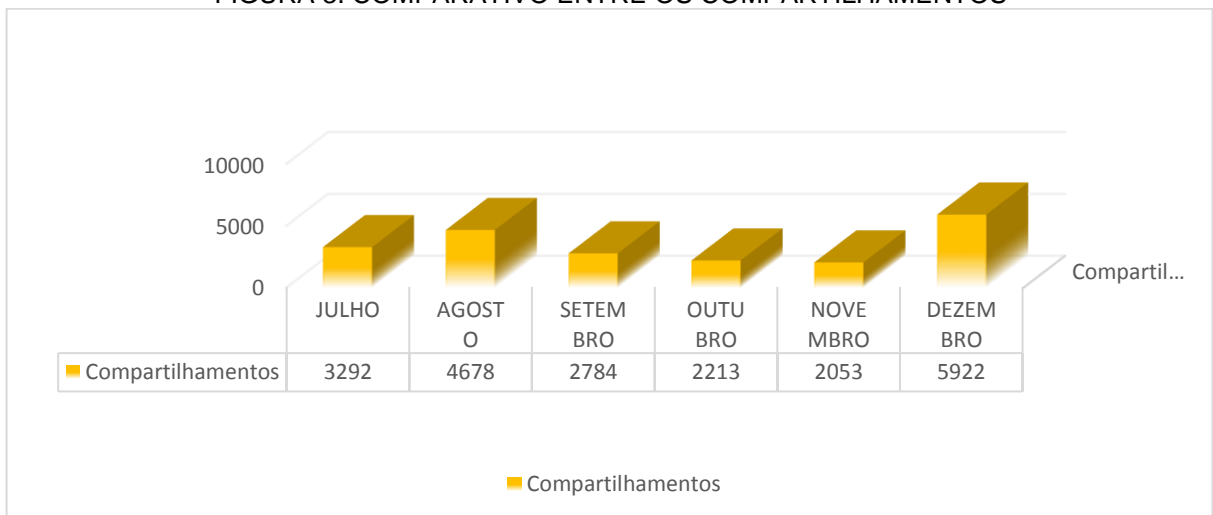
Nesse contexto, se torna interessante analisar os comparativos de comentários, compartilhamentos, postagens, curtidas, e interações do TST nessas redes sociais.

FIGURA 2. COMPARATIVO ENTRE OS COMENTÁRIOS



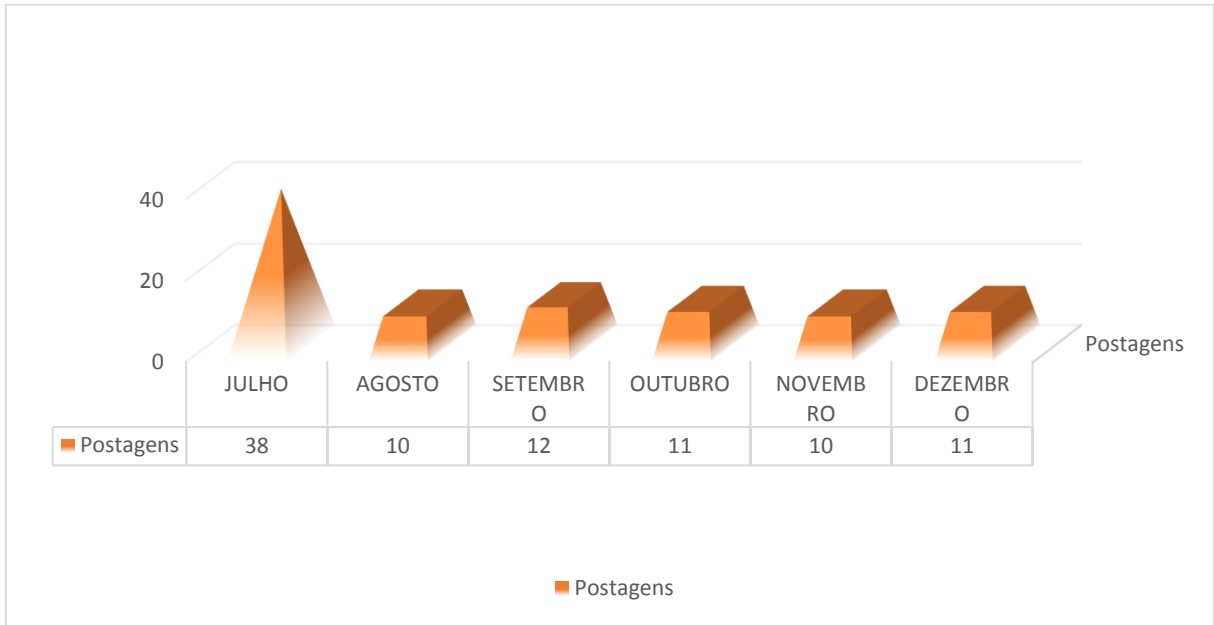
Fonte: O autor (2020).

FIGURA 3. COMPARATIVO ENTRE OS COMPARTILHAMENTOS



Fonte: O autor (2020).

FIGURA 4. COMPARATIVO ENTRE AS POSTAGENS



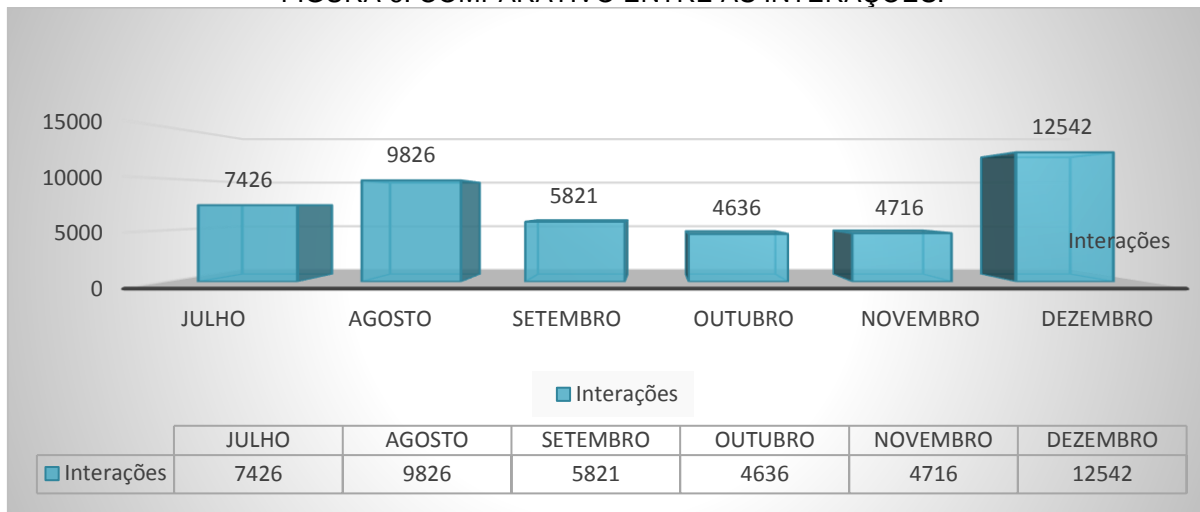
Fonte: O autor (2020).

FIGURA 5. COMPARATIVO ENTRE AS CURTIDAS



Fonte: O autor (2020).

FIGURA 6. COMPARATIVO ENTRE AS INTERAÇÕES.

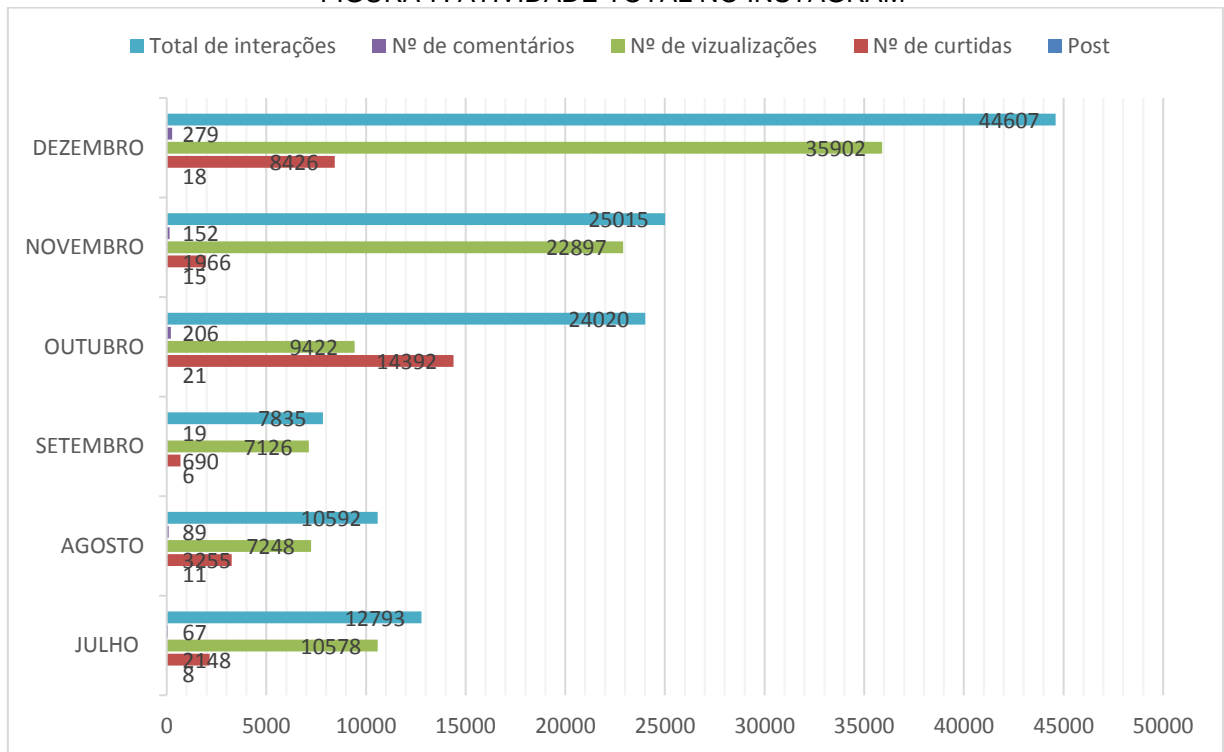


Fonte: O autor (2020).

Para o Instagram, os dados foram elencados no gráfico abaixo. É possível dizer que a rede social tem maior interação entre os usuários do que o Facebook. Observando os posts publicados pode-se dizer que o número de visualizações ajudou a aumentar a interação com o aplicativo, mas é bom lembrar que as visualizações decorrem dos vídeos postados na rede social, e não necessariamente melhora a percepção dos cidadãos em relação ao Tribunal Superior do Trabalho.

Pode-se afirmar que o período analisado na pesquisa dá respaldo aos atores estatais que estão à frente da Comunicação Pública do TST, em dizer que essa é a ferramenta do “momento”, pois o Instagram apesar de ter apenas 167 mil seguidores consegue ter uma interação maior com seus usuários em comparação ao Facebook.

FIGURA 7. ATIVIDADE TOTAL NO INSTAGRAM



Fonte: O autor (2020).

