

ADENDO 1

**PROPOSTA COMERCIAL TRINITY MARKETING E
CULTURA DIGITAL LTDA**



Proposta de consultoria técnica em Comunicação para o Tribunal de Justiça do Espírito Santo (TJES)

Trinity Marketing e Cultura Digital
15 de outubro de 2025

1.

Objeto da proposta

Esta proposta tem como objeto a prestação de serviços de consultoria técnica especializada em comunicação, com foco primordial no **diagnóstico aprofundado da imagem da Assessoria de Imprensa do TJES** junto a seus públicos interno e externo, e no **estudo e otimização dos processos de trabalho internos** da Assessoria. Adicionalmente, visa-se estabelecer as bases para a **padronização da identidade visual e da linha editorial** dos materiais produzidos, bem como a **elaboração de uma política de comunicação** formal que guie as ações futuras do setor. Busca-se, por meio desta consultoria, oferecer um panorama claro e soluções concretas para os desafios de comunicação identificados, alinhando as práticas do TJES às melhores referências do setor público.

2.

Justificativa

O cenário atual da comunicação, marcado pela velocidade da informação e pela proliferação de canais digitais, impõe às instituições a necessidade de uma gestão estratégica e eficiente de sua imagem e de seus processos. Conforme amplamente discutido, a Assessoria de Imprensa do TJES enfrenta desafios significativos que impactam sua visibilidade, a percepção de seus públicos e a eficácia de suas operações.

A **baixa visibilidade** da Assessoria em algumas regiões do Estado e o **desconhecimento** por parte de muitos servidores sobre como acionar o setor para demandas de imprensa ou criação de materiais são indicativos de uma lacuna na comunicação interna e externa. Essa situação impede o pleno reconhecimento do valor e do potencial da Assessoria para a instituição.

A **ausência de um controle efetivo** sobre a produção e o fluxo de demandas, que chegam por canais diversos sem registro consolidado, resulta na impossibilidade de mensurar o impacto do trabalho, gerar relatórios para órgãos de controle (como o Tribunal de Contas ou CNJ) e, consequentemente, justificar investimentos e aprimoramentos. A **sobreposição de tarefas** entre servidores, devido à falta de um sistema unificado, demonstra uma ineficiência operacional que consome recursos e desmotiva a equipe.

Além disso, a **inexistência de um padrão unificado de identidade visual e linha editorial** nos materiais produzidos gera desalinhamento e a perda de uma "voz" institucional coesa, com cada membro da equipe imprimindo sua própria linguagem. Isso fragiliza a imagem do Tribunal e dificulta o reconhecimento de sua comunicação.

A presente consultoria surge como uma resposta estratégica a esses desafios, oferecendo um diagnóstico preciso e recomendações aplicáveis que permitirão à Assessoria de Imprensa:

- Compreender e aprimorar a percepção de seus públicos, internos e externos.
- Otimizar seus processos de trabalho, ganhando eficiência e capacidade de mensuração.
- Estabelecer diretrizes claras para sua comunicação visual e editorial, garantindo coesão e profissionalismo.
- Fundamentar sua atuação em uma política de comunicação formal, essencial para o planejamento futuro e o reconhecimento político.

Este projeto é um passo fundamental para transformar a comunicação do TJES, elevando seu padrão de excelência e fortalecendo seu relacionamento com a sociedade e com seus próprios membros.

3.

Metodologia de trabalho

Nossa metodologia de trabalho baseia-se em um modelo de ondas de execução, garantindo uma abordagem estruturada, colaborativa e focada em resultados tangíveis. Adaptamos a robustez de nossos projetos anteriores à realidade orçamentária e de escopo do TJES, priorizando as entregas mais críticas para esta etapa inicial. A consultoria será conduzida em duas ondas principais: a Onda de Diagnóstico Integrado da Comunicação e a Onda de Estruturação e Planejamento da Comunicação.

