

# CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL

## RELATÓRIO DE ATIVIDADES

### A ABORDAGEM DO DESIGN THINKING NO PROJETO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL 2024 DO TJMRS

A oficina da campanha publicitária institucional adotou o método de abordagem do Design Thinking (brainstorming) no processo de cocriação do projeto publicitário, com a utilização das percepções e ideias captadas junto ao público interno (endomarketing).

#### **SESSÃO DE IMERSÃO:**

Data: 14/12/2023 - Local: Plenário do TJMRS

**Facilitador da Oficina:** Cesar Krebs, Coordenador do Laboratório de Inovação com formação em Oficina de Design Thing;

**Público participante / servidores e magistrados da Justiça Militar do RS**

Desembargador Militar Sergio Brum, Presidente da Comissão de Inovação da JME;  
Cesar da Cunha Krebs - Coordenador do Laboratório

#### **Servidores da JME-RS**

Alcione Rogério de Freitas Haselein, Andreia Consoladora Vargas, Carla Regina de Souza Risch, Diego Rodrigues Velho, Diones Gabana de Souza, Flavio Jose Helmann da Silva, Herbert Schonhofen, Jacqueline Prates da Cunha Pires, Jose Carlos Albino, Julio Cesar, Marcelo Roberto Model Nepomuceno, Margarete Simon, Rafael Monteiro, Silvia Teresinha Cerveira Rollsing e estagiária Petra.

#### **Atividade:**

Na sessão de imersão, utilizamos as técnicas do brainstorming com post its físicos e de starbursting para a coleta e registro das informações, as quais foram adicionados às respostas do questionário enviado por email a todos os magistrados e servidores (em anexo na descrição do projeto).

O objetivo foi oportunizar a magistrados, servidores e colaboradores externarem a sua percepção sobre a imagem externa da instituição (insights), bem como sobre pontos positivos que são desconhecidos da opinião pública e pouco explorados na nossa comunicação, contribuindo para a elaboração de um diagnóstico de imagem. Os participantes responderam aos seguintes questionamentos:

## CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL

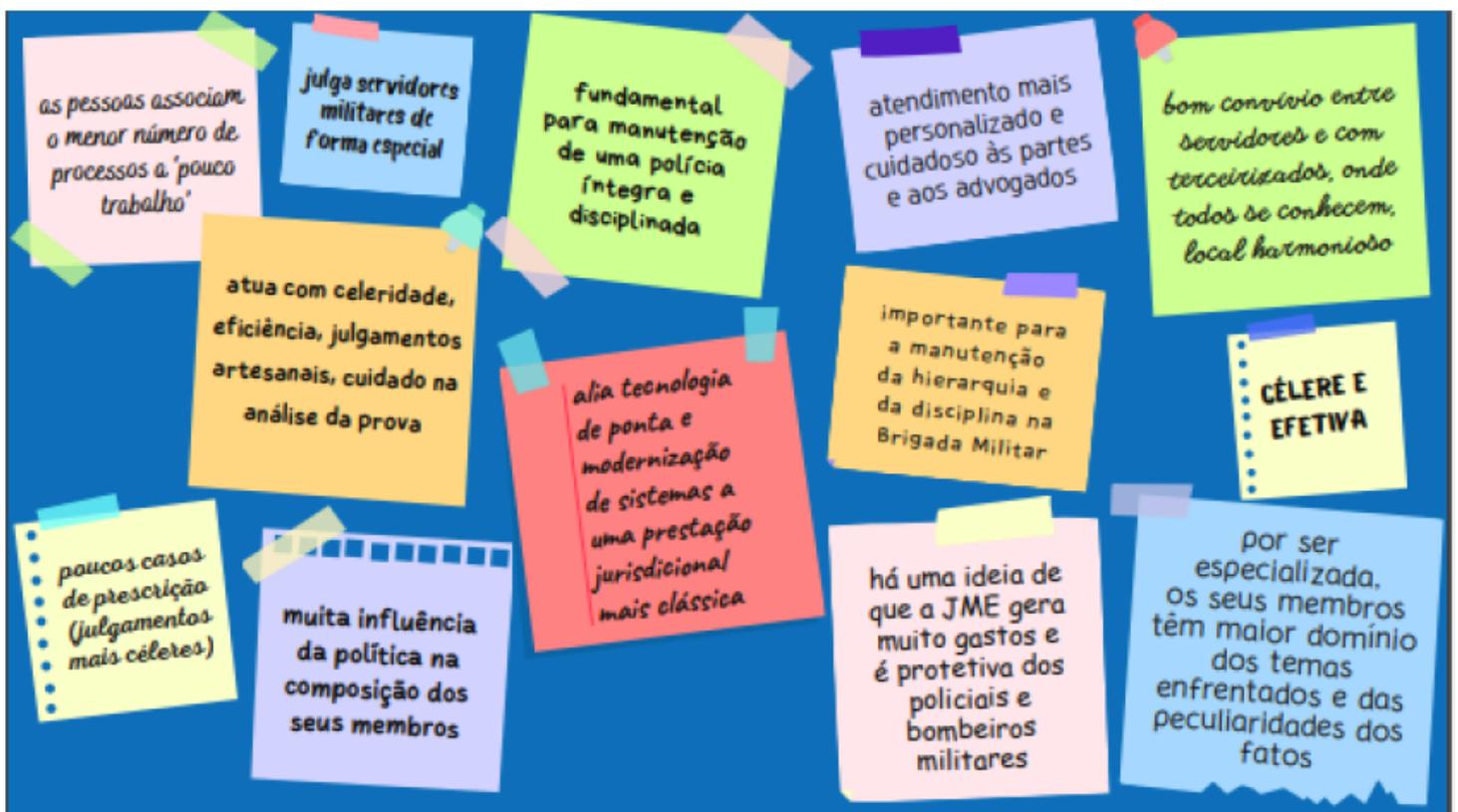
### QUESTIONÁRIO:

1. Para você, qual a importância do trabalho da Justiça Militar Estadual - JME?
2. Qual a imagem que as pessoas, em geral, têm sobre a JME?
3. A imagem que as pessoas externam a você sobre a JME corresponde a imagem que você tem?
4. Cite coisas positivas que a JME tem e que as pessoas, em geral, desconhecem.
5. Você acha que o pouco número de demandas judiciais em comparação com outros segmentos do Poder Judiciário interfere na percepção das pessoas sobre o trabalho da JME?
6. Cite pontos positivos da JME em relação a outros segmentos do Poder Judiciário.
7. Você acha que podemos comunicar melhor os nossos pontos positivos e, a partir disso, melhorar a imagem da JME junto à opinião pública?

Após a leitura dos cartões mediante cruzamento e agrupamento e de um amplo debate aberto, elaboramos um diagnóstico de imagem institucional, com foco na distorção da percepção geral que as pessoas têm sobre o trabalho e o valor social da Justiça Militar (o problema), baseado na experiência pessoal de cada um.

A síntese das respostas e o resultado do diagnóstico encontram-se na descrição do projeto.

### Respostas



# CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL



## Sessão de Brainstorming (Tempestade de Ideias)

### Origem:

Técnica criada em 1940 pelo publicitário norte-americano Alex Osborn, publicada no livro chamado "Creative Power" em 1948.

### O que é:

Uma técnica de construção colaborativa muito utilizada durante o processo de criação em agências de publicidade e marketing, que tem por objetivo gerar um grande número de ideias, o que exige flexibilidade, liberdade e ausência de censuras.



### Princípios:



- foco na **quantidade**;
- evitar a crítica (ausência de censura);
- apreciar **ideias ousadas** ou fora do comum;
- buscar a combinação de ideias.



### Método:

levantamento por escrito (post-it); debate; seleção.

### Objetivo:

Identificar as distorções existentes entre a imagem institucional da Justiça Militar perante os seus observadores externos e a nossa percepção da sua real identidade, conforme a experiência pessoal de cada um.



# CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL

## O ENCONTRO IMERSIVO:

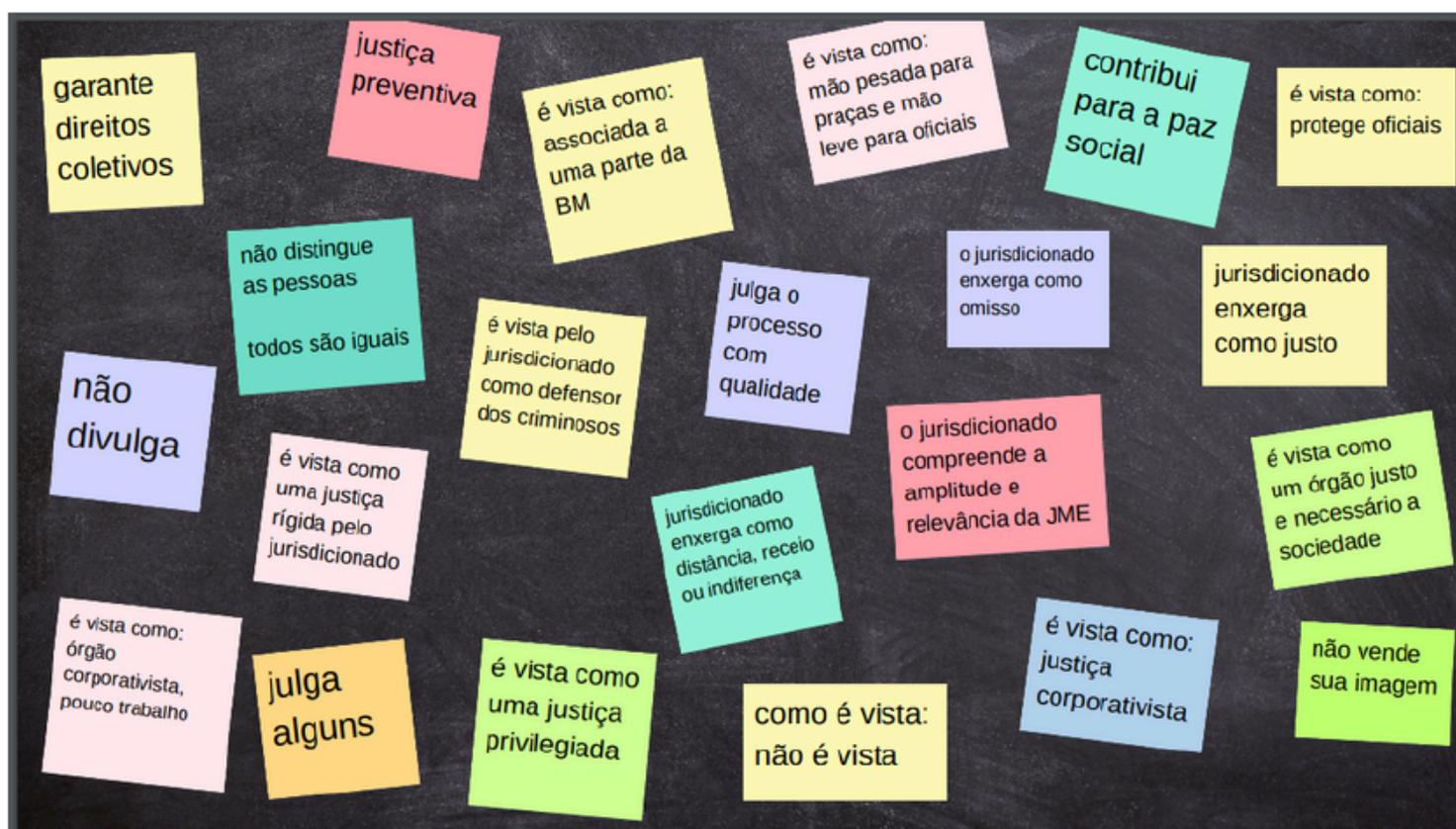
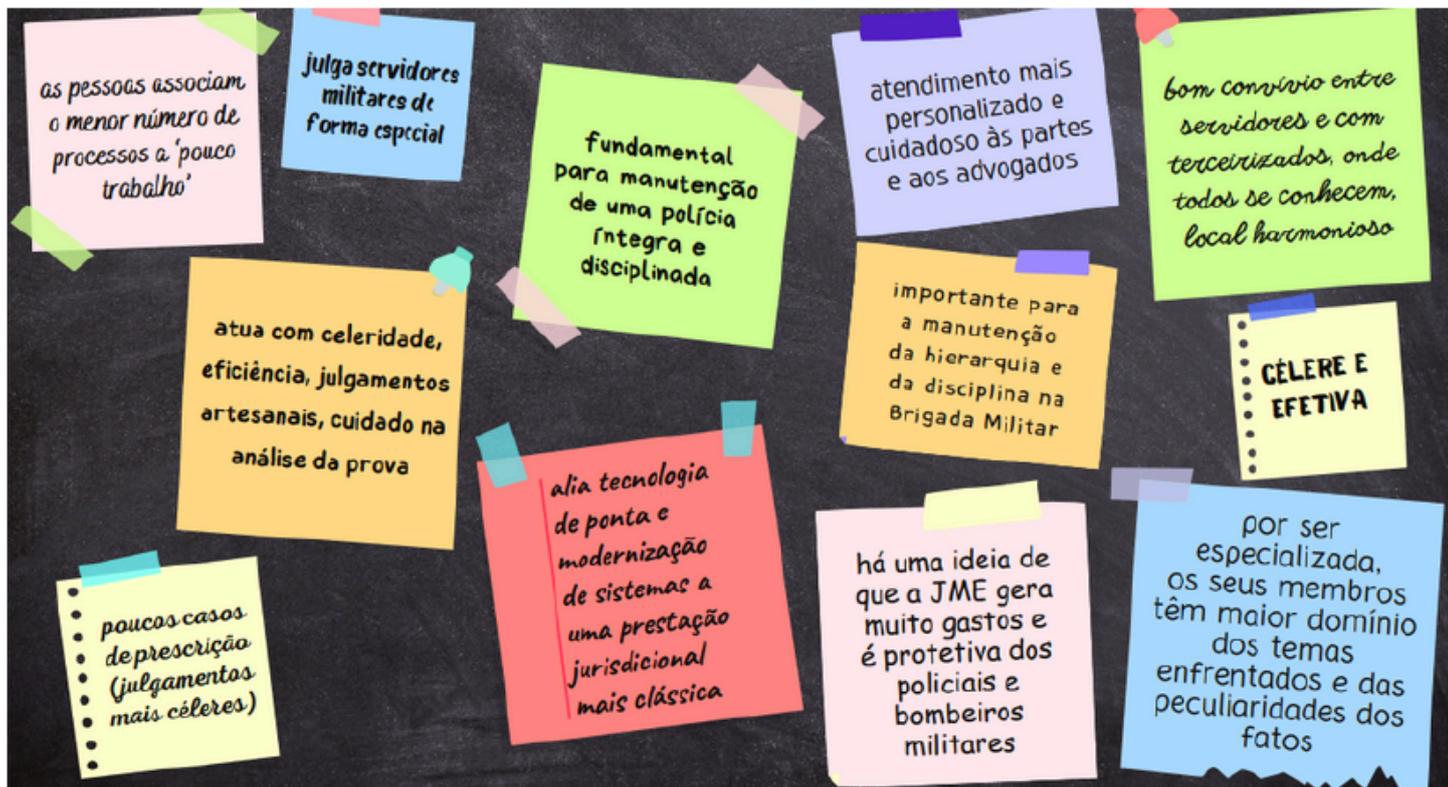


# CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL

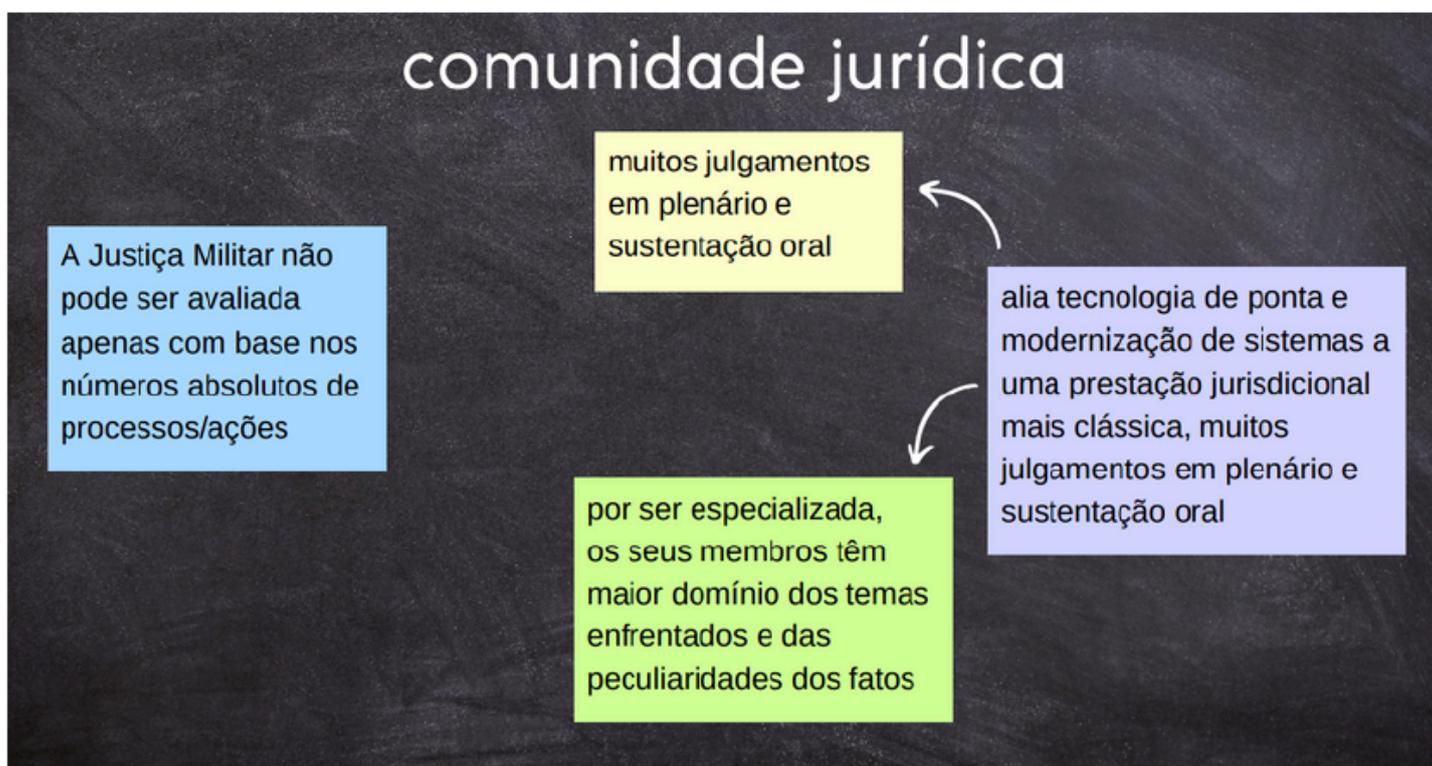
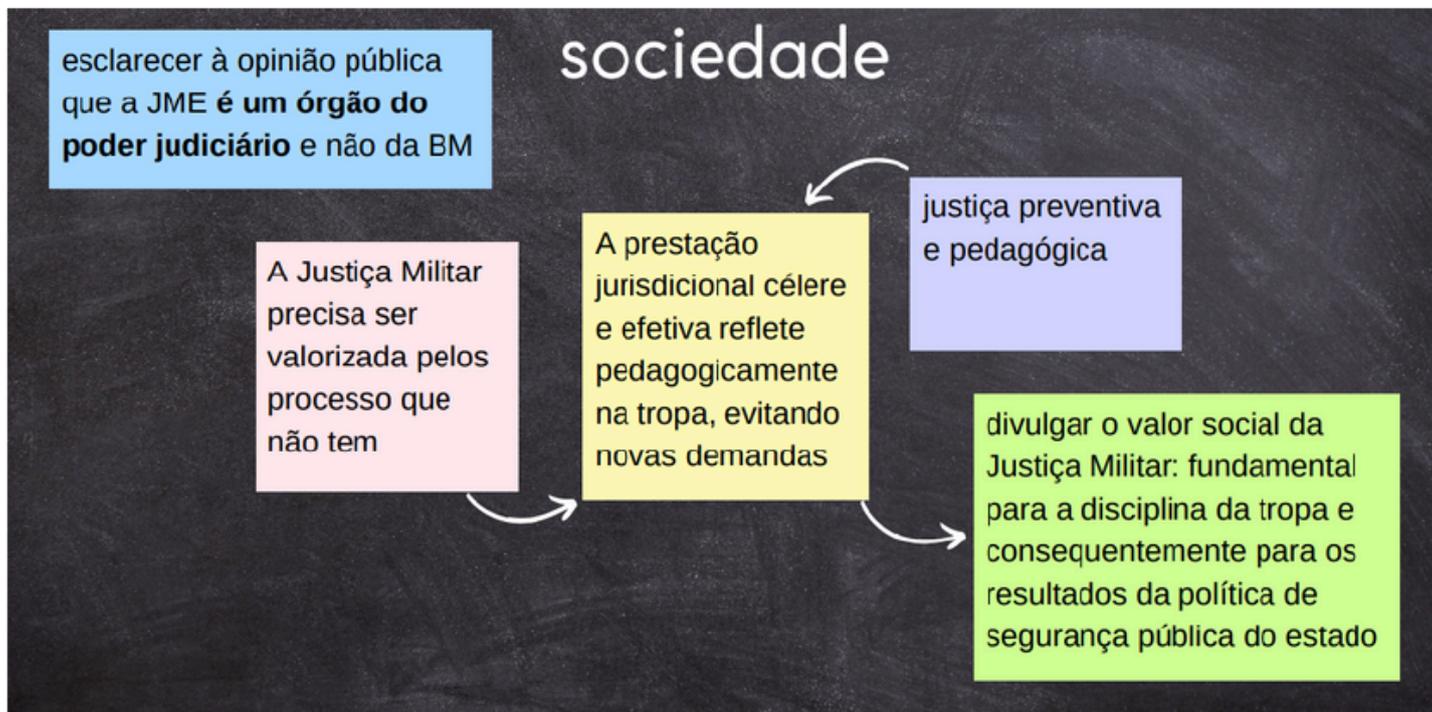


# CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL

## DIAGNÓSTICO:



## CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL



## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL**

### **TESTAGEM:**

Datas: 03 a 12/07/2024

Veiculação dos vídeos nas redes sociais da Justiça Militar do RS

### **Ações:**

- vídeo institucional explicativo em linguagem acessível, com a participação de magistrados (as), expondo de forma didática a atividade e a importância da Justiça Militar na garantia de direitos fundamentais;
- formato *spot* para veiculação em áudio;
- vídeo institucional técnico e explicativo sobre as peculiaridades da matéria militar e dos julgamentos da JME, com imagens das sessões plenárias;
- vídeos/áudios com depoimentos do Comandante-Geral e ex-Comandantes da Brigada Militar, com ênfase no papel da Justiça Militar na preservação da disciplina e hierarquia na corporação e, conseqüentemente, na política de segurança pública;
- vídeos e áudios com depoimentos de promotores, defensores públicos e advogados que atuam ou atuaram na Justiça Militar, destacando as peculiaridades positivas do segmento e as vantagens da existência de um sistema judicial especializado.

## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL**

- cards com mensagens curtas de rápida compreensão, destacando pontos positivos da Justiça Militar;
- Palestras em eventos onde há concentração do nosso público alvo;
- Banners, cards e flyers para exposição em eventos.

### **Veículos publicitários (conforme disponibilidade orçamentária):**

- site do TJMRS;
- redes sociais: contratação de serviço de impulsionamento para atingir um público amplo (conteúdo institucional – art. 37, § 1º, da CF, art. 24, II, da Lei n. 8.666/1993, art. 75, II, da Lei n. 14.133/2021, art. 25, caput, da Lei n. 8.666/1993, art. 74, caput, da Lei n. 14.133/2021);
- sites da área jurídica e acadêmica;
- televisão;
- rádios;
- jornais.

## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL**

### **SESSÕES DE IDEIAÇÃO:**

Datas: 20/02/2024 e 17/04/2024 Local: Sala do Nube9

**Facilitador da Oficina:** Cesar Krebs, Coordenador do Laboratório de Inovação.

**Público participante:** Equipe Nube9

Desembargador Militar Sergio Brum, Presidente da Comissão de Inovação da JME;

### **Servidores:**

Ana Lúcia Lara Barcelos, Alcione Rogério de Freitas Haselein, Carla Regina de Souza Risch, Diego Rodrigues Velho, Eduardo de Borba Severo, Herbert Schonhofen, Lisiane da Silveira Daniel, Marcelo Roberto Model Nepomuceno e Margarete Simon

### **Atividade:**

Na fase de ideação, a partir do diagnóstico de imagem desenvolvido da fase de imersão, utilizamos a técnica do brainstorming aberto, permitindo o livre pensamento e a criatividade dentro dos limites pré-estabelecidos, visando à coleta e registro das ideias que definiram o conceito da campanha, o seu objetivo, alcance, o público-alvo, e as ações de marketing (online e offline) mais adequadas para a veiculação da mensagem que pretendíamos passar, atentando-se sempre para a convergência das linguagens.

Definiu-se, então, o conceito da campanha, destacaram-se as principais informações a serem exploradas conforme o público a ser atingido, criou-se um slogan da campanha e sugeriu-se as ações de marketing (online e offline) a serem adotadas na fase de prototipagem/experimentação.