7.2 Análise Qualitativa

Para essa análise foram levados em conta os tipos de postagens e quais tipos de publicações o TST utilizou para se relacionar com os cidadãos usuários das redes sociais Facebook e Instagram. Visto que o tribunal não possui um manual específico para as publicações nas redes sociais, os posts foram divididos por tema de acordo com as disposições gerais elencadas na publicação da resolução nº 80, de 21 de junho de 2011. Os quais estão dispostos da seguinte forma.

(...) I – dar amplo conhecimento à sociedade das decisões judiciais e administrativas da Justiça do Trabalho; II – divulgar os direitos do cidadão e os serviços colocados à disposição da sociedade; III – promover a participação de magistrados e servidores nas ações previstas nesta Resolução; IV – contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da Justiça do Trabalho, despertando a visão crítica dos cidadãos a respeito da importância desse ramo do Poder Judiciário para a garantia de direitos e da paz social (CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO (BRASIL) (CSJT), 2011).

Os resultados totais estão dispostos na tabela 2.

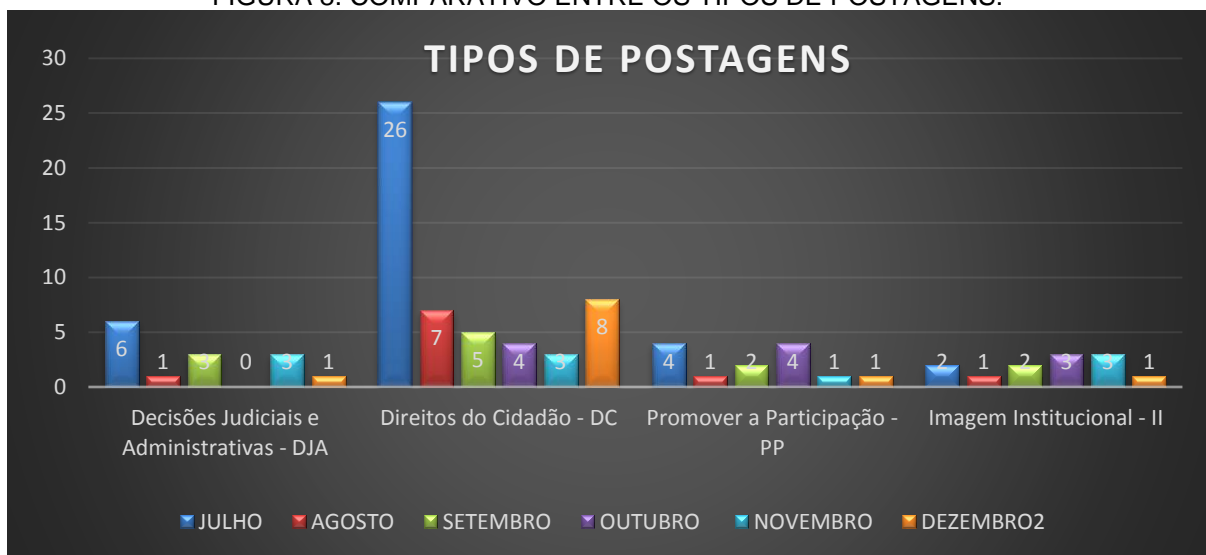
TABELA 2. CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES DO FACEBOOK ENTRE OS MESES DE JULHO E DEZEMBRO DE 2019.

Colunas1	JUL HO	AGO STO	SETEM BRO	OUTU BRO	NOVEM BRO	DEZEM BRO
Decisões Judiciais e Administrativas - DJA	6	1	3	0	3	1
Direitos do Cidadão - DC	26	7	5	4	3	8
Promover a Participação – PP	4	1	2	4	1	1
Imagem Institucional - II	2	1	2	3	3	1

Fonte: O autor (2020).

A partir da coleta dos dados, nota-se que, no geral, o Tribunal usou as postagens para informações aos usuários sobre os Direitos do Cidadão, lembrando que são direitos relacionados ao trabalho. Todas as postagens seguiram os critérios estabelecidos pelas diretrizes gerais do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT), e apenas em outubro não foi dada publicação a Decisões Judiciais e administrativas do TST.

FIGURA 8. COMPARATIVO ENTRE OS TIPOS DE POSTAGENS.



Fonte: O autor (2020).

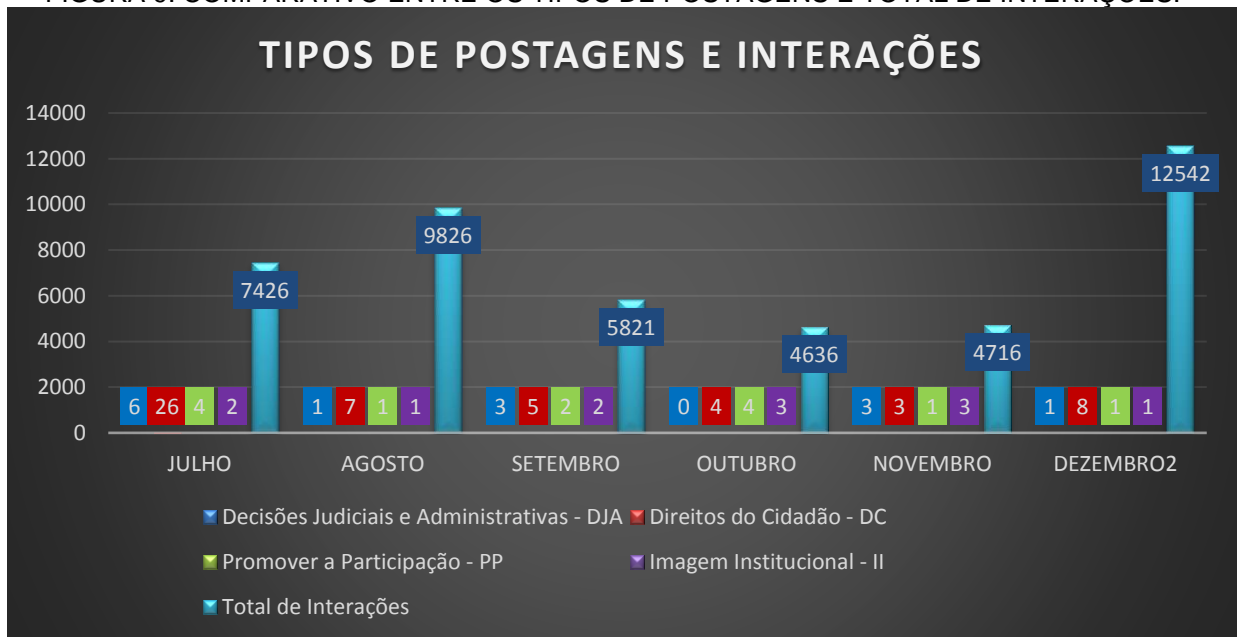
É possível observar que o conteúdo informativo tem um apelo maior entre os cidadãos, e suas principais dúvidas dizem respeito aos direitos e deveres dos trabalhadores deste país. Percebe-se também que as informações relacionadas ao trabalho auxiliam na construção dessa cidadania, na medida em que se observa uma maior disponibilidade de interações quando são publicadas.

Analisando somente as publicações referente aos Direitos do Cidadão, destaca-se que o mês de julho foi que o teve a maior publicidade. O Tribunal realizou campanha referente as questões envolvendo acidentes de trabalho.

No gráfico a seguir é possível observar o volume de postagens e seus respectivos temas. Verifica-se que a postagem do mês de novembro recebeu menos atenção ao tema Direitos do Cidadão e obteve o segundo pior desempenho na interação com os usuários. Destaca-se também que as postagens referentes ao mês de dezembro foram posts com a retrospectiva do que havia sido divulgado ao longo do ano de 2020 e isso pode ter ajudado a alcançar mais interações, visto que eram republicações de posts anteriores divulgados ao longo do ano e, portanto, sabia-se então que era de se esperar que tivessem maior aceitação e engajamento.

A questão das postagens diretamente por meio da rede social Facebook foi analisada com a intenção de verificar se o Tribunal mantém uma relação de divulgação apenas de interesse relacionado à Instituição ou serve também para um maior esclarecimento acerca dos assuntos que envolvam o mundo do Trabalho. Neste caso, medir as interações é fundamental para não se deixar criar uma impressão negativa do órgão ou além disso, também prejudicar a discussão civilizatória que a sociedade faz entre o Capital e o Trabalho. Por isso, é fundamental ter bons administradores públicos e comunicadores sociais que saibam trabalhar as ferramentas comunicacionais e para além disso, conscientes da importância dessa construção cidadã.

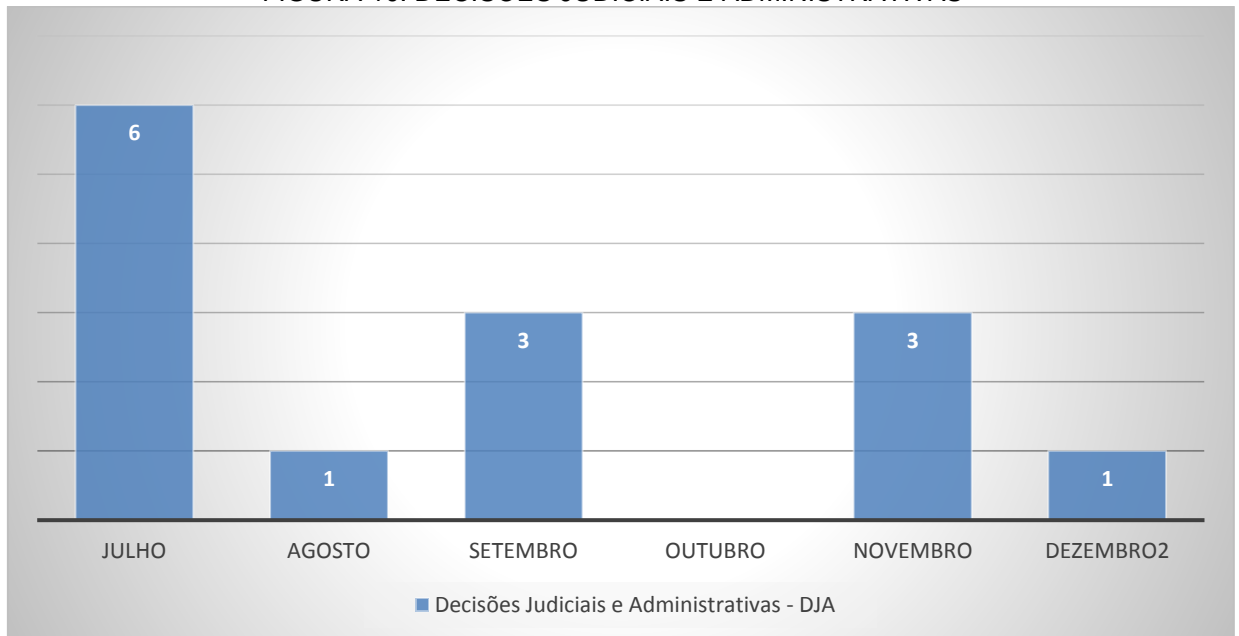
FIGURA 9. COMPARATIVO ENTRE OS TIPOS DE POSTAGENS E TOTAL DE INTERAÇÕES.