Em todas as fases, empregaremos:

- **Pesquisa qualitativa e quantitativa:** Combinação de dados secundários, entrevistas em profundidade, questionários e análise de dados primários para obtenção de percepções e informações.
- **Análise documental:** Revisão de documentos internos, fluxos existentes e materiais de comunicação produzidos.
- **Benchmarking:** Estudo de casos e boas práticas em outras instituições similares.
- **Workshops colaborativos:** Sessões de trabalho com a equipe do TJES para validação de informações, levantamento de insights e construção conjunta de soluções.
- **Relatórios detalhados:** Apresentação clara e objetiva dos achados, análises e recomendações.

4.

Detalhamento dos serviços por onda



Onda 1

Diagnóstico integrado da Comunicação

Esta onda concentra-se na coleta e análise aprofundada de dados sobre a percepção da Assessoria de Imprensa, a performance dos canais digitais do Tribunal e a eficiência dos processos internos.

Investimento estimado para a Onda 1:
R\$ 145.000,00

Subatividade 1.1: Diagnóstico da imagem da Assessoria de Imprensa (interna e externa)

Descrição: Esta etapa fundamental visa compreender como a Assessoria de Imprensa é percebida por seus principais públicos. Será realizada uma investigação detalhada para mapear a familiaridade, a utilidade e a eficácia da Assessoria, tanto entre os clientes internos (servidores, magistrados, desembargadores) quanto externos. Para os públicos internos, serão aplicadas metodologias de pesquisa qualitativa e quantitativa, incluindo **entrevistas em profundidade** com lideranças e **pesquisas de opinião** com amostras representativas de servidores e magistrados, abordando a frequência de acionamento do setor, a satisfação com os serviços prestados e o conhecimento sobre as atribuições da Assessoria. Externamente, dado o orçamento limitado para uma pesquisa de opinião abrangente, a análise focará na **percepção online e menções** públicas ao Tribunal e à sua comunicação, através de ferramentas de monitoramento de mídias sociais e da web, buscando identificar o sentimento predominante, as principais reclamações (notadamente de advogados e defensores públicos) e os tópicos de maior engajamento. Este diagnóstico fornecerá uma base sólida para entender as lacunas de comunicação e as oportunidades de melhoria.

Conexão com desafios: Responde diretamente à necessidade de identificar por que a assessoria é "pouco conhecida em algumas regiões do Estado" e por que "muitos servidores não sabem que podem acionar o setor".

Entregas:

Relatório de diagnóstico de imagem da Assessoria de Imprensa:

Documento abrangente contendo a metodologia utilizada, resultados das pesquisas (qualitativas e quantitativas internas), análise da percepção online (externa), identificação dos pontos fortes e fracos da imagem da Assessoria e recomendações iniciais para melhoria da comunicação com os públicos.

Apresentação executiva do diagnóstico: Sumário dos principais achados para a alta direção do TJES.

Subatividade 1.2: Análise de canais digitais e redes sociais do Tribunal

Descrição: Será conduzida uma auditoria completa dos canais de comunicação digital do Tribunal, incluindo o site, Instagram, TikTok e qualquer outro fórum ou rede social identificada. O trabalho envolverá:

Mapeamento e levantamento: Identificação de todos os canais digitais ativos mantidos pelo TJES e seus fóruns.

Auditoria de conteúdo: Análise do tipo, frequência, engajamento e alinhamento do conteúdo publicado em cada plataforma com a imagem e os objetivos do Tribunal.

Análise de desempenho: Avaliação de métricas-chave (seguidores, alcance, engajamento, interações) para cada canal.

Identificação de padrões e desalinhamentos: Observação da consistência da comunicação visual e da linha editorial entre os diferentes canais e em relação aos objetivos institucionais.

Análise de monitoramento: Como alternativa ao diagnóstico externo abrangente, a análise do que o público fala sobre o Tribunal na internet, em plataformas abertas e redes sociais, será intensificada aqui, fornecendo dados e opiniões validadas sobre a percepção pública geral do TJES.

Conexão com desafios: Aborda a necessidade de mapear a "presença digital do Tribunal", identificar "o que está sendo publicado" e os "problemas de padrão e alinhamento".

