

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CAROLINA MACHADO

**O PAPEL ESTRATÉGICO DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SANTA CATARINA
PARA O FORTALECIMENTO DA IMAGEM CORPORATIVA DO COMPLEXO
FORMADO PELO PODER JUDICIÁRIO CATARINENSE**

FLORIANÓPOLIS

2005

CAROLINA MACHADO

**O PAPEL ESTRATÉGICO DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SANTA CATARINA
PARA O FORTALECIMENTO DA IMAGEM CORPORATIVA DO COMPLEXO
FORMADO PELO PODER JUDICIÁRIO CATARINENSE**

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado
à disciplina Estágio Supervisionado – CAD 5236,
como requisito parcial para a obtenção do grau
de Bacharel em Administração da Universidade
Federal de Santa Catarina.

Professor Orientador: Luís Moretto Neto

FLORIANÓPOLIS

2005

CAROLINA MACHADO

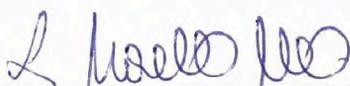
O PAPEL ESTRATÉGICO DO NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SANTA CATARINA
PARA O FORTALECIMENTO DA IMAGEM CORPORATIVA DO COMPLEXO
FORMADO PELO PODER JUDICIÁRIO CATARINENSE

Este trabalho de conclusão de estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 24 de novembro de 2005.



Professor Marcos Baptista Lopez Dalmau, Doutor
Coordenador de Estágios

Apresentada à Banca Examinadora integrada pelos professores:



Luís Moretto Neto, Doutor
Orientador



Altamiro Damian Préve, Mestre
Membro



Eduardo Bridi, Mestre
Membro

Dedico este trabalho à minha avó Maria, ao meu avô Almei (*in memoriam*), à minha mãe Márcia e ao meu esposo Nilson, pilares de sustentação da minha vida, razões da minha existência.

AGRADECIMENTOS

Empreender uma pesquisa científica significa desbravar caminhos ainda pouco explorados em busca da maior riqueza da humanidade: o conhecimento. Durante a trajetória, percebi, muitas vezes, que o caminho era íngreme e tortuoso. Contudo, não estive sozinha nesta jornada: fui acompanhada, passo a passo, por pessoas iluminadas que, reunindo experiência de vida, carinho e dedicação, estenderam-me as suas mãos, garantindo-me a força necessária para que eu pudesse transpor os obstáculos do percurso e conquistar o objetivo traçado. Gostaria assim, neste espaço, de prestar a minha homenagem e os meus sinceros agradecimentos...

...a Deus, por me permitir participar deste fabuloso espetáculo que é a vida.

...à minha mãe Márcia, e à minha avó Maria, que me ensinaram que sonhar é preciso, mas que para torná-los realidade é imprescindível guiar-se pelos valores da honestidade, da responsabilidade e do trabalho infatigável.

...ao meu avô Almeici, que partiu antes mesmo de saber que eu ingressaria na vida acadêmica, mas que me acompanha sempre, num plano invisível aos olhos, mas sensível ao coração.

...ao meu esposo Nilson, por todo o amor e incentivo, principalmente nos momentos mais difíceis.

...ao meu Mestre, Professor Doutor Luiz Moretto Neto, que aliando dedicação e competência, guiou-me pelo "caminho das pedras", e cuja força intelectual permitiu-me obter o discernimento teórico e prático necessários para a construção deste trabalho.

...aos meus colegas de trabalho, em especial: Eneide Camboim Harris, Ângelo Lima Medeiros, Maria Fernanda Farinha Martins Nunes e Pedro Luís Linsmeyer, que não mediram esforços para me auxiliar nesta empreitada, fornecendo-me materiais e informações valiosas para a concretização desta pesquisa.

... a Jornalista Lúcia Helena E. V. da Silva que, mesmo diante das atribuições do dia-a-dia, prontamente atendeu aos meus questionamentos, contribuindo com importantes dados para este estudo.

...ao Tribunal de Justiça de Santa Catarina, na figura da Doutora Cláudia Nicollazzi Medeiros da Cunha Delpizzo, Chefe de Gabinete da Presidência, e do Excelentíssimo Senhor Desembargador Jorge Mussi, Presidente, por me concederem a oportunidade de desenvolver este estudo e compreender um pouco mais sobre esta complexa estrutura organizacional que constitui o Poder Judiciário Catarinense.

...aos meus colegas do curso de Administração, em especial, Saionara Martins Ugioni e Anderson Felisberto Dias, que dividiram comigo diversos momentos de alegria e tensão durante nossa empreitada acadêmica.

... ao "*Teacher*" Luizom Saudades, que me ajudou a decifrar o idioma da terra do "Tio Sam".

... a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, auxiliaram-me na conclusão de mais esta etapa do processo de aprendizagem.

"Somos crianças ao sol
A aprender, a viver e a sonhar, e o sonho é belo
Pois tudo ainda faremos, nada está no lugar
Tudo está por pensar, tudo está por criar."

(Milton Nascimento)

RESUMO

MACHADO, Carolina. O papel estratégico do Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina para o fortalecimento da imagem corporativa do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense. 118 f. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

Orientador: Professor Doutor Luís Moretto Neto

Defesa: 24 de novembro de 2005.

Este trabalho apresenta um estudo sobre o papel desempenhado pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina para o alcance dos objetivos organizacionais e contribuição na efetividade organizacional do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense, por intermédio da análise de seus procedimentos administrativos, fundamentada no Marketing de Serviços e de Relacionamento. Na tentativa de consolidar a sua imagem institucional e garantir vantagem competitiva no acirrado mundo dos negócios, as organizações estão direcionando esforços na construção de relacionamentos sólidos com seus públicos-alvos, por intermédio do gerenciamento estratégico da comunicação institucional, a partir da atividade conjunta das áreas que compõem o mix de comunicação de marketing: relações públicas, imprensa, publicidade e propaganda, concentradas em um só setor, denominado Assessoria de Comunicação Social. Visando compreender a dinâmica desta tendência no âmbito de uma instituição pública prestadora de serviços, foi realizada uma pesquisa natureza exploratória-descritiva, de abordagem qualitativa, para relatar os procedimentos administrativos realizados que contribuem para que as metas organizacionais traçadas sejam atingidas e para a promoção de uma imagem corporativa sólida. Para tanto, buscou-se na literatura os subsídios teóricos necessários para apreender os conceitos de imagem empresarial e as particularidades que envolvem o setor de serviços, principalmente aqueles prestados por instituições públicas, bem como, para compreender a importância do gerenciamento da comunicação e identificar as atividades desenvolvidas por uma assessoria de comunicação social que podem contribuir na efetividade de uma empresa junto aos seus públicos, comparando-se os fundamentos extraídos da teoria com a leitura da realidade organizacional observada. Verificou-se, com a confrontação entre o caso estudado e os modelos teóricos existentes, que as ações desempenhadas pela organização em estudo satisfazem as condições defendidas pela literatura pesquisada. Todavia, foi observada a necessidade de colocar-se em discussão o fato de tais atividades não apresentarem ferramentas de controle que forneçam elementos factíveis para comprovar se os resultados atingidos são realmente favoráveis à efetividade da organização.

Palavras-chave: Marketing de serviços; Marketing de relacionamento; Comunicação institucional; Assessoria de imprensa; Relações públicas.

ABSTRACT

MACHADO, Carolina. The strategy paper of the Communication Institutional Nuclei of the Justice Santa Catarina's Department for the strengthening of the corporative image of the Complex formed by the Catarinense Judiciary Power. 118 f. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

Advisor: Professor Doutor Luís Moretto Neto

Defense: November 24th, 2005.

This paper present a study on the roll of the Communication Institutional Nuclei of the Santa Catarina's Department to reach the organization objectives and to contribute in its effectiveness of the complex formed by the Catarinense Judiciary Power, through the analyses of its administrative proceedings based on Relationship and Services Marketing. In attempting to consolidate its institutional image and warrant a competitive advantage in the business environment the organizations are directing their affords in the establishment of solid relationships with their target market via the strategic management of the institutional communication by the unifying activity of the composing areas of marketing communication mix: public relations, media, advertisement and marketing concentrated on a single sector named Social Communication Department. In order to understand the dynamic of this tendency in the scope of a services public institution there was a conducted a research of a descriptive-exploratory nature and of a qualitative approach to relate the followed administrative proceedings that contribute for the achievement of the organization objectives and for the promotion of a solid corporative image. For such, there was used the necessary theoretical subsidies to grasp the concepts of the corporative image and its characteristics that involves the service sector mainly those offered by the public institutions, as well as to understand the importance of the management of the communication and to identify the activities developed by a social communication department which can contribute to the effectiveness of a corporation with its targeted market comparing to the extracted essence of the theory with the observed reading of the organization reality. It was found, with a confrontation of the studied case and existing theoretical models, that the actions performed by the studied organization satisfy the conditions supported by the researched literature However, there was noticed the need to discuss the fact that such activities do not present control tolls that offer factual elements to test whether or not the achieved results are favorable to the organizational effectiveness.

Key words: Services marketing; Relationship marketing; Institutional communication; Media; Public relations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Posição da Assessoria de Comunicação Social no organograma institucional.....	23
Figura 2: Delimitação de funções e legislação correlata	24
Figura 3: Diagrama de um esquema de processo otimizado de relações públicas..	27
Figura 4: Organograma da Presidência do Tribunal de Justiça de Santa Catarina..	73
Figura 5: Abertura do 69º Encontro do Colégio Permanente de Presidentes de Tribunais de Justiça do Brasil.....	87
Figura 6: Solenidade de Posse do Excelentíssimo Senhor Edson Nelson Ubaldo no cargo de Desembargador.....	89
Figura 7: Abertura da Exposição Comemorativa dos 114 Anos de Instalação do Tribunal de Justiça de Santa Catarina.....	90
Figura 8: Sessão Solene de Outorga de Medalhas da Ordem do Mérito Judiciário .	90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação de eventos por tipologia.....	35
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
1.1 Apresentação do tema	5
1.2 Justificativa	9
1.3 Objetivo geral.....	12
1.4 Objetivos específicos	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Imagem institucional: porque a primeira impressão é a que fica	13
2.2 Marketing <i>versus</i> organizações sem fins lucrativos	15
2.3 O marketing de serviços – conceitos gerais.....	17
2.4 Marketing de relacionamento.....	19
2.5 A importância da comunicação para o fortalecimento da imagem corporativa	21
2.5.1 <i>A assessoria de relações públicas</i>	25
2.5.1.1 <i>As ações do profissional de relações públicas</i>	27
2.5.1.2 <i>Eventos: um capítulo à parte</i>	30
2.5.2 <i>O papel da assessoria de imprensa</i>	38
2.5.2.1 <i>As ações da assessoria de imprensa</i>	40
2.5.3 <i>Propaganda e publicidade</i>	43
3 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	47
3.1 Tipo de pesquisa.....	48
3.1.1 <i>Finalidade da Pesquisa</i>	48
3.1.2 <i>Meios de investigação</i>	49
3.2 Delimitação do universo de pesquisa	51
3.2.1 <i>População amostral</i>	51
3.3 Técnicas de coleta de dados	53
3.3.1 <i>Entrevistas</i>	54
3.3.2 <i>Observação direta e participante</i>	55
3.3.3 <i>Documentação e registros em arquivos</i>	57
3.4 Forma de tratamento dos dados	57
4 RESULTADOS DA PESQUISA.....	62
4.1 Breve histórico e caracterização da empresa em estudo.....	62
4.1.1 <i>O Poder Judiciário Catarinense: objetivos gerais</i>	64
4.1.2 <i>Estrutura organizacional do Poder Judiciário no Estado</i>	67
4.2 O Núcleo de Comunicação Institucional: um setor em evolução	73
4.2.1 <i>Disseminando informações: meios, canais e veículos de comunicação</i> ..	80
4.2.2 <i>A realização dos eventos institucionais</i>	88
4.2.3 <i>A relação do Judiciário Catarinense com a imprensa</i>	97
4.2.4 <i>A contribuição do gerenciamento da comunicação na efetividade</i> <i>organizacional</i>	102
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	106
6 REFERÊNCIAS	114
7 ANEXOS.....	118

1 INTRODUÇÃO

As corporações, públicas ou privadas, constituem um sistema social globalizado e, assim sendo, estão sujeitas a uma série de fatores, de ordem interna e externa, que apresentam influência nos seus desempenhos, interferindo sobremaneira na credibilidade e na efetividade da imagem corporativa, hoje considerada um dos maiores patrimônios das organizações, sinônimo de reconhecimento e vantagem competitiva junto ao mercado.

Para fortalecer e consolidar a imagem empresarial, as organizações precisam "estretitar os laços" com os seus grupos de interesse. Contudo, para a construção de relacionamentos sólidos é necessário interação, proximidade, e, principalmente, o gerenciamento estratégico da comunicação entre empresa e seus públicos.

De acordo com Duarte (2002) a integração de todas as atividades relacionadas à comunicação – marketing, publicidade, assessoria de imprensa e relações públicas – num sistema de comunicação com funções interdependentes e foco na visão de negócio e na missão da empresa, é fundamental para o sucesso da organização. Essa coordenação conjunta das atividades de comunicação entre empresa e seus públicos, englobando iniciativas na área de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda é definida por Kopplin e Ferraretto (1996) como Assessoria de Comunicação Social, cujas ações tem como objetivo comum a imagem da organização perante a sociedade.

Corroborando com essa tendência de mercado, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina criou, em 2004, o Núcleo de Comunicação Institucional, constituído pelas assessorias de imprensa e de relações públicas com o intuito de manter uma

relação mais estreita entre o Judiciário Catarinense e seus públicos de interesse e, assim, solidificar a imagem da Instituição.

Nesse contexto, surgiu o interesse de desenvolver um trabalho de pesquisa cujo tema é compreender o papel desempenhado por esse setor para o alcance das metas organizacionais e analisar a sua contribuição na efetividade organizacional do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense.

Frente ao exposto, esta investigação foi estruturada em quatro capítulos essenciais. O primeiro deles, então, consiste em oferecer ao leitor uma visão geral do assunto a ser abordado, bem como, indicar quais os objetivos que se pretendeu alcançar com a realização desta pesquisa.

Contudo, para apreender ao máximo os fatos que circundam este tema de estudo, foi necessário buscar informações que pudessem ser aplicáveis à especificidade da situação observada, e permitissem, assim, que as metas propostas pela investigação fossem atingidas.

Deste modo, o segundo capítulo apresenta os subsídios teóricos empregados para ampliar os conhecimentos acerca do tema escolhido, e, segundo Tomanik (1994), tentar estabelecer as diretrizes teóricas norteadoras de sua análise, por intermédio de comparações entre o posicionamento dos autores pesquisados às próprias conclusões do pesquisador.

Por conseguinte, uma vez traçados os objetivos a serem alcançados pelo trabalho de pesquisa, fez-se necessária a seleção de uma metodologia específica, sem a qual o trabalho perderia a sua validade com trabalho científico, já que não estaria sustentado por uma técnica, ou ainda, lógica de pensamento, legitimada pela comunidade científica.

Portanto, o terceiro capítulo demonstra os procedimentos metodológicos que foram aplicados para a coleta e posterior interpretação dos dados necessários: o tipo de pesquisa empregado, a forma como a população amostral foi delimitada, os métodos de coleta e interpretação dos dados, de modo tal que, ao término dos trabalhos, os objetivos propostos fossem alcançados.

O quarto capítulo desvela quais os resultados alcançados por intermédio das entrevistas estruturadas e não estruturadas e observações realizadas ao longo do processo de pesquisa, isto é, aponta um retrato da realidade organizacional estudada, traçado a partir da codificação, estruturação e análise dos dados coletados.

Ao final, são apresentadas as considerações finais acerca da realização deste estudo: uma breve reflexão sobre os assuntos abordados, as dificuldades encontradas e os objetivos atingidos.

1.1 Apresentação do tema

Quando se trata de marketing, o ímpeto é associá-lo a um instrumento exclusivo das empresas com fins lucrativos, que fabricam, comercializam produtos ou vendem serviços, e que se utilizam dessa ferramenta – marketing – como estratégia para driblar o algoz da concorrência e garantir um “lugar ao sol” no ambiente dos negócios.

Sob este prisma, parece estranho, num primeiro momento, associar o marketing aos órgãos públicos, afinal, essas estruturas existem para suprir necessidades sociais específicas garantidas por lei. Não há nada para vender: Além

disso, pode-se dizer que não há concorrentes: os clientes é que procuram esses sistemas quando precisam dos seus serviços.

No Poder Judiciário, por exemplo, os Fóruns, assim como os Tribunais de Justiça, não disputam entre si os processos dos jurisdicionados. A lei regulamenta que os limites de competência dos juízes e desembargadores, que ficam limitados às suas jurisdições. Logo, se não há um ambiente competitivo, e se não se faz necessária a conquista e a manutenção de clientes, qual o sentido para a utilização das estratégias de marketing?

A resposta para esta pergunta pode estar relacionada diretamente com as mudanças sofridas pelo cenário político e sócio-econômico mundial. As profundas transformações geradas pela revolução tecnológica, que trouxe consigo a queda das barreiras geográficas – os desafios agora são globais – bem como, a celeridade na disseminação das informações, impuseram às organizações contemporâneas respostas rápidas para acompanhar as novas características da realidade.

Assim, a reputação das organizações foi colocada à prova. E o comportamento do consumidor também foi afetado: ele agora apresenta uma consciência maior dos seus direitos e do seu poder de escolha.

Deste modo, não bastam apenas produtos de qualidade e técnicas de vendas aguçadas. De nada adianta munir-se de idéias mirabolantes. É preciso conquistar a confiança do cliente. Estreitar relacionamentos. Criar alternativas de alcance ao público, para que este perceba que a estrutura organizacional que se lhe apresenta é confiável. “A mulher de César não basta ser honesta, tem que parecer honesta” (NEVES, 1998. p. 67). Ou seja, esforços concentrados em busca da competitividade serão desperdiçados se a imagem corporativa projetada não instiga credibilidade.

Se as empresas privadas foram impelidas a buscar novas formas de adaptação para vencer os desafios impostos pelo mercado, no âmbito das entidades governamentais as exigências ficaram por conta da qualidade e da sinergia dos serviços prestados. Mais do que nunca, as organizações públicas direcionam a sua atenção para transmitir à sociedade a transparência de suas ações e, desta maneira, tentar reverter as percepções negativas que fragilizam a sua imagem institucional.

Diante desta conjuntura, o marketing, em especial o marketing de serviços – para a realidade das organizações que trabalham bens intangíveis, como é o caso das organizações públicas – e de relacionamentos, pode ser um poderoso aliado no fortalecimento da imagem institucional das empresas, na medida em que apresenta estratégias que visam minimizar ameaças e potencializar oportunidades, na tentativa de compreender e satisfazer os desejos e necessidades dos clientes.

De acordo com Cobra (1986, p. X), as organizações públicas, "(...) devem utilizar com especial atenção esse conceitos, na medida em que o monopólio, em alguns setores, não lhes confere um privilégio, mas sim um desafio de substituir nas análises de marketing o concorrente pelo usuário, que exige do serviço qualidade, eficiência e eficácia".

Na realidade do Poder Judiciário Catarinense, alvo deste estudo, uma das ações para aprimorar as políticas de comunicação entre o Judiciário e a sociedade surgiu com a criação do Núcleo de Comunicação Institucional, cuja principal missão consiste em divulgar as atividades desenvolvidas pela Instituição aos públicos internos e externos e, deste modo, contribuir para a consolidação da imagem corporativa.

A atuação da Justiça, tanto no estado de Santa Catarina como no Brasil, não é encarada com bons olhos. A imagem de uma instituição elitista e morosa na

resolução dos seus processos, bem como, hermética, é concebida por parte de pessoas que desconhecem as verdadeiras atribuições do Poder Judiciário (SUPERIOR TRIBUNAL FEDERAL, 2004).

Conforme destaca Ceneviva (2004), a falta de familiaridade e de conhecimento, isto é, de informações mais precisas sobre a operação da magistratura, por parte da sociedade brasileira para com o Poder Judiciário retrata-se com um dos grandes problemas a ser encarado pelas Cortes de Justiça. O conceito vigente é de um Judiciário que compõe um mundo à parte, separado da sociedade e dos outros Poderes.

Sendo assim, uma das necessidades mais prementes do Judiciário é aumentar a credibilidade da sua imagem institucional, oferecendo mecanismos que o aproxime dos cidadãos, de modo tal que a população possa compreender a dimensão dos serviços executados pela figura dos Tribunais de Justiça e identificar as iniciativas existentes para facilitar o acesso à Justiça e garantir os direitos dos jurisdicionados.

Neste contexto, a pesquisa em questão objetivou buscar informações que permitissem compreender as ferramentas disponíveis às corporações, especialmente às instituições públicas, em particular, o Poder Judiciário Catarinense, expostas a uma série de fatores internos e externos que influenciam diretamente os seus desempenhos, para alcançar os objetivos organizacionais e aumentar a credibilidade e efetividade da imagem corporativa, fundamentando a análise nos pressupostos teóricos do marketing de serviços e de relacionamentos.

Para tanto, partiu-se da seguinte questão, a qual serviu como diretriz norteadora deste estudo: *Qual o papel desempenhado pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina para o alcance das metas*

organizacionais do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense e a sua contribuição para a efetividade da organização?

1.2 Justificativa

Assegurar a “sobrevivência” ante as adversidades do meio empresarial exige, por parte das organizações que visam o lucro, não apenas um aparato tecnológico invejável, mas o reconhecimento das necessidades não atendidas do público consumidor, desenvolvendo, deste modo, soluções criativas para obter, com elas, lucratividade e vantagens competitivas, afinal,

[...] se os clientes perceberem que estão obtendo menos qualidade, menor valor, ou serviço pior do que talvez um concorrente aparentemente pode oferecer, e se não sentirem que podem confiar em seu fornecedor ou provedor de serviço atual, por que permaneceriam clientes? (Grönroos, 2003, p. 38)

Por outro lado, em se tratando de organizações sem fins lucrativos, como é o caso das instituições públicas das esferas executiva, legislativa e judiciária, não obstante também sofram o impacto das novas exigências da sociedade, a palavra concorrência não chega a colocar em risco a existência dessas corporações, uma vez que, para que uma pessoa possa fazer valer os seus direitos, a lei é quem determinará qual o procedimento a ser adotado e qual o órgão capaz de suprir aquela necessidade específica.

Tais organizações existem para servir ao público. E, como prestadoras de serviços, não estão isentas da obrigação de compreender os anseios da população a qual atendem. Pelo contrário: diante do seu importante papel social, devem adequar seus procedimentos de trabalho para assegurar aos cidadãos serviços prestados com eficácia e eficiência.

No âmbito do Poder Judiciário Catarinense, a realidade não é distinta. É de sua incumbência "aplicar a lei a fatos concretos" (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 7), ou seja, a ele cumpre dirimir os conflitos de interesse, com fundamento na aplicação das leis, bem como, fazer justiça e dizer o direito dos cidadãos, com eficiência na prestação dos serviços jurisdicionais.

Evoluções, contudo, não acontecem "da noite para o dia". Assim, muito embora as mudanças sejam progressivas, ainda prevalece na mente das pessoas alguns arquétipos, tais como o de que

[...] empresas estatais são paquidermes ineficientes e, no fundo, só servem aos interesses dos poderosos de plantão. Mais: os funcionários são desmotivados e não têm a mínima intenção de mudar e nem prestar um bom serviço à população". (FURTADO *apud* LAS CASAS, 2002, p. 70)

No caso do Poder Judiciário, mais especificamente, a morosidade dos processos judiciais e o fato de que, normalmente, uma das partes envolvidas, ao perder a causa, considera-se prejudicada pela sentença final, também contribuem para a construção de uma imagem institucional negativa. Além disso, a complexidade das leis e dos termos processuais reflete a imagem de uma organização hermética, distante dos interesses dos cidadãos comuns e que oferece serviços de má qualidade.

Todavia, como uma empresa pode atender às expectativas do seu público-alvo, conquistar um bom relacionamento com seus clientes e, a partir de então, construir uma imagem corporativa sólida, considerando-se todas as dificuldades inerentes à área de serviços? Para LAS CASAS (2002), as técnicas de relações públicas podem ser uma poderosa ferramenta a ser utilizada pelas empresas para a projeção de uma determinada imagem.

LESLY (2002, p. 6) define relações públicas como

[...] um meio para que os desejos e interesses do público sejam sentidos pelas instituições que atuam em nossa sociedade. Interpreta e comunica aquilo que o público tem para dizer para organizações que, normalmente,

não seriam sensíveis a essas manifestações, assim como comunica o que as organizações têm a dizer para o público". (LESLY, 2002, p. 6).

Relações Públicas seriam, então, o "elo de ligação" entre empresa e cliente, por intermédio do qual a administração identifica qual a imagem que o público detém da organização e a que se pretende projetar na mente das pessoas. Cabe a esta área, de acordo com LESLY (2002, p. 13) dirigir "toda a atividade no sentido de se atingir um objetivo previamente estabelecido", seja ele o prestígio ou imagem favorável e seus benefícios; a determinação da postura da organização ao lidar com seus públicos; a boa vontade de empregados ou membros; a resolução de mal-entendidos e preconceitos, entre outros, de maneira isolada ou conjunta. E a existência, no Tribunal de Justiça, de um setor voltado para o exercício dessas funções, pode ser um dos passos para a conquista de um Judiciário que se caracterize, aos olhos dos cidadãos, como um sistema mais eficiente, reconhecido e respeitado pela sociedade.

Diante desta conjuntura, o grande "estopim" para a realização desta pesquisa consistiu na tentativa de compreender como a Justiça pode estar mais próxima do cidadão comum, por intermédio da implementação de atitudes fundamentadas no marketing de serviços e de relacionamento, analisando-se, para tal, o papel desempenhado pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça, no sentido de desvelar à população os projetos que estão sendo desenvolvidos com o intuito de facilitar o acesso à justiça e garantir a efetivação dos direitos dos jurisdicionados.

Neste contexto, acredita-se que, quando as necessidades do público passam a ser compreendidas, por meio da interação realizada por um programa de relações públicas e de comunicação estrategicamente posicionados, o caminho para a efetividade da imagem institucional certamente será menos tortuoso, possibilitando

que a organização possa alcançar os objetivos almejados, obtendo, assim, resultados com maior grau de eficácia e eficiência.

1.3 Objetivo geral

Compreender o papel desempenhado pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina para o alcance dos objetivos organizacionais e contribuição na efetividade organizacional do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense, por intermédio da análise de seus procedimentos administrativos, fundamentada no Marketing de Serviços e de Relacionamento.

1.4 Objetivos específicos

- a) Identificar e analisar os instrumentos de comunicação utilizados pelo Núcleo de Comunicação Institucional para o desempenho de suas funções.
- b) Avaliar as políticas de relacionamento existentes entre o Núcleo de Comunicação Institucional e seus públicos interno e externo, utilizando o período de 2004/2005.
- c) Analisar qual a contribuição do gerenciamento da comunicação, pelo Núcleo de Comunicação Institucional, na efetividade organizacional.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A elaboração desta pesquisa tem por objetivo compreender o papel desempenhado pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça para contribuir no alcance dos objetivos organizacionais e para o aumento da credibilidade e efetividade da imagem corporativa do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense. Para tanto, buscou-se na literatura o embasamento teórico necessário que pudesse justificar as práticas observadas no cotidiano da instituição.

2.1 Imagem institucional: porque a primeira impressão é a que fica

De modo geral, as pessoas sempre criam uma certa expectativa sobre aquilo que desconhecem ou que não vivenciaram. É comum, por exemplo, conversar ao telefone com alguém que não se conhece e “imaginar” como ela pode ser pessoalmente. Da mesma forma, ao procurar um produto ou serviço oferecido por uma empresa pela primeira vez, os clientes constroem uma pré-concepção, uma “imagem” daquilo que esperam receber. Quando o resultado não é o esperado, ou seja, não corresponde às expectativas geradas, a sensação de desapontamento do consumidor pode causar sérios prejuízos para a organização que prestou o serviço, e a sua imagem fica maculada – afinal, a primeira impressão é a que fica, e a modificação da mesma pode demandar recursos não disponíveis.

Imagem é, então, a forma como os indivíduos percebem as coisas. A imagem corporativa, assim, pode ser definida como o reflexo das percepções positivas e

negativas repassadas ao público pela organização. Uma imagem positiva e competitiva atrai clientes e parceiros, motiva funcionários e aumenta a credibilidade da corporação (NEVES, 1998).

Para La Tajada (2000, p. 49), a imagem corporativa é a consequência

[...] da síntese de todas as ações de comunicação dirigidas a seu diferentes públicos. Cada pessoa possui uma imagem subjetiva própria da empresa. Essa imagem individual passa sempre por certas deformações alheias às qualidades positivas ou negativas da empresa e, em múltiplas ocasiões, não correspondem a sua realidade.

Na concepção de Grönroos (2003, p. 363), uma boa imagem corporativa "[...] representa um patrimônio para qualquer empresa porque a imagem causa um impacto sobre as percepções do cliente em relação à comunicação e as operações da empresa em muitos aspectos".

Todavia, as instituições públicas brasileiras têm vários percalços a enfrentar, na construção de uma imagem favorável diante do povo. Ainda que existam iniciativas com o intuito de melhorar a qualidade dos serviços prestados pelos órgãos governamentais, a escassez de recursos, a presença de funcionários desmotivados e a forte demanda acumulada são barreiras que precisam ser transpostas.

Tantos problemas contribuem para que prevaleça, na mente do cidadão, a imagem de organizações corruptas, ineficientes, "jurássicas". Conseqüentemente, a credibilidade dessas instituições fica abalada. Desta forma, se a imagem corporativa, ou ainda, o prestígio de uma empresa, apresenta tamanha importância, qual o caminho a seguir para atingir resultados favoráveis?