Fonte: O autor (2020).

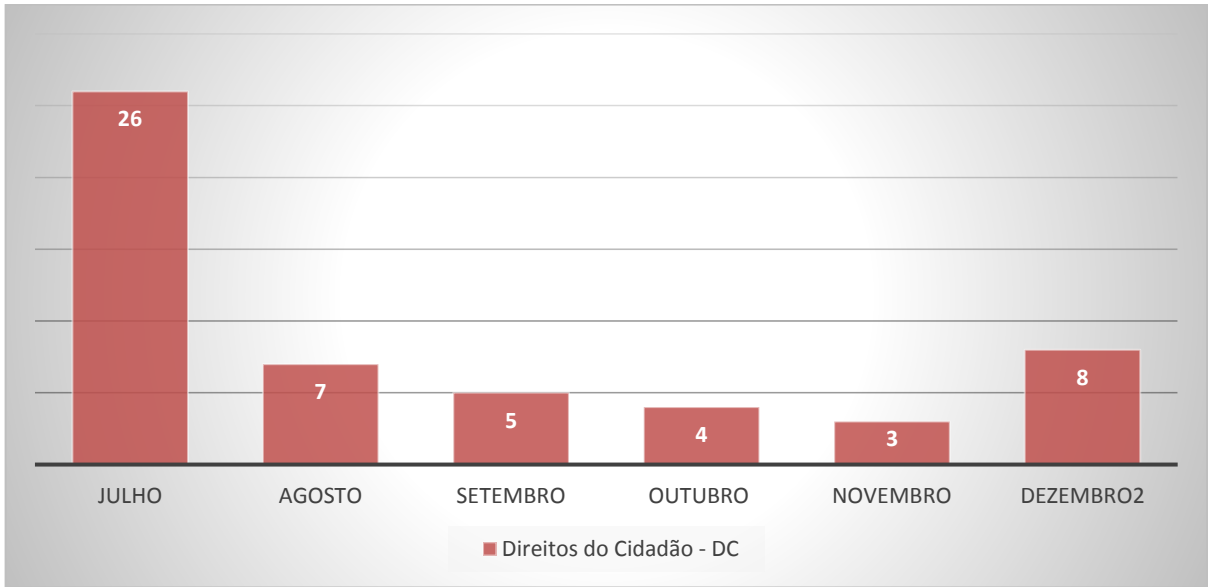
Os gráficos a seguir são os comparativos entres os assuntos abordados.

FIGURA 10. DECISÕES JUDICIAIS E ADMINISTRATIVAS



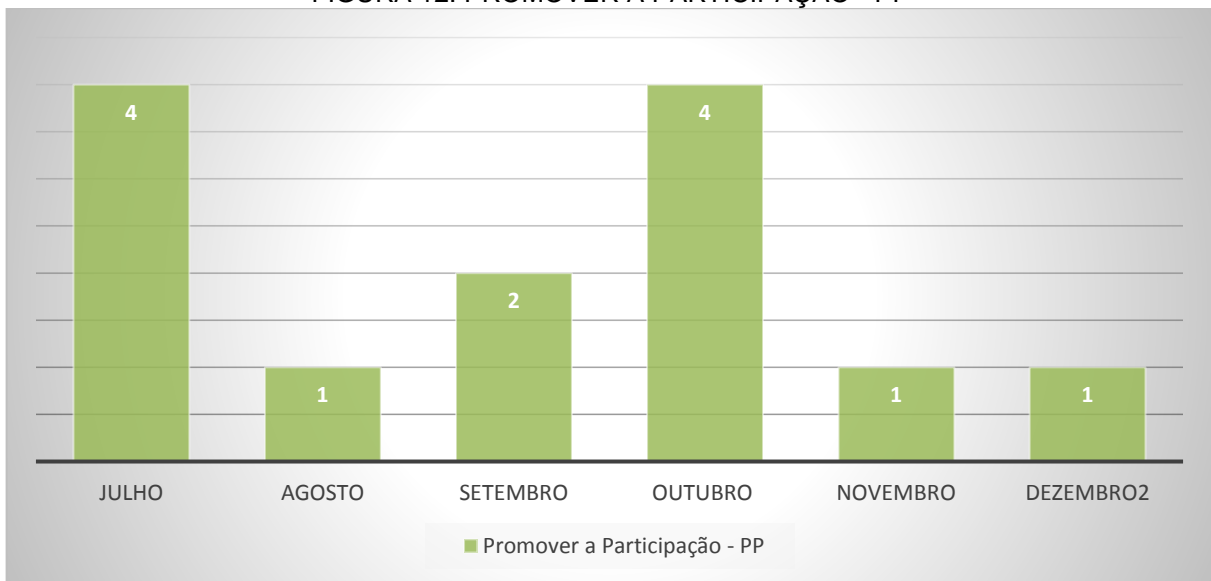
FONTE: O autor (2020).

FIGURA 11. DIREITOS DO CIDADÃO - DC



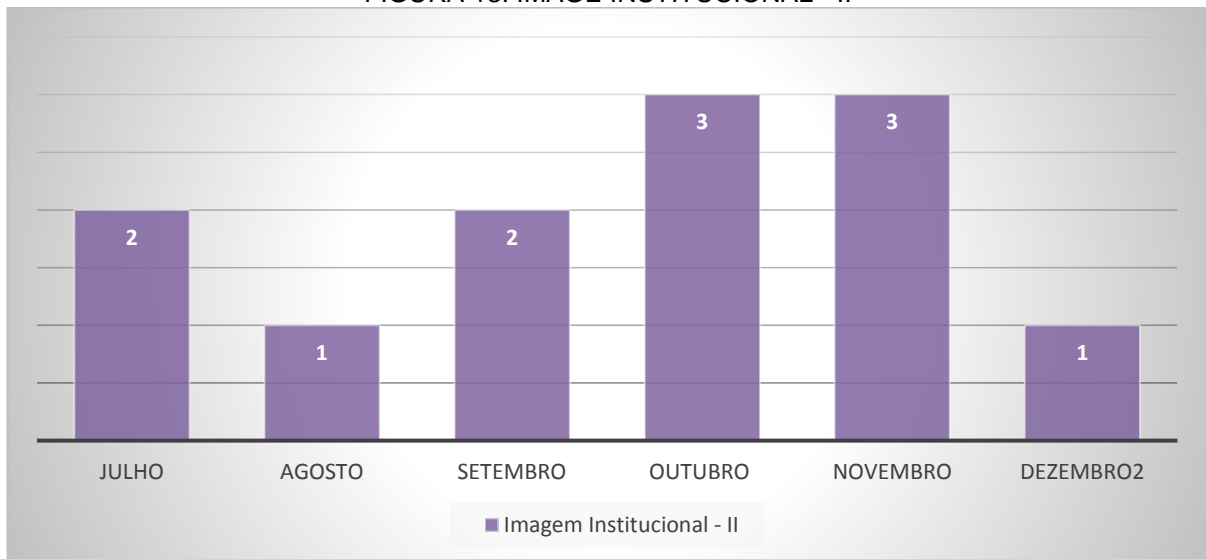
Fonte: O autor (2020).

FIGURA 12. PROMOVER A PARTICIPAÇÃO - PP



Fonte: O autor (2020).

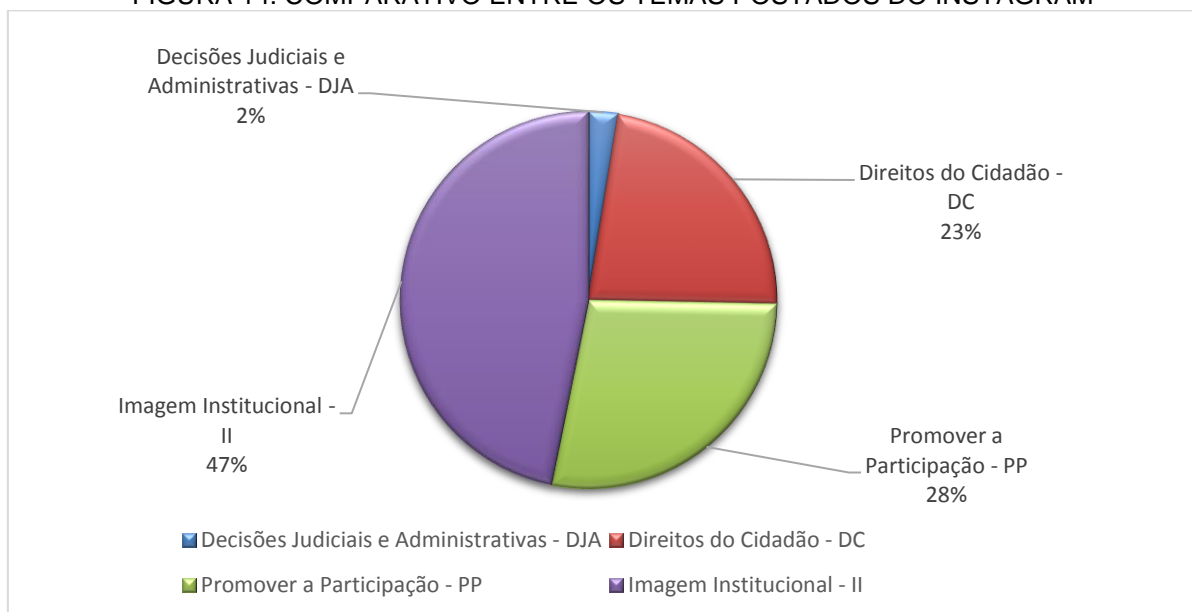
FIGURA 13. IMAGE INSTITUCIONAL - II



Fonte: O autor (2020).

Em relação ao Instagram, a análise quantitativa seguiu o mesmo modelo utilizado para a rede social Facebook. Pode-se se notar que houve uma mudança em relação aos assuntos tratados na rede social Instagram, o tema mais publicado foi referente à Imagem Institucional do órgão, conforme gráfico abaixo.