Entregas:

Relatório de análise de canais digitais e redes sociais: Documento com o mapeamento dos canais, a auditoria de conteúdo, análise de performance, identificação de desalinhamentos e sugestões preliminares para otimização da estratégia digital.

Relatório de análise de reputação online do Tribunal: Detalhamento da percepção pública identificada nas mídias sociais e internet, com foco nos principais stakeholders (advogados, defensores públicos, MP, procuradores e cidadãos), indicando pontos de atenção e oportunidades.

Subatividade 1.3: Estudo e mapeamento de processos internos da Assessoria de Imprensa

Descrição: Esta etapa visa desvendar e documentar os fluxos de trabalho atuais da Assessoria de Imprensa para identificar gargalos, redundâncias e oportunidades de otimização. Será realizado:

Levantamento de fluxos: Entendimento de como as demandas chegam (WhatsApp, e-mail, SEI), como são distribuídas, processadas e entregues.

Análise de ferramentas: Avaliação das ferramentas atualmente utilizadas para gestão de demandas e produção.

Identificação de problemas: Análise da "sobreposição de tarefas", da "falta de controle efetivo" sobre a produção e da "impossibilidade de mensurar o impacto do trabalho".

Proposição de soluções: Desenvolvimento de propostas para um sistema de controle de produção e registro de demandas que evite a sobreposição e permita a geração de relatórios de desempenho e de impacto.

Conexão com desafios: Direciona a solução para a "falta de controle efetivo sobre o que é produzido" e a "significativa sobreposição de tarefas".

Entregas:

Relatório de mapeamento de processos e fluxos de trabalho:

Documento descrevendo os processos atuais, os principais problemas identificados e as propostas de otimização para controle de produção, registro de demandas e gestão de tarefas.

Sugestão de ferramentas e metodologias: Indicação de possíveis sistemas ou abordagens para implementar as soluções propostas.

Subatividade 1.4: Benchmarking e boas práticas em Tribunais de Justiça

Descrição: Embora o TJES possua um grupo de assessores de tribunais de todo o Brasil, a expertise de um consultor será aplicada para pesquisar e organizar referências de sucesso. Será realizado um levantamento aprofundado das melhores práticas em comunicação institucional adotadas por outros Tribunais de Justiça no Brasil. A pesquisa focará em modelos de organização de assessorias de imprensa, estratégias de comunicação interna e externa, gestão de mídias sociais, padronização de identidade visual e editorial e metodologias para controle e mensuração de produção. Este estudo fornecerá inspiração e exemplos práticos para as recomendações e soluções propostas.

Conexão com desafios: Atende à necessidade de "pesquisar boas práticas e benchmarks em outros Tribunais de Justiça".

Entregas:

Relatório de benchmarking: Documento compilando exemplos e análises de casos relevantes, destacando as práticas mais aplicáveis e inovadoras para o contexto do TJES.



Onda 2

Estruturação e planejamento da Comunicação

Esta onda transforma os insights do diagnóstico em ferramentas concretas para a padronização e o futuro estratégico da comunicação do TJES.

**Investimento estimado para a Onda 2:
R\$ 145.000,00**

Subatividade 2.1: Desenvolvimento de padrão de identidade visual e linha editorial

Descrição: Com base nos achados do diagnóstico e no benchmarking, será desenvolvida uma proposta robusta para a padronização da comunicação. Isso inclui a criação de um Manual de Identidade Visual detalhado, que contemple o uso da logomarca, tipografia, paleta de cores, diretrizes para fotografia e iconografia e exemplos de aplicação em diversos materiais (digitais e impressos). Paralelamente, será elaborado um Manual de Linha Editorial, definindo a "voz" do Tribunal, o tom da comunicação, o vocabulário preferencial, a abordagem para diferentes públicos e temas e diretrizes para a produção de conteúdo (textos, vídeos, posts em redes sociais). O objetivo é garantir que, independentemente de quem produza o material, a comunicação do TJES mantenha uma unidade e coerência, superando a fragmentação atual.

