

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO NOS TRIBUNAIS

Presidente do Conselho Nacional de Justiça

Ministro Antonio Cezar Peluso

Corregedor Nacional de Justiça

Ministro Gilson Dipp

Secretário-Geral do Conselho Nacional de Justiça

Rubens Rihl Pires Corrêa

Conselheiros

Felipe Locke

Ives Gandra

Jefferson Luis

Jorge Hélio

José Adônis

Leomar Barros

Marcelo Neves

Marcelo Nobre

Milton Nobre

Morgana de Almeida

Nelson Braga

Paulo Tamburini

Walter Nunes

Departamento de Pesquisa Judiciária

Secretária Executiva

Neide De Sordi

Diretor Técnico

Pedro Florêncio

Diretor de Projetos

Fábio Mirto

Pesquisadores

Jeovan Silva

Pedro Florêncio

Estatísticos

Gabriela Azevedo

Igor Stemler

Gestão da Comunicação nos Tribunais

Conselho Nacional de Justiça
Departamento de Pesquisas Judiciárias

Julho, 2010

Conselho Nacional de Justiça
Departamento de Pesquisas Judiciárias
www.cnj.jus.br

Qualquer parte dessa publicação poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA

Gestão da comunicação nos tribunais / Conselho Nacional de Justiça. Departamento de Pesquisas Judiciárias. – Brasília: CNJ, 2010.

36 p. -- (Série CNJ Acadêmico ; 1).

1. Comunicação social. 2. Poder judiciário. 3. Levantamento estatístico. 4. Gestão. 5. Planejamento. 6. Resolução CNJ n. 85. I. Conselho Nacional de Justiça. Departamento de Pesquisas Judiciárias.

Lista de ilustrações

Gráfico 1, p.14 : O tribunal possui uma assessoria de comunicação social/secretaria de comunicação social?

Gráfico 2, p.16: Os 20 tribunais com maior equipe na área de comunicação

Gráfico 3, p.17: Percentual de profissionais nas assessorias

Gráfico 4, p.19: A comunicação participou de conferências sobre comunicação no Judiciário?

Gráfico 5, p.20: A comunicação participa de discussões, fóruns ou reuniões para a definição do orçamento do tribunal e seu próprio?

Gráfico 6, p.21: O tribunal possui conselho ou órgão gestor da comunicação?

Gráfico 7, p.22: Frequência com que a área responsável pela gestão da comunicação se reuniu nos últimos 12 meses

Gráfico 8, p.23: O tribunal já conta com um plano de comunicação?

Gráfico 9, p. 24: O plano de comunicação foi elaborado com a participação de outras áreas?

Gráfico 10, p.25: A comunicação foi convidada a participar do processo de elaboração do planejamento estratégico?

Gráfico 11, p.26: Recursos financeiros para a comunicação

Gráfico 12, p.27: Fontes de recursos financeiros destinadas à comunicação

Gráfico 13, p.28: Percentual de tribunais que possuem meios de comunicação

Gráfico 14, p.29: Como o tribunal se relaciona com a imprensa

Gráfico 15, p.30: Programas que o tribunal mantém

Gráfico 16, p.31: Serviço de que a comunicação do tribunal dispõe

Lista de abreviaturas e siglas

CNJ – Conselho Nacional de Justiça

DPJ – Departamento de Pesquisas Judiciárias

STJ – Superior Tribunal de Justiça

TRF – Tribunal Regional Federal

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

Sumário

1. Introdução, contextualização e fundamentação teórica.....	8
2. Estrutura administrativa na área de Comunicação	13
2.1. Existência de assessoria/secretaria de comunicação social	13
2.2. Atividades desempenhadas.....	14
2.3. Número de profissionais e perfil	15
3. Articulação institucional em Comunicação.....	17
4. Instrumentos de planejamento.....	21
5. Recursos financeiros para a Comunicação	24
6. Atividades da Comunicação	26
7. Considerações finais.....	29
Referências bibliográficas	33

1. Introdução, contextualização e fundamentação teórica

O presente relatório é o resultado da pesquisa que foi realizada pela Assessoria de Comunicação Social em conjunto com o Departamento de Pesquisas Judiciárias (DPJ). O estudo originou-se de questionário elaborado pela Assessoria de Comunicação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e aprovado pelo Comitê Gestor de Comunicação que foi enviado a todos os tribunais brasileiros com o objetivo de obter o panorama da situação da comunicação social no Poder Judiciário brasileiro. O questionário foi elaborado e aprovado pelo referido Comitê sem a participação do DPJ. O Departamento participou da pesquisa processando, sistematizando e analisando as respostas obtidas para a produção deste relatório.

O CNJ recebeu significativo percentual de resposta. Contabilizou-se um total de 84 questionários respondidos, número correspondente a 91% dos tribunais do Judiciário.

	Tribunais que responderam ao questionário
Tribunais superiores	4
Justiça Federal*	6
Justiça Eleitoral	22
Justiça do Trabalho	24
Justiça Militar	2
Justiça Estadual	26

*Inclui respostas do Conselho da Justiça Federal (CJF).

O conjunto das respostas tornou possível compreender melhor a realidade das áreas de comunicação na Justiça brasileira, sobretudo nos seguintes aspectos:

- Estrutura administrativa da área de Comunicação;
- Articulação institucional em Comunicação;
- Instrumentos de planejamento;
- Recursos financeiros para a Comunicação; e
- Atividades da Comunicação.

Os resultados preliminares foram apresentados ao Comitê Gestor de Comunicação e aos assessores dos tribunais de todo o Brasil durante a realização do 1º *Workshop* dos Gestores das Metas 2010, em Brasília (DF).

O tema da pesquisa – gestão da comunicação nos tribunais – está em sintonia com estudos teóricos cujos resultados demonstram que a revolução da tecnologia da informação e das comunicações exige cada vez mais a concepção e o planejamento estratégico do relacionamento com seus públicos e opinião pública (KUNSCH, 2008:10). Em uma sociedade complexa como a dos dias atuais, reserva-se à comunicação um papel de crescente importância, uma vez que exerce extraordinária influência no equilíbrio, desenvolvimento e expansão das organizações (TORQUATO, 1986). A gestão da comunicação deve então ser compreendida como ação integrada de meios, formas, recursos e canais que, se forem implementados de forma adequada, podem viabilizar importantes mudanças organizacionais.

O Planejamento Estratégico do Poder Judiciário, institucionalizado por meio da Resolução n. 70 do CNJ, fomentou o alinhamento estratégico de todas as unidades judiciárias, estabelecendo metas de curto, médio e longo prazo, propiciando, por

consequente, priorização e organização das atividades dos tribunais em benefício de maior efetividade da prestação jurisdicional. Na área de comunicação, alinhado com a premissa de efetivar o diálogo transparente entre os tribunais e a sociedade, estabeleceu-se como um dos objetivos do mapa estratégico do Judiciário o aprimoramento da comunicação com o público externo, utilizando linguagem clara e acessível a fim de disponibilizar informações sobre o papel, ações e iniciativas do Poder Judiciário, bem como sobre o andamento processual, atos judiciais e administrativos, dados orçamentários e de desempenho operacional.