Imagem e credibilidade são frágeis como castelos de areia: basta uma leve onda para que tudo desmorone. E a reconstrução é lenta, muito lenta. (NEVES, 1998). Portanto, o primeiro passo consiste em detectar as causas do problema. No caso dos órgãos públicos, a imagem negativa está atrelada ao desempenho dos

serviços prestados. São necessárias, deste modo, ações que contribuam para a melhoria da qualidade de serviço. (GRÖNROOS, 2003). Além disso, se a imagem da organização reflete as percepções dos clientes, é mister concentrar esforços para compreender as necessidades do público e, assim, corresponder às suas expectativas, por intermédio da adoção de técnicas múltiplas, inclusive de marketing.

Conforme Kotler (1988, p. 25), “o marketing enfatiza sobremaneira a mensuração das necessidades e desejos do mercado-alvo”. As estratégias de marketing, voltadas para o gerenciamento de serviços, podem, desta forma, ser consideradas ferramentas importantes para desenvolver a imagem corporativa das instituições públicas.

2.2 Marketing *versus* organizações sem fins lucrativos

Todas as empresas nascem com algum propósito, e operam para atender a um determinado público, definido por Kotler (1988, p. 33) como “[...] um grupo distinto de pessoas e/ou organizações que possuem um interesse real ou potencial e/ou um impacto sobre a organização”. No momento em que são capazes de transformar recursos em produtos e/ou serviços que identifiquem e satisfaçam as necessidades da sua clientela, as organizações traçam o seu caminho para o sucesso, isto é, conquistam um espaço privilegiado no meio empresarial, garantem a sua efetividade e fortalecem a imagem corporativa.

Quando o principal objetivo está na obtenção de lucratividade dos negócios realizados, é comum que as organizações utilizem técnicas de marketing para compreender e mensurar os desejos do seu mercado-alvo. Todavia, tais conceitos

não são restritos apenas às empresas que visam o lucro; também as instituições sem fins lucrativos podem usufruir dos conceitos de marketing para perceber os anseios da população que assiste e, assim, aumentar a sua credibilidade.

Conforme Kotler (1998, p. 24), “a razão básica de uma organização que não visa lucro interessar-se pelos princípios formais de marketing é que eles permitem que a organização se torne mais eficaz na obtenção de seus objetivos”. Em outras palavras, muito embora não haja o alçôz da concorrência, faz-se necessário administrar recursos e incentivar os funcionários para atender às metas organizacionais, normalmente calcadas na prestação de serviços essenciais aos cidadãos, como é o caso, por exemplo, dos órgãos públicos municipais, estaduais e federais.

Para melhor compreender como o marketing pode ser uma importante ferramenta para o gerenciamento das atividades realizadas por organizações que não visam o lucro, parte-se do conceito geral de Las Casas (2002, p. 15), que define marketing como

[...] a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade.

É comum associar as atividades de marketing apenas à publicidade e propaganda. Na verdade, marketing pode ser de “bens, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e idéias” (KOTLER, 2000, p. 25). Considerando-se que a organização em estudo está essencialmente voltada para a prestação de serviços, e tendo em vista que “serviços são inerentemente relacionais” (GRÖNROOS, 2003, p. 19), serão analisadas, a

seguir, as características básicas do marketing para gerenciamento de serviços e de relacionamento com clientes.

2.3 O marketing de serviços – conceitos gerais

As instituições da área governamental, particularmente, existem porque oferecem serviços essenciais, garantidos por lei a todas as pessoas, sem distinção. Deste modo, satisfazê-las, prestando serviços de qualidade, não é uma alternativa para vencer concorrentes, e sim, antes de qualquer coisa, uma obrigação legal.

De acordo com Kotler (2000, p. 448) “serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada”. Na concepção de Grönroos (2003, p. 65),

[...] um serviço é um processo, consistindo em uma série de atividades mais ou menos intangíveis que, normalmente, mas não necessariamente sempre, ocorrem interações entre o cliente e os funcionários de serviço e/ou recursos ou bens físicos e/ou sistemas do fornecedor de serviços e que são fornecidas como soluções para problemas do cliente.

Além disso, os serviços são altamente variáveis, isto é, dificilmente serão prestados exatamente da mesma maneira, já que a percepção de qualidade varia de consumidor para consumidor, e exigem interação entre o prestador de serviços e o cliente.

A complexidade que envolve o setor de prestação de serviços, aliado a alguns problemas relacionados aos órgãos públicos, tais como a má qualidade do atendimento, a morosidade dos processos e, principalmente, a falta de informação do público para com os serviços disponibilizados por essas instituições, contribuem

para a imagem negativa ostentada pelos órgãos governamentais de um modo geral, da qual o Poder Judiciário Catarinense não foge à regra.

Diante desta conjuntura, as estratégias do marketing de serviços, aliadas ao marketing de relacionamento, podem ser encaradas como uma alternativa para melhorar a qualidade dos préstimos de órgãos públicos, afinal, estas entidades “estão rodeadas por diversos públicos com os quais deverão manter boas relações” (KOTLER, 1988, p. 334)

De acordo com Grönroos *apud* Kotler (2000, p. 456), o marketing de serviços, pela complexidade natural que envolve o conceito de serviços, exige ainda, um processo de marketing interno, isto é, de capacitação e motivação dos funcionários para o atendimento de qualidade, e de marketing interativo, entendido como a habilidade, por parte dos funcionários, em servir a clientela, com resultados positivos aos objetivos organizacionais e contribuindo para o aumento da credibilidade e efetividade da imagem corporativa dessas instituições.

Na concepção de Kotler (2000), a efetividade das empresas prestadoras de serviços pode ser obtida a partir de três estratégias básicas de gerenciamento: gerar um diferencial para os serviços oferecidos, buscar a melhoria da produtividade e primar pela qualidade dos serviços.

No âmbito da organização em estudo, o fator diferenciação não chega a ser muito relevante, na medida em que não existe a preocupação da concorrência. Contudo, convém destacar o aspecto da imagem corporativa, mencionada por Kotler (2000), que pode ser fortalecida por intermédio de logotipos e/ou símbolos. O Poder Judiciário, como um todo, ostenta como símbolos a balança, símbolo do equilíbrio, e a Deusa Thêmis, que possui uma venda em seus olhos, denotando a justiça sem distinção. O Tribunal de Justiça, em especial, não possui um logotipo que o

represente, a exemplo de alguns tribunais de outros Estados; no entanto, o Núcleo de Comunicação Institucional, apresentou uma proposta ao Gabinete da Presidência, para que seja desenvolvido um brasão específico para o Poder Judiciário Catarinense, a partir de estudo feito por empresa especializada.

A questão da produtividade envolve basicamente, segundo Kotler (2000), a qualificação dos funcionários, por intermédio de processos de seleção e de capacitação. O Poder Judiciário Catarinense conta com um processo seletivo baseado em concurso público, e a demanda elevada em comparação ao número de vagas implica que, de modo geral, apenas as pessoas preparadas conseguirão provê-las. Atualmente, os novos servidores estão passando por um programa especial de capacitação e integração no novo ambiente de trabalho, coordenado pela Assessoria Especial da Presidência, que está contribuindo favoravelmente para o aumento da produtividade dos serviços prestados, inclusive, por intermédio de uma análise prévia de perfil para identificar qual a melhor função a ser desempenhada pelo servidor empossado.

Já o gerenciamento da qualidade dos serviços é fator essencial na busca pelo alcance dos objetivos organizacionais – afinal, "a qualidade de um produto ou serviço em particular é qualquer coisa que o cliente perceba que ela seja" (GRÖNROOS, 2003, p. 85), daí a sua importância em contextos de serviço.

2.4 Marketing de relacionamento

Em sua essência, o marketing de relacionamento consiste em reter os clientes da corporação, a partir de interações que favoreçam o relacionamento entre

consumidor-empresa. Segundo Grönroos (2003, p. 107), “em serviços [...] interação é o conceito-chave, [...] é o fenômeno básico na criação de qualidade e valor”.

Assim, associado às estratégias de marketing de gerenciamento de serviços, criar uma estrutura de relacionamento com o público-alvo contribui para que se desenvolva um processo mais apurado de comunicação com os clientes, auxiliando na identificação de suas perspectivas de valor e na qualidade percebida de serviço.

Na concepção de Stone, Woodcock & Machtynger (2001, p. 20) o marketing de relacionamento consiste na utilização de uma ampla abordagem englobando marketing, vendas, comunicação, serviço e atendimento ao cliente, com o objetivo de identificar os grupos de interesse com os quais a empresa interage, estabelecer um relacionamento que seja duradouro e traga vantagens para ambas as partes e gerenciar a manutenção deste relacionamento para gerar benefícios tanto para a organização como para os clientes.

Aliás, um processo de comunicação eficiente, tanto com o público externo quanto o interno, exerce forte influência sobre o desempenho dos serviços prestados e sobre o relacionamento com o público, pois compreende “a habilidade de uma pessoa se inter-relacionar com outra” (LESLY, 2002, p. 45).

A importância do processo de comunicação para atingir resultados positivos por intermédio do marketing de relacionamento é também enfatizado por Silva Filho (2003, p. 31):

[...] a comunicação é um fator crítico na construção e manutenção dos relacionamentos. De nada adianta estabelecer relacionamentos se a comunicação entre a empresa e o cliente não fluir nas duas direções, uma vez que, se houver falha, o cliente certamente se afastará.

As ações institucionais de comunicação também apresentam influência na imagem corporativa construída pela opinião pública. De acordo com Andrade (2002) a comunicação desempenha o papel de administrar as percepções do público de

forma que eles tenham interesse e associem à marca de uma organização, seja ela pública ou privada, valores e atributos, como pode ser observado a seguir:

2.5 A importância da comunicação para o fortalecimento da imagem corporativa

A maneira como as organizações se comunicam com o seu público-alvo reflete na formação da imagem corporativa, na medida em que as informações divulgadas fornecem subsídios para que as pessoas construam as suas expectativas acerca dos serviços oferecidos pela empresa. Ao manter um canal de comunicação aberto, a organização permite a livre expressão das idéias dos clientes, o que contribui para a identificação das suas necessidades e desejos (LAS CASAS, 2002).

A comunicação empresarial, segundo Rego (1986, p. 59), “vai além da transferência de informações entre duas ou mais pessoas, [...] objetiva provocar atitudes voluntárias por parte dos públicos para os quais a empresa se dirige”. Outrossim, canais participativos de comunicação permitem fortalecer a identidade da empresa e, conseqüentemente, a sua imagem. De acordo com Rego (1986, p. 115)

identidade é formada por valores, princípios, conceitos, sistemas e até pode envolver questões de natureza técnica. Trata-se de agregar situações que darão a empresa uma personalidade. A imagem é o que passa para a opinião pública. A imagem é a sombra da identidade. Quando a identidade não é fixada de maneira adequada, a sombra é muito tênue. Identidade forte ajuda a passar uma imagem de fortaleza. [...] Estabelecimento de metas, valores, objetivos clarificados darão transparência e vigor à imagem.

Para alcançar uma comunicação eficaz e eficiente, faz-se necessária a compreensão dos principais elementos presentes no processo de comunicação, a saber: emissor e receptor, principais partes envolvidas; mensagem e meio, ferramentas do processo; codificação, decodificação, resposta e *feedback*, funções

da comunicação; e por fim, o ruído, que correspondem aos fatores que podem interferir no processo (GRÖNROOS, 2003).

Além disso, desenvolver um processo de comunicação eficaz exige, primeiramente, que a empresa tenha definido qual o seu público-alvo. Isso posto, deve-se desenvolver os objetivos da comunicação, selecionar os canais adequados, isto é, canais de comunicação pessoal (entre duas ou mais pessoas), ou canais de comunicação não-pessoais (mídia – meios de comunicação escrita e eletrônica, atmosfera – “ambientes calculados” e eventos), definir, dentre o mix de comunicação de marketing – propaganda, promoção de vendas, relações públicas e publicidade, equipe de vendas e marketing direto, quais as ferramentas serão utilizadas para auxiliar o processo, medir os resultados da comunicação e, por fim, gerenciar o processo de comunicação integrada de marketing, um conceito que combina os diversos instrumentos disponíveis para promover um processo comunicativo claro, coerente e de máximo impacto. (KOTLER, 2000). Essa “comunicação integrada” também é denominada “Assessoria de Comunicação”.

De acordo com Kopplin e Ferraretto (1996, p. 17), as instituições normalmente utilizam serviços de uma assessoria de Comunicação Social – a qual pode receber nomenclaturas diversas e ser constituída por membros da própria empresa, por funcionários terceirizados ou, ainda, combinar as duas formas – para aprimorar o fluxo de informações entre os seus públicos interno e externo.

Para Lopes (1994, p. 9), a assessoria de comunicação apresenta como principal função

[...] facilitar o acesso dos grupos externos às realizações de uma empresa ou instituição, por meio de uma linguagem simples e organizada, mediada pelos meios de comunicação, além de promover a integração e a satisfação de segmentos internos que convivem e sustentam essas duas estruturas organizacionais.

Os serviços prestados por este setor englobam iniciativas nas áreas de Jornalismo, na figura da Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda. Para apresentar um desempenho com maior desenvoltura é recomendável que a assessoria de Comunicação Social esteja diretamente ligada com a cúpula administrativa da organização, para que as políticas traçadas estejam em sintonia com os objetivos da empresa, como representa a figura a seguir:

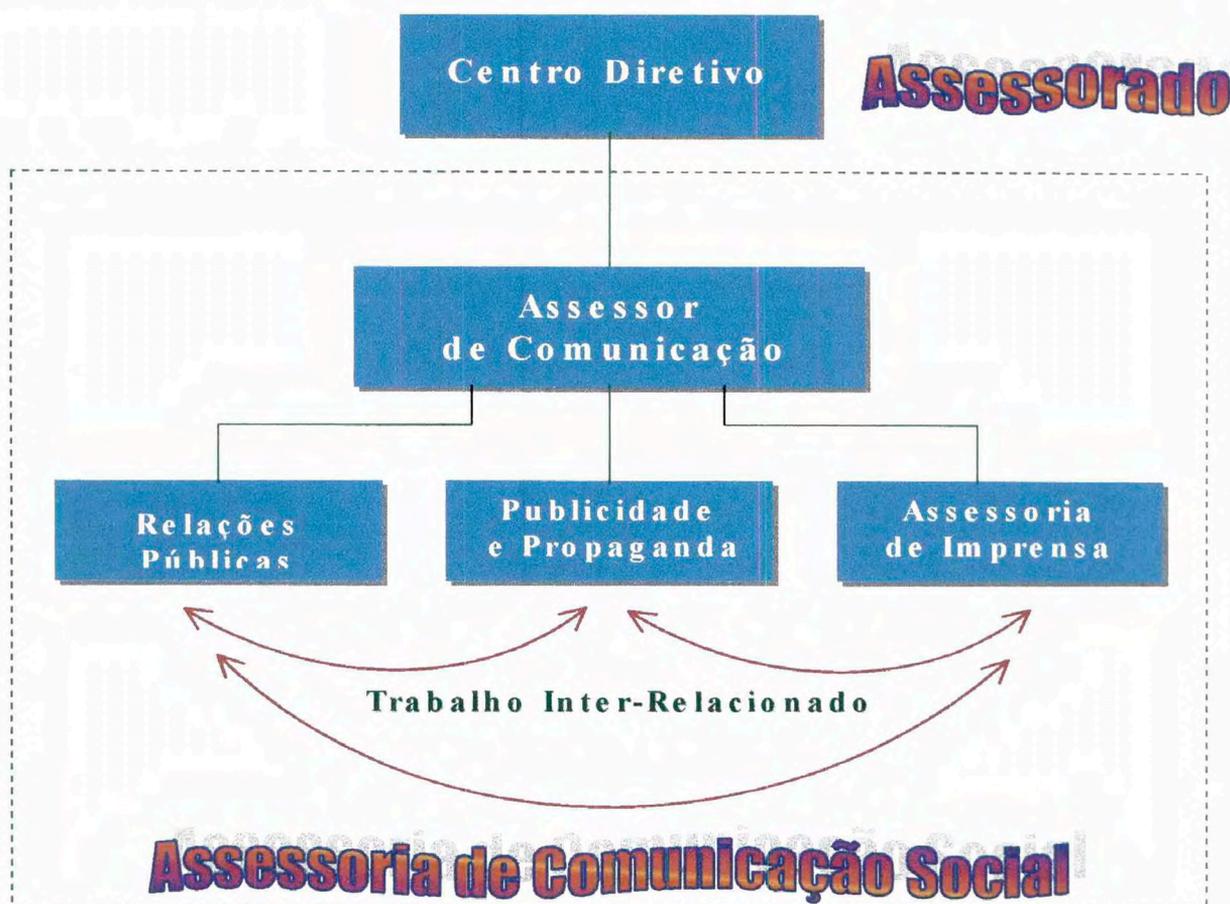


Figura 1: Posição da Assessoria de Comunicação Social no organograma institucional

Fonte: KOPPLIN E FERRARETTO, 1996, p. 18.

É comum, todavia, encontrar empresas que dispõem apenas de um destes segmentos para decidir as políticas de Comunicação Social, o que acaba gerando conflitos de competências entre as áreas envolvidas. Cabe salientar, no entanto, que

jornalistas, profissionais de relações públicas e publicitários apresentam tarefas e responsabilidades distintas e regulamentadas por lei, conforme Figura 2:



Figura 2: Delimitação de funções e legislação correlata

Fonte: KOPPLIN E FERRARETTO, 1996, p. 19 e 22.

Uma política de comunicação que coordene os três setores permite não só que confusões e superposições entre as atividades sejam evitadas, mas também, possibilita atingir resultados mais eficazes e abrangentes. Para tanto, é preciso compreender quais as características básicas que distinguem cada uma dessas profissões, a saber:

2.5.1 A assessoria de relações públicas

As atividades de relações públicas, segundo Kotler (2000), ainda são pouco aproveitadas por parte de algumas organizações. Entretanto, quando bem estruturadas, são capazes de proporcionar resultados positivos no que diz respeito ao alcance dos objetivos organizacionais, auxiliando, ainda, na resolução de conflitos, humanizando as instituições e contribuindo para o aumento da credibilidade organizacional (NEVES, 1998).

A própria história da atividade contribuiu para que a função de Relações Públicas fosse estereotipada pelas empresas e pela opinião pública, que encaram os profissionais da área como picaretas, enganadores, incapazes de agregar qualquer tipo de valor. Esta caracterização de Relações Públicas é resultado de uma combinação de diversos fatores, desde profissionais que se utilizavam realmente da posição para enganar o povo e se auto-promover, até a mesmo o cobiçado “*status*” que é associado à função, já que em muitos casos, existe a possibilidade de contato com celebridades, participação em jantares, coquetéis, enfim, eventos que estimulam a imaginação popular (GRÖNROOS, 2003).

Todavia, o universo de Relações Públicas não é tão “pomposo” como aparenta. É preciso ter bom senso e muito “jogo de cintura” para lidar com autoridades e com a opinião pública. Em muitas empresas, é considerada uma atividade supérflua e bastante sujeita a críticas. A mínima falha é capaz de provocar estragos em proporções catastróficas.

Ao projetar a imagem corporativa ao público-alvo das organizações, as atividades de Relações Públicas desempenham um importante papel em marketing de serviços, uma vez que, segundo Kotler apud Las Casas (2002, p. 190) “[...] avalia

atitudes públicas, identifica as políticas e procedimentos de um indivíduo ou de uma organização com o público interessado e executa um programa de ação para conseguir entendimento público e receptividade”.

Assim, a presença de Relações Públicas nas organizações é importante porque converge esforços para adaptar as instituições aos seus públicos, sempre com o intuito de criar situações que sejam vantajosas tanto para os clientes como para as empresas (LESLY, 2002). Na concepção de Kunsch (2003, p. 38) “as Relações Públicas buscam criar e assegurar reações confiantes ou formas de credibilidade entre uma organização social e os públicos com os quais se relaciona.”

Além disso, a atividade de Relações públicas funciona como um elemento de ligação entre empresa e o ambiente externo. Para tanto, é preciso estar atento tanto às necessidades organizacionais quanto aos desejos e carências do seu mercado-alvo, de modo a conseguir interpretar e comunicar àquilo que os clientes têm a dizer às instituições que, de outro modo, não seriam suscetíveis a tais indícios, e transmitir ao público a mensagem repassada pela própria organização (LESLY, 2002).

Quando bem executada, a função de Relações Públicas “dirige toda atividade no sentido de se atingir um objetivo previamente estabelecido”, como por exemplo, “[..] prestígio ou imagem favorável e seus benefícios”, ou ainda “[...] determinar a postura da organização ao lidar com seus públicos” (LESLY, 2002, p. 13), daí o seu relevante papel estratégico, principalmente em instituições governamentais, cuja imagem corporativa está exposta a críticas ferozes da opinião pública.

2.5.1.1 As ações do profissional de relações públicas

Argumenta Lesly (2002, p. 10) que “relações públicas envolve a completa análise e compreensão dos fatores que influenciam as atitudes das pessoas em relação a uma organização”, compreendendo: análises e pesquisas para que o profissional possa identificar como está a relação da organização com o universo na qual está inserida, bem como, as atitudes e opiniões dos diversos públicos em relação à empresa; antecipar problemas potenciais, necessidades e oportunidades e, assim, determinar novas políticas e/ou modificar políticas existentes; planejamento; execução das atividades planejadas e, por fim, respostas, avaliações e ajustes, num processo contínuo, não-orientado e interativo, como caracterizado na figura abaixo:



Figura 3: Diagrama de um esquema de processo otimizado de relações públicas.
Fonte: LESLY, 2002, p. 12.

Basicamente, de acordo com Fortes (2003) as ações de Relações Públicas consistem em: pesquisa, assessoramento, coordenação, planejamento, execução, controle e avaliação, as quais apresentam caráter estratégico, e podem subdividir-se em outras funções específicas, em função da organização e das características do trabalho a ser empreendido.

A pesquisa, na concepção do autor, fornece ao profissional de Relações Públicas os elementos necessários para identificar e compreender os diversos segmentos de públicos com os quais a organização interage. Aliás, o reconhecimento desses grupos constitui a base para todo os trabalhos desenvolvidos pelo profissional desta área.

Carneiro Sá & Schlemer (2002) definem público como pessoas ou grupo de pessoas que, por intermédio da informação, utilizando-se de consciência crítica e de espaço para discutir, apresentam capacidade de caminhar ao lado da organização, compartilhando os mesmos objetivos e auxiliando-a na resolução de conflitos.

Esses grupos podem ainda, na concepção de Andrade (1993, p. 13-14), ser classificados em *interno*, *misto* e *externo*. O *público interno* está próximo à organização, afetando diretamente o seu desempenho: engloba os seus funcionários, juntamente com seus familiares. O *público misto* constitui-se de grupos de pessoas que podem ser avaliados, de acordo com a situação, como público interno e externo: são os sócios, os fornecedores e os investidores. Já o *público externo* compreende pessoas que, não obstante estejam afastadas do dia-a-dia da organização, apresentam expectativas em relação a ela: basicamente, consumidores e a comunidade que integra o ambiente na qual a empresa está inserida. Fortes (2003, p. 81) destaca, ainda, a existência do *público em potencial*, composto, segundo o autor, "por aquelas pessoas ou grupos organizados que têm pouca ou

nenhuma expectativa, [...] mantêm um tipo de indiferença ou desconhecimento relativo à empresa”.

Já o trabalho de assessoramento e coordenação implica a sugestão de políticas a serem seguidas pelos setores administrativos que lidam com esses públicos, ou ainda, com a opinião pública.

Por sua vez, o planejamento abrange a elaboração de projetos, programas e planos para atingir os objetivos e metas traçadas pela organização, assim como, a alocação dos recursos necessários para tal. Esta é uma etapa essencial nas atividades desempenhadas pelo profissional de relações públicas, como evidencia Kunsch (2003), já que evita a improvisação, permite a racionalização de recursos e a posterior avaliação dos resultados.

Executar consiste, por sua vez, em concretizar o que foi planejado. De acordo com Fortes (2003, p.51) envolve todos os métodos e recursos necessários para a realização das políticas de Relações Públicas, tais como: publicações institucionais, vídeos, filmes, divulgação jornalística, promoções e eventos, dentre outros trabalhos, que devem estar em harmonia com a política geral da empresa e com as suas possibilidades econômicas e sociais.

Por fim, cabe ao profissional de Relações Públicas controlar e avaliar todo o processo, identificando os fatores internos e externos que possam interferir nos resultados almejados. Nas palavras de Fortes (2003, p. 52), esta etapa finaliza o processo e contribui para que as Relações Públicas tenha condições de se posicionar no contexto empresarial e encontrar com facilidade as respostas funcionais necessárias aos programas de relacionamento da organização.

Dentre as políticas de relações públicas, cabe destacar o planejamento e a organização de eventos como uma das mais importantes ações desenvolvidas por

este profissional, já que, segundo Fortes (2003, p. 339), “esses meios representam oportunidades de relacionamentos, sendo amplamente utilizados no equacionamento de temas de interesse público”, e englobam uma série de atividades e detalhes, conforme demonstrado a seguir:

2.5.1.2 Eventos: um capítulo à parte

Os eventos estão cada dia mais sendo avaliados pelas organizações como uma importante estratégia de comunicação, capaz de aumentar a percepção do público-alvo quanto à real dimensão dos trabalhos desenvolvidos no ambiente corporativo, bem como, consolidar a imagem institucional. Na concepção de Kunsch (2003, p. 102) “o planejamento de eventos constitui uma atividade de grande interesse para as organizações, tendo em vista que propicia a participação direta dos públicos nas suas realizações”.

Esta não é uma ferramenta utilizada apenas pelos setores de marketing de empresas privadas, com o intuito de vender produtos e promover a imagem corporativa. Allen et. al (2003, p. 4) destaca que os governos “[...] apóiam e promovem eventos como parte de suas estratégias para o desenvolvimento econômico, crescimento da nação e marketing de destino.

Nesse contexto, a realização de um evento organizacional não pode ser atribuída a qualquer elemento da empresa. É necessário um profissional que esteja apto para planejar e organizar cada detalhe desta importante estratégia, uma vez que qualquer falha, por menor que seja, pode colocar em risco todo o objetivo do

trabalho. E esta é, então, uma atividade essencial do profissional de Relações Públicas, como argumenta Giácomo *apud* Cesca (1997, p. 14):

[...] o evento tem sido tratado, em suas dimensões teórico-práticas, como fenômeno exclusivo da área de relações públicas. Esse fato está relacionado com a condição de estrategista da comunicação que o profissional dessa área deve possuir.

Todavia, o que pode ser considerado um evento? Quais os seus objetivos? Quais as diretrizes que devem nortear os trabalhos de organização, coordenação e controle intrínsecos à realização de um evento?

Várias são os conceitos encontrados na literatura para definir a palavra evento. De acordo com Martin (2003), "evento" significa acontecimento e tem sua origem do termo eventual, sinônimo de casual. É, portanto, na concepção da autora, engloba quaisquer acontecimentos que fogem à rotina, com o intuito de reunir ou integrar determinado grupo de pessoas, e que são planejados para acontecer em um lugar específico e com espaço de tempo pré-definido.

Sob o ponto de vista de Meirelles (1999, p. 21), um evento é definido como

[...] um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, idéias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo como aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

Na sua definição sobre eventos, a autora ainda faz uma distinção entre "cerimônia", o qual seria o sinônimo de evento, e solenidade, esta última revestida de "pompa", isto é, marcada por "rituais" formalizados, e classifica os eventos em "institucionais", planejados para formar ou consolidar o conceito e a imagem da organização, entidade, governo ou pessoa, e "promocionais ou mercadológicos", quando o objetivo é a promoção de um produto ou serviço, como uma ferramenta de apoio ao marketing, para fins comerciais (MEIRELLES, 1999).

Já Britto e Fontes (2002, p. 57), classificam um evento de acordo com “a sua categoria, a sua área de interesse, a sua localização, as suas características estruturais e a sua tipologia”. Deste modo, em conformidade com os critérios adotados pelas autoras, de acordo com a sua categoria, os eventos podem ser institucionais, ou seja, voltados para a criação e/ou fortalecimento do conceito e da imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa, e promocionais ou mercadológicos, quando o objetivo está na promoção de um produto ou serviço de pessoa física ou jurídica, de caráter público ou privado.

Com relação à área de interesse, o evento pode assumir um caráter artístico, científico, cultural, educativo, cívico, político, governamental, empresarial, social, desportivo, religioso, beneficente, turístico, ou ainda, pode estar voltado para o lazer. Cabe salientar, contudo, que um evento pode reunir várias áreas de interesse ao mesmo tempo.

O local de ocorrência de um evento, ainda seguindo a classificação adotada por Britto e Fontes (2002, p. 59), também é uma maneira adotada para distingui-lo e, concomitantemente, estabelecer o seu porte e definir a complexidade dos recursos envolvidos para a sua organização. Assim, pode-se realizar eventos locais, distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais ou internacionais, cada qual com suas peculiaridades que deverão ser consideradas durante o processo de planejamento.

Critérios como: dimensão, data, perfil dos participantes e objetivos são adotados pelo SENAC (2000, p. 18) para agrupar os eventos. Britto e Nunes (2002, p. 59-60) definem essas especificidades como “características estruturais” de um evento.

Desta forma, de acordo com o número de participantes, um evento pode ser pequeno, quando envolve até 200 pessoas; médio, se o número de participantes

estimado estiver entre 200 e 500 pessoas; grande, quando o público é formado por mais de 500 pessoas. O SENAC (2000, p. 19) ainda prevê a existência dos megaeventos, que “mobilizam milhares de pessoas em sua organização e operação, envolvem entidades privadas e públicas, assim como exigem divulgação em âmbito internacional”.