Todas essas informações encontram-se na descrição do projeto.



## **SESSÃO DE IDEIAÇÃO**

### **Público alvo: sociedade em geral**

#### **O que dizer:**

- Explicar com linguagem simples e acessível o que a Justiça Militar faz, sua competência, estrutura e o impacto social de suas decisões;
- Esclarecer que a Justiça Militar é um órgão do Poder Judiciário, e não da Brigada Militar;
- Destacar que o papel da Justiça Militar é importante para a política de segurança pública e para a garantia de direitos, pois contribui para a preservação da hierarquia e da disciplina na Brigada Militar e a redução da violência policial.
- Relacionar (nexo de causalidade) a boa imagem da Brigada Militar junto à sociedade à existência de uma justiça militar especializada e de um Tribunal de Justiça Militar.

## **Público alvo: profissionais do Direito**

### **O que dizer:**

- que a Justiça Militar, por ter caráter especial, tem uma atuação célere e eficaz, pois o controle social da atividade policial exige respostas rápidas, tanto para afastar o agente indisciplinado em caso de condenação, como para reintegrar aquele absolvido. Dados objetivos: julgamentos da JME e Justiça Comum nos casos da Boate Kiss e Gabriel.
- mostrar o diferencial qualitativo dos julgamentos na Justiça Militar e sua relação com a especialização de competência, com destaque para os julgamentos em plenário em segundo grau, com sustentação oral, pedidos de vista e amplos debates sobre os fatos, questões de direito e análise da prova.
- destacar que a especialidade do direito militar, muito peculiar, demanda conhecimento jurídico e técnico, o que exige uma jurisdição especializada, em composição mista (escabinato).

- destacar a importância de um Tribunal de segunda instância para a estabilidade da jurisdição, confrontando a hipótese de extinção da Corte e a substituição por uma Câmara Especializada do TJRS.

### **Sugestão de slogan:**

*“Justiça Militar Estadual.*

*Ação rápida. Judiciário eficiente.”*

A maior crítica social ao Poder Judiciário é, sem dúvida, a morosidade dos seus julgamentos.

O slogan proposto expressa, em poucas palavras e em sintonia com o conceito da campanha, valores diferenciais positivos e comparativos com outros segmentos de justiça, como a celeridade e eficiência, a relação entre ambos os valores e, ainda, associa a justiça militar ao Poder Judiciário.

## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL**

### **SESSÕES DE PROTOTIPAGEM:**

Datas: 18, 19, 25 e 26/06/2024 - Local: Sala do Nube9

**Facilitador da Oficina:** Cesar Krebs, Coordenador do Laboratório de Inovação.

**Público participante:** Equipe Nube9

Desembargador Militar Sergio Brum, Presidente da Comissão de Inovação da JME;

### **Servidores:**

Ana Lúcia Lara Barcelos, Alcione Rogério de Freitas Haselein, Carla Regina de Souza Risch, Diego Rodrigues Velho, Eduardo de Borba Severo, Herbert Schonhofen, Lisiane da Silveira Daniel, Marcelo Roberto Model Nepomuceno e Margarete Simon

### **Assessoria de Comunicação do TJMRS**

Marcelo Roberto Model Nepomuceno, jornalista e assessor de comunicação;  
Petra Mendes, estagiária de jornalismo;

### **Atividade:**

Redação de textos informativos e gravação de locuções, de acordo com o conceito da campanha e produção de vídeos institucionais para publicação nas redes sociais da Justiça Militar do RS.

Os primeiros vídeos da campanha encontram-se anexados no projeto

## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA INSTITUCIONAL**

### **RESULTADOS OBTIDOS:**

Embora a campanha ainda esteja em fase muito incipiente, já podemos constatar um aumento significativo de seguidores em nossas redes sociais, bem como no número de visualizações, likes, comentários e compartilhamentos nas nossas postagens.

Podemos destacar, também, a excelente repercussão do projeto junto ao nosso público interno, percebida com o amplo engajamento de magistrados e servidores na divulgação do conteúdo produzido, fruto de um anseio coletivo de poder transmitir uma imagem positiva da Justiça Militar e mais adequada à realidade, além dos elogios à inovadora iniciativa e de relatos positivos relativamente à reação do público externo.