A comunicação, se pensada estrategicamente, pode impulsionar e assessorar a gestão das organizações na conquista de melhores resultados. A implantação de sistemas de comunicação em organizações públicas ou privadas exige minucioso planejamento (TORQUATO, 1986:9), pois essas atividades envolvem abordagem sistêmica e não devem ser analisadas de maneira fragmentada e compartimentada. Ressalte-se que, em instituições públicas com impacto direto na vida dos cidadãos, como os tribunais, assume relevância peculiar a gestão estratégica da comunicação social levada a efeito de maneira coesa e alinhada, pois suas ações afetam a percepção social a respeito da instituição e podem captar, em contrapartida, a visão dos usuários a respeito da prestação jurisdicional e o resultado das políticas públicas efetuadas. Nesse sentido, a comunicação social pode influenciar a demanda dos usuários pelos serviços jurisdicionais e também apreender os anseios sociais e as necessidades de redimensionamento e alterações das políticas em curso. Daí a importância da coordenação centralizada da comunicação de modo a preservar linguagem homogênea e

integrada, em sintonia com a missão institucional e alinhada com as necessidades dos usuários.

A recente Resolução n. 85 do Conselho Nacional de Justiça, de 8/9/2009, que dispõe sobre a comunicação no Poder Judiciário, visa à criação de uma política nacional em prol da transparência e da democratização de informações no âmbito da Justiça brasileira. A resolução criou o Sistema de Comunicação do Poder Judiciário (SICJUS), composto pela Assessoria de Comunicação Social do CNJ (na qualidade de órgão central) e pelas áreas de comunicação de praticamente todos os tribunais do País. A resolução está em sintonia com as modernas teorias que postulam caráter mais estratégico para a comunicação nos dias atuais.

O surgimento das assessorias de Comunicação, bem como o seu gradativo fortalecimento a partir da década de 1980, contribuiu decisivamente para a profissionalização da comunicação no setor público, aperfeiçoando o fornecimento e a coleta de informações nos órgãos governamentais. Em geral, a vinculação dessas assessorias ao nível máximo da gestão das instituições, em vários casos documentados, ajudou a transformar a realidade de diversos órgãos públicos, levando-os a dar um tratamento “mais sério” às informações destinadas à população (LAGE apud REIS, 2008).

Apesar do pressuposto de que a atividade de assessoramento de comunicação é estratégica e, por isso, deve ser parte ativa da administração, vale ressaltar que as áreas de comunicação ainda são encaradas como mais uma unidade de despesas ou custos dentro das organizações (CURVELLO, 2003:128). A adoção de políticas de comunicação deve superar tal visão e consolidar a atividade como importante para os

resultados da organização e em plena sintonia e contato com todas as unidades. Essa premência é ainda mais relevante no Poder Judiciário, que tem tradição de atuar por meio de unidades compartimentadas, com pouca comunicação, cuja visão estratégica de políticas públicas ainda está em estágio inicial de desenvolvimento.

Cabe, outrossim, ressaltar que o processo de comunicação não pode mais se resumir, única e exclusivamente, à produção de matérias, *releases*, vídeos ou campanhas. Como se busca atualmente traçar caminhos e parâmetros para democratizar a informação e promover cidadania, conforme ambiciona a Resolução CNJ n. 85, as assessorias na área necessitam focar novas estratégias de atuação para plena garantia desses objetivos. Para isso, também é necessária maior articulação intraorganizacional e institucional, de modo que todos os atores relevantes participem da elaboração da política de comunicação. A contribuição desses atores também poderá propiciar comunicação mais focada nos interesses dos tribunais e da população, garantindo, como resultado, maior efetividade das ações.

Partindo, portanto, desse contexto, a presente pesquisa pretende oferecer insumos básicos que propiciem melhor compreensão da realidade da comunicação no Judiciário brasileiro, que, conforme estipula a Resolução CNJ n. 85, necessita de planejamento e aprimoramento. As informações coletadas trazem importantes subsídios para pensar estrategicamente a comunicação no Judiciário, sobretudo a partir de iniciativas mais sólidas de coordenação e planejamento.

O relatório está organizado em sete partes. Este primeiro tópico buscou introduzir e contextualizar a pesquisa, bem como apresentou algumas fundamentações teóricas a respeito. Do segundo tópico ao sexto, apresentam-se os resultados do estudo

de acordo com os itens perguntados no questionário aprovado pelo Comitê, quais sejam: estrutura administrativa na área de comunicação, articulação institucional, instrumentos de planejamento, recursos financeiros e atividades da comunicação. A sétima e última parte traz as principais conclusões da pesquisa, com o objetivo de oferecer sugestões para ações na área. Ressalta-se, por derradeiro, que a presente pesquisa foi a primeira na matéria; deverá ser, portanto, paulatina e continuamente, aperfeiçoada a partir de subsídios dos especialistas.

2. Estrutura administrativa na área de Comunicação

A primeira parte da pesquisa buscou aferir em que medida os tribunais brasileiros têm estruturas administrativas adequadas na área de comunicação. Com esse propósito, foram elaboradas questões a respeito da existência de assessorias e secretarias de comunicação, das atividades desempenhadas por essas unidades e dos profissionais que as compõem. Os resultados estão detalhados abaixo.

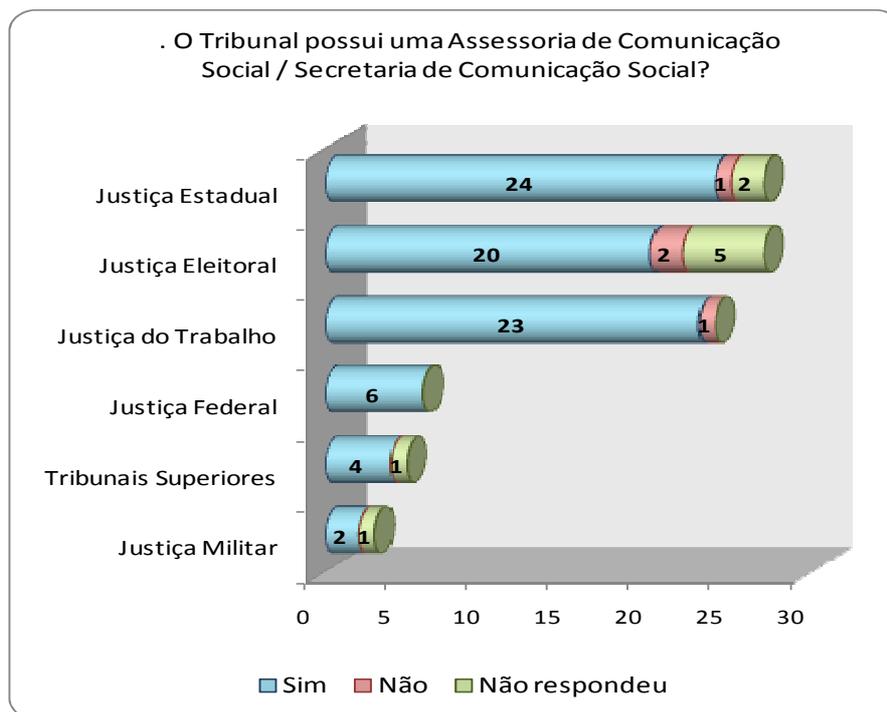
2.1. Existência de assessoria/secretaria de comunicação social

Identificou-se que, com exceção de quatro tribunais¹, todas as demais cortes pesquisadas possuem assessorias ou secretarias de comunicação social. Apesar de quatro tribunais não possuírem assessoria ou secretaria de comunicação social, neles há setores, assessorias informais ou funcionários que tratam desses assuntos, conforme foi informado nas respostas ao questionário. Importante ressaltar que, nesse caso, os

¹ Não possuem assessoria/secretaria de comunicação social o Tribunal de Justiça do Paraná, Tribunal Regional Eleitoral do Distrito Federal, Tribunal Regional Eleitoral de Rondônia e Tribunal Regional do Trabalho da 19ª Região.

entrevistados ficaram restritos à denominação propriamente dita de assessoria proposta na pergunta. Na realidade, em muitos tribunais, o setor pode receber a denominação de coordenadoria, departamento ou seção de imprensa ou comunicação.