Eventos com periodicidade determinada, realizados sempre na mesma data, são classificados como eventos “fixos” e, segundo Britto e Fontes (2002, p. 59), normalmente estão associados a comemorações cívicas, religiosas, dentre outras. Em contrapartida, eventos freqüentemente realizados, porém, com a data definida de acordo com o calendário ou segundo as conveniências da organização promotoras, são denominados “eventos móveis”. Existem, ainda, os eventos esporádicos, isto é, “que acontecem em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados”. (SENAC, 2000, p. 22)

No que diz respeito ao perfil dos participantes, um evento pode ser organizado para um público não definido, limitado apenas em função da capacidade do local em que será realizado. Nestes casos, o evento assume um caráter geral, podendo, entretanto, ter algumas restrições, tais como a idade dos participantes. Já eventos que apresentam público-alvo definido, que apresente afinidade com o tema do evento, é classificado pelos autores como um evento dirigido. Por fim, há os chamados “eventos específicos”, realizados para um grupo determinado de pessoas, com interesses claramente definidos.

De acordo com Andrade (2003), considerando-se a temática abordada, os eventos podem ser classificados em *conferência*, *congresso*, *convenção*, *exposição*, *feira*, *fórum*, *seminário* e *simpósio*.

1. Conferência: preleção pública sobre determinado assunto.

2. Congresso: encontro para discutir assuntos específicos entre integrantes de determinadas categorias.
3. Convenção: reunião entre indivíduos ou representações de classes, associações, entre outros, para deliberar sobre determinado assunto.
4. Exposição: apresentação de produtos, serviços, técnicas.
5. Feira: evento realizado em local público para formar canais de comercialização entre fornecedores e compradores.
6. Fórum: discussão de um assunto específico que reúne representantes de múltiplas entidades, associações e/ou indivíduos.
7. Seminário: grupo de estudos científico ou cultural.
8. Simpósio: engloba cientistas, técnicos, escritores, artistas para a discussão de determinado assunto.

Meirelles (1999) ressalta, ainda, a *Vídeoconferência*, realizada por intermédio de recursos audiovisuais e eletrônicos que permitem a interação participantes dispostos em lugares distantes; o *Workshop*, caracterizado pela apresentação de uma palestra que engloba teoria e prática; o *Encontro*, que se configura em uma reunião de pessoas da mesma categoria profissional, com menor abrangência de público; *Eventos Sociais*, como coquetéis, almoços e jantares, realizados para comemorações, confraternizações e consolidação de negócios; os *Eventos Competitivos*, tais como concursos e torneios; e os *Eventos Demonstrativos ou Expositivos*, a saber: *shows*, desfiles cívicos, lançamento de livros, inaugurações, lançamento de pedra fundamental (assinala o início de uma obra), galeria de personalidades, visitas empresariais, mostras.

Por outro lado, Britto e Fontes (2002, p. 61) fazem uma classificação mais apurada dos eventos conforme a sua tipologia, como pode ser observado abaixo:

Tabela 1 – Classificação de eventos por tipologia

Fonte: Adaptado pela autora de BRITTO E FONTES, 2002, p. 61-62.

Tipologia	Nomenclatura	Características Gerais
Programas de visitas	Famtour Openday	Eventos destinados exclusivamente a promover visitação, normalmente de caráter técnico-científico.
Exposições	Feiras Exposições Road-shows Show case Mostras Salões Vernissages	Apresentação ou demonstração in loco ou de forma itinerante e a público, novos equipamentos, produtos, artefatos artísticos, destinações turísticas e serviços, entre outros, com a finalidade de divulgá-los, promovê-los e vendê-los, direta ou indiretamente, a seu público-alvo. Possuem características diversas.
Encontros técnicos e Científicos	Congressos Conferências Videoconferências Ciclos de palestras Simpósios Mesas-redondas Painéis Fóruns Convenções Seminários Debates Conclaves Brainstormings Semanas Jornadas Concentrações Entrevistas coletivas Workshops Oficinas Assembléias Estudos de caso Comícios Passeatas Carreatas	Normalmente utilizados no campo das ciências humanas e sociais, com o objetivo de expor trabalhos, resultados de estudos e pesquisas e experiências relevantes ao desenvolvimento dessas áreas do conhecimento. Porte e duração variáveis. Voltados para grupos de pessoas com interesses comuns.
Encontros de convivência	Saraus Coquetéis Happy-hours Chás da tarde Chás-de-bebê Chás-de-cozinha Chás beneficentes Chás-bar Almoços Jantares Banquetes Cafés da manhã Brunches Coffe-breaks Guest coffees Encontro culturais Shows Festivais	Reunião de pessoas com a finalidade de proporcionar descontração e lazer.

Cerimônias	Cerimônias de cunho religioso Cerimônias fúnebres Casamentos Bodas Cerimônias de posse Cerimônias acadêmicas (formatura, outorga de títulos, aula magna)	Reunião de caráter solene, organizada conforme protocolo e cerimonial pertinentes. Pode ser de cunho social, político, acadêmico, governamental e religioso, conforme as diferentes sociedades e suas culturas.
Eventos competitivos	Concursos Gincanas Torneios Campeonatos Olimpíadas	Apresentam características de competição, em que os participantes devem realizar o cumprimento de inúmeras etapas ou tarefas, com maior ou menor grau de dificuldade.
Inaugurações	Espaços físicos Monumentos (históricos e homenageativos)	Eventos que têm como característica principal a apresentação ao público dos novos espaços, instalações ou marcos históricos.
Lançamentos	De pedra fundamental De livros De empreendimentos imobiliários De maquetes De produtos De serviços	Ato de se lançar algum produto ou serviço.
Excursões	Técnicas De incentivo De serviços	Deslocamento de grupos de pessoas, dentro ou fora do seu local de moradia, visando propiciar o convívio e a interação com um novo produto, serviço, idéia ou instituição.
Desfiles	Desfiles cívicos Desfiles de moda	Podem ter por objetivo o lançamento de produtos, ou apresentar caráter cívico, comemorativo a fatos e datas especiais e/ou festivas.
Leilões	Variados	Consistem na exposição e venda de produtos para um público específico, os quais determinam o valor das peças por intermédio de lances, oferecidos a partir de um preço mínimo.
Dias específicos	Variados	De acordo com a especificidade do evento.
Outros		

Como qualquer empreendimento, o sucesso de um evento está atrelado a um planejamento criterioso, afinal, “o custo do insucesso pode ser desastroso, transformando benefícios positivos em publicidade negativa [...] daí a importância de identificar, monitorar e gerenciar o impacto dos eventos” (ALLEN ET. AL, 2003, p. 10). Andrade (2002, p. 33), também destaca a importância do planejamento para a realização de um evento, seja ele simples ou complexo.

Britto e Fontes (2002, p. 93), consideram como fases básicas para o planejamento de qualquer evento: a pesquisa de mercado, a definição dos objetivos e das estratégias e, por fim, a elaboração do projeto do evento.

Andrade (2003, p. 35) reforça a necessidade do planejamento ao argumentar que

[...] em qualquer situação, torna-se necessário o planejamento, que começa com a análise da conjuntura, ou mais precisamente, com um levantamento de mercado, seu potencial de demanda e sua capacidade de oferta, a fim de traçar objetivos e metas.

A pesquisa de mercado, ou ainda, o levantamento de mercado, consiste em alavancar dados, isto é, informações relevantes que servirão de subsídio para a compreensão, por parte do profissional de relações públicas, das necessidades, interesses e desejos do público que se pretende atingir com a realização de determinado evento. Nas palavras de Britto e Fontes (2002, p. 94) " a pesquisa de mercado irá viabilizar elementos decisórios para a concepção (ou não) de determinado tipo de evento, em uma ocasião específica e [...] engloba, normalmente, a pesquisa de opinião e a determinação do público-alvo potencial."

Lesly (2002, p. 80) corrobora com a realização de pesquisas de opinião para relações públicas ao enfatizar que tais técnicas podem confirmar suspeitas e suposições sobre determinadas expectativas do público, clarificar questões ainda obscuras pela pouca quantidade de informação disponível sobre o assunto, e ainda, as pesquisas podem reorientar conceitos e pensamentos a respeito de um problema de relações públicas.

A relevância da pesquisa de opinião para a área de Relações Públicas torna-se ainda mais evidente com a colocação de Penteado (1993, p. 36-37) ao salientar que

o profissional de Relações Públicas tem, pois, a obrigação de estudar as opiniões dos públicos, onde vai exercer suas atividades, e não pode

subestimar a importância e a necessidade de adotar, como um dos pontos de partida para o seu trabalho, as Pesquisas de Opinião.

Assim, por intermédio da aplicação de questionários, caixa de sugestões, entrevistas, dentre outras técnicas existentes, a comissão responsável pela organização do evento tem condições de realizar a coleta de informações, essenciais à identificação da viabilidade, ou não, de um evento, em função das expectativas do mercado, diagnosticando, deste modo, os clientes em potenciais, ou seja, o público-alvo para o qual o evento é destinado.

2.5.2 O papel da assessoria de imprensa

Em tempos de globalização, saber administrar a informação desvela-se ferramenta poderosa no mundo empresarial, principalmente, no que se refere à divulgação da imagem e dos produtos da empresa. Conforme Oliveira (2004), o segredo já não pode ser considerado a alma do negócio, uma vez que os consumidores querem saber o que acontece na realidade das fábricas, bem como, verificar quais os benefícios que as organizações proporcionam aos seus funcionários e à comunidade, para só então optarem pelos serviços oferecidos.

Assim, empresas que pretendem ser líderes de mercado não podem voltar às costas para o mundo, afinal, na concepção de Nassar (1995, p. 12) "a sociedade e o mercado consumidor tornaram-se bastante hostis às 'empresas analfabetas', que não aprendem a escrever, ouvir, falar, se expressar e, principalmente, dialogar no ambiente em que atuam".

A comunicação organizacional, no entanto, não é privilégio do setor privado. Muito embora não existam estatísticas, os órgãos públicos brasileiros, de acordo

com Ribeiro (2005), estão despertando para a necessidade de uma comunicação correta e eficaz para com a sociedade e demais públicos e mesmo internamente com seus colaboradores.

Nesse contexto, a Assessoria de Imprensa, seja na esfera pública ou privada, desponta como um “elemento de ligação” entre a instituição e os veículos de comunicação de massa, os quais, por sua vez, irão disseminar as ações empresariais, permitindo, desta forma, que se estabeleçam relações éticas e transparentes entre as organizações e seus públicos.

De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (1994, p. 12),

[...] a assessoria de imprensa é o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa. É prestada a pessoas físicas e jurídicas de caráter público ou privado. Trata-se de serviço especializado privativo dos jornalistas. De natureza essencialmente dinâmica e versátil, a AI é responsável por múltiplas atividades e desempenha papel estratégico na política de comunicação dos assessorados.

Argumentam Kopplin e Ferraretto (1996, p. 25) que o conceito de assessoria de imprensa está associado a dois aspectos: a necessidade de se divulgar opiniões e realizações de um indivíduo ou grupo de pessoas, e a existência de um conjunto de instituições conhecidas como meios de comunicação de massa.

Para Lopes (1995, p. 14-15), uma assessoria de imprensa pode atuar de três maneiras: no próprio ambiente corporativo, por intermédio de uma empresa especializada, ou combinando-se as duas formas: neste caso, parte das atividades é desenvolvida por uma equipe formada por membros da organização, e parte é contratada com terceiros.

Várias são as atribuições de uma assessoria de imprensa, dentre elas, a administração das informações jornalísticas; a edição de boletins, jornais, revistas; a elaboração de produtos jornalísticos, tais como: programas de rádio, televisão, vídeos e fotografias; a gestão do relacionamento com os veículos de comunicação,

produzindo e enviando pautas, intermediando as relações entre assessorado e imprensa, principalmente no que tange às entrevistas e ao atendimento às solicitações de jornalistas. É de sua incumbência, ainda, administrar as informações que são veiculadas na imprensa sobre o assessorado, bem como, àquelas que possam despertar o interesse dos seus dirigentes.

Para um bom desempenho de suas funções, a Assessoria de Imprensa precisa organizar e manter sempre atualizado um cadastro com a relação dos veículos de comunicação, contendo endereço, telefone, fax e endereço eletrônico de jornalistas, chefes de redação, editores, elementos imprescindíveis para a execução das estratégias de comunicação definidas pela empresa.

2.5.2.1 As ações da assessoria de imprensa

Em sua essência, a principal ação de uma assessoria de imprensa constitui a divulgação jornalística, o que, na concepção de Doty (1995, p. 74), resume-se em dar notícias, a partir de fatos e informações determinadas pela própria política organizacional. Lesly (2002, p. 104-6) define notícia como algo que instigue o interesse de muitas pessoas, e que sob o ponto de vista profissional, pode ser classificado em *notícias do momento*, isto é, que não foi planejada ou desenvolvida pelo editor; *notícias de destaque*, que apresentam relevante interesse; e *notícias criadas*, como o próprio nome indica, elaboradas pelo editor.

Um importante material jornalístico produzido pela assessoria de imprensa é o denominado *release*, que consiste em informações repassadas aos veículos de

comunicação que possam servir de pauta, sugerir entrevistas ou reportagens, e cuja publicação é interessante ao assessorado. Pode ser um texto específico ou apenas informar o repórter sobre determinado assunto.

Além das informações necessárias à publicação, o *release* deve apresentar o nome do assessor de imprensa responsável por seu conteúdo e outros dados para contato, tais como telefone e endereço eletrônico, para que os veículos de comunicação tenham uma fonte confiável para obter esclarecimentos e/ou informações complementares sobre o assunto a ser publicado.

A distribuição do *release* é feita por intermédio de um *mailing-list*, definido por Kopplin e Ferraretto (1996, p. 131) como uma relação contendo informações acerca dos veículos de comunicação que interessam a uma assessoria e seus assessorados, tais como nome, endereço, telefone, fax, e-mail, nome dos editores, chefes de redação, diretores, proprietários e campo de cobertura, e deve estar sempre atualizado.

As publicações empresariais, voltadas tanto para o público interno e externo, representam mais uma atividade da assessoria de imprensa, com o objetivo de divulgar as ações da empresa, promovendo a integração entre seus grupos de interesse e projetando-a no mercado. Devem conter fatos atuais e relevantes para os segmentos aos quais são destinados, ter periodicidade e ser distribuída em tempo hábil para que as informações não se tornem obsoletas.

Dentre os vários tipos de publicação empresarial destacam-se as revistas, os jornais e os boletins como os principais veículos do jornalismo empresarial. As revistas apresentam periodicidade espaçada, como por exemplo, bimestral ou trimestral. Seu conteúdo é de interesse permanente e deve conter, no mínimo, 20 páginas. Já o boletim e o jornal são editados com um intervalo menor entre as

edições, o que exige um sistema rápido e eficaz de distribuição, já que suas informações são imediatas.

Existem, ainda, publicações empresarias que não assumem características jornalísticas, tais como relatórios, *folders*, folhetos, instruções, manuais, circulares, apostilas, dentre outros e a publicação dirigida, denominada ainda como jornal ou publicação interna, voltada para transmitir informações aos colaboradores da instituição, a qual, segundo Collaro (1994, p. 111) "tem por objetivo divulgar a empresa no aspecto social, promover integração entre funcionários, estimular atividades sócio-recreativas, etc."

Convém destacar que as assessorias de imprensa são o principal elemento de ligação entre a empresa e a mídia externa. Via de regra, é por intermédio desse setor que os veículos de comunicação conseguem agendar entrevistas, sejam elas individuais ou coletivas, sobre assuntos que sejam de interesse da sociedade.

Entrevistas coletivas ou exclusivas são aquelas abertas para todos os canais da imprensa. Já a entrevista individual que, nas palavras de Cahen (1990, p. 127) "é a forma mais eficaz de comunicação com a imprensa", é concedida apenas por solicitação do jornalista.

Para Doty (1995, p. 16) conceder entrevistas sempre que solicitado facilita a divulgação de matérias que sejam do interesse do assessorado, pois estabelece um relacionamento harmônico entre a empresa e o veículo de comunicação.

O agendamento da entrevista deve atender os interesses do assessorado e da imprensa, no que se refere à data e ao horário da realização. O Assessor de Imprensa deve estar bem informado sobre a pauta da entrevista para orientar o entrevistado quanto às perguntas, bem como, para elaborar o *press-kit*, definido por Rabaça e Barbosa (1987, p. 475), como um "conjunto informativo composto de

textos, fotografias e outros materiais destinados à divulgação de fato jornalístico”, o qual auxiliará o jornalista na condução da entrevista.

Entrevistas coletivas, por sua vez, são agendadas, de acordo com Doty (1995, p. 266) somente quando o assunto em questão for polêmico, ou de elevado grau de importância, devendo reunir imprensa escrita, falada e televisiva.

Todas as publicações concernentes ao assessorado e/ou de assuntos que possam interessá-lo são apurados e arquivados pela assessoria de imprensa: é o *clipping*, que tem por objetivo mantê-lo informado sobre qualquer assunto político, econômico ou social que possam ter influência sobre a sua imagem ou sobre os seus negócios. Isso inclui matérias, artigos, entrevistas, editoriais, o *clipping* na mídia televisiva, falada e as publicações divulgadas na internet (FENAJ, 1994, p. 17). Este pode ser considerado um instrumento de mensuração dos resultados obtidos por intermédio das estratégias de divulgação. O *clipping* reúne, ainda, informações como o nome do veículo de comunicação, data da publicação, número da página, no caso de mídia impressa e o nome do colunista, se houver.

Além das atividades realizadas pela área de relações públicas e jornalismo, o composto de comunicação integrada, ou simplesmente, assessoria de comunicação, engloba, conforme já mencionado, as iniciativas realizadas por uma terceira área da comunicação social: publicidade e propaganda.

2.5.3 Propaganda e publicidade

Diariamente, milhares de pessoas são “bombardeadas” com anúncios publicitários sobre algum produto ou serviço: seja em casa, assistindo a um

programa de televisão, ou simplesmente no caminho para o trabalho ou para o colégio, lá estão eles, espalhados pelos muros, pontos de ônibus, carros, *outdoors*, sob a forma de cartazes, folders, *banners*, enfim, atualmente, qualquer espaço disponível pode ser utilizado para realizar uma propaganda. E tudo isso para instigar o desejo de compra do consumidor.

Condicionar o cliente para o ato da compra, despertar o seu desejo pelo produto que está no anúncio é, segundo Sant'Ana (1981, p. 150), a função da publicidade. Ainda na concepção do autor, "o papel essencial da publicidade é o de dirigir, estimular ou pelo menos estabilizar o fluxo que leva a mercadoria da fábrica que a produz às mãos do consumidor que a vai usar".

E a propaganda? O termo *propaganda*, de acordo com Neves (1998, p. 209-210) originou-se dentro da Igreja Católica, para denominar um esforço de propagação da fé cristã – *Congregatio de Propaganda Fidei*, no início do Século 17, e deriva do latim *propagare*, que significa reproduzir por meio do plantio de sementes. Um século mais tarde, na Revolução Francesa, o termo foi adotado com o conceito de técnica de persuasão política.

De acordo com Sampaio (1999, p. 11), a propaganda pode ser definida como

[...] a manipulação planejada da comunicação visando, pela persuasão, promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza. [...] Cabe à propaganda informar e despertar interesse de compra/uso de produtos/ serviços nos consumidores, em benefício de um anunciante (empresa, pessoa ou entidade que se utiliza da propaganda).

Comparando-se tais conceitos, poder-se-ia dizer que "publicidade" e "propaganda" são praticamente sinônimos. Maranhão (1988, p. 42) reforça essa idéia ao argumentar que "as acepções mais comuns tanto de um termo como de outro não determinam claramente propriedades semânticas distintas". Ainda na concepção do autor, o termo "propaganda" pode ser considerado como

uma noção geral, mais freqüentemente empregada na acepção social do termo, como fenômeno sociológico ou sob este prisma julgado. Em contrapartida, o fenômeno técnico, artístico, profissional, teria como termo de utilização mais freqüente o vocábulo "publicidade". Temos, portanto, como distinção possível de um lado, a noção geral do fato, fenômeno social da "propaganda" e de outro, a noção específica da arte, técnica ou categoria profissional publicitária. (MARANHÃO, 1988, p. 43)

Na língua inglesa o termo propaganda apresenta três definições distintas: o anúncio comercial, para divulgação e promoção do consumo de mercadorias e serviços é denominado *advertising*. Já uma informação disseminada em jornais, revistas, rádio, televisão e demais meios de comunicação é definida como *publicity*. Por fim, existe a expressão propaganda, utilizada para nominar anúncios que visam a disseminação de idéias de caráter político, religioso ou ideológico. Na língua portuguesa, tais conceitos fundem-se nas palavras "propaganda" e "publicidade", usadas indistintamente (SAMPAIO, 1999, p. 25).

Independentemente de conceitos, o fato é que propaganda e publicidade existem para persuadir, seja para a escolha de um determinado produto, serviço, ou ainda, para a adoção de uma crença ou ideologia.

Vários são os motivos que levam as organizações a investirem em publicidade e propaganda. Sampaio (1999, p. 27-28) classifica-os em dois grandes grupos: a propaganda com objetivos promocionais, isto é, de venda, normalmente bastante explícitos e definidos, e a propaganda institucional.

A propaganda com objetivos promocionais, como o nome indica, tem a função básica de promover a venda de produtos e/ou serviços, o que pode ser feita de maneira direta (anúncio de liquidação), indireta (anúncio das características qualitativas), ou apenas anunciar o nome (marca) do produto ou serviço.

Já a propaganda de caráter institucional enfatiza a filosofia, os objetivos e as ações das organizações, sejam elas públicas ou privadas, apresentando conteúdo meramente informativo. Podem apresentar, todavia, um “fundo promocional”, considerando-se que existe uma certa tendência dos consumidores a escolher empresas que lhes sejam conhecidas e que ostentem uma imagem consolidada.

Para Watt (2004, p. 87-88) uma propaganda bem direcionada e financeiramente viável pode, então, fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso de um negócio e, para tal, deve divulgar o evento, transmitir informações detalhadas, estimular o desejo do consumidor, promover a idéia de que aquilo que está sendo anunciado vale a pena; estabelecer padrões, estimular a decisão, promover a imagem ou logomarca do produto/serviço ou evento anunciado e ser positiva e interessante, atraindo a atenção dos públicos.

Além de promover o consumo, a propaganda, conforme argumenta Sampaio (1999, p. 18), tem o poder de mudar comportamentos, além de “criar, ampliar, consolidar e fortificar imagens, conceitos e reputações”, características que impelem a união desta atividade às áreas de relações públicas e jornalismo para compor a assessoria de comunicação social de uma empresa.

Contudo, convém salientar que, pelo fato de não existir, no quadro de pessoal do Tribunal de Justiça, previsto no Plano de Cargos e Salários do Poder Judiciário Catarinense, o cargo de publicitário, o Núcleo de Comunicação Institucional não utiliza as atividades de publicidade e propaganda como estratégia de comunicação, a qual se encontra calcada apenas no somatório das atividades realizadas pelas áreas do jornalismo e de relações públicas. Portanto, não é foco desta pesquisa relatar com maior profundidade as funções desta área, mas sim, apenas retratar, de maneira geral, os principais conceitos que lhes são pertinentes.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Ao realizar uma investigação científica, o pesquisador pretende compreender e explicar os fenômenos que envolvem o seu objeto de estudo. No entanto, tal propósito não pode ser atingido se o processo de pesquisa não apresenta uma estrutura sólida, calcada em procedimentos lógicos, claramente definidos, a partir dos quais os esforços do investigador serão norteados. Afinal, como destaca Lakatos (1987, p. 44), a pesquisa “[...] se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”. Todavia, “significa muito mais do que apenas procurar a verdade: é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos”.

Assim, uma vez delineados os objetivos a serem alcançados pelo trabalho de pesquisa, faz-se necessária a seleção de uma metodologia específica, a partir da qual identifica-se o tipo de pesquisa a ser realizada, o universo em estudo e as técnicas empregadas para a coleta e análise dos dados a serem obtidos. Além disso, é por intermédio de uma metodologia bem definida que o investigador tem a possibilidade de informar ao leitor “sobre o tipo de pesquisa que foi empreendida, sua conceituação e justificativa à luz da investigação específica” (VERGARA, 2004, p. 46).

Contudo, cabe ressaltar que, segundo Roesch (1999), não existe um método que possa ser considerado específico para determinado tipo de projeto de pesquisa; o importante é que a metodologia escolhida apresente aderência com a estrutura talhada pelo pesquisador ao seu estudo, isto é, ao tipo de problema formulado, aos objetivos propostos e demais aspectos de ordem prática, tais como: disponibilidade de tempo, custos envolvidos e o acesso aos dados.

Diante do exposto, será detalhada, a seguir, a forma como este estudo está estruturado, no que tange o tipo de pesquisa empreendida, a sua finalidade e os meios de investigação para que os objetivos propostos fossem alcançados, além da forma como o universo de pesquisa foi delimitado e as técnicas empregadas para a coleta e o tratamento dos dados aqui apresentados.

3.1 Tipo de pesquisa

Diversas são as sistemáticas de tipos de pesquisa encontradas na literatura. Para efeito de classificação deste estudo, será adotado o critério proposto por Vergara (2004), que leva em consideração a finalidade da pesquisa e os meios empregados para a investigação.

3.1.1 Finalidade da Pesquisa

De acordo com Vergara (2004, p. 46), no que diz respeito à sua finalidade, uma pesquisa pode ser classificada em: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista.

Considerando-se que o principal interesse desta pesquisa consiste em compreender o papel desempenhado pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, ou seja, "obter informação sobre uma

população [...] sem explicar coisa alguma ou mostrar relações causais" (ROESCH, 1999, p. 137), pode-se considerar manifesta a sua natureza exploratória-descritiva.

Em outras palavras, assume um caráter exploratório porque, num primeiro momento, é preciso reunir o máximo de informações acerca da realidade em estudo para, a partir de então, compreender o que está sendo analisado. E é classificada como descritiva porque assume a responsabilidade de tão-somente descrever as características depreendidas da situação pesquisada, sem estabelecer relações de causa e efeito ou buscar soluções para os possíveis problemas identificados.

3.1.2 Meios de investigação

De acordo com os pressupostos de Vergara (2004), vários são os meios existentes para a elaboração de uma pesquisa, e isso não significa que se deva escolher apenas um tipo, em detrimento dos demais: a investigação científica permite a combinação de várias técnicas, sem as quais os objetivos dos trabalhos em muitas ocasiões não fossem alcançados.

Deste modo, no presente estudo foram utilizados, como meios de investigação, as pesquisas de campo, documental e bibliográfica. Outrossim, por caracterizar-se como uma pesquisa limitada ao âmbito do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, configurou-se, ainda, como um estudo de caso. A observação participante também representou um método relevante ao processo de coleta de dados, em decorrência de a investigadora atuar como servidora da organização analisada, lotada na Assessoria de Relações Públicas, setor integrante do Núcleo de Comunicação Institucional.

Frente ao exposto, pode-se classificá-la como uma pesquisa de campo pelo fato de ser esta uma “investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo” podendo incluir “[...] entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não” (VERGARA, 2004, p. 48).

Também é possível categorizá-la como pesquisa bibliográfica por buscar na literatura existente as fontes de dados secundários, isto é, já publicados em livros, revistas, artigos, jornais, portais especializados na rede mundial de computadores, dissertações, teses, enfim, na imprensa escrita ou eletrônica, elementos palpáveis acerca do objeto em estudo, permitindo ao pesquisador “definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas, onde os problemas ainda não se cristalizaram suficientemente” (Manzo *apud* Lakatos, 1987, p. 45).

Por conseguinte, foi ainda pesquisa documental, porque alguns elementos foram coletados no acervo da própria instituição pesquisada, tais como “registros, anais, regulamentos, circulares, ofícios, memorandos, balancetes, comunicações informais, filmes, microfilmes, fotografias, videoteipe, informações em disquete, diários, cartas pessoais e outros” (VERGARA, 2004, p. 48), informações relevantes que possam auxiliar na compreensão dos fenômenos em estudo, aumentando o conhecimento acerca da realidade analisada. De acordo com Forster *apud* Roesch (1999), os documentos advindos da própria organização em estudo apresentam um valor peculiar, uma vez que representam ou inferem nas políticas, nos sistemas e nas estruturas organizacionais, possibilitando ao investigador uma visão mais ampla das situações analisadas.

Finalmente, entende-se por classificá-la como um estudo de caso, por se tratar de “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2005, p. 32).

3.2 Delimitação do universo de pesquisa

Conceitua-se universo ou população de pesquisa, de acordo com Lakatos (1987, p. 107) como sendo “o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”, ou ainda, nas palavras de Vergara (2004), que contenham as particularidades que irão constituir o objeto de estudo. Em se tratando de um estudo de caso, pode-se considerar como universo desta pesquisa a própria organização em estudo, isto é, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina, particularmente, através do Núcleo de Comunicação Institucional.

3.2.1 *População amostral*

Tendo em vista que as limitações de tempo e de recursos inviabilizaram a realização de uma pesquisa censitária, tornou-se necessária a seleção de uma parcela do universo de pesquisa, isto é, de uma amostra, para fins de investigação, “[...] de tal forma que ela fosse a mais representativa possível do todo e, a partir dos resultados obtidos, relativos a essa parte, pôde-se inferir, o mais legitimamente

possível, os resultados da população total, se esta fosse verificada.” (LAKATOS, 1987, p. 108).

Existem, basicamente, dois processos de amostragem (LAKATOS, 1987): a probabilística, fundamentada na seleção aleatória dos pesquisados, de maneira tal que cada elemento da população tenha a mesma probabilidade de ser escolhido para compor a amostra, e a não-probabilística que, por não utilizar critérios aleatórios para a seleção da amostra, impossibilita a realização de tratamentos estatísticos para compensar erros e outros aspectos importantes à representatividade e à significância da população amostral.

Dentre as amostras probabilísticas, Vergara (2004) enfatiza a aleatória simples, em que cada elemento da população tem certa chance de ser selecionado; a estratificada, técnica na qual a população é dividida em grupos e de cada um desses grupos é selecionada uma amostra; e a por conglomerados, isto é, a seleção de grupos (empresas, edifícios, famílias, entre outros), utilizada quando a identificação dos elementos da amostra é complexa. Já em relação às amostras não-probabilísticas, a autora destaca aquelas selecionadas por acessibilidade, isto é, pela facilidade de acesso aos elementos, e por tipicidade, quando a escolha recai sobre elementos considerados representativos da população-alvo.