FIGURA 14. COMPARATIVO ENTRE OS TEMAS POSTADOS DO INSTAGRAM



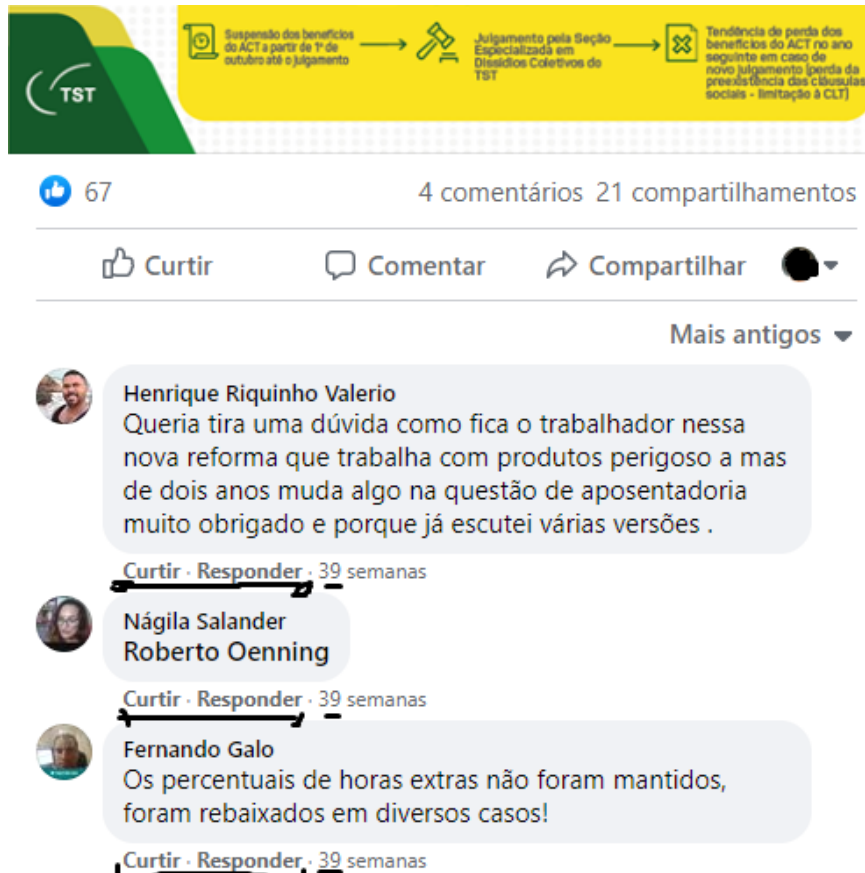
Fonte: O autor (2020).

Para um melhor entendimento sobre a interação dos usuários do Facebook e Instagram, que curtem e seguem o perfil do TST nas redes sociais, seria preciso a análise também dos comentários e possíveis respostas do órgão aos cidadãos. Não é possível afirmar que exista baixa interação nesses comentários realizados pelos usuários, visto que esses dados não foram coletados. Porém, percebe-se empiricamente que o Tribunal não tem sido ágil nas respostas e nem tem um serviço de automação capaz de responder aos questionamentos levantados pelos cidadãos.

Houve o questionamento na entrevista a respeito de como são feitas as interações pelas redes sociais do órgão e, de acordo com a Taciana Giesel, “A interação é prestada com muito mais rapidez pelo fato de haver a parceria com a ouvidoria do órgão”. Essa resposta fornecida aumentaria as interações e estreitaria o canal de diálogo com os cidadãos, porém essa análise ficou prejudicada visto que não houve a compilação desses dados.

Exemplos podem ser vistos nas ilustrações abaixo.

FIGURA 15. CAPTURA DA TELA DE POST DO TST



Fonte: O autor (2020).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa investigação foi iniciada com o objetivo-geral de avaliar se as políticas públicas de comunicação e os processos comunicativos organizacionais do Tribunal Superior do Trabalho contribuem para a efetividade da comunicação pública.

Pensando nisso, um dos grandes desafios encontrados foi fazer um esforço teórico e metodológico para pontuar alguns princípios gerais da Comunicação Pública. Trazer essa discussão para o Brasil foi especialmente importante, visto que não temos uma legislação que trate especificamente desse tema no sentido ampliado, dessa forma buscou-se ancorar na lei de Acesso à Informação, resoluções do CNJ e do CSJT e também em manuais elaborados por órgãos do poder judiciário que trouxessem princípios como clareza e simplicidade; isonomia; objetividade celeridade, princípios esses que serviram de guia para análise desse projeto.

Pretendeu-se, portanto, começar o trabalho com uma proposta inicial, mas sem amarras e que ao longo da pesquisa foi sendo adaptado conforme a realidade se apresentava.

Por isso, no momento das considerações finais desta pesquisa, depois da captura de dados primários sobre a quantidade de posts, curtidas comentários e compartilhamentos das redes sociais do TST, da observação dos comentários e, conseqüentemente, seu atendimento ao usuários dessas redes, além da entrevista concedida ao pesquisador, é hora de retornar à pergunta inicial que motivou essa investigação: Os processos comunicativos organizacionais e as políticas públicas exercidas pelo órgão contribuem para a efetividade indiscriminada, independentemente de fatores sociais como renda e acesso à internet? Em qual medida essa comunicação impacta na construção da cidadania?

É certo que alguns problemas podem ser elencados somente com essas duas perguntas. Conforme foram expostos ao longo do trabalho, os números podem auxiliar na compreensão deste cenário, pois apesar de terem números expressivos nas redes sociais, o TST ainda está longe de alcançar todos os extratos sociais da população brasileira. Como pôde ser observado, muitos sequer conseguem pagar

para ter acesso à internet, seja na cidade ou no campo. Outro ponto importante é a idade desses usuários; a maioria são jovens entre 25 a 34 anos. Pode-se inferir, então, que boa parte das pessoas economicamente ativas estão fora desses ambientes virtuais e não têm acesso às informações prestadas nessas plataformas.

A análise proposta inicialmente conclui-se, mas não encerra todas as dimensões identificadas dentro dos limites do que pôde ser feito no exíguo tempo para a execução deste Trabalho de Conclusão do Curso, que buscou ser realizado de forma coerente com os objetivos propostos, com o referencial teórico aportado e metodologia eleita.

Espero poder ter cumprido com o que foi proposto e ter trazido reflexões que contribuam para o processo evolutivo da Comunicação Pública não só do TST, mas de outros que vierem a ler este trabalho de pesquisa. Espero ter apontado ainda alguns limites e contradições desse processo comunicacional e que os achados aqui revelados possam servir de instrumentos para repensar ou reavaliar o modelo posto.

É preciso destacar que foram dispostos também alguns processos históricos em relação à justiça do trabalho e sobre a relação do cidadão brasileiro com os órgãos estatais, uma vez que muitos cidadãos ainda não conseguem enxergar esse serviço público como um direito e sim como um favor, já que a relação entre Cidadão e Estado ainda é muito recente se compararmos com os quase 400 anos de mão de obra escravizada. Um ponto importante para construção de uma Comunicação Pública e acessível é diminuir, se não abandonar, os jargões técnicos, expressões em latim e frases indiretas com palavras pouco usuais no vocabulário do cidadão comum.

Esse é o início de um longo processo de mudança na cultura organizacional, desde a publicação da Lei de Acesso à Informação (LAI) em 2011 até sua recepção nos órgãos públicos demorou bastante tempo, visto que “O Serviço de Informação ao Cidadão – SIC, no âmbito do Tribunal Superior do Trabalho (TST) e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT), foi regulamentado pelo ato conjunto TST.CSJT.GP. nº 40, de 12 de dezembro de 2018 conforme conteúdo disponibilizado pela ouvidoria do TST e CSJT (2018).

Portanto, seguindo esse raciocínio, ainda será necessário muito tempo para que esse aparente descompasso e desencontro entre a publicação de uma lei

até a sua implementação não encontre resistência também entre os atores estatais para a sua aplicação e comunicação no dia a dia.

A utilização das redes sociais é atualmente uma ferramenta indispensável para a comunicação estatal. Basta pensar que elas se tornaram praticas, viáveis e bem abrangentes para a realização da Comunicação Pública, além de não haver custos, se o agente estatal fizer planos de comunicação que não envolvam patrocínios e impulsionamentos.

Afinal este é outro ponto que deve ser considerado, porque não há investimento como política pública de comunicação através das redes sociais, não seria o caso de observar essa lacuna considerando que a comunicação é um direito e o acesso à informação é dever do Estado?

As redes sociais Facebook e Instagram se apresentam como fonte de informação e interação entre as instituições públicas e os cidadãos. Lembrando que o objeto de análise foram essas duas redes sociais. O Tribunal utiliza essa ferramenta principalmente porque conteúdos postados nas redes sociais chegam rapidamente aos usuários seguidores das páginas podendo ser compartilhados, comentados e curtidos. Tratam-se de canais mais diretos e de fácil manuseio.

A instituição pública deve ter a consciência de que ao ingressar com uma página oficial do órgão nas redes sociais será necessário também a sua constante atualização, além de iniciativas que tragam engajamento e interações entre seus seguidores. Nesse sentido, o planejamento das ações de comunicação é fundamental. A comunicação é estratégica e deve ser praticada de forma planejada. Importante destacar que o manual de redes sociais do poder judiciário criado pelo CNJ³⁹ em 2013 traz até os melhores horários para publicações dentre outras informações úteis para uma melhor utilização dessa ferramenta comunicacional.

A entrevista realizada com as profissionais de comunicação serviu para ilustrar algumas práticas do TST no âmbito administrativo, mais especificamente ao tratar dos processos comunicacionais e dos atores envolvidos neste processo: quais

³⁹ Manual de Redes Sociais do Poder Judiciário. Disponível em: < http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/cnj/cnj_manual_redes_sociais_2013.pdf > acesso em 21 de julho de 2020

suas dificuldades e suas perspectivas ao falarem sobre a secretaria de Comunicação Social do órgão.

Para finalizar dizendo um pouco mais em como esse mundo passou a valorar ainda mais a informação e a comunicação, sabe-se que a internet hoje é indispensável para a sobrevivência das instituições públicas e privadas. Esse fenômeno, se assim pudermos denominá-lo, chegou e de forma rápida passamos a adaptar as formas de pensar e de nos relacionarmos com o mundo atual.

A desinformação e as chamadas notícias falsas são atualmente objeto de pesquisa e discussão no mundo conectado, por isso, deve-se estar ciente que as redes sociais, assim como todos os processos de transformação, podem acarretar em benefícios e / ou malefícios para toda a sociedade.

A expansão e a popularização desse mundo de conexões possíveis, transformaram os cidadãos em agentes da sua própria rede de informações de forma igualitária e democrática. O cidadão passou a saber mais sobre o que lhe interessa e assim passou a exigir mais das instituições públicas. O fluxo de notícias atingiu um nível elevado de volume e, a rapidez do compartilhamento gerou um volume de informações nunca antes registrado na história da humanidade.

Encontrar dados relativos às redes sociais foi uma tarefa complexa, pois cada vez mais os números estão ficando mais difíceis de serem acessados. Dados recentes foram coletados graças a pesquisas específicas e estudos realizados sobre mídias digitais e redes sociais no final do mês de abril, transformando algumas conclusões já feitas até então e que foram modificados no decorrer do trabalho.

Os atores estatais têm uma oportunidade única de melhorar o gerenciamento da imagem dos órgãos públicos e entender melhor seu público cidadão, que se utiliza das ferramentas digitais para dialogar com o Estado. É de se observar que esse ainda é um terreno pouco explorado e os profissionais administradores públicos devem estar atentos a essas transformações de forma mais ágil a tempo de atender as demandas da sociedade.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS TST. tst.jus. **Justiça do Trabalho Tribunal Superior do Trabalho**, 5 novembro 2018. Disponível em: <<http://www.tst.jus.br/web/guest/-/primeiro-ano-da-reforma-trabalhista-efeitos?inheritRedirect=true>>. Acesso em: 1 setembro 2019.

AMANTE, L. Facebook e novas sociabilidades1. In: PORTO, C.; SANTOS, E. O. D. **Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar**. Campina Grande: EDUEPB, 2014. p. 29.