Gráfico 1



2.2. Atividades desempenhadas

Entre as atividades desempenhadas pelas unidades de comunicação social, **54% das assessorias/secretarias de comunicação social (43 tribunais) tratam unicamente de comunicação**. Especificamente sobre publicidade, 20% das assessorias dos 79 tribunais possuem um departamento ou setor exclusivo para essa área.

2.3. Número de profissionais e perfil

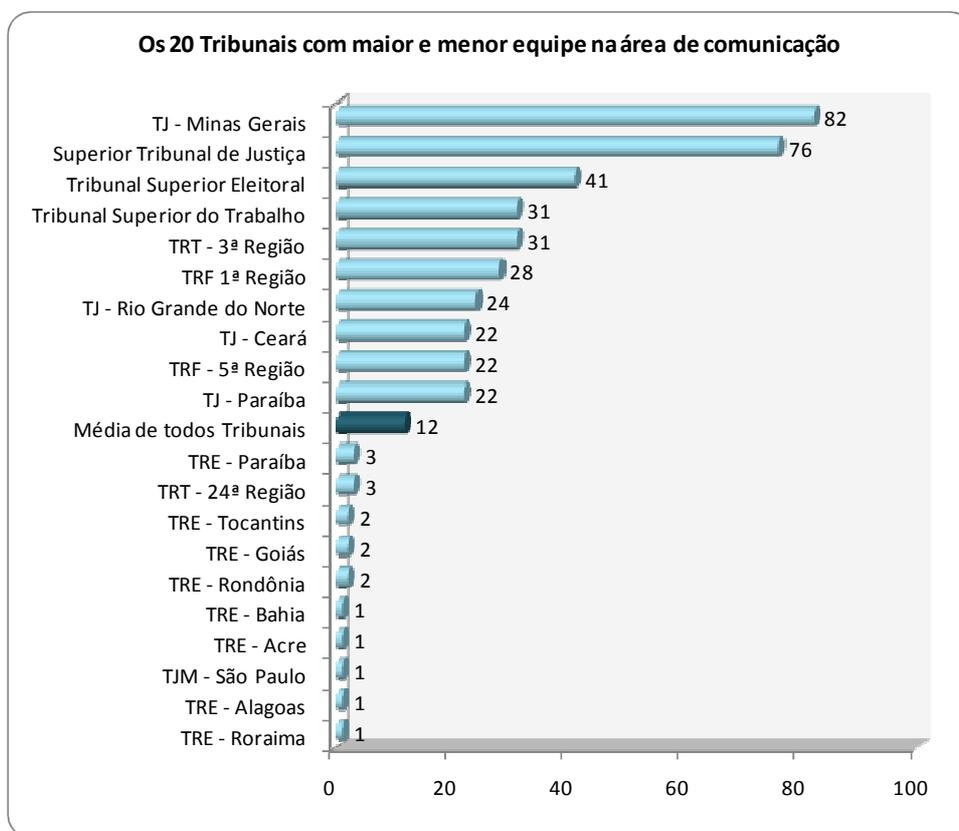
Nos 84 tribunais que responderam à pesquisa, existem 975 profissionais atuantes nas áreas de comunicação, o que perfaz **uma média de doze profissionais por tribunal**. Comparando-se o número de profissionais que atuam na área de comunicação dos tribunais com o quantitativo informado no *Justiça em Números* (dados de 2008), observou-se que 0,3% dos servidores dos tribunais atua na área de comunicação do órgão.

Quando se comparam essas equipes de comunicação com as do setor público brasileiro, pode-se dizer que **as equipes do Judiciário são, na média, relativamente pequenas**. Segundo o relatório “Mapa da Comunicação Brasileira”², nos órgãos públicos, as áreas de comunicação podem ser consideradas de tamanho médio ou grande: 50% têm entre 21 e 100 servidores; 5% têm mais de 100 ; 25% têm entre 6 e 20 e 20% têm entre 1 e 5 servidores.

As maiores equipes foram encontradas no Tribunal de Justiça de Minas Gerais (82 profissionais), no Superior Tribunal de Justiça (76) e no Tribunal Superior Eleitoral (41). Para além das especificidades de cada órgão, cabe ressaltar que tal número absoluto de profissionais precisa ser relativizado em função do quantitativo total de servidores do tribunal. A assessoria do Tribunal de Justiça de Minas Gerais (TJMG), por exemplo, enquadra-se na média no Poder Judiciário (0,34% dos funcionários do tribunal atua na comunicação). Ressalte-se que a situação funcional da área de comunicação do TJMG não retrata a realidade da maioria dos tribunais, principalmente dos Tribunais de Justiça.

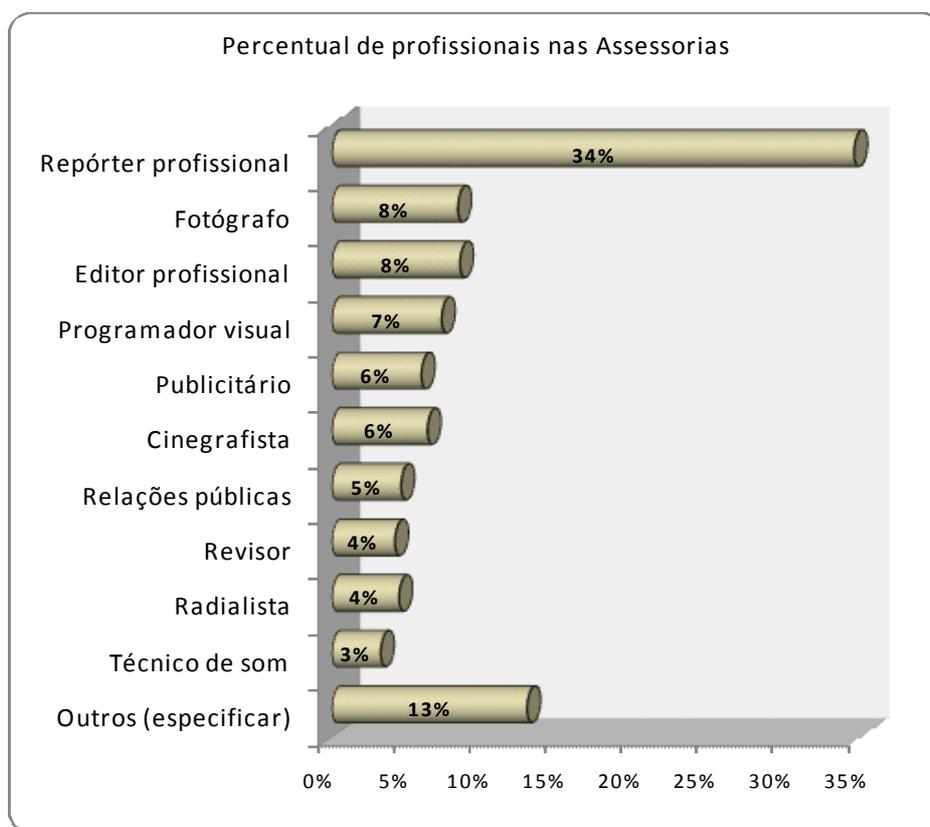
² Realizado pelo Instituto FSB Pesquisa e contempla análise das áreas de comunicação de 500 empresas privadas e 100 instituições governamentais do Brasil (no âmbito federal, estadual e municipal).