Diante desta conjuntura, não obstante seja a amostra não-probabilística mais susceptível a erros, uma vez que, conforme já mencionado, a forma de seleção não admite certos tratamentos estatísticos, fato que “diminui a possibilidade de inferir para o todo os resultados obtidos para a amostra” (LAKATOS, 1987, p. 108), a determinação dos elementos amostrais deste estudo foi fundamentada em métodos não-probabilísticos, em conformidade com os critérios propostos por Vergara (2004), ou seja, foram escolhidos elementos de fácil acesso para a investigadora, contudo,

que tenham concomitantemente representatividade perante a totalidade dos componentes do universo, de maneira tal que os resultados obtidos possam ser desdobrados à população total.

3.3 Técnicas de coleta de dados

A coleta de dados implica dedicação e empenho por parte do investigador para reunir os elementos necessários ao cumprimento das metas traçadas pela pesquisa. Em obras de cunho científico, principalmente, a coleta de dados deve ser realizada de maneira criteriosa, com o auxílio de instrumentos concatenados aos objetivos do trabalho, confeccionados de modo a garantir a precisão dos registros e a compreensão dos dados obtidos.

Logo, para obter os componentes necessários à concretização deste trabalho de pesquisa, adotou-se, no que tange as técnicas utilizadas para a coleta de dados primários, conceituados como "aqueles que ainda não foram coletados, estando ainda em posse dos pesquisados, e que são coletados com o propósito de atender às necessidades específicas da pesquisa em andamento" (MATTAR, 1993, p. 134), os métodos da entrevista, da observação direta e da observação participante.

Outrossim, em relação aos dados secundários, ou seja, que já foram coletados, tabulados e analisados, foram utilizados como principais fontes de evidências para a realização deste estudo de caso: a documentação e os registros em arquivos (YIN, 2005).

3.3.1 Entrevistas

As entrevistas caracterizam-se como uma das fontes de informações mais significativas para um estudo de caso, e têm por objetivo “entender o significado que os entrevistados atribuem a questões e situações em contextos que não foram estruturados anteriormente a partir de suposições do pesquisador” (ROESCH, 1999, p. 159).

Várias são as maneiras de se conduzir uma entrevista. Especificamente na realização de estudos de caso, conforme ressalta Yin (2005), a técnica mais utilizada é conduzir a entrevista de forma espontânea, abrindo espaço para que o respondente possa auxiliar com dados relevantes não só a partir das indagações que lhe são feitas, mas apontando outras pessoas que possam ser entrevistadas, ou ainda, oferecendo novas fontes de evidências.

Convém salientar, todavia, que entrevistas que permitem ao entrevistado expor livremente os seus pontos de vista, isto é, que não apresentam qualquer tipo de estrutura, apresentam algumas desvantagens, visto que, freqüentemente, “resultam num acúmulo de informações difíceis de analisar, que muitas vezes não oferecem visão clara da perspectiva do entrevistado” (ROESCH, 1999, p. 159).

Um outro método de entrevista é a focada, que também apresenta características de informalidade, sendo, porém, semi-estruturada (YIN, 2005), guiada por um determinado roteiro, utilizando-se, por exemplo, questões abertas, “que permitem ao entrevistador entender e captar a perspectiva dos participantes da pesquisa” (ROESCH, 1999, p. 159).

Por fim, existe, ainda, a entrevista estruturada, "sob a forma de um levantamento formal" (YIN, 2005, p. 118). Neste caso, a entrevista é conduzida seguindo-se uma pauta de perguntas pré-definidas pelo entrevistador.

O grau de estruturação da entrevista dependerá, logicamente, dos propósitos do investigador, e a qualidade dos dados obtidos está diretamente relacionada com a sua habilidade na condução da entrevista, na relação de confiança instituída entre o pesquisador e o respondente e a importância da pesquisa para ambas as partes (ROESCH, 1999).

Portanto, avaliando-se as técnicas apresentadas pela literatura, no que tange às formas de condução das entrevistas, foram aplicadas para fins desta pesquisa as entrevistas não-estruturadas e semi-estruturadas, uma vez que a intenção principal é compreender o objeto de estudo. Sendo o Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça um setor recém-criado, a maior parte das informações necessárias à pesquisa ainda precisa ser colhida junto às pessoas que vivenciaram o seu processo de criação. O acesso aos dados relevantes precisa ser "desbravado"; logo, as entrevistas devem ser fluidas, para que sejam detectadas também outras fontes de evidências. Além disso, entrevistas espontâneas tornam-se menos "ameaçadoras", permitindo ao entrevistado expor as suas opiniões sem maiores constrangimentos.

3.3.2 Observação direta e participante

De acordo com YIN (2005, p. 120), a observação de comportamentos ou condições ambientais relevantes também serve como fonte de evidências para um

estudo de caso e, normalmente, são úteis para fornecer informações complementares acerca do objeto em estudo, podendo ser realizada de maneira formal ou informal e, ainda, aliada a outras técnicas de coleta de dados.

Por outro lado, na observação participante, o investigador também é elemento atuante nos eventos que estão sendo analisados, ou seja, ele é parte do objeto de estudo, e não apenas observa os fatos passivamente.

Assim, esta técnica permite ao pesquisador oportunidades singulares para a obtenção de dados em um estudo de caso, já que lhe é permitido livre acesso a eventos que, em condições diversas, seriam praticamente inacessíveis. Outrossim, existe "a capacidade de perceber a realidade do ponto de vista de alguém de "dentro" do estudo de caso, e não de um ponto de vista externo" (YIN, 2005, p. 122).

Entretanto, este método de coleta de dados pode acarretar alguns vieses à pesquisa. Isto porque o relacionamento direto com o objeto em estudo pode "ofuscar" a visão do pesquisador acerca dos fenômenos que envolvem a realidade investigada, dificultando a observação e a compreensão de eventos relevantes à pesquisa. Além do mais, é possível que o observador participante esteja tão assoberbado com as suas funções que pode não dispor do tempo necessário para fazer anotações e perguntas sobre os fatos. Sendo assim, é preciso buscar um equilíbrio entre as vantagens e desvantagens desta técnica, para que a credibilidade do trabalho não seja afetada. (YIN, 2005)

Tendo em vista que, como integrante da instituição analisada, não há como desvencilhar a investigadora dos fenômenos pesquisados, a observação participante foi amplamente empregada como técnica de coleta de dados, durante todo o processo de elaboração desta pesquisa.

3.3.3 Documentação e registros em arquivos

A análise de documentos e registros em arquivos, incluindo-se o material existente em meio eletrônico, que fazem parte do acervo da própria organização, apresenta fundamental importância ao processo de pesquisa, na medida em que permite "corroborar e valorizar as evidências oriundas de outras fontes" (YIN, 2005, p. 113).

Em outras palavras, documentos administrativos, correspondências, bancos de dados e outros tipos de publicações geradas e/ou arquivadas pela empresa serão utilizados para ampliar os conhecimentos do investigador acerca da realidade em estudo, seja para fornecer detalhes específicos e/ou para comprovar informações obtidas por intermédio de outras técnicas de coleta de dados (YIN, 2005).

3.4 Forma de tratamento dos dados

Uma vez finalizada a etapa de coleta de dados, para que os objetivos traçados pela pesquisa sejam alcançados, é mister que todo o material obtido seja organizado e tratado de maneira a possibilitar a sua posterior análise e interpretação, procedimento que, conforme Barros e Lehfeld (2004, p. 87), "[...] está estreitamente ligada à comprovação e/ou renovação de teorias científicas".

Assim, é nesta etapa que o pesquisador busca extrair dos dados colhidos as informações que poderão definir e explicar a realidade em estudo, isto é, "procura expressar o verdadeiro significado do material que se apresenta em termos do

propósito do estudo a que se dedicou” (BARROS E LEHFELD, 2004, p. 88), o que, segundo Yin (2005), não é uma tarefa fácil, principalmente se as estratégias e as técnicas utilizadas não forem bem definidas.

Minayo *apud* Gomes (2003) corrobora para tal raciocínio, ao destacar alguns dos grandes empecilhos que deverão ser enfrentados pelo pesquisador que busca uma análise de dados eficiente. Um deles consiste em saber lidar com certas inferências que, num primeiro momento, parecem evidentes aos olhos do investigador, principalmente quando o objeto de pesquisa lhe é familiar, ou seja, a estreita relação com o que se está investigando tende a criar a falsa sensação de que as respostas já são conhecidas, mascarando os verdadeiros resultados.

Outro ponto a ser observado pelo pesquisador, durante o processo de análise dos dados coletados, consiste em centrar o foco na interpretação das mensagens que podem ser extraídas do material colhido, e não apenas restringir-se às técnicas metodológicas da pesquisa. Um parco conhecimento, por parte do investigador, acerca da realidade estudada, e/ou a falta de experiência quanto aos procedimentos de pesquisa, podem contribuir para uma análise mais superficial dos dados, ou ainda, nas palavras de Gomes (2003, p. 69) “produzir um distanciamento entre a fundamentação teórica e a prática da pesquisa”.

Para Vergara (2004), existem duas grandes técnicas para o tratamento dos dados coletados: a forma quantitativa, que utiliza métodos estatísticos para a organização, compilação e descrição dos dados, e a forma qualitativa, fundamentada na codificação, estruturação e análise dos dados. É permitido ao pesquisador, segundo Vergara, empregar uma combinação dos dois métodos, caso seja necessário.

No que se refere à análise de dados em pesquisas de cunho qualitativo, como é o caso do trabalho em questão, Roesch (1999) apresenta três abordagens comumente utilizadas para organizar e interpretar a massa de dados coletados pelo pesquisador durante as entrevistas e observações efetuadas ao longo da pesquisa que, em sua maioria, se apresentam sob a forma de textos. Trata-se da Análise de Conteúdo, da *Grounded Theory*, ou Construção de Teoria e a Análise de Discurso.

A Análise de Conteúdo, segundo Barros e Lehfeld (2004, p. 96) “é uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto dos depoimentos dos entrevistados”. Em outras palavras, o método consiste em criar categorias, a partir de elementos que possam servir de base para a análise, nominados por Gomes (2003, p. 75) “unidades de registro”, tais como palavras, frases, temas, parágrafos, que permitam ao pesquisador a codificação do texto, à guisa de indicadores quantitativos, para então interpretar os dados e fazer ilações acerca do material examinado (ROESCH, 1999).

De acordo com Gomes (2003), este método compreende três etapas distintas: a pré-análise, que se configura na organização propriamente dita do material a ser averiguado, observando-se os objetivos traçados pela pesquisa; a exploração do material, isto é, uma leitura mais aprofundada dos dados coletados, para discernir o que realmente é relevante aos propósitos do estudo; e, por fim, a fase da o tratamento dos resultados obtidos e interpretação, que “está relacionado com a determinação de um código qualitativo para a sua classificação e tratamento” (BARROS E LEHFELD, 2004, p. 99), a partir das unidades de registro e das unidades de contexto, que colaboram para posicionar, de maneira mais ampla, o encadeamento das idéias.

Já a *Grounded Theory*, ou construção da teoria, tem por objetivo formular uma nova perspectiva teórica, fundamentada nos dados colhidos, como forma de compreender melhor a realidade em estudo e, ainda, "para desenvolver estratégias de ação e medidas de controle da realidade" (ROESCH, 1999, p. 170). Todavia, na concepção da autora, tal método, para ser aplicado, exige do investigador pleno domínio do seu objeto de pesquisa e experiência para idealizar conjeturas a partir do material coletado.

Por sua vez, a Análise do Discurso tem como foco de estudo a linguagem, considerando como unidade de análise os chamados "repertórios interpretativos", isto é, os termos e conceitos compartilhados pelos indivíduos, fruto do meio cultural no qual estão inseridos, e que são refletidos no ato da comunicação (ROESCH, 1999).

Convém destacar, ainda, o Método Hermenêutico-Dialético proposto por Minayo *apud* Gomes (2003, p. 77), em que "a fala dos atores sociais é situada em seu contexto para melhor ser compreendida". Tal técnica está calcada em dois pressupostos básicos:

[...] o primeiro diz respeito de que não há consenso e nem ponto de chegada no processo de produção do conhecimento. Já o segundo se refere ao fato de que a ciência se constrói numa relação dinâmica entre a razão daqueles que a praticam e a experiência que surge na realidade concreta. (GOMES, 2003, p. 77).

Nesta proposta de análise de dados, a interpretação do material foi realizada em dois níveis: primeiramente, foram verificados os aspectos relacionados às condições sociais, políticas e econômicas do grupo pesquisado. Em seguida, partiu-se para o cruzamento das definições encontradas com os fatos desvelados pela investigação. "As comunicações individuais, as observações e condutas de

cerimônias e rituais são aspectos a serem considerados nesse nível de interpretação" (GOMES, 2003, p. 78).

Para atingir tais níveis de interpretação, o investigador deve, antes de qualquer coisa, ordenar os dados coletados em campo, para só então classificá-los, destacando-se o que julgar relevante para os intentos da pesquisa e, assim, proceder a análise final, isto é, "estabelecer as articulações entre os dados e os referenciais teóricos da pesquisa, respondendo às questões da pesquisa com base nos seus objetivos." (GOMES, 2003, p. 78-79)

Assim, considerando-se que esta pesquisa abordou um tema ainda inexplorado, ou seja, como ainda não havia um domínio pleno das questões que envolviam o objeto em estudo para empreender a técnica da construção de teoria (*Grounded Theory*), pretendeu-se, então, realizar a análise dos dados obtidos por intermédio de uma combinação da técnica de análise de conteúdo, não obstante as críticas de que se trata apenas de um método para interpretar textos, "com pouca articulação com os contextos das mensagens veiculadas" (GOMES, 2003, p. 76), ao método hermenêutico-dialético, já que se trata de um estudo de caso e, como tal, a compreensão dos dados é maior quando dentro do seu próprio contexto.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Uma organização pode ser comparada a uma grande máquina, composta por inúmeras peças que devem atuar em sintonia para que os resultados almejados sejam atingidos. Nesta condição, o Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, alvo deste estudo, configura-se como uma dentre várias outras peças que, juntas, formarão esta imensa “engrenagem” que é o Judiciário Catarinense.

Assim, para compreender de fato o seu papel estratégico para o fortalecimento da imagem corporativa deste poderoso complexo, torna-se necessária uma visão global do sistema, para só então analisar as partes que o compõem. Faz-se precípuo, pois, um panorama, ainda que em linhas gerais, da instituição pesquisada, partindo-se do histórico – quando tudo começou – até delinearem-se as características atuais.

4.1 Breve histórico e caracterização da empresa em estudo

Durante o Império, a Justiça apresentava uma organização única por todo o território brasileiro. Somente com a consolidação da República e a instituição do Federalismo, por intermédio da Constituição de 1891, é que o organismo único passou a adotar as características atualmente conhecidas – o sistema dual, composto pela Justiça Federal e dos Estados – sendo que cada unidade da Federação passou a reger-se pelas leis que adotasse, desde que respeitados os

princípios constitucionais da União, o que já incluía a divisão do poder público em Executivo, Legislativo e Judiciário.

Em junho de 1891, a Constituição do Estado, em seu artigo 47, estabelecia que:

[...] o Poder Judiciário do Estado seria exercido por um Superior Tribunal da Justiça, com sede na Capital; pelos Juizes de Direito e seus suplentes, com jurisdição nas respectivas comarcas; por Tribunais de Júri, nas sedes das comarcas; por Tribunais Correicionais; e por Juizes de Paz, nos respectivos distritos. (SANTA CATARINA, 2001, p. 11)

Em agosto do mesmo ano, o então vice-governador Gustavo Richard, no exercício do cargo de governador, expediu o Decreto n. 104, que detalhava a estrutura do Poder Judiciário Catarinense, da mesma forma que concebia aos membros do Tribunal o título de “desembargador”, termo de origem remota, que define aquele que “tira os embargos”, isto é, os entraves dos processos. A composição inicial estava fixada em cinco magistrados, escolhidos entre os juizes de direito mais antigos, além de um presidente, eleito bienalmente entre seus membros.

A divisão do Estado em quatorze comarcas: Capital, São José, São Miguel, Tijucas, Itajaí, Blumenau, São Francisco do Sul, Joinville, São Bento, Laguna, Tubarão, Lages, Araranguá e Curitiba aconteceu um pouco mais tarde, em 16 de setembro de 1891. Pela Lei Estadual n. 16, de 23 de novembro do mesmo ano, foram criadas as comarcas de Brusque e São Joaquim, as quais foram instaladas em 16 de março e 31 de maio daquele ano, respectivamente.

O Ato Governamental n. 285, de 28 de agosto de 1891, nomeou os primeiros desembargadores, magistrados e servidores. Foram designados, à época, para compor o corpo julgador do órgão máximo da justiça estadual, os doutores: José Roberto Vianna Guilhon, o qual seria eleito para ocupar o cargo da presidência, Francisco da Cunha Machado Beltrão, Edelberto Licínio da Costa Campello, Domingos Pacheco d'Avila e José Elycio de Carvalho Couto.

Cumpridas as determinações de ordem legislativa, o Decreto n. 116, baixado pelo Governo da época, fixou a data de instalação do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, o que aconteceu às treze horas do dia primeiro de outubro de 1891, no prédio da Intendência Municipal, na capital do Estado.

O Tribunal de Justiça de Santa Catarina, sempre sediado na Capital, já ocupou cinco instalações diferentes: a Casa da Câmara, em frente à Praça XV de Novembro, entre primeiro de outubro de 1891 até 1898; um prédio na rua Jerônimo Coelho, no período de 1908 a 1929; o Palácio da Justiça, da Praça Pereira Oliveira, de 1929 a 1968 e, provisoriamente, as instalações da Agência Ford, nos altos da rua Felipe Schmidt, atuando no local até 1975 quando, em 3 de março do mesmo ano, foram inauguradas as instalações próprias do Tribunal, localizada na rua Álvaro Millen da Silveira e que, a princípio, abrigava também o Foro da Capital.

Em 1986, com as mudanças da estrutura de Primeiro Grau para sede própria, o prédio passou por um processo de readaptação para abrigar somente a Justiça de Segundo Grau. Em 27 de abril de 1990, seguindo a proposta do Desembargador Norberto Ungaretti, o prédio recebeu a denominação oficial de "Palácio da Justiça Ministro Luiz Gallotti". Em praticamente 113 anos de história, registra-se a investidura de 73 desembargadores e 151 magistrados, dentre os quais 41 assumiram o cargo de presidente.

4.1.1 O Poder Judiciário Catarinense: objetivos gerais

O Poder Judiciário tem como principal objetivo "aplicar a lei a fatos concretos" (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 7), ou seja, por intermédio de

sua jurisdição, a ele cumpre dirimir os conflitos de interesse, com fundamento na aplicação das leis, bem como, fazer justiça e dizer o direito dos cidadãos.

Esta competência jurisdicional de que dispõe o Poder Judiciário é definida como "a capacidade de que dispõe o Estado para, por intermédio dos juizes, dizer o direito das partes" (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 7) e está diretamente relacionada com a sua atividade-fim, ou seja, apesar de ser inerte, é sua incumbência decidir, sempre que for acionado pelas partes.

No território brasileiro, no que tange ao direito, prevalece o duplo grau de jurisdição. Isso significa que a decisão proferida por um juiz pode receber novo julgamento num juízo superior. Tal condição possibilita, por via de recurso, a revisão das causas já julgadas e daquelas não transitadas em julgado.

Além da função jurisdicional, o Poder Judiciário também possui uma função administrativa, a qual existe para permitir que os objetivos sejam alcançados. No ano 2000, foi iniciado um trabalho para a implementação do Planejamento Estratégico no Poder Judiciário Catarinense. O ponto de partida foi a formalização de uma Assessoria para coordenar as atividades de planejamento, com o objetivo de adotar uma "abordagem sistêmica e participativa" (SANTA CATARINA, 2001, p. 11).

A partir da publicação da Resolução n. 23/2000, em 15 de maio daquele mesmo ano, a então Assessoria de Organização & Métodos, setor indicado, à época, como o mais adequado para assumir as funções correlatas ao projeto de implantação do Planejamento Estratégico, foi transformada em Assessoria de Planejamento, estando vinculada ao Gabinete da Presidência do Tribunal de Justiça. As atribuições de organização e métodos ainda se mantêm ativas, sendo de sua incumbência:

[...] a coordenação das ações do sistema de planejamento do Poder Judiciário, das ações pertinentes ao processo de elaboração e acompanhamento do orçamento e à modernização administrativa, abrangendo sistemas organizacionais e administrativos. (SANTA CATARINA, 2001, p. 11).

A proposta de ação previa doze etapas que incluíam a mobilização da cúpula, bem como a sensibilização e o envolvimento dos servidores do Poder Judiciário, passando pelo diagnóstico da Instituição e as definições estratégicas, com o objetivo final de implementar os planos operacionais e o acompanhamento de projetos.

Encerrados os trabalhos de diagnóstico organizacional, o resultado obtido foi a preparação de um documento com as definições de caráter estratégico: missão, visão, políticas, estratégias e diretrizes do Poder Judiciário, o qual foi submetido ao Conselho de Administração e Gestão do Tribunal de Justiça, para avaliação e considerações. Em setembro de 2000, com a reunião do referido órgão, foi elaborada a redação final acerca das diretrizes estratégicas da Instituição, que assim foram definidas:

Missão

“Humanizar a Justiça, assegurando que todos lhe tenham acesso, garantindo a efetivação dos direitos e da cidadania, com eficiência na prestação jurisdicional”.

Visão

“Caracterizar-se como um Judiciário mais eficiente, reconhecido e respeitado pela Sociedade”.

Valores Éticos (Princípios)

- Compromisso com uma Ordem Jurídica justa.
- Humanização.

- Comprometimento com a paz e o bem comum.
- Preservação de valores afetivos, intelectuais e profissionais.

Políticas

- Valorização e avaliação contínua dos talentos humanos;
- Modernização e melhoria da infra-estrutura;
- Otimização tecnológica permanente de sistemas e processos;
- Satisfação dos usuários;
- Incentivo aos meios alternativos de solução não adversarial de conflitos;

A proposta estava centrada em áreas estratégicas de atuação, englobando desenvolvimento humano, planejamento e a sistematização da estrutura organizacional, orçamento e informática, justiça e cidadania, patrimônio e edificações. Para tanto, foram estipuladas como principais estratégias: promover a humanização da Justiça; garantir a transparência e a participação na administração do Poder Judiciário; criar ferramentas para otimizar os serviços judiciários e para aproximar a justiça ao cidadão; assegurar a preservação e o aprimoramento do bom conceito da Justiça, e ainda, fomentar a melhoria, de forma contínua, da imagem do Poder Judiciário.

4.1.2 Estrutura organizacional do Poder Judiciário no Estado

A Justiça Estadual é constituída pelas Justiças do Primeiro e Segundo Grau. O Juiz de Primeira Instância, ou de Primeiro Grau, dá o seu veredicto e, somente

nas representações ou apelações é que intervêm os Tribunais, caracterizando a segunda instância (Segundo Grau). Em se tratando de pessoa física ou jurídica, todavia, isto só é possível, quando uma das partes – considerando-se lesada em seus direitos – recorre da decisão do Juiz de Primeira Instância. Já nos casos em que o Poder Público é condenado em primeira instância, é obrigação dos Tribunais reexaminar a matéria, com ou sem recurso interposto, pelas partes.

Na chamada jurisdição inferior, divididas em comarcas, ou seja, "as delimitações territoriais dentro das quais os juízes exercem a função jurisdicional" (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 10). estão os Juizes de Direito e Substitutos; a Justiça Militar, os Juizados Especiais, os Juizes de Paz e outros Órgãos constituídos por lei. Na jurisdição superior fica o Tribunal de Justiça, cujos membros são os desembargadores, cabendo a eles as causas civis ou criminais recorridas ou apeladas depois de julgados na Justiça de primeira instância.

Atualmente, existe um total de 110 comarcas instaladas formadas por um ou vários municípios, as quais recebem, ainda, uma classificação distinta, denominada "entrância", de acordo com as características que apresentam: elas podem ser consideradas "pequenas"; são as entrâncias iniciais; "médias": entrâncias intermediárias ou "grandes", comarcas de entrância final. Os parâmetros que as definem são os estabelecidos em lei, "como a extensão territorial, número de eleitores, receita tributária e, principalmente, o número de habitantes e o volume de processos (movimento forense)". Nos dias atuais, existem 77 comarcas de "entrância inicial", 21 de "entrância intermediária", 12 de "entrância final" e uma "entrância especial".

Outrossim, os limites de competência de cada juiz são definidos pelas varas. Comarcas de entrância inicial são constituídas de uma única vara e,

conseqüentemente, por um único juiz, ao qual são submetidas todas as causas levadas a juízo, independentemente de sua natureza - criminal, cível, família, fazenda e outras. As comarcas maiores dispõem duas ou mais varas, o que significa, dois ou mais juízes. A distribuição dos processos é feita por sorteio.

Há comarcas, no entanto que dispõem de varas especializadas. Em casos como estes, os juízes só analisam e decidem sobre as questões pertinentes às suas respectivas varas, ou seja, um juiz da Vara da Família não resolve, por exemplo, processos da Vara da Fazenda Pública, e o mesmo procedimento serve às demais varas.

Para o desempenho das competências jurisdicionais, é necessária a colaboração de outros órgãos secundários, que participam da movimentação do processo, colaborando com o juiz na realização dos seus trabalhos. Dentre os órgãos auxiliares destacam-se as escritanias judiciais, o oficialato de justiça, a distribuição e a contadoria.

Exerce a direção do foro um juiz de direito da comarca, o qual acumula às suas funções jurisdicionais, as atividades de cunho administrativo. Para auxiliá-lo, toda a comarca dispõe de um secretário de foro, responsável pela coordenação e o controle dos trabalhos administrativos a ele vinculados.

Convém destacar, ainda, o Tribunal do Júri, com a competência para o julgamento dos crimes dolosos contra a vida, consumados, tentados e conexos, definidos no Código Penal, bem como os Juizados Especiais Cíveis, o Juizado da Criança e do Adolescente e o Juizado da Cidadania, que buscam solucionar, com maior rapidez, pequenos conflitos registrados na sociedade, além de serem mais acessíveis e gratuitos.

Existem, ainda, os órgãos extrajudiciais. Eles não desempenham qualquer função no processo, tampouco cooperam com o juiz, no exercício de sua jurisdição: destacam-se os escritórios de registro público, os tabelionatos e as escriturarias de paz.

Já na Justiça de Segundo Grau, a função jurisdicional, é exercida pelo Tribunal de Justiça, por meio de órgãos julgadores, sendo o Órgão Especial considerado como o de maior importância. Conforme determina o artigo 88 do Código de Divisão e Organização Judiciárias do Estado de Santa Catarina, constituem o Órgão Especial: o Presidente do Tribunal de Justiça, o Vice-Presidente, o Corregedor-Geral e mais doze Desembargadores de maior antigüidade no cargo. É de sua competência ainda, de acordo com o Inciso I do referido artigo, entre outras, "processar e julgar mandado de segurança contra ato do Governador do Estado; processar e julgar ação direta de inconstitucionalidade de lei ou ato normativo frente aos dispositivos da Constituição do Estado e pedidos de intervenção nos municípios". (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 13).

Existem, ainda, as Câmaras, classificadas em: seis câmaras civis, uma câmara cível especial e duas criminais. Cada câmara isolada (civil e criminal) engloba quatro magistrados, com exceção da 5ª e da 6ª Câmara Civil. Com a edição do Ato Regimental n. 41/00, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina passou a contar com três Grupos de Câmaras, especializados no processo e julgamento dos embargos infringentes aos diferentes ramos do direito. Assim, a primeira e a segunda câmara civil formam o grupo de câmaras de direito civil; a terceira e a quarta o grupo de câmaras de direito comercial e, por fim, a quinta e a sexta formam o grupo de câmaras de direito público. À Câmara Civil Especial, presidida pelo 3º Vice-presidente e por mais quatro juízes de direito, compete "apreciar a

admissibilidade e os pedidos de efeito suspensivo em agravos de instrumento de interlocutórias de Primeiro Grau, bem como julgar os recursos contra decisões de seus membros". (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 15). Já os processos e julgamento de matéria criminal ficam sob a responsabilidade das Câmaras Criminais Isoladas que, juntas, formam as Câmaras Criminais Reunidas.

Quando os três Grupos de Câmaras estão reunidos, tem-se a denominada Seção Civil. Conforme o Ato Regimental n. 04/90, é de sua competência:

[...] julgar os incidentes de uniformização de jurisprudência suscitados nas Câmaras Cíveis Isoladas ou Grupos de Câmaras; emitir decisão acerca dos conflitos que competem às Câmaras Isoladas e Grupos de Câmaras entre si; processar e julgar ações rescisórias de acórdãos (decisões) dos Grupos de Câmaras e de seus próprios julgados; processar e julgar os embargos infringentes, quando não houver unanimidade entre os Grupos de Câmaras Cíveis. (DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, 2002, p. 13).

Cabe ressaltar, ainda, a existência da Câmara de Férias, composta por um Vice-Presidente e por três Juízes de Direito Substitutos de Segundo Grau, prevista para funcionar nos períodos de férias coletivas, ou seja, em janeiro, e de recesso, em julho.

Os juízes de direito substitutos de segundo grau, atualmente num total de doze atuantes, também substituem os desembargadores nos impedimentos, faltas, afastamentos e na vacância dos cargos, além de desenvolverem outras determinações legais.

O Tribunal de Justiça possui, ainda, os órgãos disciplinadores, dentre os quais destacam-se como os mais importantes: a Corregedoria-Geral da Justiça, exercida pelo desembargador Corregedor-geral, Vice-Corregedor-Geral da Justiça, Juízes Corregedores, Secretário Jurídico e Secretário da Corregedoria e o Conselho da Magistratura.