ARAGÃO, F. B. P. . F. F. G. . D. O. M. M.; DE FREITAS, A. A. F. Curtiu, comentou, comprou. A mídia social digital Instagram e o consumo. **Revista Ciências Administrativas**, p. 130-161, 2016.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 1-33.

BRANT, J.; CHITA, T. **Coleção Caravana de Educação em Direitos Humanos Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República**. Brasília: SDH/PR e Faculdade Latino-americana de Ciências Sociais-Flacso Brasil, 2015. Disponível em: <<http://flacso.org.br/files/2017/06/DIREITO-A-COMUNICA%C3%87%C3%83O.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2019.

CASTELLS, M. PODER DA COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE. In: KUNSCH, M. M. K. **Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual**. São Paulo : Universidade de São Paulo, 2014. p. 35-61.

CEZAR, F. G. O processo de elaboração da CLT: histórico da consolidação das leis trabalhistas brasileiras em 1943. **Revista Processus de Estudos de Gestão, Jurídicos e Financeiros**, p. 13-20, 2012.

CGEDM – COORDENADORIA DE GESTÃO DOCUMENTAL E MEMÓRIA. tst.jus. **Justiça do Trabalho Tribunal Superior do Trabalho**. Disponível em: <<http://www.tst.jus.br/historia-da-justica-do-trabalho>>. Acesso em: 25 agosto 2019.

CLEMENT, J. Statista. **Statista**, 3 Fevereiro 2020. Disponível em: <<https://www.statista.com/topics/751/facebook>>. Acesso em: 24 junho 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. PRINCIPAIS PROBLEMAS DO PAÍS E PRIORIDADES PARA 2020. **Retratos da Sociedade Brasileira**, p. 15, 2020.

CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO (BRASIL) (CSJT). juslaboris.tst.jus. **Juslaboris Biblioteca Digital da Justiça do Trabalho**, 21 junho 2011. Disponível em: <<https://juslaboris.tst.jus.br/handle/20.500.12178/13676>>. Acesso em: 2 fevereiro 2020.

CONTEÚDO DE RESPONSABILIDADE DA OUVIDORIA DO TST E CSJT. tst.jus. **Justiça do Trabalho. Tribunal Superior do Trabalho**, 12 dezembro 2018. Disponível em: <<http://www.tst.jus.br/web/sic/apresentacao>>.

CONTEÚDO DE RESPONSABILIDADE DA SECOM/TST. csjt.jus. **Justiça do Trabalho Conselho Superior da Justiça do Trabalho**. Disponível em: <<http://www.csjt.jus.br/web/csjt/missao-visao-valores>>. Acesso em: 12 dezembro 2019.

CORREIA, P. M. A.; MOREIRA, M. F. R. Novas formas de comunicação: História do Facebook- Uma História necessariamente breve. **Revista Alceu**, p. 168, 2014.

COUTINHO, M. J. V. Administração pública voltada para o cidadão: quadro teórico-conceitual. **Revista do Serviço Público - RSP**, Julho - Setembro 2000. 40-73.

DEPECON DEPARTAMENTO DE PESQUISAS E ESTUDOS ECONÔMICOS. FIESP. **FIESP FEDERAÇÃO DAS INDUSTRIAS DO ESTADOS DE SÃO PAULO**, Abril 2017. Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br/indices-pesquisas-e-publicacoes/rumos-da-industria/>>. Acesso em: 2019 junho 12.

JANNUZZI, P. D. M. **Monitoramento e Avaliação de Programas Sociais**: uma introdução aos conceitos e técnicas. Campinas: Alínea, 2016. 73-104 p.

JUSTIÇA, C. N. D. CONSELHO NACIONAL DA JUSTIÇA. **CNJ.JUS**, 2018. Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/pesquisas-judiciarias/justica-em-numeros/>>. Acesso em: 23 NOVEMBRO 2019.

KROHLING KUNSCH, M. M. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. **Matrizes**, julho-dezembro 2014. 35-61.

KUNSCH, M. M. K. **Comunicação pública**: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 13-30 p.

LIMA, A.; JR. CATELLI, R. acaoeducativa.org. **Ação Educativa**, Educativa), Ana Lima (Instituto Paulo Montenegro) Roberto Catelli Jr. (Ação 2018. Disponível em: <https://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf>. Acesso em: 22 agosto 2019.

MARQUES, E.; DE FARIA, C. A. P. **A política pública como campo multidisciplinar**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2013.

MARSHALL, T. H. **CIDADANIA, CLASSE SOCIAL E STATUS**. Tradução de METON PORTO GADELHA. Rio de Janeiro: ZAHAR EDITORES, 1967. 57-114 p. Disponível em: <<https://adm.ufersa.edu.br/wp-content/uploads/sites/18/2014/10/Marshall-Cidadania-Classe-Social-e-Status1.pdf>>. Acesso em: 21 julho 2020.

MARTINO, L. C. Uma Questão Prévia: existem teorias da comunicação? In: MARTINO, L. C. **Teorias da comunicação: Poucas ou Muitas?** São Paulo, SP: Ateliê, 2007. p. 34-35.

MARTINS, HELENA. agenciabrasil.ebc. **Agência Brasil**, 01 outubro 2014. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-10/comunicacao-reconhecimento-como-direito-humano-fundamental-recente>>. Acesso em: 12 maio 2019.

MATOS, H. H. G. M. **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

MENDONÇA, H. EL PAÍS. **brasil.elpais**, 22 julho 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/13/politica/1499958789_546835.html>. Acesso em: 28 maio 2020.

MENDONÇA, H. Elpais Brasil. **brasil.elpais**, 27 maio 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/economia/2020-05-27/brasil-fechou-11-milhao-de-vagas-formais-em-dois-meses-de-pandemia.html>>. Acesso em: 26 junho 2020.

MONTENEGRO, MANUEL CARLOS. comunicacao.mppr.mp. **MPPR Ministério Público do Paraná**, 05 Março 2013. Disponível em: <<http://www.comunicacao.mppr.mp.br/modules/noticias/article.php?storyid=11368>>. Acesso em: 13 junho 2019.

NETO, A. R. M. USTIÇA, ÉTICA E CIDADANIA: APONTAMENTOS PARA A DEMOCRATIZAÇÃO DO JUDICIÁRIO. **Revista Opinião Jurídica**, p. 22-36, 2019.

NUZZI, VITOR. redebrasilatual. **Rede Brasil Atual**, 23 Setembro 2019. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/trabalho/2019/09/reforma-trabalhista-a-historia-de-uma-falsa-promessa-e-as-mudancas-da-destruicao-sem-fim/>>. Acesso em: 26 maio 2020.

ONU BRASIL. nacoesunidas.org. **Nações Unidas Brasil**, 10 dezembro 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/artigo-19-direito-a-liberdade-de-opiniao-e-expressao/>>. Acesso em: 02 junho 2020.

PEREIRA, J. M. **Curso de Administração Pública: Foco nas instituições e ações governamentais**. São Paulo: Atlas, 2014.

PEREIRA, J. M. Desafios e perspectivas da Administração Pública contemporânea. In: PEREIRA, J. M. **Curso de Administração Pública: foco nas instituições e ações governamentais**. São Paulo: Atlas, 2014. p. 271-276.

PERET, A. S. E. E. [agenciadenoticias.ibge.gov.br](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24283-desemprego-sobe-para-12-7-com-13-4-milhoes-de-pessoas-em-busca-de-trabalho). **Agência IBGE Notícias**, 30 abril 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24283-desemprego-sobe-para-12-7-com-13-4-milhoes-de-pessoas-em-busca-de-trabalho>>.

RICHTER, FELIX. [statista.com](https://www.statista.com/chart/2183/facebook-mobile-users/). **Statista**, 30 abril 2020. Disponível em: <<https://www.statista.com/chart/2183/facebook-mobile-users/>>. Acesso em: 12 maio 2020.

SILVA, P. I. R. Dinâmicas comunicacionais na representação da vida cotidiana—Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver. **Intercom**, 2012.

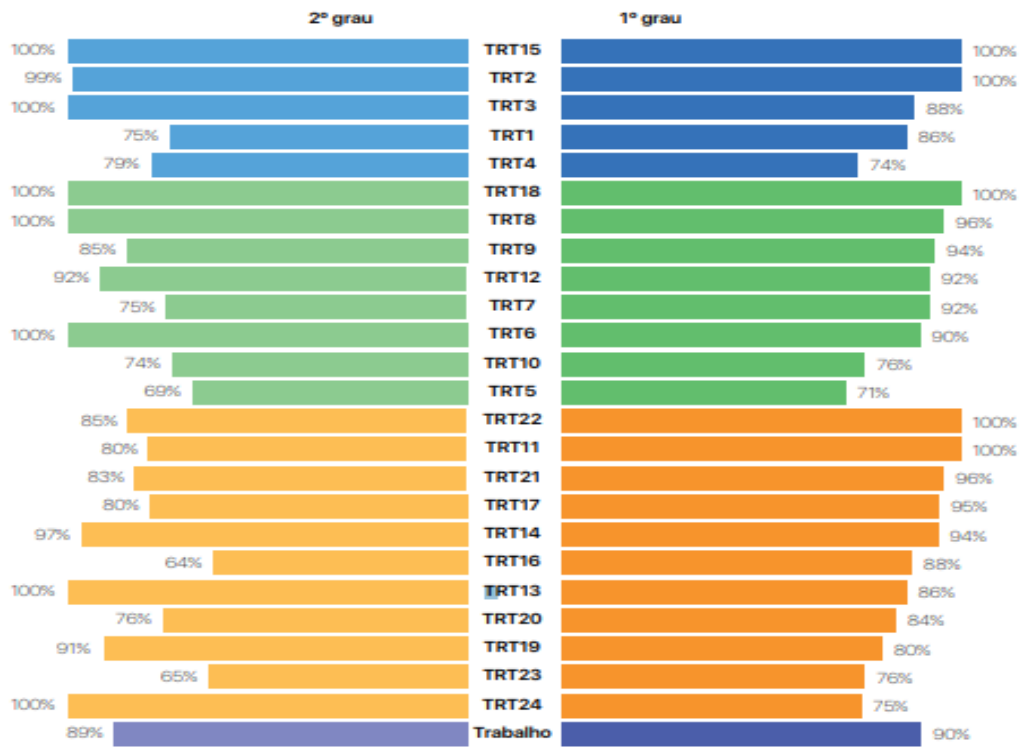
SILVEIRA, DANIEL. [g1.globo.com](https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/04/29/em-2018-quase-46-milhoes-de-brasileiros-ainda-nao-tinham-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml). **G1**, 29 abril 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/04/29/em-2018-quase-46-milhoes-de-brasileiros-ainda-nao-tinham-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml>>.

Acesso em: 13 abril 2020.

SOUZA, A. Z. P. R. D.; KUNSCH, M. M. K. K. Iniciativas internacionais: um estudo comparativo sobre a construção da comunicação organizacional no Brasil e na França¹. **Revista FAMACOS mídia, cultura e tecnologia**, p. 4/20, 2019.