Gráfico 2



Cerca de **64%** dos profissionais da área de comunicação possuem nível **superior** e, entre eles, apenas 17% não possuem vínculo com a administração. Foram especificadas as profissões de 745 profissionais (do total de 975) que atuam na área de comunicação dos tribunais. **Verifica-se que 34% dos funcionários são repórteres profissionais** e 13% pertencem a outras áreas não especificadas.

Gráfico 3



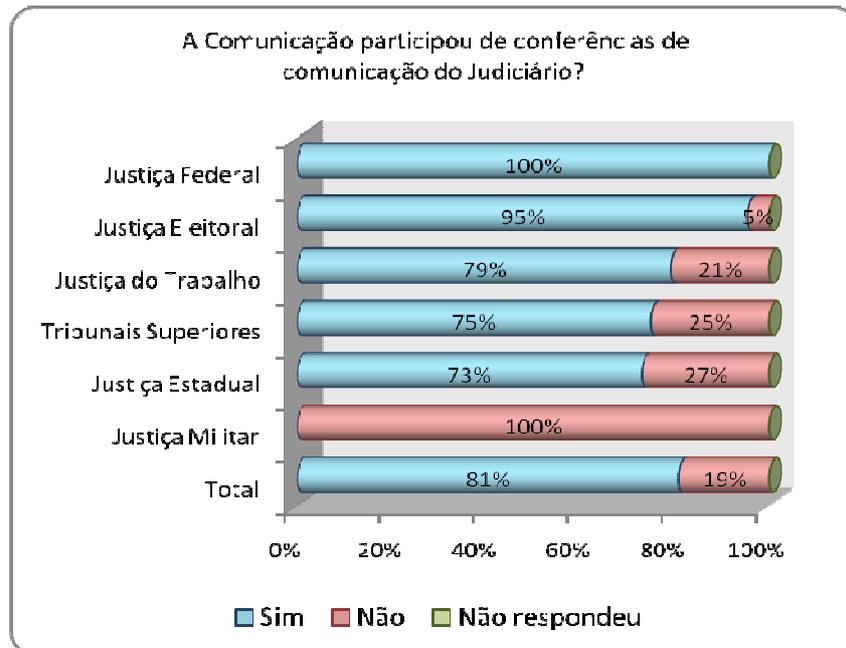
3. Articulação institucional em Comunicação

Nas assessorias/secretarias de comunicação do Poder Judiciário, **o grau de articulação pode ser considerado relativamente baixo**. Verifica-se que a maioria dos tribunais (60%) não mantém convênio ou atuação conjunta com unidades de comunicação de outros órgãos.

Pode-se dizer, contudo, que a maioria dos tribunais (81% ou 68 tribunais) já participou de conferências de comunicação do Judiciário. Quarenta tribunais (59%)

informaram que já participaram do Congresso Brasileiro dos Assessores de Comunicação da Justiça (Conbrascom).³

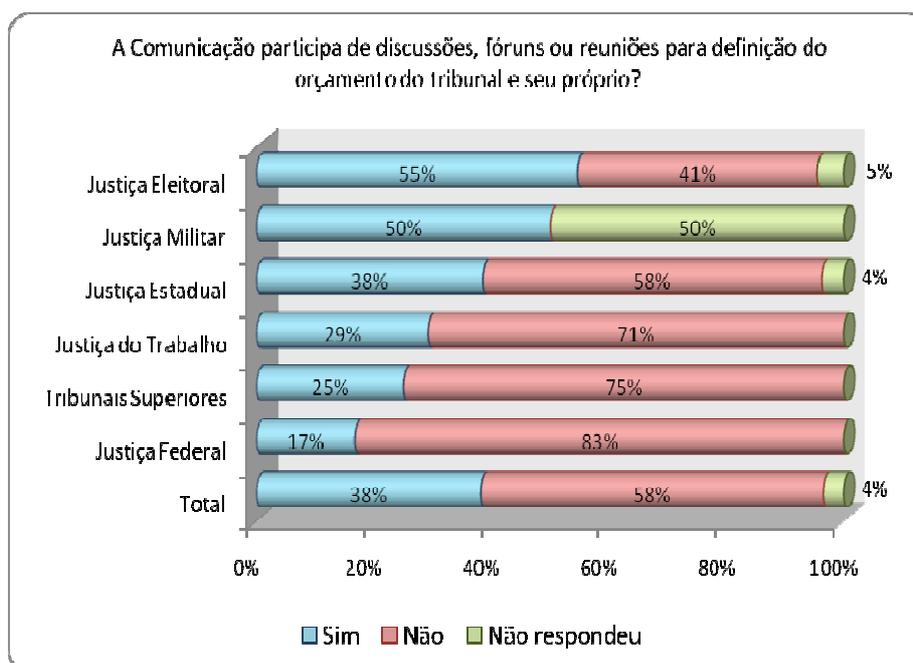
Gráfico 4



A articulação das áreas de comunicação social (por meio de discussões, fóruns ou reuniões) com as áreas de orçamento dos tribunais também parece não ser muito significativa. Na Justiça Federal, apenas a Comunicação do TRF da 1ª Região tem participação no orçamento da Justiça Federal. O **quadro é mais satisfatório na Justiça Eleitoral**, na qual mais da metade das áreas de comunicação (55%) participa de discussões, fóruns ou reuniões para a definição do seu orçamento.

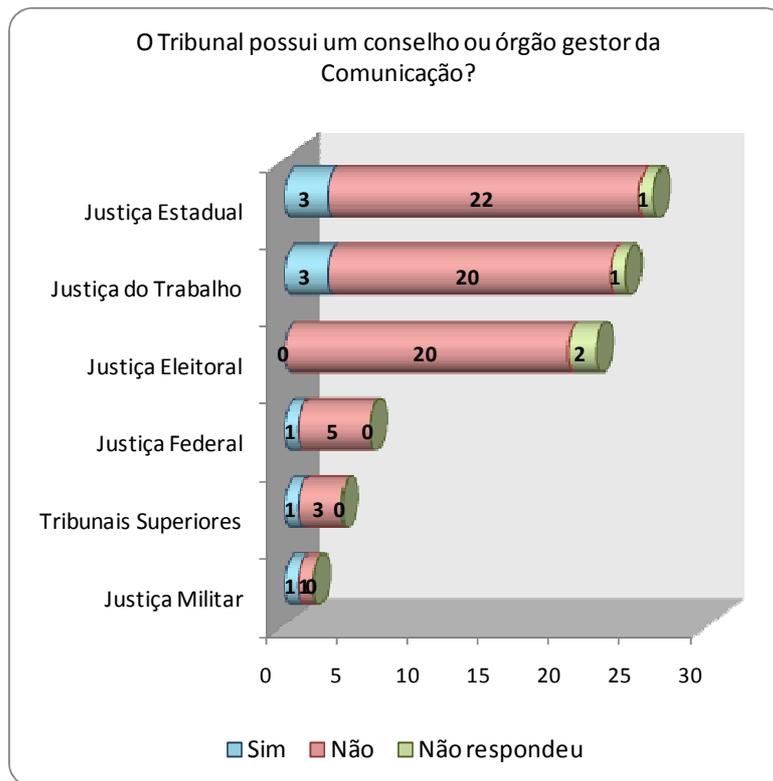
³ O Fórum Nacional de Comunicação & Justiça, entidade promotora do Conbrascom, é uma instituição de direito privado fundada em 2002. Seu objetivo é ampliar o debate sobre a comunicação na Justiça, envolvendo juízes, procuradores, promotores, jornalistas, publicitários, organizações governamentais e não governamentais, bem como a sociedade civil, de forma a construir organizações em que a comunicação esteja a serviço do cidadão. São membros efetivos do Fórum todos os assessores de comunicação que estejam trabalhando nas assessorias de comunicação dos órgãos do Poder Judiciário e Ministério Público. São membros colaboradores juízes, jornalistas, procuradores, promotores de Justiça, pesquisadores e professores universitários.