Conexão com desafios: Aborda diretamente a "falta de um padrão unificado de identidade visual ou linha editorial", que resulta em "múltiplas 'linguagens' e desalinhamento".

Entregas:

Manual de identidade visual: Guia completo para a aplicação visual da marca do TJES em todos os materiais de comunicação.

Manual de linha editorial: Diretrizes detalhadas para a produção de conteúdo textual e visual, assegurando a coerência da mensagem.

Subatividade 2.2: Elaboração da política de Comunicação

Descrição: Reconhecendo a importância estratégica de um documento formal que guie todas as ações de comunicação, esta subatividade focará na elaboração de uma Política de Comunicação para o TJES. Este documento estratégico definirá os princípios, objetivos, diretrizes e responsabilidades da comunicação institucional do Tribunal. Ele servirá como um "norte" para a Assessoria de Imprensa e para a instituição como um todo, abordando temas como comunicação interna, comunicação externa, gestão de crise, relacionamento com a imprensa, uso de mídias sociais e a importância da transparência e acessibilidade. A política será desenvolvida de forma colaborativa, validada com a chefia da Assessoria e a administração superior do TJES, garantindo sua aplicabilidade e alinhamento aos valores institucionais.

Conexão com desafios: Aborda a "entrega de uma política de comunicação como parte do diagnóstico", vista como "fundamental para sanar problemas de padrão e alinhamento".

Entregas:

Proposta de política de Comunicação do TJES: Documento estratégico com os pilares, diretrizes e regras para a comunicação institucional.

Subatividade 2.3: Elaboração do Plano de Comunicação

Descrição: O Plano de Comunicação é um documento estratégico detalhado que serve como um roteiro prático para todas as ações de comunicação de uma instituição. Baseado nos insights obtidos no diagnóstico (Onda 1) e nas diretrizes e ferramentas estabelecidas na Onda 2 (manual de identidade visual, manual de linha editorial e política de comunicação), ele define claramente os objetivos de comunicação, os públicos-alvo específicos, as mensagens-chave a serem transmitidas, os canais mais eficazes para alcançá-los, as táticas específicas a serem implementadas e os indicadores de sucesso para monitoramento e avaliação. O Plano transforma a estratégia em ação coordenada, garantindo que cada esforço de comunicação contribua para os objetivos globais do TJES de forma eficiente e mensurável.

Conexão com desafios: Aborda a "entrega de uma política de comunicação como parte do diagnóstico", vista como "fundamental para sanar problemas de padrão e alinhamento".

Entregas:

- **Sumário executivo:** Uma visão geral concisa dos principais elementos do plano.
- **Análise de cenário:** Consolidação dos achados do diagnóstico da comunicação do TJES, incluindo uma análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças).
- **Objetivos de comunicação:** Metas claras, mensuráveis, atingíveis, relevantes e com prazo definido (SMART) para a comunicação do Tribunal.
- **Públicos-alvo:** Detalhamento dos segmentos de públicos internos e externos (servidores, magistrados, advogados, cidadãos, imprensa etc.), com suas características, necessidades informacionais e percepções.

- **Mensagens-chave:** Definição das principais ideias, discursos e narrativas a serem comunicadas para cada público e em diferentes contextos, alinhadas à linha editorial.
- **Estratégias e táticas:** Descrição das abordagens gerais e das ações específicas (campanhas, eventos, produções de conteúdo, relacionamento com a imprensa etc.) para atingir os objetivos estabelecidos.
- **Canais de comunicação:** Indicação dos canais mais adequados (mídias sociais, site, intranet, assessoria de imprensa, eventos, comunicação interna e externa) e diretrizes sobre como utilizá-los de forma eficaz.
- **Cronograma de ações:** Calendário de execução das táticas propostas, com prazos e responsáveis.
- **Orçamento detalhado:** Alocação de recursos sugerida para a implementação das ações propostas (importante: este item detalha o orçamento para a execução do plano, não o custo da consultoria para elaborá-lo).
- **Monitoramento e avaliação (KPIs):** Métricas e indicadores-chave de performance para acompanhar o progresso, medir o impacto das ações de comunicação e permitir ajustes contínuos.