A Corregedoria-Geral da Justiça é um órgão de fiscalização, disciplina e orientação administrativa, com jurisdição em todo o Estado, e tem como principal

função o exercício de vigilância sobre o funcionamento dos serviços da Justiça e da Polícia Judiciária em Estabelecimentos Penais, quanto aos deveres de magistrados, serventuários e auxiliares da justiça.

Ao Conselho da Magistratura, composto de nove membros (Presidente, 1º e 3º Vice-Presidentes, Corregedor-Geral da Justiça e Vice-Corregedor-Geral da Justiça e três desembargadores que não integram o Órgão Especial e por estes eleitos), compete o julgamento de processos disciplinares envolvendo juízes, serventuários e auxiliares da justiça, além de julgarem as decisões do presidente do Tribunal, do corregedor-geral, dos diretores de foro e dos juízes que impuserem pena disciplinar.

Muito embora seja a jurisdição a principal função do Poder Judiciário, atingir os objetivos da atividade-fim da Instituição depende de sua estrutura administrativa, que abrange todos os recursos humanos, tecnológicos e materiais para a viabilização dos trabalhos. No Tribunal, esta estrutura põe em destaque as relações de autoridade, subordinação, coordenação, decisão e controle do trabalho, fato que pode ser observado a partir do complexo organograma apresentado pela Instituição, aqui parcialmente representado, salientando apenas as áreas de interesse da pesquisa:



Figura 4: Organograma da Presidência do Tribunal de Justiça de Santa Catarina
 Fonte: Portal Eletrônico do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, 2005.

4.2 O Núcleo de Comunicação Institucional: um setor em evolução

A Lei n. 5.375, de 24 de novembro de 1977 (ANEXO A), decretada pela Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina e sancionada pelo Governador Antônio Carlos Konder Reis, em 8 de dezembro daquele mesmo ano, possibilitou, por transposição, a criação do quadro de servidores do Tribunal de Justiça, até então integrantes do quadro geral do Poder Executivo. Até este período, não foi

possível identificar se havia algum profissional, nomeado pelo Governo do Estado, que exercesse as atribuições inerentes à comunicação institucional.

Contudo, no ano subsequente, a partir da Lei n. 5.443, datada de 15 de junho de 1978, (ANEXO B), foi criada uma vaga para o cargo em comissão de Assessor da Presidência para os Assuntos de Relações Públicas e Comunicação. O fato de ser um cargo comissionado permitia que mesmo aqueles que não fossem servidores integrantes do quadro efetivo de pessoal do Tribunal de Justiça exercessem tal função.

De acordo com os registros publicados no Diário da Justiça de 31 de julho daquele mesmo ano (ANEXO C), a primeira pessoa nomeada para tal função foi Maria Beatriz Neves Pinheiro, em 15 de junho de 1978, na gestão do Desembargador João de Borba, à época presidente do Tribunal de Justiça de Santa Catarina. Em 16 de agosto de 1982, assume o cargo Célia Vieira Bucchi, servidora aposentada do Tribunal de Justiça, que já havia exercido diversas funções ao longo de sua carreira, inclusive como Diretora de Administração, no ano de 1978.

Já o cargo de Assessor de Imprensa despontou quatro anos mais tarde, criado por intermédio da Lei n. 6.033, de 17 de fevereiro de 1982 (ANEXO D), sancionada pelo Governador Jorge Konder Bornhausen, inserido na categoria de Assessoramento Intermediário. A Lei n. 7.982, de 2 de julho de 1990 (ANEXO E), exige que o ocupante da vaga tenha formação universitária em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. De acordo com os registros funcionais, a primeira pessoa a exercer tal função foi o colunista social Lázaro Bartolomeu, nomeado pelo Ato de 30 de junho de 1982, publicado no Diário da Justiça de 7 de julho daquele mesmo ano. A solenidade de posse aconteceu em 15 de julho de 1982

Todavia, as funções exercidas pelos profissionais de relações públicas e de imprensa daquela época apresentavam um caráter totalmente distinto do que atualmente se julga relevante para a criação de valores e o alcance dos objetivos organizacionais. O trabalho em si limitava-se apenas – no caso do assessor de relações públicas – à organização das sessões solenes, e, ao profissional de imprensa cabia a divulgação de algumas “notas” aos jornais e rádios. Não estava inculcada, ainda, a visão de uma atividade estratégica, com impacto direto na imagem da organização.

Deste modo, no que tange à imprensa, a organização de um setor propriamente dito, voltado à execução de políticas de comunicação que pudessem fornecer respostas aos questionamentos da sociedade catarinense a respeito dos trabalhos desenvolvidos pelo Poder Judiciário, ocorreu na gestão do Desembargador Francisco May Filho, em 1983, quando a então servidora do Fórum da Capital, Lúcia Helena E. V. da Silva, na época, recém-formada em jornalismo, identificou uma oportunidade de atuar na sua área de formação, a partir da investidura no cargo de Assessora de Imprensa, vago com o falecimento do seu primeiro ocupante.

A partir de então iniciou-se, assim, um árduo processo a obtenção da infraestrutura necessária à implementação de uma Assessoria: sala, móveis, material de expediente, enfim, não foi fácil montar uma estrutura que pudesse dar suporte adequado às atividades desempenhadas. Cabe destacar, todavia, que não havia um “setor” formalmente criado, apenas o cargo, vinculado ao Gabinete da Presidência.

Contudo, o maior obstáculo que precisava ser transposto consistia a captação das informações, afinal, a cultura organizacional não priorizava a divulgação dos trabalhos, ou seja, juízes e desembargadores não se preocupavam em disseminar o

que estava sendo julgado, mas sim, em julgar. Além disso, muitos dos profissionais da comunicação, para os quais eram repassadas as notícias a respeito do Judiciário, não tinham um conhecimento aprofundado acerca dos termos técnicos jurídicos, o que também se tornou um empecilho, na medida em que os conteúdos das mensagens poderiam sofrer distorções.

Outro grande problema enfrentado pela iniciativa de implantar uma Assessoria de Imprensa no Tribunal de Justiça de Santa Catarina estava relacionado com o tempo para a divulgação das notícias. Em jornalismo, os prazos são imprescindíveis para que a notícia tenha a repercussão esperada. E são extremamente curtos. Uma nota oficial à imprensa, por exemplo, como argumentação a alguma crítica formulada, deve ser transmitida de imediato, não pode esperar uma semana ou mais, como acontece nos processos judiciais.

Não obstante as dificuldades defrontadas, aos poucos, a organização foi tomando consciência da necessidade de criar um canal de comunicação entre a instituição e o seu público externo. E, de acordo com os relatos dos profissionais consultados que atuam e já atuaram nesta área, o processo de conscientização dos magistrados para importância da comunicação no ambiente institucional foi e será facilitado sempre que o profissional responsável por esta função estiver em sintonia com a alta administração e conseguir estabelecer parcerias, ou ainda, redes de relacionamento, tanto com aqueles que serão as suas principais fontes de informação como com a mídia – os meios de comunicação externos capazes de difundir essas informações.

Em 1990, com a saída da jornalista Lúcia Helena, foi nomeado para o cargo de Assessor de Imprensa o também jornalista Mário Luiz Hyarup Medaglia, na gestão do Desembargador Ayres Gama Ferreira de Mello, exercendo a função até o

final de janeiro de 1998, já que, com a posse do novo presidente, Desembargador João Martins, em 2 de fevereiro daquele mesmo ano, o jornalista Ângelo Lima Medeiros, funcionário efetivo da Prefeitura de Florianópolis e que trabalhava no Jornal Diário Catarinense, foi convidado para ocupar a vaga.

Registra-se, nessa época, a criação oficial da Assessoria de Comunicação e Relações Públicas, por intermédio da Resolução n. 31/98 – GP (ANEXO F), vinculada ao Gabinete da Presidência, que apresentava como principais atribuições, a divulgação dos trabalhos desenvolvidos pelo Judiciário Catarinense, a administração de situações emergenciais, que pudessem macular a imagem da comunidade da Justiça e a coordenação do relacionamento do Tribunal de Justiça com a mídia.

No campo das Relações Públicas, com a aposentadoria compulsória da senhora Célia Vieira Bucchi, ao completar 70 anos, o cargo passou ser ocupado por Henrique Albino Pereira, em 6 de fevereiro de 1998 e, cinco meses depois, por Rodrigo Gerent de Mattos, nomeado em 31 de julho daquele ano.

Não obstante sejam relações públicas e imprensa atividades afins, isto é, com objetivos voltados para o inter-relacionamento entre a instituição e o público ao qual assiste e para o estabelecimento de mecanismos que proporcionem uma comunicação hábil entre esses elementos, percebe-se que no Tribunal de Justiça de Santa Catarina a história dessas duas funções, em muitos momentos, seguiu cursos paralelos. Foi o que aconteceu em 2000. Por intermédio da Resolução 06/2000, datada de 14 de fevereiro de 2000 (ANEXO G), o Desembargador Francisco Medeiros Xavier Vieira extingue a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas.

O cargo de Relações Públicas é reativado a partir de uma reunião promovida entre todos os servidores vinculados ao Gabinete da Presidência para identificar se

estavam satisfeitos com a posição que ocupavam e/ou se demonstravam interesses por alguma área específica, o que possibilitou à servidora Eneide Camboim Harris, formada em Turismo, a oportunidade de atuar como Relações Públicas, sendo nomeada em 16 de março de 2000.

Naquele período não houve a criação de um setor conjunto voltado à comunicação institucional: à Assessora de Relações Públicas competia a realização e organização de eventos, bem como, a expedição de correspondências da Presidência e o contato com demais órgãos governamentais para intercâmbio de informações; ao Assessor de Imprensa era facultado administrar o relacionamento com a mídia, ou ainda, com os meios de comunicação externos à organização. Destaca-se, nesta época, a transformação da Assessoria Militar em Casa Militar, pela Resolução 17/00 – GP (ANEXO H), que incorporou às suas funções a coordenação do cerimonial nos eventos promovidos pelo Tribunal de Justiça, mormente uma atividade de relações públicas.

Em 2003, na gestão do Desembargador Antonio Fernando do Amaral e Silva, as atividades inerentes a relações públicas passam a ser executadas, de maneira parcial, pela Casa Militar, apenas no tocante à organização das cerimônias e atos solenes. A função "Relações Públicas" é considerada irrelevante e o cargo fica vago. Neste mesmo período, a partir da Resolução 17/03 – GP, datada de 15 de setembro de 2003 (ANEXO I), foi criada a Assessoria de Comunicação Social, que tinha por principal incumbência atender os órgãos de comunicação, além de veicular notícias relacionadas ao Poder Judiciário Catarinense. A função continuava a ser exercida pelo jornalista Ângelo Lima Medeiros.

A criação de uma estrutura que agrupasse as funções de relações públicas e imprensa aconteceu novamente a partir da Resolução 12/2004-GP (ANEXO J), na

gestão do Desembargador Presidente Jorge Mussi, sob a denominação de Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, sendo formado pelas Assessorias de Imprensa e de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial. Possui um coordenador-geral, cargo ocupado atualmente pelo Desembargador Carlos Alberto Silveira Lenzi, e está diretamente ligado ao Gabinete da Presidência.

A Assessoria de Imprensa manteve a formação da antiga Assessoria de Comunicação Social, sendo atualmente constituída pelo Assessor de Imprensa e Jornalista Ângelo Lima Medeiros, pela funcionária efetiva do quadro do Tribunal de Justiça, formada em Jornalismo, Maria Fernanda Farinha Martins que, por intermédio do Artigo 85 do Estatuto do Servidor Público, pode desempenhar as funções da sua área de formação e substituir o Assessor de Imprensa na sua ausência, pelas Técnicas Judiciárias Auxiliares Rosana Walter Cipriani e Sônia Regina da Silva Vieira e a digitadora: Elis Dutra da Silva. As atividades relacionadas à comunicação institucional são de sua incumbência, coordenando as publicações relativas ao Poder Judiciário.

Já a Assessoria de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial é formada pela Assessora de Relações Públicas Eneide Camboim Harris, uma Técnica Judiciária Auxiliar: Carolina Machado, uma Digitadora: Gianka Teixeira e um Bolsista estudante do segundo grau: Jhonata Fernando Bittencourt. No final de outubro de 2005 passou a integrar o setor a servidora Eleusa Vargas Machado, também Técnica Judiciária Auxiliar. Suas principais atividades estão associadas às cerimônias e eventos promovidos pela instituição, tais como inaugurações, solenidades comemorativas, exposições, além de garantir a representatividade do Poder Judiciário em eventos promovidos por outras organizações.

4.2.1 Disseminando informações: meios, canais e veículos de comunicação

Na atual conjuntura, regida pela inovação tecnológica, que saciou o desejo incomensurável da humanidade por conhecimento ao romper as barreiras do tempo e do espaço, não se pode conceber a imagem de uma instituição hermética, voltada apenas para o cerne de suas questões sem preocupar-se com a realidade a sua volta. De acordo com Rego (1986, p. 58),

[...] toda organização depende, para seu crescimento e prosperidade, da manutenção da confiança na sua integridade e no bom senso de sua política de atuação. Seja no que diz respeito ao seu pessoal, seja no que diz respeito aos clientes, fornecedores e acionistas. E isto só se consegue com um programa de comunicações.

Assim, para não sucumbir às exigências desse novo cenário social e político, as organizações precisam de mecanismos eficazes e eficientes que lhes permitam, ao mesmo tempo, distinguir o seu ambiente de atuação e ser percebidas pelos seus públicos-alvos. Esses mecanismos constituem as políticas de comunicação institucional, por intermédio das quais a empresa divulga os seus valores e objetivos, e conquista a confiança dos seus públicos.

Para Corrado (1994), a comunicação é mais que um instrumento – desempenha um papel estratégico – quando voltada para o público interno, auxilia a uma ação produtiva e, junto ao público externo, promove um melhor posicionamento da empresa. Rego (1986, p. 59) define a comunicação empresarial como um amplo processo, que compreende “tudo aquilo que a empresa recebe ou emite com o objetivo de padronizar comportamentos: regulamentos, normas, portarias, avisos etc.” Neste caso, na concepção o autor, a comunicação na empresa funcionaria como instrumento de persuasão, tanto no âmbito interno quanto o externo.

Segundo Lesly (2002) existem seis maneiras principais de promover a comunicação humana: oral; escrita; emblemas e símbolos; gestual; sons não-verbais e combinações das cinco primeiras formas citadas. Já os veículos de comunicação, para o mesmo autor, configuram os recursos empregados pela organização para “traduzir”, ou ainda, “difundir” as mensagens ao seu público-alvo.

Contudo, para que a comunicação produza o efeito desejado, é necessário selecionar os canais adequados para a disseminação da informação, e isso depende “do perfil do público, de quantos locais estão envolvidos, do estilo organizacional, do orçamento, e se a comunicação será ou não reutilizada mais tarde, durante a orientação” (CORRADO, 1994, p. 83).

A revolução tecnológica incrementou o processo de comunicação empresarial na medida em que alavancou o surgimento de outros dispositivos que facilitaram o acesso às informações e agilizaram a propagação das mensagens, como por exemplo, a internet e o correio eletrônico. Outras mídias, tais como o rádio, a televisão, os fac-símiles, os aparelhos telefônicos – até mesmo as correspondências, que agora chegam de maneira muito mais rápida aos seus destinos – também foram aprimoradas com os avanços da tecnologia.

Assim sendo, pode-se dizer que no Tribunal de Justiça, o processo de comunicação institucional também passou por diversos estágios, e que ainda é um segmento em evolução. Em sua fase de nascimento, no final da década de 70 e início de 80, a política de comunicação social limitava-se à veiculação de matérias nos principais jornais de circulação da época. Mídias como o rádio e a televisão também eram meios utilizados neste período, na medida em que bastante populares e, assim, podiam atingir um grande número de pessoas simultaneamente.

No final de 1999, foi realizado um projeto para a divulgação dos serviços oferecidos pelo Tribunal de Justiça, por intermédio de *folders* explicativos – o Programa Justiça do Povo (ANEXO L), constituído por quatro fascículos, cada qual abordando um tema específico: a primeira edição retratava a estrutura do Judiciário em Santa Catarina; o segundo fascículo continha informações acerca da assistência jurídica gratuita, benefício de caráter legal e que é desconhecido por muitas pessoas. O terceiro informe destacava os serviços oferecidos pelo Juizado Especial, que tem por objetivo agilizar a resolução de pequenos conflitos e a última publicação continha as diretrizes gerais sobre o processo de adoção. A distribuição desse material era gratuita, voltada para atingir principalmente a população catarinense que usufrui dos serviços do Poder Judiciário. Contudo, este projeto não teve continuidade, sendo interrompido com o início da gestão do Desembargador Antonio Fernando do Amaral e Silva, no ano de 2002.

Em 2000, iniciou-se a produção de boletins informativos (ANEXO M), impressos na forma de um jornal, os quais não tinham o caráter educativo do programa anterior, e sim, estavam voltados à divulgação de notícias factuais. O intuito era atingir, principalmente, o público externo à organização: principais órgãos da Justiça, tais como o Supremo Tribunal Federal, Superior Tribunal de Justiça, Tribunal Superior do Trabalho, Tribunal Regional do Trabalho; Ordem dos Advogados do Brasil; Promotores de Justiça; Senadores e Deputados Federais; além das principais autoridades dos poderes Executivo e Legislativo, bem como, aos principais jornalistas do Estado, considerados “formadores de opinião”.

A idéia de criar um programa de televisão voltado aos assuntos da Justiça aconteceu em 2001, na gestão do Desembargador Francisco Xavier Medeiros Vieira. Realizou-se, assim, a contratação uma empresa prestadora de serviços, responsável

pela produção do programa semanal, com duração de quinze minutos. A veiculação era realizada em sistema a cabo, por intermédio de um acordo formal firmado com a TV Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, negociado entre os representantes legais dos dois poderes. Em 2003, com o objetivo de transmitir o programa em sistema de canal aberto e com duração de 30 minutos, foi feita uma licitação, na modalidade carta-convite, cuja empresa ganhadora foi a Rede SC – emissora do SBT. Atualmente, o Programa Justiça Legal é veiculado todos os sábados, às 11 horas, ainda pela Rede SC Florianópolis, emissora do SBT – Sistema Brasileiro de Televisão. Desde o seu “embrião”, em 2001, até 2004, foram 94 programas produzidos, totalizando 2.300 minutos de exposição.

A informatização do Poder Judiciário Catarinense categorizou-se como um importante avanço na área da comunicação institucional. A partir de 2002, com o início da gestão do Desembargador Jorge Mussi, começaram-se a disponibilizar notícias na internet, pela página eletrônica do Tribunal de Justiça. A resenha, ou *clipping*, de acordo com a nomenclatura técnica, contendo uma espécie de “resumo” das matérias sobre o Poder Judiciário, produzidas e veiculadas pelos meios de comunicação externos à instituição, começou a ser disponibilizada para consulta em meio eletrônico, assim como optou-se por não mais produzir os boletins informativos impressos, mas sim, disponibilizá-los no portal do Poder Judiciário Catarinense.

Esta alternativa demonstrou-se mais eficaz do que a distribuição do material impresso, tendo em vista que agilizou o acesso à informação, na medida em que, pelo processo anterior, os prazos para a confecção dos folhetos pela Gráfica do Tribunal de Justiça faziam com que, ao final, as matérias divulgadas já fossem consideradas “obsoletas”, isto porque já havia decorrido um tempo considerável,

para os prazos jornalísticos, entre a edição do boletim e a sua distribuição para o público.

Atualmente, o Núcleo de Comunicação Institucional conta com inúmeras ferramentas de comunicação: a internet e a intranet, o correio eletrônico, o rádio, a televisão e a mídia impressa. As matérias produzidas são veiculadas tanto no portal do Tribunal de Justiça, como nos principais veículos de comunicação do Estado: Diário Catarinense, Jornal A Notícia, Jornal O Estado. Além do Programa Justiça Legal, as notícias são divulgadas nos programas televisivos locais, como o RBS Notícias, e até mesmo em âmbito nacional, como por exemplo, pelo Jornal Nacional, de acordo com a magnitude da informação e a sua relevância no contexto social.

Em agosto de 2005, foi oficialmente publicada na *Intranet* e *Internet* o portal eletrônico do Núcleo de Comunicação Institucional. A idéia é criar mais um canal de comunicação com os públicos internos e externos, divulgando os objetivos e os serviços prestados pelo setor, agilizando o fluxo de informações. Contudo, esta ainda configura-se como uma primeira iniciativa, e a tendência é que, aos poucos, a ferramenta seja mais difundida entre os usuários e apresente um caráter mais interativo, para suprir as necessidades do Núcleo e do público ao qual assiste.

Há também o programa Justiça Cidadã, este último em parceria com a Associação dos Magistrados Catarinenses, e que vai ao ar todos os sábados, a partir das 9 horas, na Rádio UDESC (100.1 FM), abrangendo a região da Grande Florianópolis, além de ser retransmitido em rádios das cidades de Joinville, Lages, Sombrio e Tubarão, bem como na Rádio Justiça, do Supremo Tribunal Federal.

Outrossim, os eventos promovidos por uma organização funcionam como poderosos canais de comunicação, e propiciam não só disseminação de informações, mas sim, permitem o relacionamento da empresa com seus públicos,

uma aproximação favorável para fortalecer da imagem institucional da organização. Para Lesly (2002, p. 121), os eventos “servem de meios por si só e como ‘pontos focais’ para outros meios de comunicação”, além de influenciar a opinião pública.

No Tribunal de Justiça de Santa Catarina, tais iniciativas surgiram apenas a partir do ano 2000. Até então, os eventos limitavam-se aos atos solenes, tais como posse de juízes, desembargadores, e inaugurações. Nesta época, com o objetivo de difundir a memória do Poder Judiciário, bem como, os trabalhos desenvolvidos pela Justiça Catarinense, foi realizada a primeira exposição alusiva aos 109 Anos de Instalação do Tribunal de Justiça, em outubro de 2000, no *Shopping Center Itaguaçu*, com o mote “A Justiça mais Próxima do Cidadão”.

Outra iniciativa inédita foi a realização do Primeiro Encontro Nacional de Secretários e Diretores-Gerais de Tribunais de Justiça, o qual possibilitou o intercâmbio de informações e a troca de experiências entre os administradores que estavam a frente dos trabalhos realizados, naquele período, nos Tribunais de Justiça de todo o país. Foi também em outubro do mesmo ano que ocorreu o primeiro evento de incentivo à cultura catarinense, com a realização da Primeira Exposição de Arte dos Funcionários do Tribunal de Justiça, como forma de valorizar os talentos da Instituição. Este foi o ponto de partida para a destinação do Hall de Entrada do Tribunal de Justiça como um Espaço Cultural, a exemplo de outros órgãos que projetos culturais.

Posteriormente foram realizadas várias exposições, dentre as quais destaca-se a Exposição de Artistas Plásticos de Pais, Amigos e Portadores de Deficiência, realizada no mês de outubro de 2001. Convém salientar, ainda neste período, a entrega do prêmio “Casa da Cidadania”, nas categorias texto e desenho, envolvendo crianças de 1ª a 4ª séries do Ensino Fundamental.

A compreensão do papel de Relações Públicas como uma filosofia administrativa de cunho estratégico ficou ainda mais categorizado com organização do 52º Encontro do Colégio Permanente de Presidentes de Tribunais de Justiça do Brasil, de 13 a 15 de setembro de 2001, o qual, até então, nunca havia sido realizado no Estado de Santa Catarina. Ressalta-se, ainda, a participação do Poder Judiciário Catarinense no Congresso Nacional do Cerimonial Público, que configurou mais uma forma de aproximar os serviços prestados pela Justiça aos seus jurisdicionados.

Atualmente, a Assessoria de Relações Públicas, integrante do Núcleo de Comunicação Institucional, vem desenvolvendo ações com o objetivo de identificar as necessidades dos públicos interno e externo da Instituição, de modo tal a atender às suas expectativas, estabelecendo condições para que permitam harmonizar os interesses envolvidos.

Assim, eventos com caráter informativo, que possam levar à sociedade uma compreensão dos trabalhos que envolvem o Poder Judiciário Catarinense e os direitos dos jurisdicionados, podem ser considerados como um dos alicerces que sustentam os trabalhos desenvolvidos pelo setor. Iniciativas como a elaboração do vídeo institucional e do *folder* institucional (ANEXO N), visando disseminar a história e os serviços prestados pela instituição; a programação de visitas de alunos do ensino fundamental e médio ao Tribunal de Justiça; o Espaço Cultural, permitindo que os artistas possam usufruir uma estrutura para a demonstração de seus trabalhos, sem custos; e a difusão do patrimônio histórico do Judiciário Catarinense, a partir de exposição do seu acervo, evento que é realizado anualmente, desde 2001, sempre no mês de outubro, em comemoração ao aniversário de instalação do

Tribunal de Justiça, podem ser destacados como contribuições importantes para o fortalecimento da imagem corporativa do Poder Judiciário Catarinense.

Ressalta-se, ainda, a Mostra de Talentos dos Servidores do Poder Judiciário Catarinense que, prevista para acontecer no período de 17 a 28 de outubro do ano corrente, por intermédio do processo n. 224084-2005, de 3 de junho de 2005, foi incluída oficialmente no calendário de eventos institucionais do Poder Judiciário Catarinense, com o objetivo de valorizar os talentos artísticos dos próprios servidores efetivos do Tribunal de Justiça e dos Fóruns de todo o Estado e, em particular, o 69º Encontro do Colégio Permanente de Presidentes de Tribunais de Justiça, o qual aconteceu no período de 4 a 6 de setembro de 2005 e mobilizou uma sólida estrutura de recursos materiais, humanos e financeiros, e todo um aparato para a segurança das autoridades envolvidas no evento (FIGURA 5).



Figura 5: Abertura do 69º Encontro do Colégio Permanente de Presidentes de Tribunais de Justiça do Brasil

Fonte: Assessoria de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial

4.2.2 A realização dos eventos institucionais

Os eventos realizados pelo Poder Judiciário Catarinense estão alinhados, na sua grande maioria, como expositivos. Além disso, são organizados encontros, jantares e, com maior frequência, exposições culturais. No Tribunal de Justiça, os eventos organizados pelo Núcleo de Comunicação Institucional visam, principalmente, trabalhar a imagem da Instituição e, ainda que de forma "tímida", aproximar o Poder Judiciário da comunidade catarinense, para a qual se voltam todos os serviços prestados pela organização. Podem ser classificados, assim, como eventos institucionais.

Não obstante seja perceptível que a cultura organizacional tenha se modificado ao longo do tempo, ainda há um predomínio da tradição secular que permeia a história do Judiciário na forma como os eventos são organizados, de modo que, seguindo a distinção feita por Meirelles (1999), podem ser definidos, em sua grande maioria, como "sessões solenes".

Como exemplos destacam-se a Solenidade de Posse do Excelentíssimo Senhor Edson Nelson Ubaldo, no cargo de Desembargador (FIGURA 6), realizada em 15 de setembro de 2005, às 19h, na Sala de Sessões do Tribunal Pleno; a Solenidade de Abertura da Exposição Comemorativa dos 114 Anos de Instalação do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, realizada em 3 de outubro de 2005, no Beiramar Shopping, e que se estendeu até o dia 9 de outubro de 2005 para visita pública (FIGURA 7); e a Sessão Solene de Outorga das Medalhas do Mérito Judiciário Catarinense, realizada em 5 de outubro de 2005, às 19 horas, (FIGURA 8).

Esses últimos eventos citados são realizados sempre no mês outubro, como forma de abrilhantar as comemorações do aniversário de instalação do Tribunal de Justiça, e acontecem anualmente, desde o ano de 2003. A Exposição Comemorativa visa a divulgação dos serviços prestados pelo Poder Judiciário Catarinense e a Ordem do Mérito Judiciário Catarinense foi criada pelas Resoluções números 13/02 e 08/03 (ANEXOS O E P), com o objetivo de prestar justa homenagem àqueles cidadãos que se destacaram de forma notável contribuindo, direta ou indiretamente, para o engrandecimento da justiça catarinense, assim como destina ao reconhecimento e valorização de magistrados e servidores que, no desempenho de suas funções, apresentaram elevado grau de qualidade profissional.

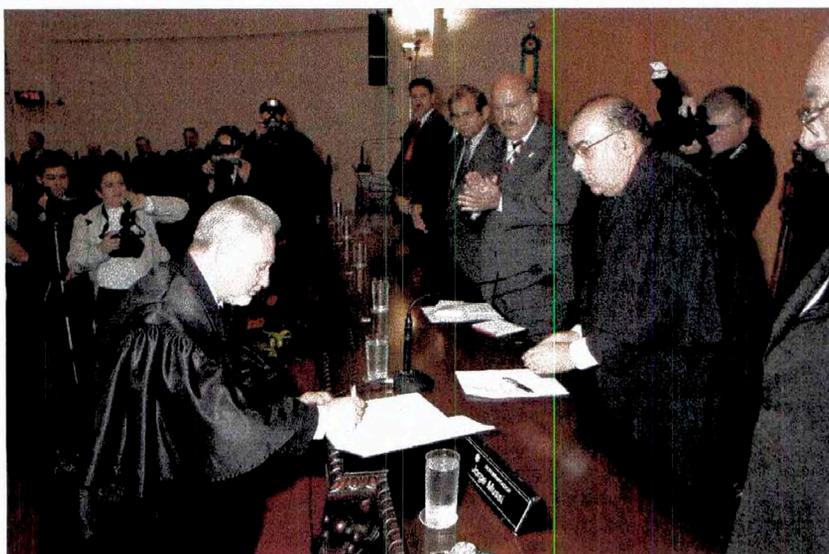


Figura 6: Solenidade de Posse do Excelentíssimo Senhor Edson Nelson Ubaldo
no cargo de Desembargador

Fonte: Assessoria de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial



Figura 7: Abertura da Exposição Comemorativa dos 114 Anos de Instalação do Tribunal de Justiça de Santa Catarina

Fonte: Assessoria de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial



Figura 8: Sessão Solene de Outorga de Medalhas da Ordem do Mérito Judiciário

Fonte: Assessoria de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial

A Assessoria de Relações Públicas do Tribunal de Justiça é o setor responsável pelo planejamento, organização e controle de todos os eventos realizados pela Presidência do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, com o aval da Chefia de Gabinete da Presidência do Tribunal de Justiça, Doutora Cláudia Nicolazzi Medeiros da Cunha Delpizzo.