Gráfico 5



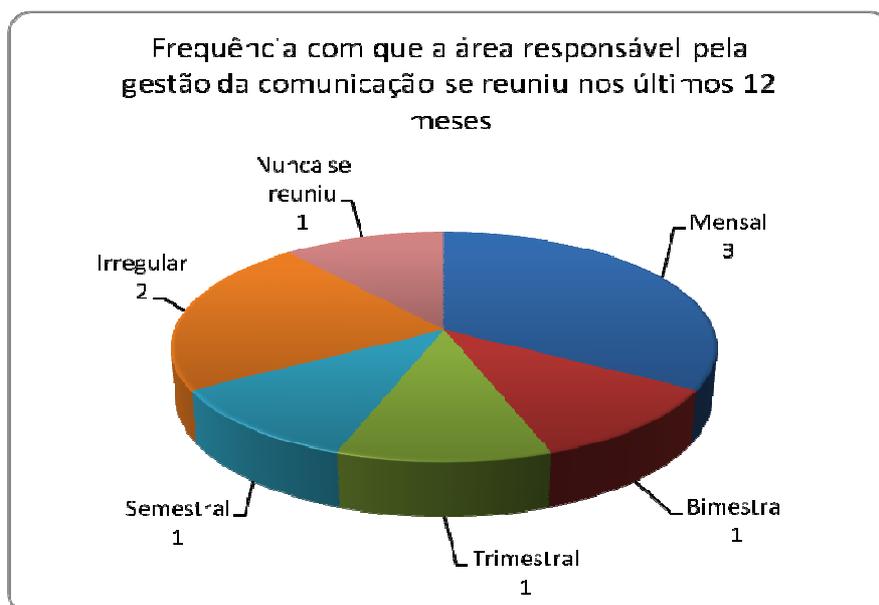
Apenas nove tribunais informaram possuir um conselho ou órgão gestor da comunicação, conforme se depreende do gráfico 6, abaixo. Não obstante, em reunião realizada com o comitê gestor de Comunicação do CNJ, em 11 de março de 2010, argumentou-se que, apesar de os tribunais pesquisados não possuírem tais unidades, a maioria participa de reuniões com outros Tribunais de Justiça.

Gráfico 6



Os nove tribunais que possuem conselho ou órgão gestor da Comunicação informaram também a frequência com que a área responsável pela gestão da comunicação se reuniu nos últimos doze meses (gráfico 7). Verifica-se que, de modo geral, a frequência é baixa (apenas três informaram que se reúnem mensalmente). Perfazendo comparação com o “Mapa da Comunicação Brasileira”, obtém-se a confirmação de que, no setor público brasileiro, ainda não existe rotina sistemática de reuniões de apresentação de resultados nas assessorias de Comunicação (em 42% dos casos inexistente esse procedimento, ao contrário do setor privado, em que esse percentual não ultrapassa 30%).

Gráfico 7



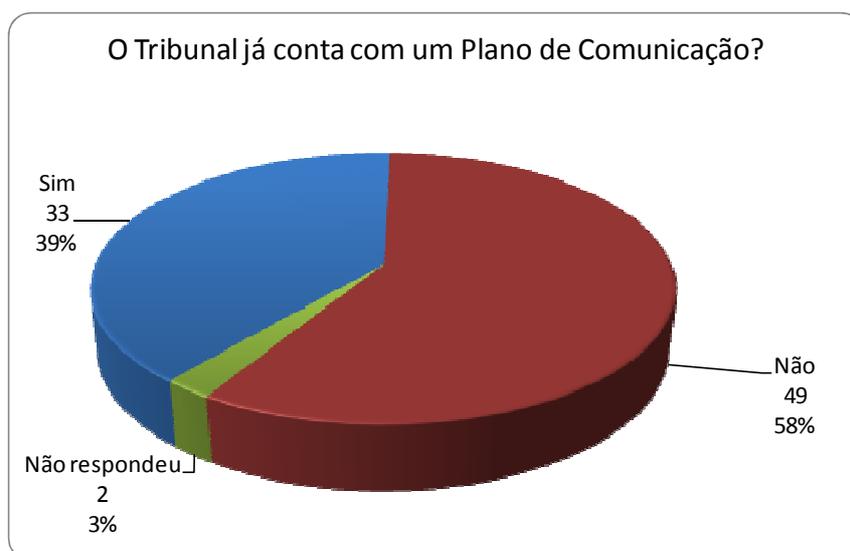
4. Instrumentos de planejamento

No que tange à existência de instrumentos e mecanismos de planejamento, a maioria dos tribunais (49 ou 58%) informou não possuir plano de Comunicação.⁴

⁴ O plano de Comunicação Social, documento de responsabilidade das assessorias de comunicação, tem a função de estruturar concretamente as principais idéias e programações para todas as atividades de comunicação de uma empresa ou instituição. O plano tem três funções relevantes:

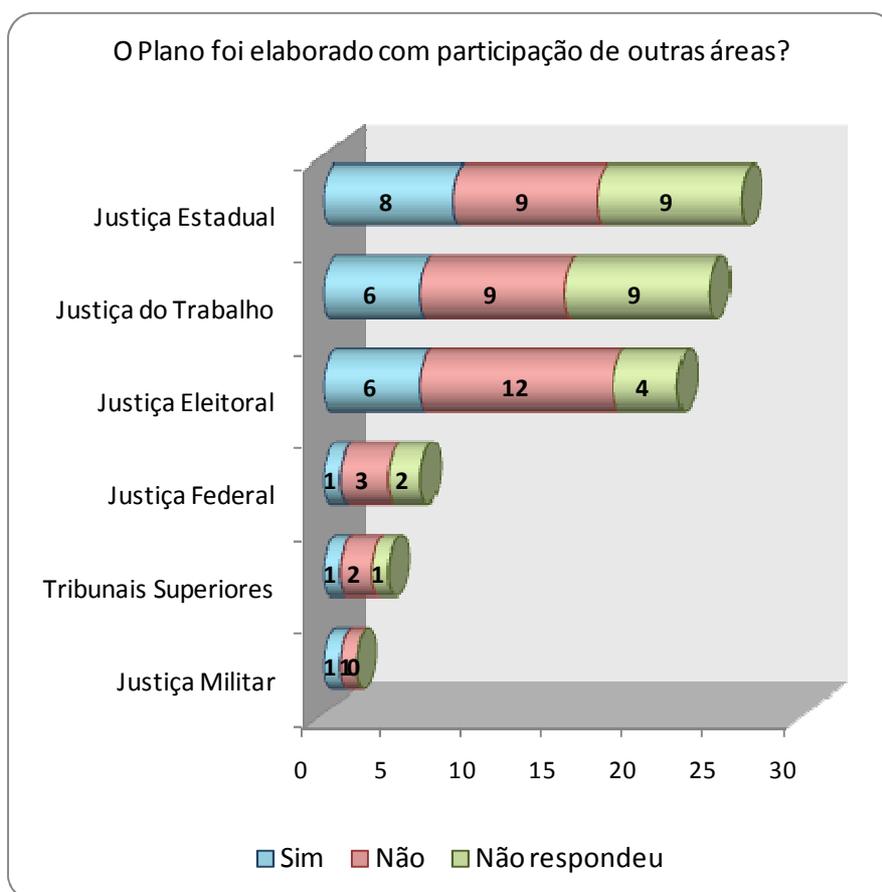
- 1) avaliar as atividades de comunicação nas diferentes mídias;
- 2) avaliar a evolução das atividades ao longo de sua implantação, possibilitando alternativas de correção;
- 3) programar as ações comunicacionais a serem desenvolvidas pela organização.