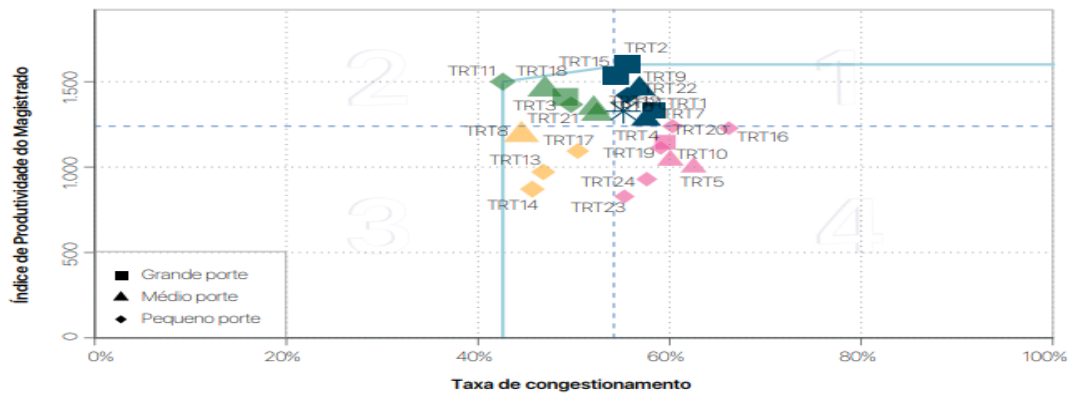
VIEIRA, P. S.; DE BRITO, I. T.; TOLARDO, I. F. S. Direito digital: da regularização de um novo ambiente ao limite da liberdade de expressão. **Revista Jurídica da UniFil**, p. 174-183, 2019.

ANEXO A - Resultado do ipc-jus da área judiciária por instância e tribunal, em 2017.



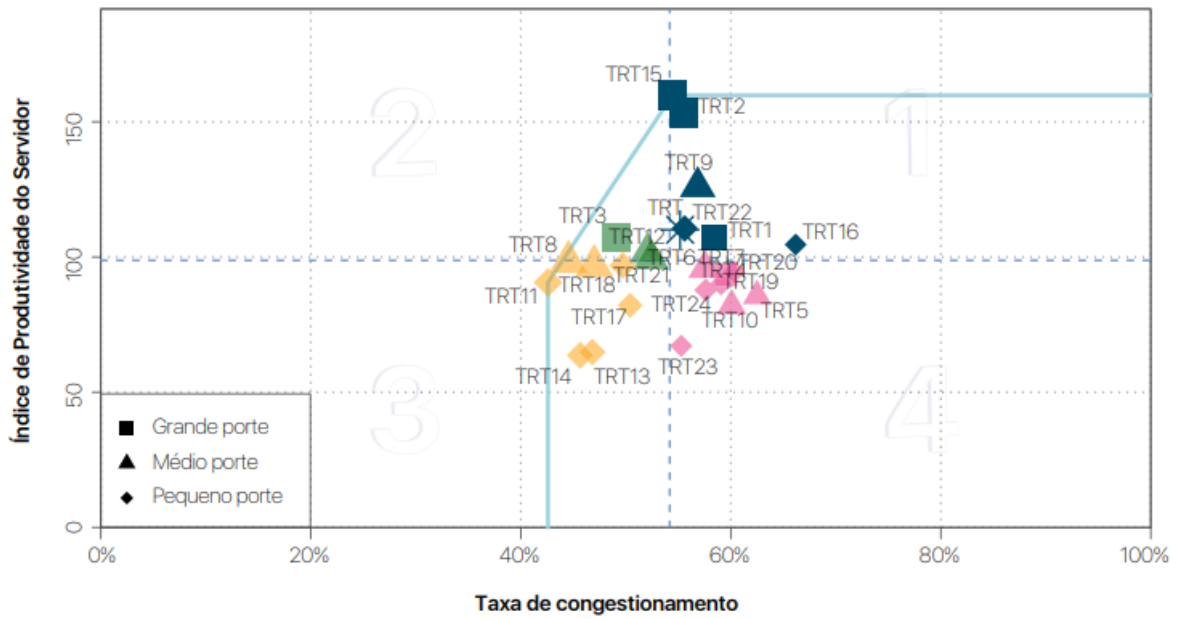
Fonte: CNJ - Justiça em Números 2018

ANEXO B - Taxa de congestionamento x Índice de produtividade dos Magistrados, em 2017



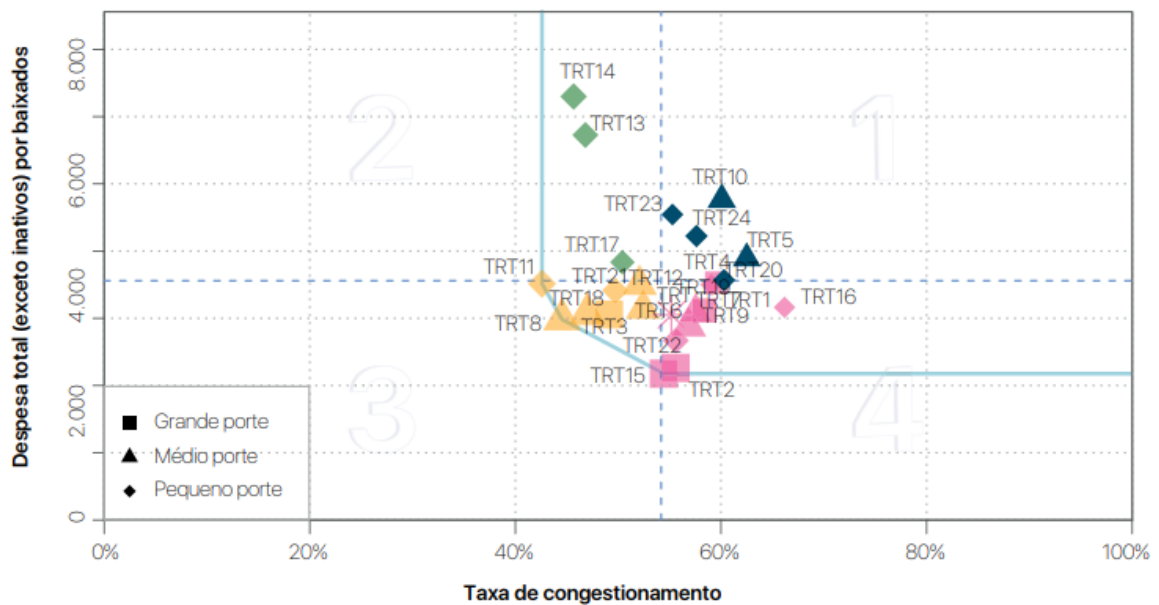
Fonte: CNJ - Justiça em Números 2018

ANEXO C - Taxa de congestionamento x Índice de produtividade dos servidores, em 2017



Fonte: CNJ - Justiça em Números 2018

ANEXO D - Taxa de congestionamento x Despesa total (exceto inativos) por processos baixados, em 2017

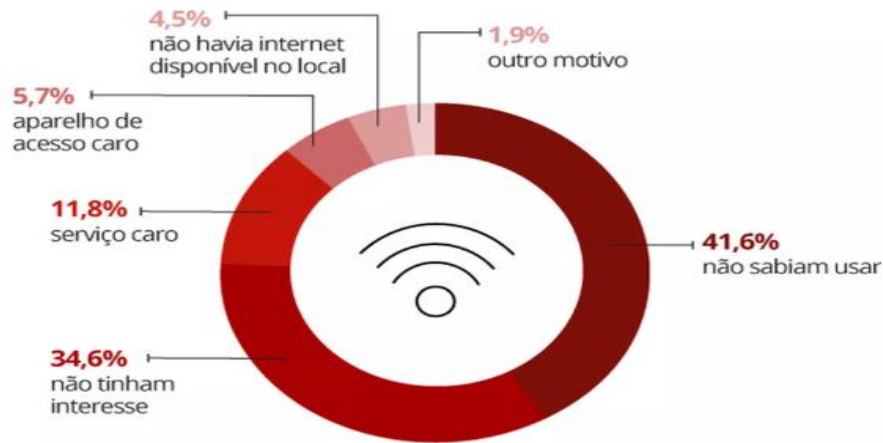


Fonte: CNJ - Justiça em Números 2018

ANEXO E – Motivo para não usar a Internet

Motivo para não usar a internet

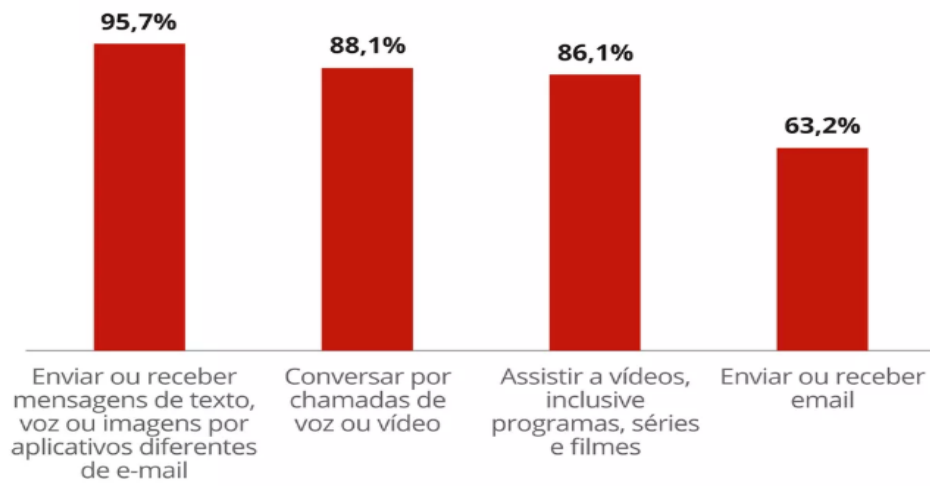
Maioria alegou não saber usar ou não ter interesse