A cada evento promovido, diversas providências precisam ser tomadas para que, ao final, tenha-se o resultado esperado. Trata-se da definição do local do evento, confecção de convites, contratação de fornecedores – decoradores, músicos, recursos materiais e humanos, elaboração do roteiro da cerimônia, preparação de documentos, tais como atas e termos de posses, preparação do cerimonial e protocolo, dentre outras atividades específicas.

Embora todo o projeto do evento seja de incumbência da Assessoria, o parecer final, isto é, a aprovação necessária para a concretização do evento, fica ao encargo da Presidência do Tribunal de Justiça. Nada é realizado sem o seu conhecimento prévio, e todas as ações são planejadas de acordo com as suas necessidades e expectativas, uma vez que na figura do Presidente reflete-se a imagem da administração de todo o Poder Judiciário Catarinense.

Tal processo configura-se, de acordo com Lacombe e Heilborn (2003, p. 377) um sistema de administração centralizado, “no qual a maioria das decisões relativas ao trabalho que está sendo executado não é tomada por aqueles que o executam, mas em um ponto mais alto da organização”. Neste caso, a centralização da autoridade requer uma fina sintonia entre a Assessoria de Relações Públicas e seu assessorado, ou seja, a Presidência, para que o andamento dos trabalhos, ao final, não seja prejudicado.

Após a identificação da necessidade de um evento e definido o roteiro de atividades necessárias para concretizá-lo, segue-se uma etapa bastante importante para a realização do empreendimento: a alocação dos recursos financeiros. O Tribunal de Justiça é uma instituição pública e, como tal, dispõe de regras claras para a utilização de seus recursos financeiros – existem limites orçamentários que devem ser respeitados, todas as possíveis despesas devem ser previstas antes de

acontecerem e, um detalhe importante, a escolha dos fornecedores e a aquisição de materiais e/ou serviços deve ser feita por critérios embasados na Lei Federal n. 8.666/93 e alterações; Lei Complementar n. 101/2000 e nas limitações orçamentárias definidas pela Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual.

Deste modo, a lei determina que, até um valor de R\$ 500,00, a instituição pode escolher o fornecedor e contratá-lo, sem a necessidade de processo licitatório. Para a contratação de serviços ou compra de materiais que ultrapassem este valor e que sejam inferiores a R\$ 8.000,00, são necessários, no mínimo, três orçamentos, e a escolha recai pelo menor preço. Contudo, a escolha dos fornecedores pode ser feita pela Instituição, não sendo obrigatória, neste caso, a publicação de edital. Nestes casos, as aquisições são permitidas por intermédio de aquisição direta, assim como serviços de engenharia, no valor de até R\$ 15.000,00 (Quinze Mil Reais) – limites anuais.

Entretanto, quando já efetuada a aquisição de forma direta, ou quando o valor ultrapassar o limite de dispensa de licitação, fica a Administração Pública obrigada a escolher outros procedimentos para realizar a compra ou contratação almejada – são as modalidades de licitação, sendo que a "escolha do modelo está vinculada diretamente ao valor orçado e de critérios técnicos das especificações do objeto desejado" (DIRETORIA DE MATERIAL E PATRIMÔNIO, 2003, p. 11).

Dentre as modalidades realizadas pelo Tribunal de Justiça destacam-se: o Convite, em que a Administração Pública escolhe e convida no mínimo três fornecedores para participar do certame, limitada a quantia de R\$ 80.000,00 (Oitenta Mil Reais) para compras e/ou serviços comuns e R\$ 150.000,00 (Cento e Cinquenta Mil Reais) para serviços de engenharia; a Tomada de Preços, permitida para

fornecedores cadastrados fixado, para compras e/ou serviços comuns, o valor de R\$ 650.000,00 (Seiscentos e Cinquenta Mil) e obras R\$ 1.500.000,00 (Um Milhão e Quinhentos Mil Reais); a Concorrência, a qual permite a participação de qualquer interessado, desde que apresente, comprovadamente, os requisitos mínimos de qualificação exigidos pela Administração Pública. A Lei permite a realização desta modalidade para qualquer valor acima de R\$ 650.000,00 (Seiscentos e Cinquenta Mil Reais) para compras e ou serviços comuns, e acima de R\$ 1.500.000,00 (Um Milhão e Quinhentos Mil Reais) para serviços de engenharia; e finalmente, o Pregão, uma nova modalidade em que a Administração Pública permite, em sessão pública, uma disputa de lances verbais do preço entre os licitantes. É permitido para qualquer valor orçado, desde que o objeto desejado seja comum no mercado. A escolha será sempre pelo menor preço. Todos os valores mencionados são limites anuais.

Quando verificada a inviabilidade de competição, em face da especificidade do objeto, adota-se a Inexigibilidade de licitação como procedimento administrativo para a aquisição.

No caso dos serviços realizados pela Assessoria de Relações Públicas, ainda não foi necessária a realização de um processo licitatório para a contratação de seus fornecedores. Normalmente, o setor possui um cadastro de fornecedores e faz a solicitação de orçamentos ou propostas, nas quais o fornecedor especifica quais serviços serão prestados e o valor a ser cobrado. Esse detalhamento é importante para que se tenha a certeza de que todos os fornecedores estejam orçamento o mesmo produto e/ou serviço, considerando-se que a escolha será pelo menor preço oferecido. As propostas devem, ainda, conter todos os dados da empresa, tais como, razão social, CNPJ e endereço completo; ser confeccionadas, preferencialmente, em papel timbrado, ou algum carimbo de identificação, e a

assinatura do responsável. Atualmente, o advento da tecnologia e da internet já permite que os orçamentos sejam encaminhados via correio eletrônico.

De posse das três propostas, a Assessoria de Relações Públicas emite uma Requisição de Compra (ANEXO Q), devidamente autorizada pela Presidência e pela Direção-Geral Administrativa do Tribunal de Justiça, sendo, em seguida, encaminhada para a Diretoria de Orçamento e Finanças para a confecção da nota de empenho (ANEXO R). A nota de empenho representa a reserva de verba pública para a despesa determinada pela requisição de compra. Apenas após a confecção deste documento a empresa está apta para prestar o serviço.

Em alguns casos, a necessidade de materiais pode ser suprida pelo próprio Tribunal de Justiça, que conta, para o abastecimento de materiais de consumo e permanentes, com um Almoxarifado Central, que dispõe de cerca de 8.000 (Oito Mil) itens estocados, em um espaço físico de 2.000 m² (Dois Mil Metros Quadrados). Todos os pedidos de materiais atendidos pelo Almoxarifado são feitos por requisições eletrônicas, disponíveis na Intranet do Poder Judiciário, mais especificamente na página da Diretoria de Material e Patrimônio. Normalmente, os pedidos são efetuados uma vez por mês pelas unidades requisitantes, salvo em casos eventuais, desde que justificada a necessidade, sendo que o atendimento ficará atrelado à disponibilidade de estoque.

Convém salientar, ainda, que todos os materiais gráficos, tais como: convites, cartazes, cartões, blocos, pastas, folhetos institucionais, embalagens, dentre outros artigos necessários para a divulgação e realização dos eventos institucionais organizados pela Assessoria de Relações Públicas são fornecidos pela Gráfica do Poder Judiciário Catarinense, setor responsável pela grande maioria dos trabalhos

que envolvem a programação visual dos eventos institucionais do Tribunal de Justiça.

Aprovado o projeto do evento, emitidos os convites e contratados os fornecedores, segue-se a etapa de coordenação dos trabalhos, repassando-se o cronograma de atividades, delegando-se tarefas, estipulando-se prazos para a entrega dos materiais e prestação dos serviços, efetuando-se as confirmações de presença de convidados para a organização do protocolo, além de realizarem-se os ajustes finais no roteiro da solenidade, o qual poderá sofrer alterações até durante a execução do evento.

No dia do evento, é realizada uma verificação completa de todos os itens planejados: decoração, sonorização, mestre de cerimônias, recepcionistas, fotografia e filmagem, equipamentos áudio-visuais, equipe de apoio, segurança, enfim, de toda a infra-estrutura mobilizada para a concretização do empreendimento.

Porém, a atenção está voltada, principalmente, para a organização do cerimonial e do protocolo do evento, tendo em vista que o público-alvo dos eventos institucionais do Judiciário Catarinense é formado, principalmente, de altas autoridades do Estado. Qualquer falha, nos instantes iniciais ao evento, pode causar transtornos irreparáveis.

O cerimonial, conforme argumenta Andrade (2002, p. 21) pode ser definido como um conjunto de normas estabelecidas para ordenar o desenvolvimento de qualquer ato, seja ele público ou privado. Já o protocolo determina o estabelecimento das precedências e lugares de cada participante no evento, em conformidade com as hierarquias. No Brasil, ambos são regulamentados pelo Decreto 70.274, de 9 de março de 1972 (ANEXO S), que trata das Normas do Cerimonial Público e da Ordem Geral de Precedência.

Nos cerimoniais do Poder Judiciário, compõe-se um local de honra, formado por nove integrantes: a posição central é ocupada pela figura do Presidente do Tribunal de Justiça, Desembargador Jorge Mussi, o qual preside a solenidade; os outros convidados são posicionados de acordo com a ordem de precedência: a autoridade presente mais importante, depois do Presidente, fica à sua direita, o segundo à sua esquerda, e assim sucessivamente. As autoridades presentes que não puderam compor o local de honra são nominados, seguindo-se igualmente a ordem geral de precedência, em conformidade com o Decreto da Presidência da República. Após este processo, dá-se continuidade à cerimônia, de acordo com o roteiro previamente definido.

Encerrada a solenidade, A Assessoria de Relações Públicas providencia o pagamento dos fornecedores contratados, que é feito mediante o encaminhamento da nota fiscal para a Diretoria de Orçamento e Finanças, responsável pelos depósitos.

Detectou-se, entretanto, que ainda não há, por parte da Assessoria de Relações Públicas, um sistema de controle e avaliação do evento após a sua realização, que ofereça ao setor um retorno sobre as atividades executadas. Não obstante seja uma tarefa difícil satisfazer a todos os participantes de um evento, uma análise das expectativas do público para o qual destinou-se o evento é de vital importância para que as mesmas falhas não se repitam em acontecimentos futuros.

Percebe-se, também, que a grande maioria das solenidades realizadas pela Assessoria de Relações Públicas está voltada para atender o seu público interno: a Presidência, os Desembargadores e Juízes; Não existem, no momento, muitas iniciativas voltadas para os servidores do Poder Judiciário, ou seja, que estimule a participação dos funcionários e, principalmente, para o público externo, isto é, para a

sociedade que usufrui os serviços do Poder Judiciário. Com exceção da Exposição Comemorativa ao Aniversário de Instalação do Tribunal de Justiça e do recente programa que estimula a visita de estudantes de Ensino Fundamental, cuja frequência ainda é insatisfatória, o setor não desenvolve mais nenhum tipo de ato voltado a aproximar o cidadão do Poder Judiciário, eventos abertos à comunidade, em parceria com setores afins, tais como CEJA – Comissão Estadual Judiciária de Adoção – e coordenações dos Juizados Especiais e do Projeto Casa da Cidadania, que possam esclarecer e difundir os serviços oferecidos para garantir os direitos dos jurisdicionados catarinenses.

Outro problema detectado é a falta de mecanismos de pesquisa que forneçam à Assessoria de Relações Públicas subsídios para identificar as expectativas dos públicos internos e externos aos quais a organização interage.

4.2.3 A relação do Judiciário Catarinense com a imprensa

A Assessoria de Imprensa do Tribunal de Justiça, por sua vez, é o elo de ligação entre desembargadores, juízes e diretores e os veículos de comunicação social, tais como rádio, jornais e televisão. É por intermédio deste setor que as informações sobre o Poder Judiciário Catarinense são divulgadas à população que usufrui os serviços prestados pela Instituição.

Via de regra, são os assessores de imprensa que agendam e coordenam as entrevistas concedidas pelos desembargadores e/ou juízes à imprensa, e fornecem os dados que são de interesse da mídia externa.

Esse é um trabalho importante, pois facilita o contato e concilia os prazos jornalísticos aos horários disponíveis pelos membros do Judiciário, impedindo, assim, que aconteçam esperas desnecessárias por parte dos jornalistas, bem como, sejam interrompidas audiências e outras funções desempenhadas por juizes e desembargadores.

A presença do Assessor de Imprensa contribui ainda para que a entrevista seja conduzida de forma objetiva e clara, tanto por parte das perguntas a serem feitas pelo jornalista como das respostas fornecidas pelos magistrados, evitando-se, desta maneira, equívocos na interpretação das mensagens e expectativas frustradas de ambas as partes, como por exemplo, respostas evasivas, erros na matéria após a veiculação e o descontentamento com o tamanho das reportagens publicadas.

Para atender às necessidades da divulgação jornalística que permeiam a realidade da Justiça no Estado, a Assessoria de Imprensa desenvolve, ainda, uma série de atividades, normalmente norteadas de modo a cumprir os prazos exíguos ditados pela imprensa.

Uma dessas atividades consiste na preparação dos chamados *releases*, isto é, a produção de matérias jornalísticas contendo fatos e acontecimentos relevantes do Poder Judiciário Catarinense, que são distribuídas para divulgação e/ou cobertura da mídia. Esse material pode ser publicado na íntegra ou servir de subsídio para que os veículos de comunicação possam elaborar as suas próprias reportagens e/ou pautas para entrevistas.

A Assessoria de Imprensa do Tribunal de Justiça também redige e veicula notícias que são divulgadas no Portal Eletrônico do Poder Judiciário Catarinense. Esse material divulgado também é bastante utilizado pelos veículos de comunicação, principalmente por ser uma informação de simples acesso e despida

das expressões jurídicas complexas que permeiam os processos judiciais, facilitando, desta forma, a compreensão dos jornalistas sobre o assunto em pauta. O setor possui autonomia para alterar o conteúdo disponibilizado na internet a qualquer tempo, e a modificação é visualizada na hora pelo público.

Aliás, o tempo é um fator determinante no resultado da publicação dessas notícias: quanto mais rápido o Assessor de Imprensa tiver conhecimento do fato para conseguir divulgá-lo, melhor será a sua repercussão junto à mídia.

Por outro lado, não obstante a revolução tecnológica tenha contribuído para acelerar o processo de disseminação da informação, o setor tem enfrentado algumas interferências negativas com o uso dessa ferramenta. Muitas vezes, problemas técnicos atrasam a divulgação das notícias, prejudicando o resultado final do trabalho, já que o prazo é decisivo, isto é, em alguns casos, se a matéria não é publicada a tempo, já não tem mais nenhum valor: trata-se de “página virada”.

Entretanto, não há como negar que a utilização de computadores e o advento da internet trouxe muito mais benefícios do que desvantagens à imprensa, tendo em vista que o acesso é muito mais fácil e ágil, contribuindo para que a informação alcance um número muito maior de pessoas em curto espaço de tempo.

Assim, atualmente, a Internet tem sido a principal ferramenta utilizada pela Assessoria de Imprensa para a publicação de matérias; o boletim informativo ganhou uma versão *on-line* e a versão impressa, assim como jornais internos e outros veículos impressos não estão sendo utilizados, em função dos recursos e prazos necessários para a sua elaboração, que não condizem com o que seria necessário para um resultado final favorável.

Outro trabalho importante realizado pela Assessoria de Imprensa é o programa televisivo Justiça Legal, veiculado todos os sábados, às 13h30min, pela

Rede SC Florianópolis, emissora do SBT – Sistema Brasileiro de Televisão. O roteiro é planejado e gerenciado pelos assessores de imprensa, o que inclui, normalmente, entrevistas com desembargadores e magistrados sobre temas jurídicos atuais, como por exemplo, os preparativos do Tribunal para a realização do referendo popular sobre o comércio de armas no Brasil, realizado em 23 de outubro de 2005, além de reportagens especiais sobre as comarcas catarinenses e decisões judiciais e administrativas das Justiças de Primeiro e Segundo Grau do Estado.

Cabe salientar, ainda, o programa de rádio Justiça Cidadã, em parceria com a Associação dos Magistrados Catarinenses, e que vai ao ar todos os sábados, a partir das 9 horas, na Rádio UDESC (100.1 FM), abrangendo temas atuais sobre a Justiça Catarinense, também construído em formato simples, para que a mensagem transmitida seja acessível às pessoas de todas as camadas sociais.

Ao adotar veículos de comunicação em massa como a televisão e o rádio, presente em praticamente todas as residências dos cidadãos catarinenses, a Assessoria de Imprensa cria mais um canal para difundir informações sobre os trabalhos desenvolvidos pelo Poder Judiciário do Estado, principalmente, ao adotar uma linguagem de fácil entendimento, com o intuito de "traduzir" as sentenças judiciais para o entendimento de pessoas leigas no assunto.

Como os profissionais da área de Jornalismo normalmente apresentam poucas noções sobre Direito e demais assuntos abordados no meio jurídico, a presença e o gerenciamento dos assessores de imprensa, bastante familiarizados com os trâmites processuais e os termos empregados por juízes e advogados, apresentam elevado grau de importância para que o resultado final – comunicar à população – seja alcançado.

Convém salientar que a decisão dos assuntos que farão pauta no programa e das notícias veiculadas, tanto na internet como na mídia externa não requer prévio aval da Presidência: neste caso, ela é descentralizada. Isso implica que a Assessoria apresenta autonomia para redigir as notícias e, no caso do Programa Justiça Legal e Rádio Justiça Cidadã, os temas abordados e os entrevistados de cada edição, ou, como argumenta Lacombe e Heilborn (2003, p. 377), "a maioria das decisões relativas ao trabalho está sendo executado é tomada pelos que o executam, ou com sua participação".

No entanto, ressalta-se que o foco está sempre voltado para as principais ações da administração do Poder Judiciário, como por exemplo, as instalações das varas, as comemorações do aniversário de instalação do Tribunal de Justiça e os Mutirões da Conciliação, mote da gestão 2003/2005, que ganharam destaque em edições especialmente preparadas para cobrir tais eventos.

Contudo, não obstante a Assessoria de Imprensa utilize-se de vários canais de comunicação para com seus públicos interno e externo, verificou-se que não existem, no momento, ferramentas capazes de fornecer dados concretos que demonstrem o quão eficaz esses veículos utilizados pelo setor estão sendo para garantir a efetividade do Poder Judiciário Catarinense.

Em outras palavras, faltam instrumentos que permitam saber, por exemplo, quantas pessoas estão assistindo o Programa Justiça Legal, assim como não há índices de audiência para o programa de rádio Justiça Cidadão. Ainda não foi implantado, também, um sistema de controle dos acessos às notícias publicadas no portal eletrônico do Poder Judiciário Catarinense, bem como, às resenhas e aos boletins informativos disponibilizados na internet.

O único instrumento de mensuração dos resultados obtidos por intermédio das estratégias de divulgação é a resenha, ou *clipping*, que compila todas as matérias publicadas que envolvem o assessorado, e refletem se o trabalho de divulgação está surtindo efeito ou se novas estratégias devem ser implementadas.

A ausência desses dados implica a falta de subsídios consistentes para que se tenha um reflexo dos resultados gerados a partir dos trabalhos executados. No momento, a avaliação positiva e/ou negativa das ações da Assessoria de Imprensa são feitas de forma empírica, por intermédio de telefonemas e comentários, que não podem ser consideradas informações confiáveis, já que não configuram uma parcela representativa dos segmentos de públicos assistidos pelo setor.

4.2.4 A contribuição do gerenciamento da comunicação na efetividade organizacional

Comunicar, na concepção de Mello (2000) implica em “tornar comum, estabelecer comunhão, participar da comunidade” e isso por intermédio do intercâmbio de informações. Para órgãos públicos, como os da esfera Executiva, Legislativa e Judiciária, o gerenciamento da comunicação não é apenas uma estratégia para conquistar prestígio junto às camadas sociais: vai além disso, assumindo uma dimensão muito mais importante, pois, conforme argumenta REGO (2002) deve ser compreendida como um dever das administrações públicas e um direito da população, considerando-se que o próprio conceito de cidadania está sustentado no direito à informação.

Para Andrade (2002, p. 120-1), a comunicação desempenha também um relevante papel na identidade corporativa, definida por Kunsch (2003, p. 172) como "os valores básicos e as características atribuídas às organizações pelos seus públicos internos e externos". Isso significa que é por intermédio da comunicação institucional que os diversos segmentos de públicos formulam conceitos e se interessam pelas corporações.

Assim, confrontando-se a teoria apresentada no Capítulo 2 ao relato das atividades desempenhadas pelo Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça, percebe-se que existe uma coerência entre as estratégias preconizadas pelos teóricos como necessárias para o alcance de uma comunicação institucional eficaz e as ações realizadas pelas assessorias de imprensa e de relações públicas.

Aliás, a própria criação do Núcleo de Comunicação Institucional pode ser considerada uma grande conquista para a área da comunicação institucional, em se tratando de uma instituição secular como o Poder Judiciário que, durante muito tempo, apenas concentrou esforços na sua atividade-fim: os julgamentos, permeada por tradições e valores que relegavam o processo de comunicar, de difundir os seus trabalhos à sociedade.

Entretanto, nem mesmo uma cultura organizacional tão fortemente arraigada pôde deixar de sucumbir às mudanças que foram traçadas pelo advento da tecnologia, que facilitou o acesso à informação, derrubou barreiras continentais e estimulou a formação de um novo comportamento das pessoas perante as atitudes adotadas pelas organizações modernas, muito mais exigente e instigador.

Esse processo gerou novas posturas das corporações, que agora não podem mais pautar suas ações em políticas de indiferença diante deste novo cenário. E isso também afetou as organizações públicas que, embora a passos lentos, começaram

a estabelecer medidas para se adaptar aos novos tempos – inclusive o Poder Judiciário Catarinense.

A valorização da comunicação institucional como uma forma de "difundir informações de interesses público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos" da organização, tornando tais propostas compreensíveis aos olhos da sociedade (FONSECA, 1999, p. 140), por intermédio da criação de um setor específico, pode ser considerada uma dessas medidas, afinal, não obstante os cargos de relações públicas e de assessor de imprensa já existissem há longa data, os trabalhos eram feitos de forma paralela, e o resultado final não era representativo.

Atualmente, com a junção dessas áreas, o gerenciamento estratégico da comunicação no Judiciário Catarinense está começando a se fortalecer. Percebe-se que a administração do Tribunal de Justiça, assim como desembargadores e magistrados, estão mais abertos para as políticas de comunicação institucional, e contribuem para isso fornecendo informações necessárias para veiculação na mídia.

Os eventos institucionais também estão sendo avaliados como um importante instrumento de divulgação dos serviços prestados à comunidade, sendo assim, realizados com maior frequência, e visando a atender diversos segmentos de públicos. É possível identificar, ainda, que há uma preocupação crescente em "abrir as portas" do Judiciário Catarinense, aproximando o cidadão dos magistrados e priorizando ações que visem a informar as pessoas sobre os seus direitos e sobre os serviços gratuitos que estão à sua disposição.

Todavia, a criação de um setor voltado para o gerenciamento da comunicação foi somente o primeiro passo de uma longa caminhada. Algumas arestas ainda precisam ser aparadas para que os resultados almejados sejam totalmente atingidos. Isto porque faltam, ainda, ferramentas de controle e avaliação das

atividades desempenhadas por ambas as partes – relações públicas e imprensa – que permitam identificar as estratégias que estão funcionando daquelas que precisam ser aperfeiçoadas. Instrumentos que permitam compreender, claramente, se as ações propostas pelo setor estão refletindo a verdadeira identidade da instituição e proporcionando, desta maneira, relacionamentos sólidos e transparentes entre a organização e seus públicos.

Cabe salientar, ainda, que a comunicação institucional do Poder Judiciário Catarinense vem sendo afetada pela falta de continuidade das estratégias adotadas ao longo das gestões. Portanto, esse retorno da receptividade dos trabalhos realizados pelo Núcleo de Comunicação Institucional perante seus públicos interno e externo é de relevante importância, não só para compreender as expectativas da opinião pública, mas para fortalecer a própria imagem do setor e consolidá-lo como órgão permanente na estrutura organizacional do Tribunal de Justiça.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Já afirmava o pensador Heráclito, há 500 anos a.C., que "nada é mais permanente do que a mudança". Pode-se dizer, então, que o mundo sempre esteve à mercê de transformações que, atualmente, ocorrem numa velocidade avassaladora, com impactos não só no cenário econômico global, mas também, de maneira decisiva, no âmbito empresarial.

Assim, impulsionada por grandes forças como o avanço tecnológico, a globalização da economia e a desregulamentação do mercado, a evolução chegou ao mundo dos negócios. As técnicas de produção foram aperfeiçoadas, gerando uma diversidade de produtos e serviços. Tal fato provocou, por conseguinte, modificações no perfil do consumidor que, diante da gama de opções e tendo livre acesso às informações, tornou-se mais exigente e cômico dos seus direitos e do seu poder de escolha.

Diante desta conjuntura, as organizações são instigadas a tomar medidas que lhes permitam conquistar reconhecimento e vantagem competitiva, para conseguirem se adaptar a meio na qual estão inseridas e garantir a sua sobrevivência, uma vez que as estratégias que foram sucesso no passado podem não mais sustentar bons resultados futuros.

Uma dessas ações está calcada, fundamentalmente, no fortalecimento da imagem corporativa, isto é, da forma como a organização é percebida por seu público-alvo. E, para tanto, uma das opções adotadas consiste em estabelecer uma real interação entre a empresa e seus grupos de interesse, disseminando a história, a filosofia e as atividades corporativas por intermédio da comunicação institucional

visando a obtenção de um conceito sólido e favorável – afinal, ninguém gosta, e muito menos confia, naquilo que não conhece. Este trabalho vem sendo desenvolvido, atualmente, a partir da união das três áreas da comunicação social – jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda – formando o composto de comunicação integrada ou assessoria de comunicação social.

No âmbito das organizações públicas, como é o caso do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, o fator imagem sofre muitos abalos pela complexidade dos serviços prestados pela instituição, já que, nos julgamentos, sempre há um lado perdedor que ficará insatisfeito com o resultado final do processo. Além disso, a legislação, por permitir diversas interpretações, abre margem para recursos que alongam a resolução dos conflitos, causando desgastes nas partes envolvidas. Existe, ainda, uma certa animosidade por parte da opinião pública em relação aos órgãos públicos como um todo.

Deste modo, a criação do Núcleo de Comunicação Institucional, englobando os setores de imprensa e relações públicas, demonstra que o Judiciário Catarinense está começando a compreender a importância de criar um forte elo de relacionamento com seus públicos, refletindo as suas ações para conferir credibilidade à sua imagem por intermédio do gerenciamento da comunicação.

Sob este enfoque, esta pesquisa foi produzida, a partir da coleta análise de dados documentais, bibliográficos e de campo, obtidos a partir de entrevista semi-estruturada e não-estruturada e de observações participantes, para analisar e compreender, de maneira isenta, o papel desempenhado por este novo setor para o alcance dos objetivos organizacionais, bem como, a sua contribuição na efetividade organizacional do complexo formado pelo Poder Judiciário Catarinense. Por

consequente, alguns objetivos específicos foram delineados para nortear os rumos da pesquisa.

O primeiro objetivo específico teve como proposta a identificação e análise dos instrumentos de comunicação utilizados pelo Núcleo de Comunicação Institucional para o desempenho de suas funções. Fortes (2003) alega que as áreas de relacionamento sincronizam energia quando percebem que as pessoas reagem de maneira distinta aos estímulos repassados pela comunicação, fazendo-se necessário, portanto, pautar as políticas de comunicação a partir das características peculiares dos grupos que serão o alvo do fornecimento de informações e dos objetivos que se tencionam atingir.

Nesse contexto, as organizações valem-se de uma série de veículos de comunicação, podendo combinar os gêneros massivo, dirigido e virtual ou prever aqueles que lhes permitam efetivar as relações com os diferentes grupos de interesse.

Desta maneira, verificou-se, ao longo do processo de pesquisa, que dentre tal gama de opções o Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal utiliza-se de uma série de canais para ativar o diálogo entre a instituição e seus públicos: a comunicação em massa, por intermédio de programas de rádio e televisão, além de veicular notícias nos principais jornais do Estado; a comunicação dirigida escrita, sob a forma dos *releases* repassado à imprensa, das correspondências, do *folder* institucional, do vídeo institucional e, principalmente, a comunicação virtual, isto é, a propagação computadorizada de dados e informações, caracterizada pelas notícias divulgadas no portal eletrônico do Poder Judiciário Catarinense, pelo boletim informativo, disponível apenas no formato *on-line*, na resenha diária e na página

eletrônica do próprio setor. Cabe destacar, ainda, os eventos institucionais, que combinam uma série desses veículos.

Por sua vez, o segundo objetivo específico procurou avaliar as políticas de relacionamento existentes entre o Núcleo de Comunicação Institucional e seus públicos interno e externo, utilizando o período de 2004/2005. Estreitar as relações entre público e empresa, não significa lançar mão apenas de todos os artifícios disponíveis para gerar um “bombardeio” de informações. Para que se efetue um programa eficaz de comunicação institucional é primordial, antes de qualquer iniciativa, identificar os grupos de pessoas que constituem os públicos de interesse da organização, afinal, já afirmava Sêneca, “não há ventos favoráveis para quem não sabe para onde ir”.

Deste modo, conforme Penteadó (1993, p. 51), as mensagens devem ser emitidas na direção dos públicos aos quais elas se destinam, isto é, com o intuito de grupos distintos, por isso o primeiro passo consiste em determiná-los, considerando o foco de atuação da empresa.