Gráfico 8



Nos tribunais que informaram possuir plano de Comunicação (33 tribunais ou 39%), na maioria dos casos (64%), houve a participação de outras áreas na elaboração do plano.

Gráfico 9



Na maioria dos tribunais (74%), a **área de comunicação social foi convidada a participar do processo de elaboração do Planejamento Estratégico do órgão**, como pode ser visto no gráfico 10, abaixo:

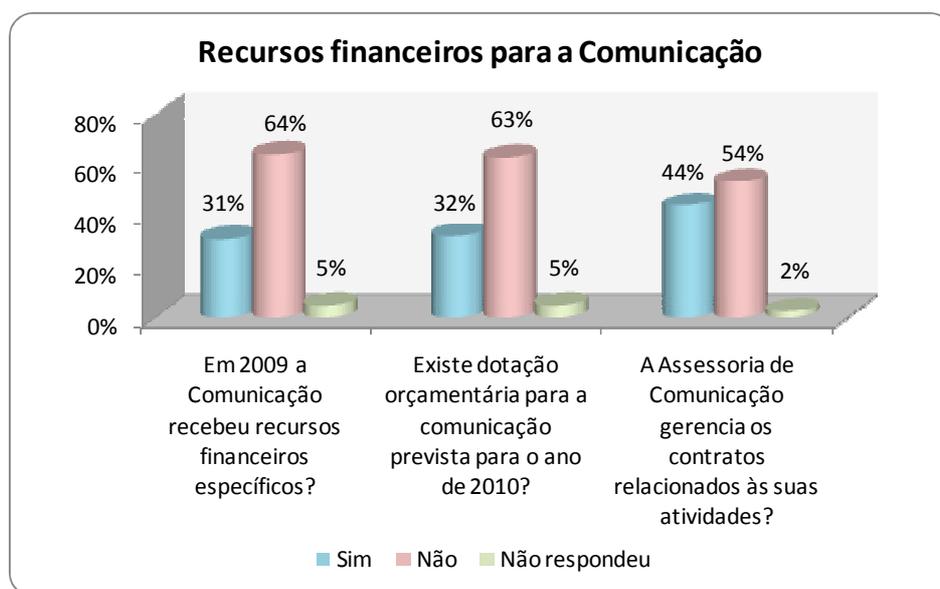
Gráfico 10



5. Recursos financeiros para a Comunicação

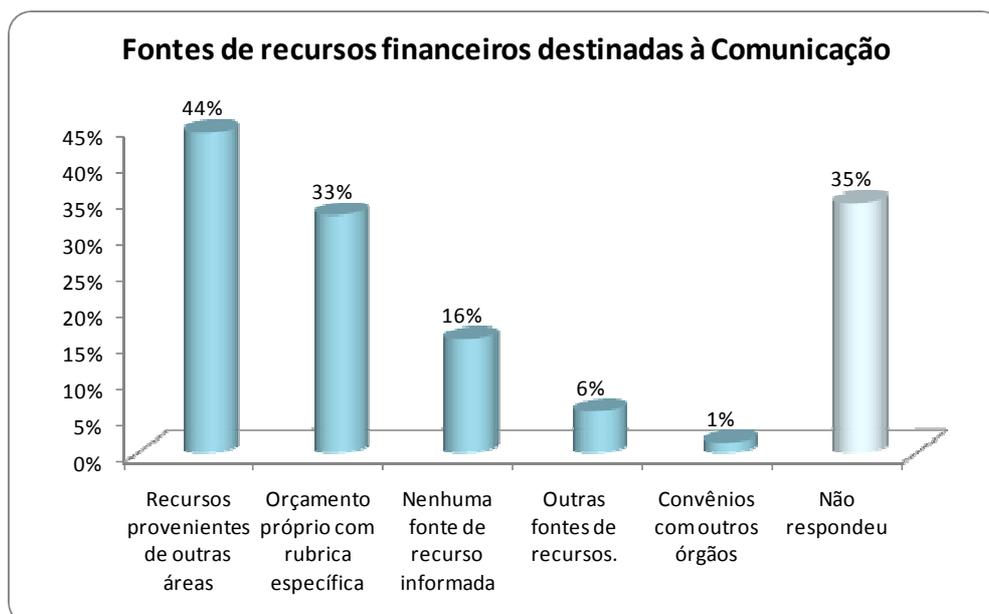
A maioria dos tribunais **não recebeu recursos financeiros específicos destinados à comunicação no ano de 2009** (54 tribunais ou 64%). Também não há, na maioria, previsão de dotação orçamentária em 2010 para a área. Em 37 tribunais (44%), os contratos são gerenciados pela própria assessoria de comunicação.

Gráfico 11



Em apenas 33% dos casos, a comunicação social conta com orçamento próprio e com rubrica específica. A fonte financeira mais comumente utilizada pelos tribunais⁵ são recursos provenientes de outras áreas, como recursos humanos, informática e administração (31 tribunais ou 44%).

Gráfico 12

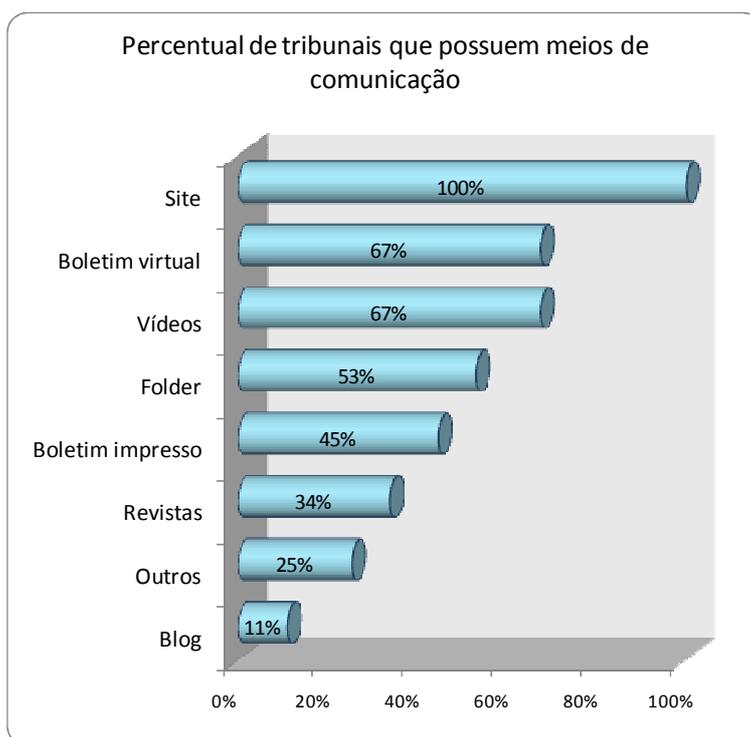


⁵ Cabe ressaltar o alto índice de não resposta na questão (29 tribunais ou 35%) e o fato de que alguns tribunais recebem mais de uma fonte de recurso.