5.

Equipe envolvida

A equipe proposta para a execução desta consultoria é composta por profissionais com vasta experiência em comunicação institucional no setor público, consultoria e gestão de projetos, garantindo a expertise necessária para as entregas propostas. A equipe será composta por:

Coordenador de projeto: Responsável pela gestão estratégica do projeto, alinhamento com o TJES, acompanhamento das entregas e garantia da qualidade. Este papel será desempenhado por **Rimaldo de Sá**, profissional com experiência em liderança e visão macro. Publicitário graduado pela Ufes; pós-graduado em Transformação Digital e Negócios do Futuro pela PUC; além de possuir cursos em instituições como MIT, Insper e Jupter. É fundador e CEO da Beta Rede, holding de comunicação formada por seis empresas que tem em seu portfólio atendimento a clientes como Sicoob, Vale, Sebrae, EDP, Claro, Itaú, Globo, CBF e Ministérios do Turismo e do Esporte, personalidades nacionais, além de campanhas eleitorais, gestões de crises e trabalhos realizados para grandes corporações e instituições de países das Américas do Sul e Central. Foi diretor por duas gestões do Espírito Santo em Ação, entidade de mobilização empresarial com ativa participação na transformação do Estado, e local leader do Founder Institute em Vitória.

Pesquisador/Analista: Fundamental para a coleta, processamento e análise dos dados nas etapas de diagnóstico (imagem, canais digitais, processos internos e benchmarking). Este papel será desempenhado por **Michel Vasconcelos**,

especialista em marketing e professor universitário, com mais de 20 anos de experiência em pesquisa mercadológica, análise de mercado, comportamento do consumidor e planejamento. Atuou como gestor de Inteligência Competitiva da Rede Gazeta (TV, RD, JN e DG), afiliada Globo no ES, e na área de pesquisa já atuou em projetos para empresas de diferentes portes e setores como Shopping Vitória (varejo), Vale (mineração e logística), EDP (elétrico), Sebrae (serviços), dentre outras.

Profissional de Marketing/Comunicação Digital: Especialista em estratégias de comunicação, análise de mídias sociais e construção de linha editorial, além de poder auxiliar na proposição de alternativas para o diagnóstico externo. Este papel será desempenhado por profissionais com expertise em Jornalismo e marketing digital e análise de dados, como **Erlon Boechat** e **Joanna Ferrari**.

Erlon Boechat - formado em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, é pioneiro no marketing digital no ES onde atua profissionalmente pela Beta Rede há mais de 15 anos. Seu foco em análise de dados e gestão de crises na Internet o levou a atuar com a Beta Rede em trabalhos para instituições, marcas e clientes nacionais e capixabas como o Ministério do Turismo e Esportes (Copa do Mundo de 2014), o Shopping Vitória, o Grupo Águia Branca, o Sebrae-ES, o Grupo Buaiz, o ator Cauã Reymond, a Vale, o ES Em Ação, o Ministério Público do ES, entre outros. Possui conhecimento e experiência nas áreas de Comunicação, Marketing e Tecnologia e domínio de processos em planejamento digital, análise de dados e gestão de crises na Internet.

Joanna Ferrari - Jornalista e escritora com mais de 20 anos de experiência em redação, edição, assessoria de imprensa, redes sociais e online. Head de conteúdo da Beta Rede, onde tem atuação em projetos para clientes como Vale, EDP, Sebrae e Ministério Público do Espírito Santo. Consultora em Comunicação do programa Espírito Santo Mais Inteligente, iniciativa do governo do Estado em parceria com o Banco Mundial. Editora do whitepaperdocs.com.br, com foco em inovação, colaboração, diversidade e empreendedorismo. Atuou como editora do Jornal A Tribuna e Coluna Maurício Prates. Tem seis livros publicados.