Fonte: Portal de Notícias G1

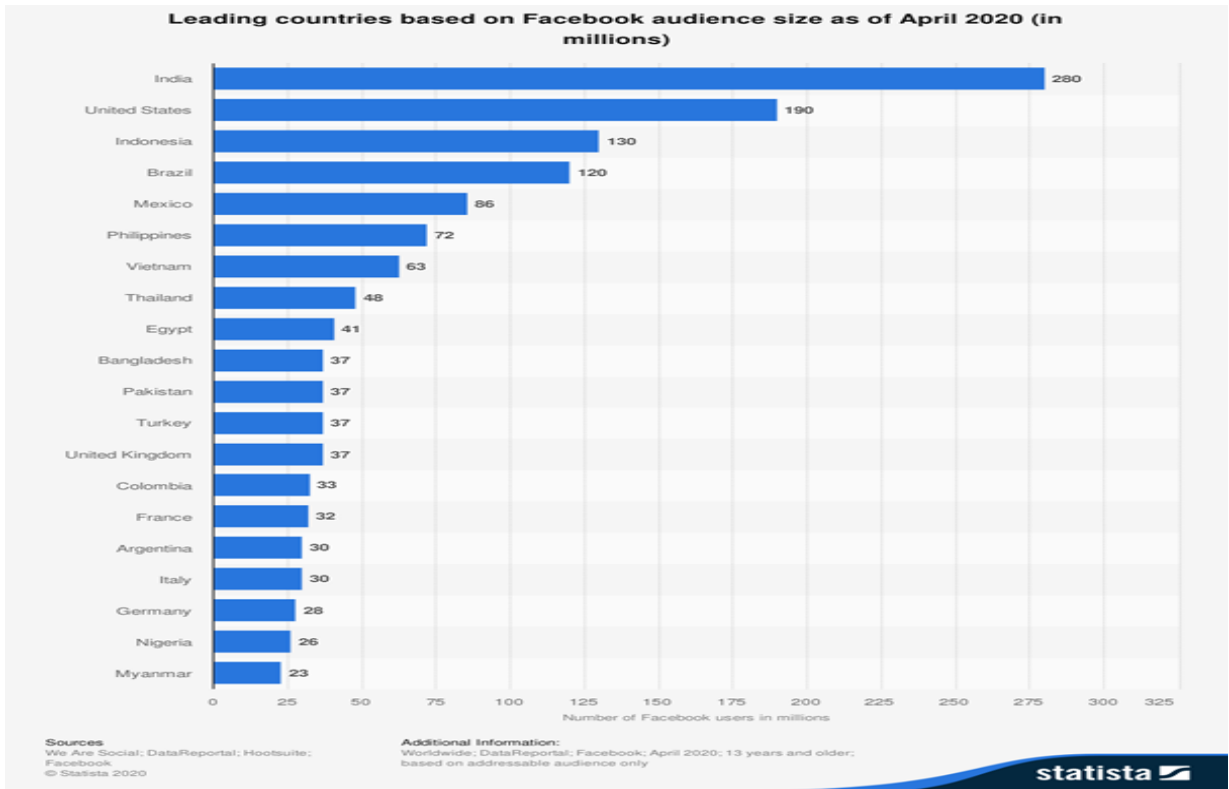
ANEXO F - Finalidade de acesso à internet

Finalidade de acesso à internet (em %)