6. Atividades da Comunicação

Na parte final do questionário aplicado, os respondentes foram instados a prestar informações sobre as atividades desempenhadas pela Comunicação. Cem por cento dos tribunais mantêm um *site* (percentual igual ao verificado pelo Mapa da Comunicação no que tange à avaliação geral da comunicação nos órgãos públicos). Embora seja um número pequeno, é interessante perceber que nove tribunais mantêm um *blog* (11%), o que demonstra a incursão do Judiciário em canais de comunicação da chamada Internet 2.0.⁶

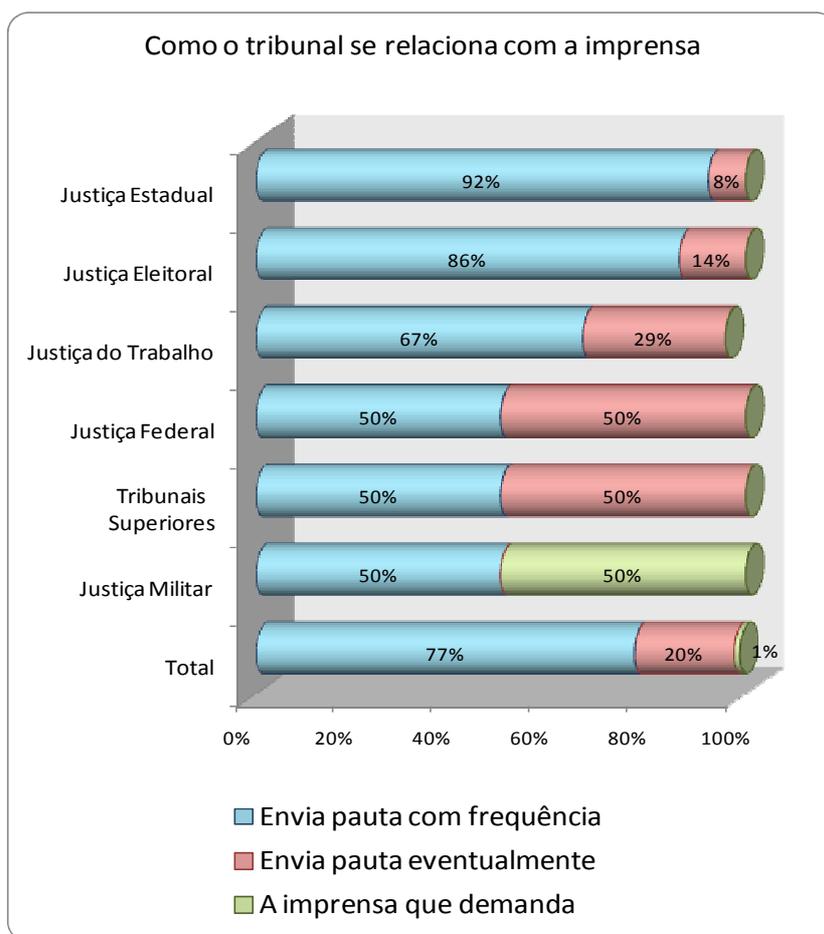
Gráfico 13



⁶ “Web ou Internet 2.0 é um conceito recente que descreve e qualifica a atualidade da internet. Se antes a rede conectava computadores (web 1.0), hoje o termo redefine esse conceito ao conectar pessoas além dos computadores. Essa conexão atualmente é possível por meio de *blogs*, *wiki*, aplicativos web, redes sociais, *podcasting* etc” (PINHEIRO e GULLO, 2008:123).

A maioria dos tribunais (65 ou 77%) afirmou enviar pauta para a imprensa com frequência e dezessete tribunais (20%) afirmaram fazê-lo de forma eventual, conforme pode ser verificado no Gráfico 13 (abaixo).⁷

Gráfico 14



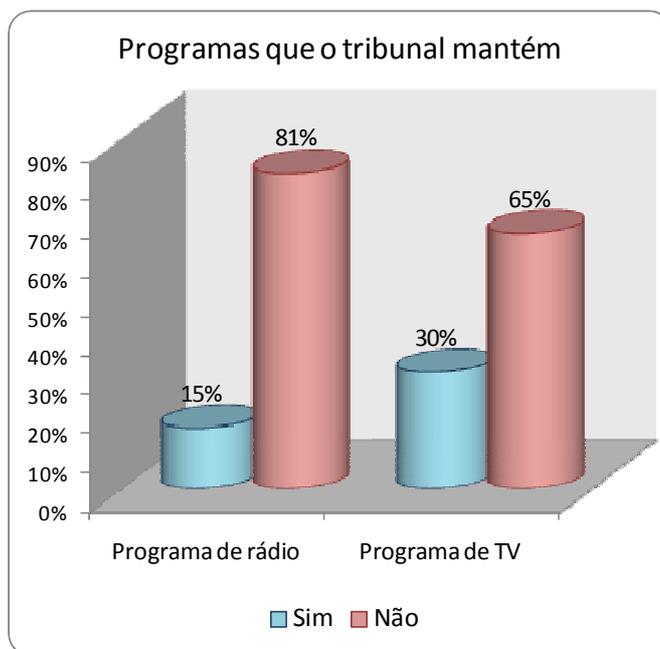
Ainda na resposta para as atividades desempenhadas pela Comunicação Social, treze tribunais afirmaram manter programa de rádio (15%): cinco pertencem à Justiça estadual e quatro compõem a Justiça do Trabalho.⁸ Quanto a programas de TV, 25 tribunais (30%) informaram produzi-los. Ressalta-se, com relação a esse aspecto, que,

⁷ Apenas o Tribunal de Justiça Militar de São Paulo envia pauta somente quando demandado pela imprensa.

⁸ Os demais são STJ, TSE, TRF da 1ª Região e Conselho da Justiça Federal.

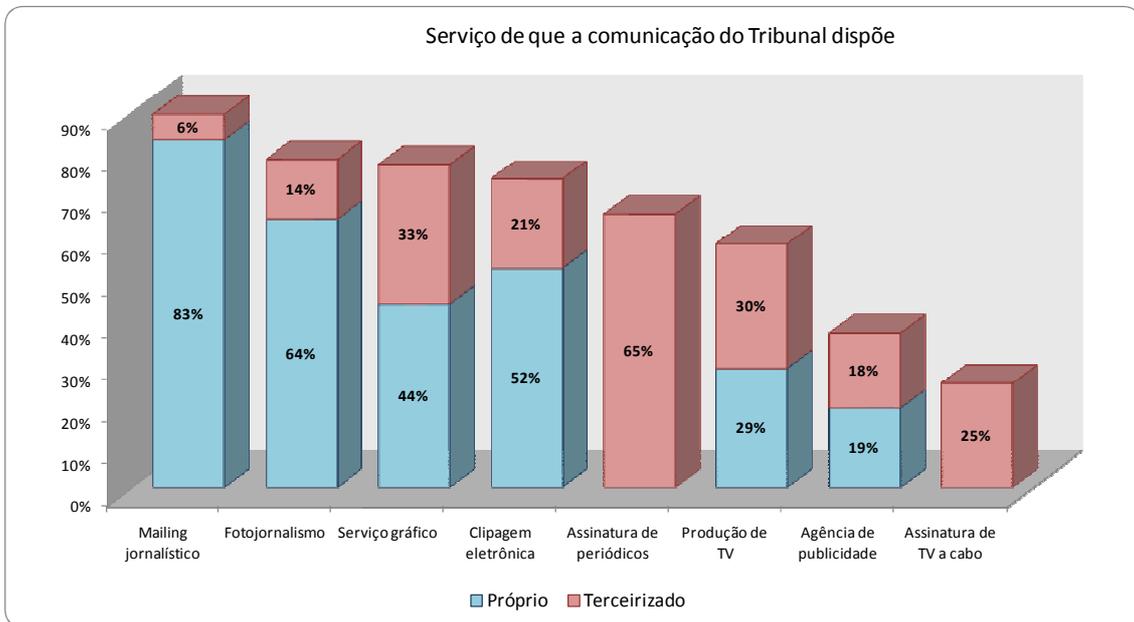
segundo o “Mapa da Comunicação Brasileira”, a TV é considerada a mídia mais estratégica pelos órgãos públicos nacionais.