Designer: Encarregado da concepção e desenvolvimento das diretrizes de identidade visual. Este papel será desempenhado por André Duque, publicitário com mais de trinta anos de experiência, responsável pela criação de campanhas publicitárias na iniciativa privada e pública. Atendeu clientes como Sebrae, Sicoob, Morar Construtora, Rede Gazeta, Vitoriawagen e Leonardo Da Vinci. Atuou em campanhas política para governo estadual, prefeitura e deputado estadual, federal e vereador.

A combinação desses talentos multidisciplinares assegura uma abordagem completa, da análise crítica à proposição criativa e estratégica.

6.

Cronograma estimado

Considerando a profundidade do trabalho e o orçamento disponível, estima-se um prazo de **6 (seis) meses** para a conclusão das entregas desta proposta, a partir da assinatura do contrato. O cronograma será organizado em fases, com marcos claros para acompanhamento e validação.

Mês 1: Início da Onda 1 – Diagnóstico da Imagem da Assessoria (interna e externa), Análise de canais digitais e estudo de processos internos.

- Coleta de dados (pesquisas, entrevistas, monitoramento).
- Levantamento de benchmarking.

Mês 2: Continuação da Onda 1 e início da análise.

- Processamento e análise dos dados coletados.
- Elaboração dos relatórios de diagnóstico (imagem, canais digitais, processos e benchmarking).
- Primeiros workshops de validação de informações com a equipe do TJES.

Mês 3: Início da Onda 2 – estruturação e planejamento.

- Desenvolvimento do Manual de Identidade Visual.
- Desenvolvimento do Manual de Linha Editorial.
- Elaboração da proposta da Política de Comunicação.
- Reuniões de feedback e refinamento dos manuais e da política.

Mês 4: Finalização das entregas.

- Revisão final e entrega dos manuais e da Política de Comunicação.
- Apresentação executiva dos resultados e recomendações finais.
- Workshop de compartilhamento e treinamento (se aplicável, para uso dos manuais).

Mês 5: Finalização das entregas da Onda 2 e início da elaboração do Plano de Comunicação.

- Revisão final e entrega dos manuais e da Política de Comunicação.
- Início da estruturação e escrita do Plano de Comunicação, com base nos documentos finalizados.

Mês 6: Conclusão e apresentação final.

- Finalização do Plano de Comunicação.
- Apresentação executiva dos resultados, recomendações finais e do Plano de Comunicação.
- Workshop de compartilhamento e treinamento (se aplicável, para uso dos manuais e do plano).

Este cronograma é flexível e será ajustado em conjunto com o TJES, garantindo a adaptação a quaisquer necessidades específicas que surjam durante o projeto.

7.

Investimento

O investimento total para a execução desta proposta de consultoria técnica em comunicação é de **R\$ 290.000,00 (Duzentos e noventa mil reais)**.

Este valor reflete a alocação estratégica de horas de trabalho de nossa equipe multidisciplinar, conforme detalhado nas ondas e subatividades apresentadas. A precificação é baseada em uma estrutura de custos que considera a expertise dos profissionais envolvidos e a profundidade das entregas, inspirando-se nos valores unitários por hora de nossos projetos anteriores, porém redimensionado para o escopo atual.

A alocação de recursos entre as ondas e subatividades será gerenciada de forma otimizada para garantir que todas as entregas essenciais sejam realizadas dentro do orçamento. A divisão aproximada do investimento é:

Onda 1:

Diagnóstico Integrado da Comunicação:

R\$ 145.000,00

Onda 2:

Estruturação e Planejamento da Comunicação:

R\$ 145.000,00

8.

Condições gerais

Confidencialidade: Todas as informações e dados fornecidos pelo TJES serão tratados com a máxima confidencialidade e utilizados exclusivamente para os propósitos desta consultoria.

Comunicação: Manteremos um canal de comunicação constante com a chefia da Assessoria de Imprensa do TJES e demais partes interessadas, garantindo transparência e alinhamento em todas as etapas do projeto.

Documentação: Todos os entregáveis serão apresentados em formato digital, passíveis de revisão e validação pelo TJES.

Trinity Marketing e Cultura Digital

Rimaldo de Sá
(27) 98116-0958

contato@trinitycultura.com.br

Validade proposta: 15 dias