Isto posto, observou-se que o Núcleo de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça tem um campo de atuação voltado para duas vertentes: as pessoas que usufruem os serviços prestados pelo Poder Judiciário Catarinense, mas que não fazem parte da sua estrutura organizacional, quais sejam, os advogados, a imprensa, autoridades das outras esferas governamentais do Estado – executiva e legislativa, autoridades federais, fornecedores e a comunidade em geral, que compõem o seu público externo; e aqueles que compõem o próprio universo da instituição, ou seja, a cúpula administrativa – Presidência e Diretorias, Desembargadores, Juizes de 1º e 2º graus e servidores, que constituem o seu público interno.

Com relação a este último, percebeu-se que existe uma relação harmônica entre os trabalhos realizados pelo Núcleo e a Presidência do Tribunal de Justiça, para quem as ações são prioritariamente desenvolvidas. Convém destacar, no entanto, que existem algumas particularidades entre os setores de imprensa e relações públicas nesse aspecto, provocadas pelas próprias singularidades que envolvem ambos os setores.

Destarte, no que tange as atividades da imprensa, em virtude dos prazos exíguos e da celeridade exigida para a divulgação dos fatos, as decisões são descentralizadas – não obstante estejam sempre em sintonia com os objetivos traçados pela administração – tendo a Assessoria de Imprensa autonomia para assumir determinadas dinâmicas de trabalho.

No entanto, para realizar seus trabalhos a assessoria de imprensa precisa contar, ainda, com o auxílio dos desembargadores e juízes, tendo em vista que são eles que julgam os processos e, assim, concentram nas mãos informações que podem ser de interesse da sociedade em geral.

Este relacionamento entre imprensa e magistrados demonstrou-se que vem ganhando forças ao longo do tempo, pelo fato da comunicação estar sendo avaliada, paulatinamente, como uma importante ferramenta para legitimar os serviços prestados pela instituição perante a sociedade, permitindo, assim, que a informação chegue com maior facilidade para que a assessoria de imprensa tenha, a cada dia, condições de desempenhar ainda melhor o seu papel.

Por outro lado, a Assessoria de Relações Públicas, pela responsabilidade de organizar os eventos institucionais, que mobilizam uma série de recursos humanos, materiais, financeiros e demandam autorização prévia para serem realizados, apresenta uma relação ainda mais direta com a Presidência, considerando-se que a

continuidade dos seus serviços depende da decisão tomada pelos dirigentes da organização.

Entretanto, pode-se verificar que, durante este primeiro ano de atuação, poucas foram as iniciativas do Núcleo de Comunicação Institucional voltadas para atender as necessidades dos servidores que integram o Poder Judiciário Catarinense. Observou-se que esta parcela do público interno permanece alheia aos trabalhos desenvolvidos pelo Núcleo, fato que coloca em discussão a premência em desenvolver ações nesse sentido, tendo em vista que são os servidores os principais propagadores da imagem institucional, já que é por intermédio dessas pessoas que o público externo tem o primeiro contato com a organização.

Por fim, o terceiro objetivo específico analisa qual a contribuição do gerenciamento da comunicação, pelo Núcleo de Comunicação Institucional, na efetividade organizacional. Confrontando-se a realidade observada com a teoria percebeu-se que há uma concordância entre as atividades realizadas pelo setor e os modelos teóricos existentes. Isso implica dizer que existem iniciativas que visam à difusão dos valores, da filosofia e dos serviços prestados pela Instituição à comunidade e, por conseguinte, à consolidação da imagem organizacional e ao atendimento das metas traçadas pela organização.

Contudo, a falta de continuidade dessas iniciativas, ao longo das gestões administrativas, dificultaram que o Poder Judiciário Catarinense contasse com uma política de comunicação institucional consolidada. A criação de um setor voltado exclusivamente para desenvolver esta função, por si só, pode ser considerada um grande passo neste sentido.

Todavia, convém salientar que não foram implementadas, ainda, ferramentas de controle que forneçam elementos factíveis para comprovar se os resultados

atingidos são realmente favoráveis à efetividade da organização. Com exceção da resenha diária, que permite identificar se as informações repassadas estão tendo repercussão na mídia externa, os demais serviços prestados pelo Núcleo não são controladas a ponto de gerarem um *feedback*, isto é, um retorno fidedigno da abrangência dessas ações.

Tal fato, aliado à inexistência de um “retrato” da situação da imagem corporativa do Judiciário Catarinense anterior ao início das atividades realizadas pelo Núcleo de Comunicação Institucional que pudesse servir de parâmetro para comparação, impediu que o objetivo fosse alcançado em sua totalidade, posto que a intenção inicial procurava avaliar o impacto do gerenciamento da comunicação, de tal forma que houve a necessidade de modificá-lo ao longo do processo de pesquisa.

Dificuldades e limitações, aliás, estiveram presentes em vários momentos. O Poder Judiciário constitui-se de uma estrutura complexa, pautada por inúmeras leis difíceis de serem interpretadas. O fator tempo também demonstrou-se crucial, considerando-se que as pessoas que serviram como fonte de informação, não obstante estivessem sempre dispostas a colaborar, encontravam-se bastante ocupadas com as suas rotinas de trabalho, assim como a pesquisadora em questão, diretamente envolvida com as funções realizadas pelo setor em estudo durante o dia, e à noite dedicava-se às suas atividades acadêmicas.

Como recomendações, salienta-se a possibilidade da realização de estudos com o objetivo de identificar e implantar meios e canais regulares de comunicação com o cidadão para conhecer, avaliar e monitorar a eficácia e a efetividade das ações empreendidas por parte do Poder Judiciário Estadual.

Destaca-se, por fim, que não só as organizações privadas estão munindo-se de estratégias para driblar as exigências de um mundo que, conforme REGO (1986, p. 170) se renova constantemente, que estabelece relações e está integrado por uma série de variáveis e fatores que interferem na credibilidade e na efetividade da imagem corporativa. Os sistemas organizacionais públicos não podem ser dissociados desse contexto e estão caminhando no sentido de atender de maneira mais eficaz os anseios de seus públicos, que não se deixam mais enredar com linguagens fantasiosas.

As organizações modernas têm, mais do que nunca, um compromisso com a verdade. E a comunicação institucional, com suas técnicas e formas comunicativas, pode ser a ferramenta capaz de transparecer essas ações e permitir, assim, a construção de relacionamentos sólidos entre empresa e seus públicos, fortalecendo imagens e garantindo a efetividade organizacional.

6 REFERÊNCIAS

ALVIM, J. E. Carreira. **Justiça: acesso e descesso**. Jus Navigandi, Teresina, a. 7, n. 65, mai. 2003. Disponível em: <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=4078>>. Acesso em: 28 nov. 2005.

ALLEN, J. et al. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

ANDRADE, C. T. de S. **Para entender relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1993.

_____, C. T. de S. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos**. 6. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ANDRADE, L. C. de S. Identidade corporativa e a propaganda institucional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Obtendo resultados em relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ANDRADE, R. B. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: Editora EDUCS, 2001.

BARROS, A. J. P.; LEHFELD, N. A. S. **Projeto de Pesquisa: propostas metodológicas**. 15 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

BRITTO, J. **Estratégia para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Editora Aleph, 2002.

CAHEN, R. **Tudo o que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial**. 2 ed. São Paulo: Best Seller, 1990.

CARNEIRO SÁ, I. M.; SCHLEMER, C. B. **Projetos Experimentais em Relações Públicas: Estudo de Caso Concessionária de Rodovias Norte S.A. – Econorte**. Universidade Estadual de Londrina, 2002.

CENEVIVA, W. **Ainda os sinais do terremoto**. Folha de São Paulo. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://tjsc5.tj.sc.gov.br/rsn/resenha.html>>. Acesso em: 29 set. 2005.

CESCA, C. G. G. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 2 ed. São Paulo: Summus, 1997.

COBRA, M. ZWARG, F. **Marketing de serviços: conceitos e estratégias**. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.

COLLARO, A. C. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. 3 ed. São Paulo: Summus, 1996.

CORRADO, F. M. **A força da comunicação: quem não se comunica-.** São Paulo: Makron Books, 1994.

DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS. **Manual do novo servidor.** Divisão de Desenvolvimento e Progressão Funcional. Florianópolis, 2002.

DIRETORIA DE MATERIAL E PATRIMÔNIO. **Manual do novo servidor.** Divisão de Desenvolvimento e Progressão Funcional. Florianópolis, 2002.

DOTY, D. I. **Divulgação jornalística & relações públicas: comunicação empresarial na prática.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1995.

DUARTE, J. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** Editora Atlas, Brasília: 2002.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Manual nacional de assessoria de imprensa.** 2 ed. Rio de Janeiro, CONJAI, 1994.

FEDERAL, Superior Tribunal de. **Fórum no STF debate pesquisa sobre a Justiça brasileira.** 2004. Disponível em:
<http://www.tj.to.gov.br/imprensa/news/exibir_news.asp?id=649>. Acesso em: 28 nov. 2004.

FONSECA, A. da. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 4 ed. São Paulo: Summus, 2002.

FORTES, W. G. **Relações Públicas: Processo, Funções, Tecnologia e Estratégias.** 2ª Edição, Summus Editorial, 2003.

GOMES, R. A construção do projeto de pesquisa. In: Minayo, Maria Cecília de Souza (Org.) **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade.** Petrópolis: Editora Vozes.

GRÖNROOS, C.. **Marketing: gerenciamento e serviços.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KOPPLIN, E.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa: teoria e prática.** 2 ed. Porto Alegre: Sagra/DC Luzzatto, 1996.

KOTLER, P. **Marketing para organizações que não visam o lucro.** São Paulo: Atlas, 1988.

_____, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

LA TAJADA, L. A. S. de. Comunicação como vínculo entre a identidade e a imagem da empresa. In: ASSAF NETO, A. (Org.). **Novos rumos do marketing**. São Paulo: Atlas, 2000.

LACOMBE, F.; HEILBORN, G. **Administração: princípios e tendências**. São Paulo, Saraiva, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A.. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 1987.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de Serviços**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LESLEY, P. **Os fundamentos de relações públicas e da comunicação**. 1 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

LOPES, B. **O que é assessoria de imprensa**. São Paulo, Brasiliense, 1994.

MARANHÃO, J. **A arte da publicidade: estética, crítica e kitsch**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1988.

MARTIN, V. Manual prático de eventos. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Editora Atlas, 1993.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo, Editora STS, 1999.

MELLO, S. A. **Linguagem, consciência e alienação: o óbvio como obstáculo ao desenvolvimento da consciência crítica**. Marília: UNESP, 2000.

NASSAR, P.; FIGUEIREDO, R. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

NEVES, R. de C. **Imagem empresarial: como as organizações (e as pessoas) podem proteger e tirar partido do seu maior patrimônio**. 3 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

OLIVEIRA, T. M. **Apostar em comunicação é estratégico?** Disponível em: <<http://www.comtexto.com.br/artigotiagomainieri.htm>>. Acesso em: 21 abril 2005.

PENTEADO, J. R. W. **Relações públicas nas empresas modernas**. 5 ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 1993.

PUGLIESE, R. J. **A morosidade da Justiça**. Jus Navigandi, Teresina, a. 3, n. 30, abr. 1999. Disponível em: <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=241>>. Acesso em: 28 nov. 2004.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

REGO, F. G. T. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas.** 5 ed. São Paulo: Summus, 1986.

_____, F. G. T. **Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learnind, 2002.

RIBEIRO, P. C. A. **Agenciamento de relações públicas da ouvidor comunicação associados s/c Ltda: um passo além da assessoria de comunicação: um estudo de caso na Ouvidor Comunicação Associados S/C Ltda.** Universidade Estadual de Londrina, 2002.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e pesquisa em administração.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso.** 2 ed. Rio de Janeiro: Campus: ABP, 1999.

SANT'ANA, A. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1981.

SANTA CATARINA, **Tribunal de Justiça de. Memórias dos 110 anos / Santa Catarina. Tribunal de Justiça.** Ed. comemorativa 1891-2001. Florianópolis: Divisão de Artes Gráficas, 2001. 200 p. il., 30 cm.

SCHULTZ, D. E.; TANNENBAUM, S. I.; LAUTERBORN, R. F. **O novo paradigma do marketing: como obter resultados mensuráveis através do uso do database e das comunicações integradas de marketing.** São Paulo: Makron Books, 1994.

SENAC, DN. **Eventos: oportunidades de novos negócios.** Rio de Janeiro, Ed. Senac Nacional, 2000.

SILVA FILHO, E. M. da. **O marketing de relacionamento em empresas prestadoras de serviço utilizando estratégias e sistemas de CRM: um estudo de caso na Global Village Telecom.** Florianópolis, 2003, 91 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina.

STONE, M; WOODCOCK, N. MACHTYNGER, L. **CRM: marketing de relacionamento com os clientes.** São Paulo: Futura, 2000.

TOMANIK, E. A. **O olhar no espelho: "conversas" sobre a pesquisa em ciências sociais.** Maringá: EDUEM, 1994. p. 133-141.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

WATT, D. C. **Gestão de eventos em lazer e turismo.** Porto Alegre: Bookman, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

7 ANEXOS

ANEXO A – LEI ESTADUAL N. 5.375, DE 24 DE NOVEMBRO DE 1977

DIÁRIO OFICIAL

ESTADO DE SANTA CATARINA

ANO XLII

FLORIANÓPOLIS, 08 DE DEZEMBRO DE 1977

NÚMERO 10.176

GOVERNO DO ESTADO

LEI Nº 5.375, de 24 de novembro de 1977.

Cria cargos e dá providências relacionadas com a divisão e organização judiciárias do Estado.

GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,

Pago saber a todos os habitantes deste Estado

que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 3º - Ficam criados:

I - na comarca de Florianópolis;

1 - na comarca da Capital:

a) quatro (4) cargos de Juiz de Direito e quatro (4) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª, 2ª, 3ª e 4ª. Varas Cíveis e na 4ª. Vara Criminal;

b) quatro (4) cargos de Escrivão, correspondentes às Escrivâncias das Varas referidas no alínea anterior;

c) um (1) cargo de Oficial do Registro de Imóveis, correspondente ao 3º Ofício;

d) quatro (4) cargos de Auxiliar de Cartório e quatro (4) cargos de Encarregado de Serviço, destinados às mencionadas Varas;

e) oito (8) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas mesmas Varas;

2 - na comarca de Blumenau:

a) dois (2) cargos de Juiz de Direito e dois (2) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. e 4ª. Varas Cíveis;

b) dois (2) cargos de Escrivão, correspondentes às Escrivâncias da 2ª. e da 4ª. Varas Cíveis;

c) dois (2) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas Varas referidas no alínea g;

d) um (1) cargo de Servente;

3 - na comarca de Chapecó: um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na Vara Criminal e de Menores;

4 - na comarca de Criciúma:

a) dois (2) cargos de Juiz de Direito e dois (2) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. Vara Cível e na Vara Criminal e da Fazenda Pública;

b) dois (2) cargos de Escrivão, correspondentes às Escrivâncias da 2ª. e da 3ª. Varas Cíveis;

c) dois (2) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas Varas referidas no alínea g;

d) um (1) cargo de Servente;

5 - na comarca de Itajaí:

a) dois (2) cargos de Juiz de Direito e dois (2) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. Vara Cível e na Vara Criminal e da Fazenda Pública;

b) dois (2) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas Varas referidas no alínea anterior;

6 - na comarca de Joinville:

a) dois (2) cargos de Juiz de Direito e dois (2) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. e na 4ª. Varas Cíveis;

b) dois (2) cargos de Escrivão, correspondentes às Escrivâncias da 2ª. e da 3ª. Varas Cíveis;

c) dois (2) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas Varas referidas no alínea g;

7 - na comarca de Laguna:

a) três (3) cargos de Juiz de Direito e três (3) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. e na 4ª. Varas Cíveis e na 3ª. Vara Criminal;

b) três (3) cargos de Escrivão, correspondentes às Escrivâncias da 1ª. e da 4ª. Varas Cíveis e da 3ª. Vara Criminal;

c) três (3) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas Varas referidas no alínea g;

8 - na comarca de Tubarão:

a) dois (2) cargos de Juiz de Direito e dois (2) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. Vara Cível e na Vara Criminal e da Fazenda Pública;

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à Escrivância da 2ª. Vara Cível;

c) dois (2) cargos de Oficial de Justiça, para servir nas Varas referidas no alínea g;

d) um (1) cargo de Servente;

II - na 1ª. entrância:

1 - na comarca de Balneário Camboriú:

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. Vara;

b) dois (2) cargos de Escrivão, correspondentes à 1ª. e à 2ª. Escrivâncias de Cível;

c) um (1) cargo de Oficial do Registro de Imóveis, correspondente ao 2º Ofício;

d) um (1) cargo de Comissário de Menores

FJ-6.

e) um (1) cargo de Oficial de Justiça;

f) um (1) cargo de Servente;

2 - na comarca de Brusque:

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. Vara;

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à 2ª. Escrivância de Cível;

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça;

d) um (1) cargo de Servente;

3 - na comarca de Comandante João Batista:

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 1ª. Vara;

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à 2ª. Escrivância de Cível.

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça,
4 - na comarca de Concórdia

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 2a. Vara.

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à 2a. Escrivania do Cível;

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça,
5 - na comarca de Curitibaanos;

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 2a. Vara.

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à 2a. Escrivania do Cível;

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça,
d) um (1) cargo de Servente.

6 - na comarca de São José

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 2a. Vara.

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à 1a. Escrivania do Cível;

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça.

7 - na comarca de São Miguel do Oeste

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 2a. Vara.

b) dois (2) cargos de Escrivão, correspondentes à 1a. e à 2a. Escrivania do Cível;

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça,

d) um (1) cargo de Servente.

8 - na comarca de Videira:

a) um (1) cargo de Juiz de Direito e um (1) de Promotor Público, para terem exercício na 2a. Vara.

b) um (1) cargo de Escrivão, correspondente à 2a. Escrivania do Cível;

c) um (1) cargo de Oficial de Justiça,

d) um (1) cargo de Servente;

III - em 2a. entrância, na comarca de Santa Cecília, um (1) cargo de Escrivão, correspondente à Escrivania do Cível;

IV - em 1a. entrância, nas comarcas de Campo Eré, Pícaras, Santo Amaro da Imperatriz e São José do Cedro, um (1) cargo de Juiz de Direito; um (1) cargo de Promotor Público; um (1) cargo de Tabelião de Notas; um (1) cargo de Oficial do Registro de Imóveis; um (1) cargo de Escrivão do Cível; um (1) cargo de Escrivão do Crime; um (1) cargo de Oficial de Justiça; um (1) cargo de Servente; e mais os seguintes cargos de auxiliares da Justiça: inventariante judicial, distribuidor, avaliador judicial, contador, depositário público, tradutor público e intérprete.

Art. 7º - Ficam, ainda, criados seis (6) cargos de Juiz Substituto.

Art. 3º - Os servidores integrantes do Quadro Geral do Poder Executivo que prestam serviços na área do Poder Judiciário passam a fazer parte, por transmissão, do Quadro de Pessoal do Tribunal de Justiça e da Corregedoria Geral da Justiça, nos termos do anexo que acompanha esta Lei.

Parágrafo único - Os funcionários beneficiados nos termos deste artigo terão seus títulos apostilados pelo Presidente do Tribunal de Justiça.

Art. 4º - São elevados os padrões do cargo de Escrivão do Crime, passando, nos das comarcas de 4a. entrância, exceto a da Capital, para o padrão PJ-14; no das comarcas de 3a. entrância, para o padrão PJ-13; as das comarcas de 2a. entrância, para o padrão PJ-12 e as das comarcas de 1a. entrância, para o padrão PJ-11.

Art. 5º - Ficam, também, criados, para o padrão PJ-8 os cargos de Oficial de Justiça, para o padrão PJ-2 os cargos de Servente de Foro, e para o padrão PJ-3 os cargos de Servente do Foro da Capital.

Art. 6º - Na comarca da Capital são classificados: no padrão PJ-6, os cargos de Auxiliar de Escrivão; no padrão PJ-5, os cargos de Encarregado de Serviço; no padrão PJ-4, os cargos de Auxiliar de Serviço e no padrão PJ-2, os cargos de Ajudante de Serviço.

Art. 7º - Em decorrência da elevação de entrância das respectivas comarcas, o padrão de vencimento do Escrivão do Crime da Comarca de Belaário Camború passa para PJ-13 e o dos Escrivães das comarcas de Casper, Maravilha Santa Cecília e Sombrio, para PJ-12.

Art. 8º - Atendendo a conveniência do serviço e por proposta do Juiz Diretor do Foro, o Presidente do Tribunal de Justiça poderá conceder aos servidores dos Juizes de Direito nomeados para os cargos criados pela presente Lei, gratificação de regime de tempo integral com valor de até 100% do respectivo vencimento.

Art. 9º - Aos militares requisitados para exercer as funções de Escrivão e as de Oficial de Justiça junto à Auditoria de Justiça Militar, na forma do disposto no artigo 64, do Código de Divisão e Organização Judiciárias do Estado, poderá ser concedida pelo Presidente do Tribunal de Justiça, mediante proposta do Auditor, gratificação de até 50% (inquenta por cento) do respectivo soldo.

Art. 10 - O Presidente do Tribunal de Justiça poderá, excepcionalmente, a título de representação, a importância de vinte por cento (20%) do vencimento base do cargo de desembargador.

Art. 11 - Aos Oficiais de Justiça do Crime e de Fazenda Pública poderá ser concedida, pelo Presidente do Tribunal de Justiça mediante proposta do Juiz da Vara Criminal ou dos Feitos da Fazenda, respectivamente, sob cuja jurisdição funcionarem, uma gratificação de até cinquenta (50%) por cento sobre o vencimento, destinada a fazer face às despesas relativas às diligências que efetuarem.

Art. 12 - O Juiz de Paz que contar com trinta (30) ou mais anos de exercício no cargo computará esse tempo para efeito de aposentadoria, regulando-se no seu preceito por lei ordinária.

Parágrafo único - Os Juizes de Paz que contarem com o mínimo de 10 anos de serviço e 70 anos ou mais de idade farão jus aos benefícios desta Lei.

Art. 13 - Mediante proposta do Tribunal de Justiça e à medida que se fizerem necessários, serão criados novos cargos de servidores da Justiça, além dos previstos nesta Lei.

Art. 14 - As despesas decorrentes da execução da presente lei correrão à conta das dotações orçamentárias próprias a serem suplementadas, quando necessário, com recursos legais disponíveis.

Art. 15 - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 16 - Revogam-se as disposições em contrário.

Florianópolis, 8 de dezembro de 1977.

ANTÔNIO CARLOS KONDEA REIS
Merton Gaidi
Ivan Orsato Donato
Mário César Moraes
Arj Oliveira
Nicolau Fernando Nelberg
Vicente Fontana
Mário Anjos Ortiz
Pímino José Lima de Almeida Junior
Sebastião Netto Campos
Salomão Antônio Ribes Junior
João Valvino Pagnonella
Augusto Baptista Pereira

ANEXO À LEI Nº 5.375, de 24 de novembro de 1977

SITUAÇÃO ATUAL			SITUAÇÃO NOVA		
DESCRIÇÃO	MODELO	Nº DE CARGOS	DESCRIÇÃO	MODELO	Nº DE CARGOS
ESCRIVÃO DE 4a. ENTRADA	PP-13	9	ESCRIVÃO DE 4a. ENTRADA	PJ-14	9
ESCRIVÃO DE 3a. ENTRADA	PP-12	19	ESCRIVÃO DE 3a. ENTRADA	PJ-13	19
ESCRIVÃO DE 2a. ENTRADA	PP-11	16	ESCRIVÃO DE 2a. ENTRADA	PJ-12	16
ESCRIVÃO DE 1a. ENTRADA	PP-10	16	ESCRIVÃO DE 1a. ENTRADA	PJ-11	16
OFICIAL DE JUSTIÇA	PP-5	105	OFICIAL DE JUSTIÇA	PJ-8	105
AUXILIAR DE ESCRIVÃO	PP-6	3	AUXILIAR DE ESCRIVÃO-Capital	PJ-4	3
ENCARREGADO DE SERVIÇO	PP-5	10	ENCARREGADO DE SERVIÇO-Capital	PJ-5	10
AUXILIAR DE SERVIÇO	PP-4	3	AUXILIAR DE SERVIÇO - Capital	PJ-3	3
SERVENTE (Foram da Capital)	PP-1	3	SERVENTE (Foram da Capital)	PJ-3	10
SERVENTE (Foram da Capital)	PP-3	6			
SERVENTE (Foram da Capital)	PP-4	1	SERVENTE (Foram)	PJ-2	143
SERVENTE (Foram)	PP-1	95			
SERVENTE (Foram)	PP-2	48	AJUDANTE DE SERVIÇO- Capital	PJ-2	2
AJUDANTE DE SERVIÇO	PP-2	2			
BIBLIOTECÁRIO	PP-4	1	BIBLIOTECÁRIO - Foram	PJ-3	1
T O T A L		337	T O T A L		337

X

Nº 5.376, de 24 de novembro de 1977.

LEI Nº 5.377, de 28 de novembro de 1977.

Artigo dispositivo da Lei nº 5.247, de 30 de junho de 1976, que dispõe sobre a constituição de empréstimos pelo Estado junto ao Banco Nacional de Habitação - BNH, para execução de obras de infra-estrutura e de melhoramentos comunitários em conjuntos habitacionais.

Declara de utilidade pública

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA, Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembleia Legislativa decretou e eu sanciono a seguinte

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembleia Legislativa decretou e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - O parágrafo único do art. 1º da Lei 5.247, de 30 de junho de 1976, passa a ter a seguinte redação:

Art. 1º - Fica declarado de utilidade pública o Centro Espírita Onze-Maré, com sede e foro na cidade de Tubarão.

Art. 1º -

Art. 2º - A entidade de que trata o artigo anterior ficará assegurados todos os direitos e vantagens da legislação vigente.

Parágrafo único - As operações referidas neste artigo serão como agente financeiro o Banco do Estado de Santa Catarina S.A. (BESC) ou a Caixa Econômica do Estado de Santa Catarina S.A. (CEESA) ou seus sucessores, como agente promotor a Companhia de Habitação do Estado de Santa Catarina (COMAR/SC), e atenderão às normas operacionais do BNH, conforme orientação estabelecida pela Companhia de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina (CODESC).

Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Art. 2º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Florianópolis, 6 de dezembro de 1977.

Florianópolis, 6 de dezembro de 1977.
ANTÔNIO CARLOS KOWALEW REIS

ANTÔNIO CARLOS KOWALEW REIS

- Berem Guáti
- Ivan Oreste Novato
- Mário Cesar Moraes
- Aray Oliveira
- Nicolau Fernando Halburg
- Victor Fontana
- Márcio Anjos Ortiz
- Flávia Joséline de Azevedo Barros
- Schastão Netto Campos
- Selmae Antônia Ribeiro Junior
- José Valente Paganella

- Berem Guáti
- Ivan Oreste Novato
- Mário Cesar Moraes
- Aray Oliveira
- Nicolau Fernando Halburg
- Victor Fontana
- Márcio Anjos Ortiz
- Flávia Joséline de Azevedo Barros
- Schastão Netto Campos
- Selmae Antônia Ribeiro Junior
- José Valente Paganella

ANEXO B – LEI ESTADUAL 5.443, DE 15 DE JUNHO DE 1978

GOVERNO DO ESTADO

LEI Nº 5.443, de 15 de junho de 1978.

Dispõe sobre a classificação de Cargos e Funções do Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado, fixa os valores dos vencimentos dos cargos de provimento efetivo, em comissão, das funções gratificadas, e de outras pro-
vidências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembléa Legislativa decretou e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º - A presente Lei classifica cargos e funções, fixa os valores de vencimentos dos cargos de provimento em comissão do grupo: Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU, dos cargos de provimento efetivo dos grupos: Atividades de Nível Superior - TJ - ANS; Atividades Técnicas de Nível Médio - TJ - ANM; Serviços Auxiliares - TJ - SAU; Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS e da gratificação de função do grupo: Chefia e Assistência Subalterna - TJ - CAS do Pessoal do Quadro da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado.

CAPÍTULO II

DA CLASSIFICAÇÃO DE CARGOS

Art. 2º - A classificação de cargos e funções do pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina obedecerá às diretrizes estabelecidas nesta Lei.

Art. 3º - Os cargos e funções são classificados dos como de provimento em comissão e de provimento efetivo, enquadrando-se nos seguintes grupos:

DE PROVIMENTO EM COMISSÃO

I - Direção e Assessoramento Superior
TJ - DASU

DE PROVIMENTO EFETIVO

II - Atividades de Nível Superior - TJ - ANS
III - Atividades Técnicas de Nível Médio - TJ - ANM

IV - Serviços Auxiliares - TJ - SAU
V - Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS

Art. 4º - As funções de direção, chefia e assistência de níveis inferiores são classificadas no Grupo: Chefia e Assistência Subalterna - TJ - CAS.

Art. 5º - As Categorias Funcionais que compõem os Grupos: Atividades de Nível Superior - TJ - ANS; Atividades Técnicas de Nível Médio - TJ - ANM; Serviços Auxiliares - TJ - SAU e Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS, são divididas em classes e listas, em cargos.

Parágrafo Único - Para efeito do enquadramento de que trata esta Lei, considera-se:

I - Cargo: a soma geral de atribuições a ser exercidas por um funcionário, mediante redistribuição personalizada, fixada em Lei;

II - Classe: o conjunto de cargos da mesma natureza funcional e do mesmo grau de responsabilidade;

III - Categoria Funcional: o conjunto de atribuições desdobráveis em classes e identificadas pela natureza e pelo grau de conhecimento exigível para o seu desempenho;

IV - Grupo: o conjunto de Categorias Funcionais segundo a correlação e afinidade entre as atividades de cada uma, a natureza do trabalho ou o grau de conhecimento necessário ao exercício das respectivas atribuições.