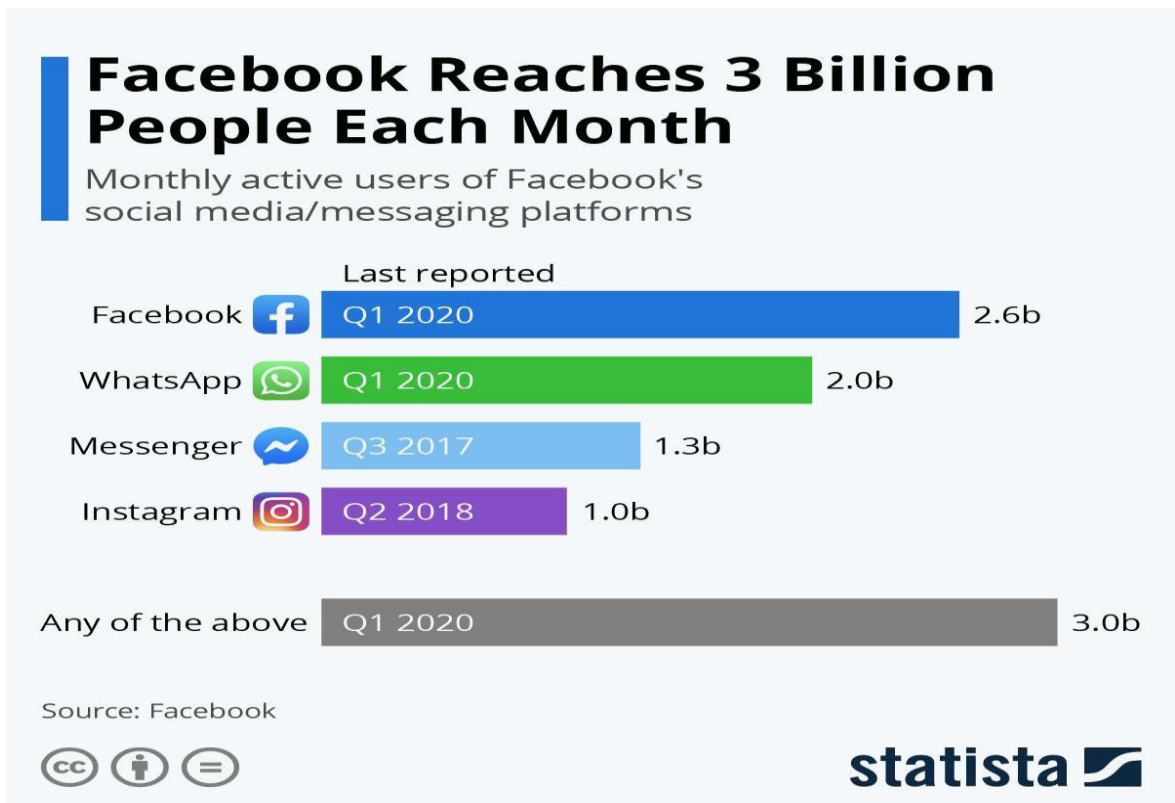
Fonte: Portal de Notícias G1

ANEXO G – Ranking do Países com mais usuários do Facebook



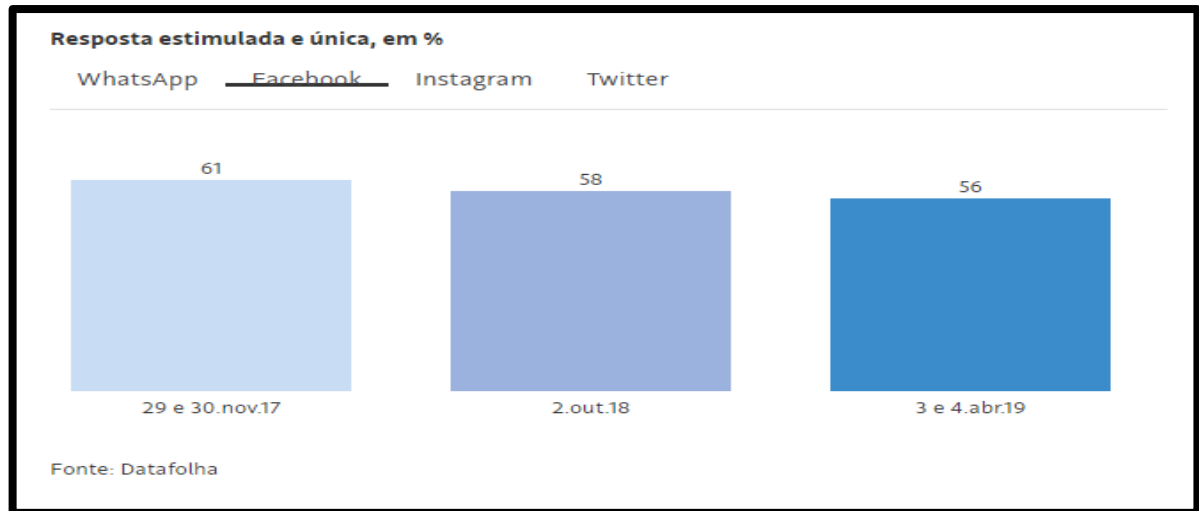
Fonte: Statista

ANEXO H – Contas ativas no Facebook e Instagram no mundo em 2020



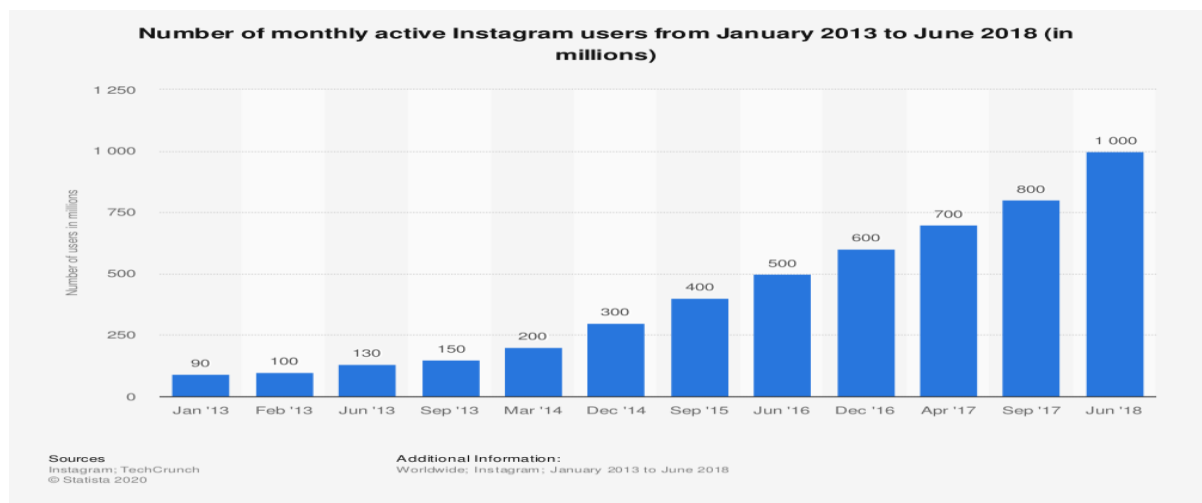
Fonte: Statista

ANEXO I – Porcentagem de brasileiros com conta no facebook em 2019



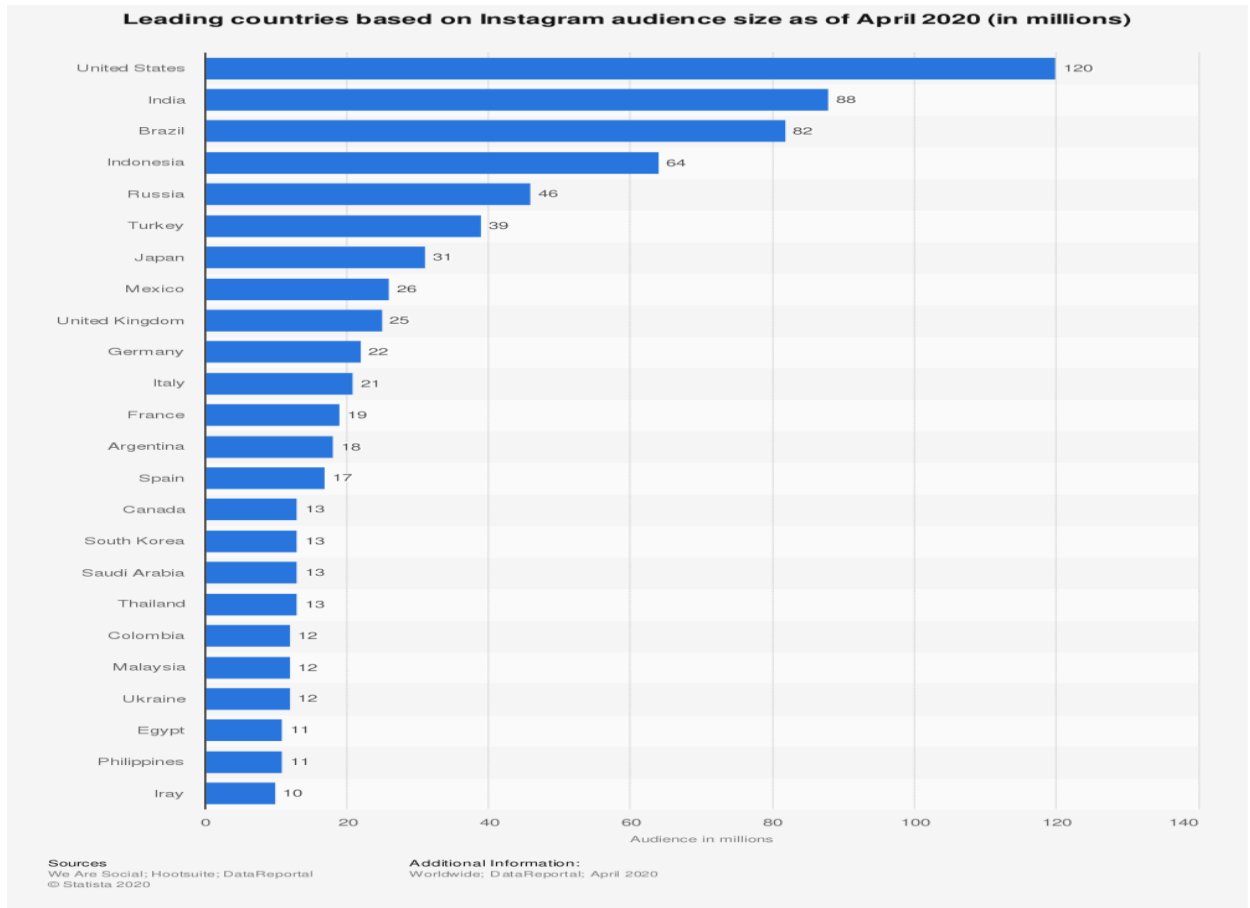
Fonte: Datafolha

ANEXO J – Número de usuários ativos no Instagram no mundo



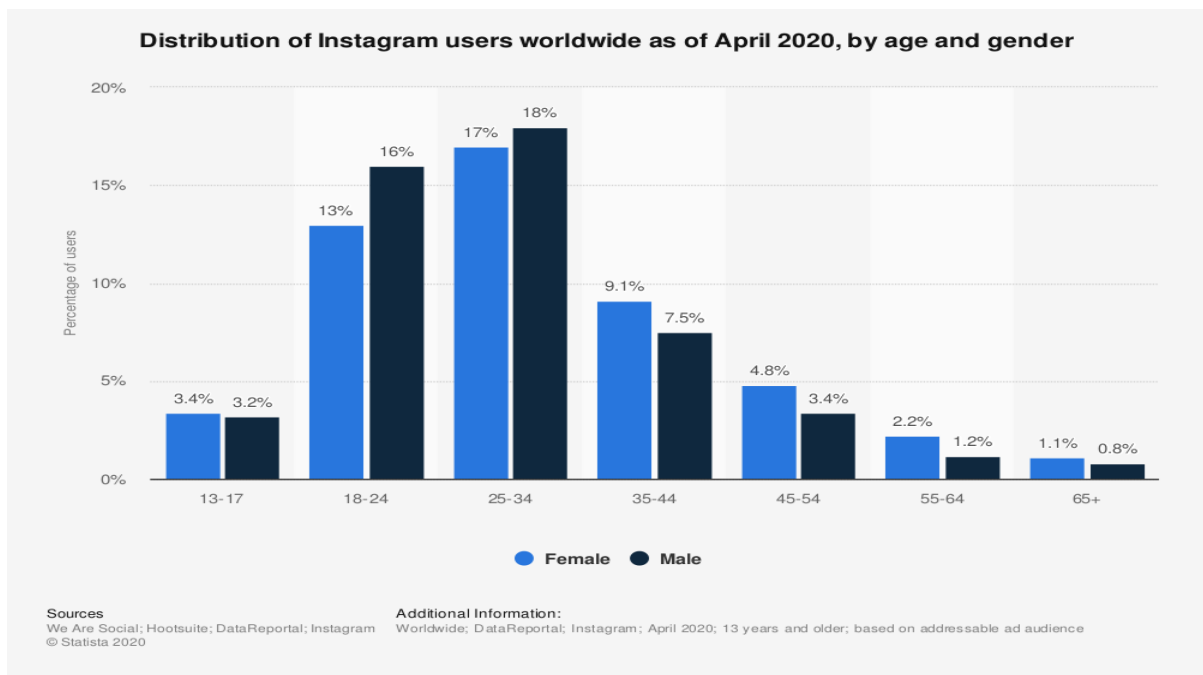
Fonte: Statista

ANEXO L - Número de usuários do Instagram no Brasil



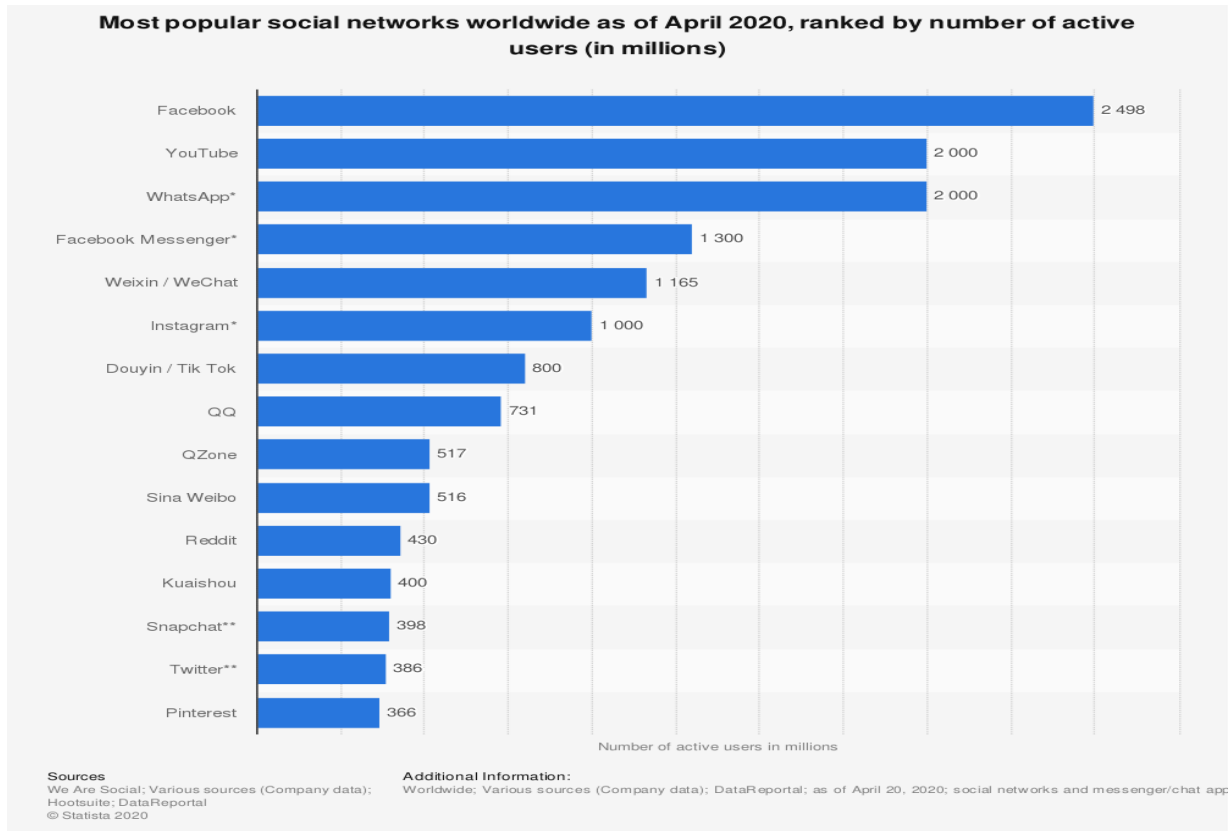
Fonte: Statista

ANEXO M – Média de idade dos usuários do Instagram



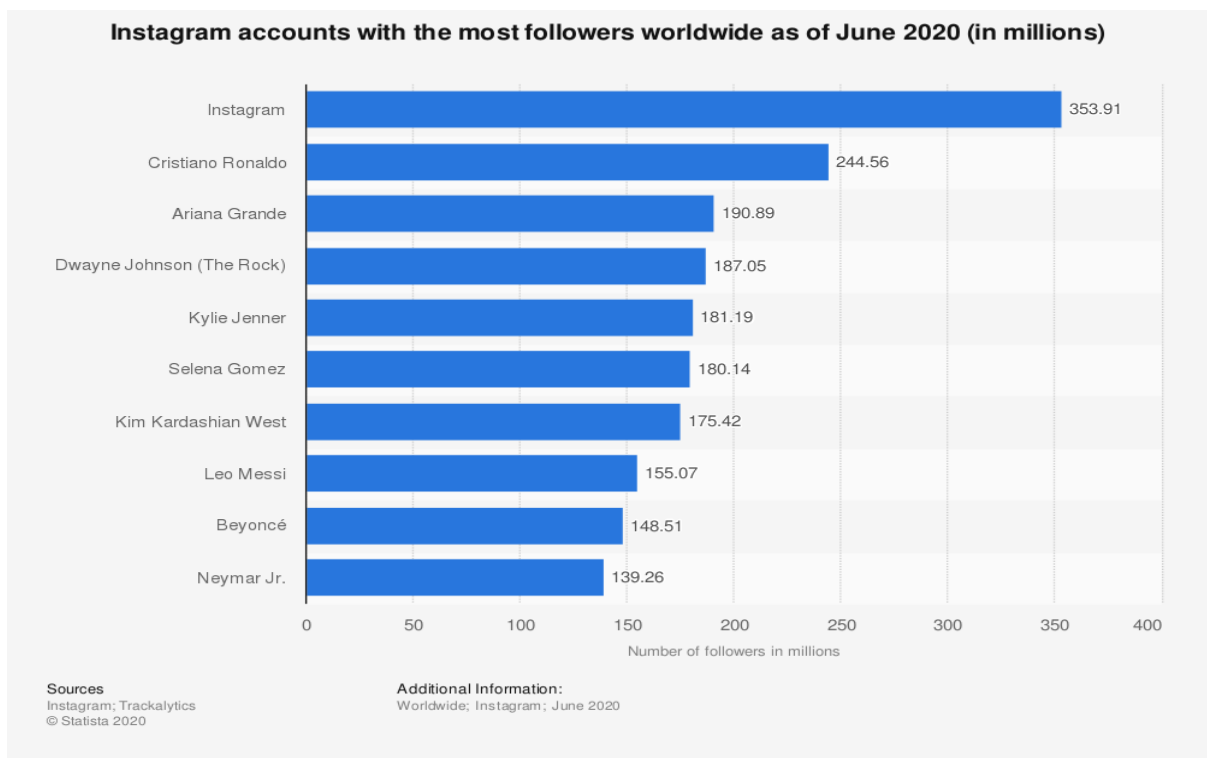
Fonte: Statista

ANEXO M – Ranking das redes sociais com mais contas ativas



Fonte Statista

ANEXO O – Ranking das contas mais seguidas no Instagram



Fonte: Statista