Gráfico 15



No que concerne aos serviços disponibilizados às áreas de Comunicação, observa-se que 65 tribunais (77%) possuem serviço gráfico e 78% utilizam fotojornalismo (em ambos os casos, predomina a utilização de serviços próprios). Apenas 21 tribunais (25%) assinam TV a cabo.

Gráfico 16



7. Considerações finais

O presente levantamento de informações buscou oferecer insumos básicos para compreender melhor a realidade das assessorias de comunicação no Judiciário. A partir das informações coletadas, pode-se pensar no desenho de ações de coordenação nesse campo. Cabe ressaltar que uma comunicação integrada e estratégica adquire especial relevância no contexto da Justiça brasileira, marcada por um grande número de tribunais, relativos às mais diversas esferas e jurisdições. Nesse contexto diversificado, esta pesquisa identificou pontos positivos e aspectos que ainda precisam ser aperfeiçoados.

Primeiramente, observou-se que, na quase totalidade, os tribunais brasileiros possuem áreas específicas dedicadas à comunicação. Em mais da metade das assessorias, o foco exclusivo é na área de comunicação (54%). Se isso, por um lado, é

positivo, por outro apresenta o desafio de incrementar tal percentual. Verificou-se que o quadro de pessoal nas assessorias é, em geral, enxuto e composto por funcionários de formação superior e com vínculo aos órgãos, o que pode sinalizar a existência de corpo técnico permanente e tendente a maior comprometimento com a continuidade das atividades de comunicação no tribunal.⁹

Também é positivo o fato de que a maior parte dos profissionais tem formação ou experiência nas diversas áreas de Comunicação: um terço deles são repórteres e também há razoável quantitativo de funcionários nas áreas de fotografia, programação visual e publicidade. Mostra-se importante que tais profissionais, para além da comunicação externa, estejam engajados em atividades de comunicação interna, a qual constitui um dos grandes vetores identificados pela Resolução n. 85 para o estabelecimento de uma política nacional de comunicação integrada.

O nível de articulação entre as assessorias pode ser considerado baixo. Relatou-se a existência de poucos convênios e poucas experiências de atuação conjunta. Esse quadro suscita cuidado especial; pois, conforme apontado na primeira parte do relatório, o pleno atendimento dos principais objetivos das políticas de comunicação, nos moldes da Resolução n. 85 do CNJ, pressupõe elevado grau de articulação intraorganizacional e institucional. Constata-se, além disso, que o Conbrascom parece ser o foro que atualmente exerce melhor o papel de interlocução e diálogo entre as assessorias de Comunicação do Judiciário. Tal experiência parece ser positiva. Contudo, poder-se-ia pensar no incremento de mecanismos de articulação com assessorias do Legislativo e do Executivo, o que proporcionaria troca de experiências mais rica e o intercâmbio de melhores práticas em comunicação.

⁹ O questionário não buscou identificar (pergunta n. 5) se os chefes das assessorias no Judiciário possuíam ou não vínculo com a Administração. Segundo a publicação “Mapa da Comunicação Brasileira”, apenas 1/3 das chefias de Comunicação nos órgãos públicos possui vínculo com o setor público.

No que concerne a instrumentos e mecanismos de planejamento, o quadro é sério e problemático. Quase 60% dos tribunais não possuem planos de comunicação, o qual constitui instrumento básico de planejamento na área e de responsabilidade das assessorias de comunicação. O baixo percentual de respostas na pergunta sobre a frequência de reuniões de planejamento pode sinalizar também uma escassez de eventos desse tipo. Tal sinalização é preocupante quando se tem em mente que iniciativas de comunicação integrada demandam planejamentos e avaliações periódicas. Em contrapartida, cabe destacar positivamente que as assessorias de comunicação têm participado, em sua maioria, dos programas de planejamento estratégico nos tribunais. No entanto, essa participação alta ainda poderia ser associada a maior investimento na assimilação e incorporação dos instrumentos de planejamento estratégico perante as assessorias de comunicação. Além de passarem a cumprir a rotina de elaboração de planos de comunicação, as assessorias poderiam atrelá-los ao planejamento estratégico dos tribunais.

Constatou-se que há espaço para o aperfeiçoamento dos aspectos orçamentários e financeiros relativos às assessorias de comunicação. A interlocução das áreas de comunicação com as áreas de orçamento é baixa na maioria dos casos (com exceção da Justiça Eleitoral, que parece ter mais oportunidades de participação em foros de discussão orçamentária). Além disso, dever-se-ia buscar a dotação de recursos direcionados para a Comunicação (em apenas 33% dos tribunais, a comunicação social conta com orçamento próprio e rubrica específica). Apesar de, em geral, possuírem boa estrutura física e de apoio (serviços gráficos, fotojornalismo etc.), orçamentos próprios podem dar maior autonomia às assessorias de Comunicação e também ser úteis para a solução de problemas pontuais e mais prementes da área.

No que se refere às atividades desempenhadas pela Comunicação, foi positivo constatar que todos os tribunais mantêm *sites* na internet; felizmente isso já constitui uma prática corriqueira no setor público brasileiro. Talvez o desafio atual seja o ingresso das áreas de Comunicação na Internet 2.0 e nas redes sociais virtuais. Alguns tribunais afirmam já ter realizado experiências com *blogs* e vale ressaltar que, recentemente, o Supremo Tribunal Federal fez uso do *YouTube* para a realização de entrevista com o ministro Gilmar Mendes, então presidente da corte. De fato, as novas mídias poderiam ser vislumbradas com maior atenção pelos tribunais. É positivo o expressivo quantitativo de tribunais que veiculam programas por meio de rádio e TV, mas talvez já seja oportuno que as assessorias busquem novos canais de comunicação com o público para além das mídias tradicionais.

A partir deste levantamento preliminar, que identificou aspectos positivos e pontos que precisam ser aperfeiçoados na área, abre-se caminho para discussão mais propositiva da gestão da Comunicação nos tribunais, de forma a assegurar um caráter efetivamente estratégico no estabelecimento de uma política nacional para o Judiciário nesse tema. A presente iniciativa representou um passo inicial para uma sistemática que necessita de constante aperfeiçoamento e procura institucionalizar-se como prática fundamental para a definição de políticas na área de comunicação judiciária.

Referências bibliográficas

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. Resolução n. 85, de 8 de setembro de 2009. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 17 set. 2009. Seção 1, p. 86-87.

CURVELLO, João José Azevedo. Legitimação das assessorias de comunicação nas organizações. In: DUARTE, Jorge (org). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2003.

KUNSCH, Margarida (org.). *Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas*. São Paulo: Difusão, 2008.

PINHEIRO, Duda, GULLO, José. *Comunicação Integrada de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2008.

REIS, Arley. *Assessoria de imprensa, jornalismo científico e jornalismo online: levantamento do uso da internet pelas universidades federais brasileiras em 2002*. Disponível em: <http://www.tede.ufsc.br/teses/PEPS2694.pdf>. Acesso em: 22 fev 2008.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. *Comunicação empresarial e institucional*. São Paulo: Summus Editorial, 1986.