Art. 6º - Cada grupo, abrangendo várias atividades, compreende:

I - Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU: os cargos de direção e assessoramento superior, de provimento, em comissão, e regidos pelo critério de confiança, a que sejam inerentes as atividades de planejamento, organização, coordenação e supervisão no mais alto nível de hierarquia funcional dos órgãos que integram a estrutura organizacional básica do Tribunal de Justiça do Estado, cujas ocupações devam possuir formação universitária.

II - Atividades de Nível Superior - TJ - ANS: os cargos de provimento efetivo, a que sejam inerentes as atividades compreendidas nas áreas de ciência e tecnologia e de ciências humanas e sociais, indispensáveis ao pleno funcionamento dos diversos órgãos que integram a estrutura organizacional do Tribunal de Justiça do Estado, para cujo desempenho é exigido diploma de nível superior de ensino ou habilitação legal equivalente;

III - Atividades Técnicas de Nível Médio - TJ - ANM: os cargos de provimento efetivo, a que sejam inerentes as atividades técnico-profissionais, compreendidas nos setores da administração, contabilidade e serviços diversos, para cujo desempenho é exigido diploma ou certificado de 1º grau, ou habilitação legal equivalente;

IV - Serviços Auxiliares - TJ - SAU: os cargos de provimento efetivo, a que sejam inerentes as atividades de apoio aos serviços de justiça e administração em geral, em nível médio de complexidade, para cujo desempenho é exigida prova de conclusão de curso de 1º e 2º grau, ou função da Categoria Funcional;

V - Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS; os cargos de provimento efetivo, a que sejam imputadas as atividades de conservação de instalações e bens, controle de entrada e saída de materiais e pessoas, recebimento, circulação interna e expedição de correspondência, documentos e mensagens oficiais, transporte de passageiros e cargas em elevadores ou veículos motorizados, para cujo desempenho é exigida prova de conclusão da 4ª série do 1º grau (curso primário) ou habilitação legal equivalente;

VI - Chefia e Assistência Subalterna - TJ - CAS; as funções de direção, chefia e assistência inferior, cuja designação, privativa de funcionários do Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado, é regida pelo critério de confiança, a que sejam inerentes as atividades a nível de execução e controle nos diversos órgãos que a compõem.

Art. 79 - Cada Grupo de Categorias Funcionais tem sua própria escala de níveis de vencimento ou gratificação, fixados em Lei, segundo critério de importância da atividade, complexidade e responsabilidade, bem como o grau de escolaridade e/ou qualificação exigido para o desempenho das atribuições.

Parágrafo único - Não haverá correspondência entre os níveis dos diversos Grupos, para nenhum efeito, vedadas as vinculações e equiparações.

Art. 80 - A implantação do Plano de Classificação de Cargos de que trata esta Lei será feita atendida a uma escala de prioridade na qual é levado em conta:

I - A prévia e efetiva implantação da nova estrutura organizacional e funcional elaborada e baixada por resolução do Tribunal de Justiça do Estado;

II - A existência de recursos orçamentários para fazer face às respectivas despesas.

Art. 89 - A transformação ou transposição dos cargos, em decorrência da aplicação da sistemática prevista nesta Lei, processar-se-á gradativamente, segundo os critérios estabelecidos pelo Presidente do Tribunal de Justiça.

Parágrafo único - Para efeito de classificação de cargos considera-se:

I - Transformação de cargos - a alteração das atribuições de um cargo ou emprego existente para constituir classe de outro do novo sistema;

II - Transposição de cargos - o deslocamento de um cargo existente para classe de atribuições correlatas de outro do novo sistema.

Art. 10 - A transformação é operada mediante processo seletivo a ser estabelecido para os cargos integrantes de cada grupo.

Art. 11 - Os atuais titulares de cargos de provimento efetivo, bem como os agregados e os ocupantes de empregos, lotados e em efetivo exercício nos diversos órgãos do Tribunal de Justiça do Estado, cujas características das atividades e atribuições se identificarem com as dos cargos e empregos das Categorias Funcionais dos Grupos de Atividades de Nível Superior - TJ - AUS; Atividades Técnicas do Nível Médio - TJ - ANM; Serviços Auxiliares - TJ - SAU e Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS, serão enquadrados em classes de Categoria Funcional compatível com a respectiva habilitação profissional exigida.

§ 1º - O enquadramento de ocupantes de emprego regido pela Consolidação das Leis do Trabalho e de servidor admitido mediante contrato administrativo será feito por transformação, alterado o regime jurídico para o estabelecido no Estatuto dos Funcionários Públicos Civis do Estado (Lei nº 4.425, de 16 de fevereiro de 1970).

§ 2º - A inclusão dos atuais funcionários titulares de cargos de provimento efetivo e dos agregados nas diversas classes de Categorias Funcionais dos Grupos de que trata este artigo, por ato do Presidente do Tribunal de Justiça do Estado, precederá a dos ocupantes de empregos regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho e a dos servidores admitidos mediante contrato administrativo.

§ 3º - Respeitadas as regras estabelecidas no artigo 10 e no § 1º deste artigo, bem assim as linhas de correlação fixadas no anexo XIV, o enquadramento nas diversas Categorias Funcionais pode ocorrer em todas as classes, do maior para o menor nível, desde que haja vaga no Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado, e de acordo com os seguintes critérios e ordem de preferência:

I - O de maior nível, padrão ou salário;

II - O de maior tempo de efetivo serviço no nível ou padrão, aferido pelo desempenho de suas atribuições no Tribunal de Justiça do Estado;

III - O de maior tempo de efetivo exercício no emprego do Tribunal de Justiça do Estado;

IV - O de maior tempo de efetivo serviço no Estado;

V - O de maior tempo de efetivo serviço na Administração Pública Geral.

§ 4º - O enquadramento do pessoal afastado do Tribunal de Justiça do Estado só produzirá efeito quando o servidor retornar e nele permanecer por mais de 6 (seis) meses, ressalvados os afastamentos para o exercício de mandato eletivo.

Art. 12 - É facultado aos funcionários efetivos, cujo nível de vencimento obedeça à nomenclatura de cargo de provimento em comissão, e aos agregados, optarem temporariamente pela permanência na situação atual, dentro do prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de vigência desta Lei.

Parágrafo único - É assegurado aos optantes de que trata este artigo o direito de perceberem os aumentos de vencimentos que forem fixados, anualmente, para os servidores do Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado, respeitado o valor de vencimento atribuído ao cargo correspondente reclassificado.

Art. 13 - A classificação e o enquadramento de que trata esta Lei não abrangem, em nenhuma hipótese, os servidores colocados à disposição do Tribunal de Justiça e o pessoal temporário contratado para obras em geral, ficando proibida a renovação dos contratos existentes e novas contratações.

Art. 14 - Concluído o enquadramento de que trata o artigo 11 desta Lei, o ingresso no novo Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado dependerá de aprovação prévia, em concurso público de provas e títulos, respeitada a ordem de classificação.

Art. 15 - Os servidores que não tiverem seus cargos ou empregos transformados ou transpostos para a sistemática de que trata esta Lei serão incluídos em Quadro Suplementar, extintos os cargos e empregos quando vagarem.

Art. 16 - Aos atuais servidores que, em decorrência da aplicação desta Lei, passaram a receber, mensalmente, vencimentos inferiores aos que vinham percebendo, é assegurado o pagamento da diferença como vantagem pessoal nominalmente identificada, absorvida em aumentos futuros.

Art. 17 - Ficam criados os Grupos: Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU; Atividades de Nível Superior - TJ - ANS; Atividades Técnicas do Nível Médio - TJ - ANM; Serviços Auxiliares - TJ - SAU; Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS e Chefia e Assistência Subalterna - TJ - CAS, integrantes do Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado, com as Categorias Funcionais, Classes e Cargos constantes dos anexos I a XIII.

Art. 18 - O funcionário ou servidor incluído no Plano de Classificação de Cargos de que trata esta Lei fica sujeito a 42,30 h (quarenta e duas horas e trinta minutos) semanais de trabalho, no mínimo.

Art. 19 - A classificação de que trata esta Lei não se aplica aos inativos.

Art. 20 - Ficam extintos, e mediante que alguns servidores foram sendo enquadrados na nova sistemática de classificação por serem ocupantes ou vagos e os cargos tranqueados ou transpostos.

Art. 21 - Compete ao Presidente do Tribunal de Justiça do Estado baixar os atos necessários à execução da presente Lei, bem como adequar as situações peculiares à sistemática do novo Plano de Classificação de Cargos.

Art. 22 - É vedada a substituição do ocupante de cargo de provimento efetivo.

Art. 23 - De cargos de provimento efetivo de classe inicial de Categoria Funcional do novo Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça do Estado, que permanecerem vagos após efetivado o enquadramento de que trata o artigo 11, não poderão ser providos após 6 (seis) meses contados da data da publicação da presente Lei.

TÍTULO II

DISPOSIÇÕES SOBRE REMUNERAÇÃO

CAPÍTULO I

DOS VALORES DE VENCIMENTO DOS CARGOS DE PROVIMENTO EM COMISSÃO

Art. 24 - Aos níveis de classificação dos cargos de provimento em comissão integrantes do Grupo Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU do pessoal do Quadro da Secretaria do Tribunal de Justiça correspondem os seguintes orçamentos de vencimentos:

GRUPO: DIREÇÃO E ASSESSORAMENTO SUPERIOR - TJ - DASU

NÍVEIS	VENCIMENTO MENSAL Cr\$
TJ - DASU 1	21.222,00
TJ - DASU 2	24.759,00
TJ - DASU 3	26.527,00

Art. 25 - As gratificações pela "representação de gabinete", pelo "exercício em regime de tempo integral e de dedicação exclusiva", de "jornada prorrogada" e de "produtividade ou de exercício" previstas no art. 174, itens V, VII, X e XII, da Lei nº 4.425, de 16 de fevereiro de 1970, referentes aos cargos de provimento em comissão que integram o Grupo: Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU, do pessoal do Quadro da Secretaria do Tribunal de Justiça, são absorvidas, em cada caso, pelos vencimentos fixados no artigo anterior.

Parágrafo Único - A partir da publicação dos atos de provimento dos cargos que integram o Grupo: Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU, a que se refere esta Lei, cessará para os respectivos ocupantes, imediatamente, o pagamento das vantagens especificadas neste artigo, ficando vedada a concessão destas ou de quaisquer outras vantagens estabelecidas em Lei, ressalvados a gratificação adicional por tempo de serviço e o salário-família, quando devidos.

Art. 26 - O funcionário nomeado para o exercício de cargo de provimento em comissão do Grupo: Direção e Assessoramento Superior - TJ - DASU perderá, durante o período em que o exercer, o vencimento do cargo efetivo, bem como qualquer outra vantagem acessória, porventura percebida, ressalvados a gratificação adicional por tempo de serviço e o salário-família, quando devidos.

CAPÍTULO II

DOS VALORES DE VENCIMENTO DOS CARGOS DE PROVIMENTO EFETIVO E DE GRATIFICAÇÃO DE FUNÇÃO.

Art. 27 - Aos níveis de classificação dos cargos de provimento efetivo, integrantes dos Grupos: Atividades de Nível Superior - TJ - ANS; Atividades Técnicas de Nível Médio - TJ - ANH; Serviços Auxiliares - TJ - SAU; Transporte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS e da classificação de Função do Grupo: Chefia e Assistência Subalterna - TJ - CAS do pessoal do Quadro da Secretaria do Tribunal de Justiça, correspondem os seguintes valores de vencimentos:

I - GRUPO: ATIVIDADES DE NÍVEL SUPERIOR - TJ - ANS

NÍVEIS	VENCIMENTO MENSAL Cr\$
TJ - ANS 1	8.843,00
TJ - ANS 2	9.904,00
TJ - ANS 3	10.965,00
TJ - ANS 4	12.380,00
TJ - ANS 5	13.795,00
TJ - ANS 6	15.386,00
TJ - ANS 7	17.155,00
TJ - ANS 8	19.100,00
TJ - ANS 9	21.399,00
TJ - ANS 10	23.875,00

II - GRUPO: ATIVIDADES TÉCNICAS DE NÍVEL MÉDIO - TJ - ANH

NÍVEIS	VENCIMENTO MENSAL Cr\$
TJ - ANH 1	5.748,00
TJ - ANH 2	6.720,00
TJ - ANH 3	7.781,00
TJ - ANH 4	9.108,00
TJ - ANH 5	10.611,00

III - GRUPO: SERVIÇOS AUXILIARES TJ - SAU

NÍVEIS	VENCIMENTO MENSAL Cr\$
TJ - SAU 1	1.715,00
TJ - SAU 2	2.057,00
TJ - SAU 3	2.468,00
TJ - SAU 4	2.961,00
TJ - SAU 5	3.556,00
TJ - SAU 6	4.264,00
TJ - SAU 7	5.117,00
TJ - SAU 8	6.141,00
TJ - SAU 9	7.370,00
TJ - SAU 10	8.842,00

IV - GRUPO: TRANSPORTE OFICIAL E SERVIÇOS GERAIS - TJ - TOS

NÍVEIS	VENCIMENTO MENSAL Cr\$
TJ - TOS 1	1.600,00
TJ - TOS 2	1.690,00
TJ - TOS 3	2.030,00
TJ - TOS 4	2.444,00
TJ - TOS 5	2.933,00
TJ - TOS 6	3.283,00
TJ - TOS 7	3.677,00
TJ - TOS 8	4.117,00
TJ - TOS 9	4.611,00
TJ - TOS 10	5.163,00

V - GRUPO: CHEFIA E ASSISTÊNCIA SUBALTERNA - TJ - CAS

NÍVEIS	GRATIFICAÇÃO MENSAL Cr\$
TJ - CAS 1	1.653,00
TJ - CAS 2	3.537,00
TJ - CAS 3	4.422,00
TJ - CAS 4	5.306,00

Art. 28 - A partir da publicação dos atos de enquadramento dos atuais servidores do Quadro da Secretaria do Tribunal de Justiça, nos cargos que integram os Grupos: Atividades de Nível Superior - TJ - ANS; Atividades Técnicas de Nível Médio - TJ - ANH; Serviços Auxiliares - TJ - SAU; Transp.

parte Oficial e Serviços Gerais - TJ - TOS, a que se refere esta Lei, cessará para os respectivos ocupantes, imediatamente, o pagamento das gratificações pela "representação de gabinete", pelo "exercício em regime de tempo integral e dedicação exclusiva", "de jornada prorrogada e de produtividade ou de exercício", previstas no artigo 174, itens V, IX, X e XII, da Lei nº 4.425, de 16 de fevereiro de 1970, bem como de qualquer outra retribuição que, a qualquer título, venha sendo por eles percebida, ficando vedada a concessão destas ou de quaisquer outras vantagens estabelecidas em Lei, ressalvados a gratificação adicional por tempo de serviço e o salário-família, quando devidos.

Parágrafo único - Consideram-se absorvidas, em cada caso, pelo respectivo vencimento fixado no artigo anterior, as gratificações mencionadas neste artigo.

Art. 29 - Os vencimentos e gratificações de função fixados nesta Lei vigorarão a partir da data da publicação dos atos de enquadramento dos atuais servidores no novo sistema de classificação de cargos.

Art. 30 - O servidor designado para ocupar função de Chefia e Assistência Subalterna não pode perceber, a título de vencimento acrescido de gratificação, importância superior à fixada para o nível TJ - DASU - 2 do Grupo Direção e Assessoramento Superior.

Art. 31 - O ocupante do cargo de Escrivão do Tribunal de Justiça, extinto quando vagoar, terá vencimentos cor-

respondentes aos fixados para o nível TJ - ANS - 6, aplicando-se-lhe o disposto no artigo 28 desta Lei.

Art. 32 - As despesas decorrentes da aplicação desta Lei serão atendidas pelos recursos orçamentários do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, suplementados, se necessário.

Art. 33 - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 34 - Ficam revogadas as disposições em contrário.

Florianópolis, 25 de julho de 1978.

ANTÔNIO CARLOS KONDER REIS
 Acácio Garibaldi de Paula Ferreira S. Thiago
 Ivan Orestre Renato
 Ary Oliveira
 João Valvite Paganella
 Nicolau Fernando Malburg
 Carlos Antonio de Azevedo Loch
 Plínio Jorelino de Azevedo Bueno
 Nilson José Boeing
 Mário Cesar Moraes
 Eduardo Cordeiro dos Santos Neto
 Salomão Antonio Ribas Junior

A N E X O I

GRUPO: Direção e Assessoramento Superior

Código - TJ - DASU

C A T E G O R I A S		
Nível	Direção Superior	Assessoramento Superior
1		Assessor da Presidência para os assuntos de Relações Públicas e Comunicação e Secretário Jurídico.
2		Assessor da Presidência no tocante as atividades supracitadas.
3	Chefe de Gabinete, Diretor e Secretário da Correção.	

A N E X O II

GRUPO: Atividades de Nível Superior

Código - TJ - ANS

C A T E G O R I A S F U N C I O N A I S		
Nível	Técnico de Apoio Judiciário	Técnico em Atividades Complementares
1		Técnico em Atividades Complementares A
2		Técnico em Atividades Complementares B
3		Técnico em Atividades Complementares C
4		Técnico em Atividades Complementares D
5		Técnico em Atividades Complementares E
6	Técnico de Apoio Judiciário A	
7	Técnico de Apoio Judiciário B	
8	Técnico de Apoio Judiciário C	
9	Técnico de Apoio Judiciário D	
10	Técnico de Apoio Judiciário E	

A N E X O III

GRUPO: Atividades Técnicas de Nível Médio

Código - TJ - ANM

C A T E G O R I A F U N C I O N A L		
Nível	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	
1	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	A
2	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	B
3	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	C
4	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	D
5	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	E

A N E X O IV

GRUPO: Serviços Auxiliares

Código - TJ - SAU

C A T E G O R I A S F U N C I O N A I S			
Nível	Agente Administrativo Auxiliar	Agente Administrativo	Oficial de Justiça
1	Agente Administrativo Auxiliar A		
2	Agente Administrativo Auxiliar B		
3	Agente Administrativo Auxiliar C		
4	Agente Administrativo Auxiliar D		
5	Agente Administrativo Auxiliar E		
6		Agente Administrativo A	Oficial de Justiça A
7		Agente Administrativo B	Oficial de Justiça B
8		Agente Administrativo C	Oficial de Justiça C
9		Agente Administrativo D	Oficial de Justiça D
10		Agente Administrativo E	Oficial de Justiça E

A N E X O V

GRUPO: Transporte Oficial e Serviços Gerais

Código - TJ - TOS

C A T E G O R I A S F U N C I O N A I S		
Nível	Agente de Serviços Gerais	Motorista Oficial
1	Agente de Serviços Gerais A	
2	Agente de Serviços Gerais B	
3	Agente de Serviços Gerais C	
4	Agente de Serviços Gerais D	
5	Agente de Serviços Gerais E	
6		Motorista Oficial A
7		Motorista Oficial B
8		Motorista Oficial C
9		Motorista Oficial D
10		Motorista Oficial E

ANEXO VI
GRUPO: Chefia e Assistência Subalterna
Código - TJ - CAS

C A T E G O R I A S		
Nível	Chefia Subalterna	Assistência Subalterna
1	Chefe de Setor	
2	Chefe de Seção	
3		Assistente de Atividades Específicas
4	Chefe de Divisão	

ANEXO VII
GRUPO: Direção e Assessoramento Superior
Código - TJ - DASU

C A T E G O R I A S	Nível	Quantidade
Assessor da Presidência para os Assuntos de Relações Públicas e Comunicação	TJ-DASU-1	01
Assessor Jurídico	TJ-DASU-1	16
Assessor da Presidência no tocante às atividades específicas	TJ-DASU-2	01
Diretor	TJ-DASU-3	04
Secretário da Corregedoria	TJ-DASU-3	01
Chefe de Gabinete	TJ-DASU-3	01
T O T A L G E R A L		24

ANEXO VIII
QUADRO PERMANENTE

GRUPO CATEGORIAS FUNCIONAIS	C L A S S E S					T O T A L	
	A	B	C	D	E	Parcial	Geral
Atividades de Nível Superior							
Técnico de Apoio Judiciário	4	4	3	3	3	17	
Técnico em Atividades Complementares	2	2	2	1	1	08	25
Atividades Técnicas de Nível Médio							
Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	5	4	3	2	1	15	15
Serviços Auxiliares							
Agente Administrativo Auxiliar	5	4	3	2	1	15	
Agente Administrativo	31	27	23	19	15	115	
Oficial de Justiça	2	1	1	1	1	06	136
Transporte Oficial e Serviços Gerais							
Agente de Serviços Gerais	6	4	3	2	1	16	
Motorista Oficial	7	6	5	4	3	25	41
T O T A L G E R A L							217

A N E X O IX

GRUPO: 'Chefia e Assistência Subalterna

Código - TJ - CAS

QUADRO PERMANENTE

C A T E G O R I A S	Nível	Quantidade
Chefe de Setor	TJ-CAS-01	04
Chefe de Seção	TJ-CAS-02	25
Assistente de Atividades Específicas	TJ-CAS-03	03
Chefe de Divisão	TJ-CAS-04	12
T O T A L G E R A L		44

A N E X O X

GRUPO: Atividades de Nível Superior

Código - TJ - ANS

C A T E G O R I A S F U N C I O N A I S	Classes	Habilitação Profissional
Técnico de Apoio Judiciário	A-D-C-D-E	Portador de Diploma de Curso Superior ou habilitação legal equivalente nas áreas de Direito, Ciências Contábeis, Administração e Engenharia Civil, com registro no respectivo órgão fiscalizador do exercício profissional.
Técnico em Atividades Complementares	A-D-C-D-E	Portador de Diploma de Curso Superior não previsto nos anteriores, currículo escolar mínimo de 3 anos, com registro no respectivo órgão fiscalizador de exercício profissional, ou que na data de publicação desta Lei esteja exercendo cargo de provimento em comissão pelo período mínimo de 5 (cinco) anos, ou função gratificada, pelo período mínimo de 10 (dez) anos, devidamente comprovado, desde que compatível de cargo de provimento efetivo.

A N E X O XI

GRUPO: Atividades Técnicas de Nível Médio

Código - TJ - ATM

CATEGORIA FUNCIONAL	Classes	Habilitação Profissional
Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	A-D-C-D-E	Portador de Certificação de conclusão de curso de Técnico em Contabilidade ou de Técnico Assistente Administrativo e curso de Datilografia.

ANEXO XIV

SITUAÇÃO ATUAL		SITUAÇÃO NOVA	
DESIGNAÇÃO DOS CARGOS		CATEGORIA FUNCIONAL	CLASSE
		<u>ATIVIDADES TÉCNICAS DE NÍVEL MÉDIO</u>	
Assessor Técnico Instrutivo	PJ-14	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	E
Assessor Técnico Instrutivo	PJ-13	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	D
Assessor Técnico Instrutivo	PJ-12/PJ-13	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	C
Assessor Técnico Instrutivo	PJ-12	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	B
.....	Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	A

ANEXO XIV

SITUAÇÃO ATUAL		SITUAÇÃO NOVA	
DESIGNAÇÃO DOS CARGOS		GRUPO	CLASSE
		<u>TRANSPORTE OFICIAL E SERVIÇOS GERAIS</u>	
Motorista	PJ-8	Motorista Oficial	E
Motorista	PJ-8	Motorista Oficial	D
Motorista	PJ-8	Motorista Oficial	C
Motorista	PJ-8	Motorista Oficial	B
Motorista	PJ-8	Motorista Oficial	A
Zelador, Guarda do Palácio da Justiça e Portaria	PJ-5/PJ-7	Agente de Serviços Gerais	E
Continuo e Guarda do Palácio da Justiça	PJ-4/PJ-5	Agente de Serviços Gerais	D
Continuo	PJ-3	Agente de Serviços Gerais	C
Servente	PJ-2	Agente de Serviços Gerais	B
Servente	PJ-1	Agente de Serviços Gerais	A

ANEXO XIV

SITUAÇÃO ATUAL		SITUAÇÃO NOVA	
DESIGNAÇÃO DOS CARGOS		CATEGORIA FUNCIONAL	CLASSE
		<u>SERVIÇOS AUXILIARES</u>	
Oficial de Justiça	PJ-8	Oficial de Justiça	E
Oficial de Justiça	PJ-8	Oficial de Justiça	E
Oficial de Justiça	PJ-8	Oficial de Justiça	C
Oficial de Justiça	PJ-8	Oficial de Justiça	B
.....	Oficial de Justiça	A
Revisor, Bibliotecário e Oficial Judiciário	PJ-10/PJ-11	Agente Administrativo	E
Oficial Judiciário	PJ- 9/PJ-10	Agente Administrativo	D
Escriturário-Dactilógrafo	PJ- 7/PJ- 8	Agente Administrativo	C
Escriturário-Dactilógrafo	PJ- 6/PJ- 7	Agente Administrativo	B
Escriturário-Dactilógrafo	PJ-6	Agente Administrativo	A
Arquivista, Almoarife e Protocolista	PJ-8	Agente Administrativo Auxiliar	E
.....	Agente Administrativo Auxiliar	D
.....	Agente Administrativo Auxiliar	C
.....	Agente Administrativo Auxiliar	B
.....	Agente Administrativo Auxiliar	A

**ANEXO C – ATO DE NOMEAÇÃO PUBLICADO NO DIÁRIO DA JUSTIÇA
DE 31 DE JULHO DE 1978**

DIÁRIO DA JUSTIÇA

ESTADO DE SANTA CATARINA

XXXVIII

FLORIANÓPOLIS. 31 DE JULHO DE 1978

NÚMERO

TRIBUNAL DE JUSTIÇA

ATOS E DESPACHOS
DO PRESIDENTE

EDITAL Nº 24/78-GP

O Desembargador João de Borba, Presidente do Tribunal de Justiça do Estado, no uso de suas atribuições,

FAZ SABER, aos que o presente edital virem ou dele conhecerem que, de conformidade com o disposto no artigo 11 do Código de Divisão e Organização Judiciárias do Estado, art. 11, parágrafo 1º, inciso I, o prazo (dez) dias, contados da publicação deste no "Diário da Justiça", para requererem, querendo, inscrição no concurso de provas para o cargo de JUIZ DE DIREITO DA COMarca de SEARA, devendo os requerimentos atender ao que dispõe o artigo 11, parágrafo 1º, inciso I, do referido artigo.

E para que chegue ao conhecimento de todos, mandou passar este edital, que será publicado na forma da lei e afixado na forma de costume.

Gabinete da Presidência, em Florianópolis, aos vinte e dois dias do mês de julho do ano de mil novecentos e setenta e oito. Eu, Flávio Beirão de Azevedo (Flávio Beirão de Azevedo), Secretário da Presidência, o fiz datilografar e assinar.

João de Borba, Presidente.

O DESEMBARGADOR JOÃO DE BORBA,
PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA,
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,

RESOLVE:

NOMEAR Maria Beatriz Neves Pinheiro, para exercer o cargo em comissão de Assessor da Presidência para os Assuntos de Relações Públicas e Comunicação, TJ-DASU, Nível 1, criada pela Lei nº 5.443, de 15 de junho de 1978.

João de Borba, Presidente.

Florianópolis, em 28 de julho de 1978.

O DESEMBARGADOR JOÃO DE BORBA,
PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA,
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,

RESOLVE:

NOMEAR Paulo Roberto Gomes Faraco, para exercer o

cargo em comissão de Chefe de Gabinete da Presidência do TJ-DASU, Nível 3, criado pela Lei nº 5.443, de 15 de junho de 1978.

João de Borba, Presidente.

Florianópolis, em 28 de julho de 1978.

O DESEMBARGADOR JOÃO DE BORBA,
PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA,
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,

RESOLVE:

NOMEAR Jaime Sprícigo, para exercer o cargo em comissão de Diretor, TJ-DASU, Nível 3, criado pela Lei nº 5.443, de 15 de junho de 1978, com exercício na Diretoria de Imprensa e Publicações deste Tribunal.

João de Borba, Presidente.

Florianópolis, em 28 de julho de 1978.

O DESEMBARGADOR JOÃO DE BORBA,
PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA,
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,

RESOLVE:

NOMEAR Osvaldo Fernandes Filho, para exercer o cargo em comissão de Diretor, TJ-DASU, Nível 3, criado pela Lei nº 5.443, de 15 de junho de 1978, com exercício na Diretoria de Imprensa e Publicações deste Tribunal.

João de Borba, Presidente.

Florianópolis, em 28 de julho de 1978.

O DESEMBARGADOR JOÃO DE BORBA,
PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA,
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,

RESOLVE:

NOMEAR Célia Vicira Bucchi, para exercer o cargo em comissão de Diretor, TJ-DASU, Nível 3, criado pela Lei nº 5.443, de 15 de junho de 1978, com exercício na Diretoria de Imprensa e Publicações deste Tribunal.

João de Borba, Presidente.

Florianópolis, em 28 de julho de 1978.

O DESEMBARGADOR JOÃO DE BORBA,
PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA,
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,

RESOLVE:

NOMEAR Raimundo Uessler, para exercer o cargo em comissão de Diretor, TJ-DASU, Nível 3, criado pela Lei nº 5.443, de 15 de junho de 1978, com exercício na Diretoria de Imprensa e Publicações deste Tribunal.

ANEXO D – LEI ESTADUAL N. 6.033, DE 17 DE FEVEREIRO DE 1982

ANEXO I

Grupo : Serviços Auxiliares - Código TJ-SAU

SITUAÇÃO ATUAL					SITUAÇÃO PROPOSTA			
Categorias Funcionais					Categorias Funcionais			
Níveis	Ag. Adm. Aux.	Ag. Serv. Esp.	Ag. Adm.	Of. de Justiça	Ag. Adm. Aux.	Ag. Serv. Esp.	Ag. Adm.	Of. de Justiça
1	Ag. Adm. Aux. A							
2	Ag. Adm. Aux. B							
3	Ag. Adm. Aux. C				Ag. Adm. Aux. A			
4	Ag. Adm. Aux. D				Ag. Adm. Aux. B			
5	Ag. Adm. Aux. E	Ag. Serv. Esp. A			Ag. Adm. Aux. C	Ag. Serv. Esp. A		
6		Ag. Serv. Esp. B	Ag. Adm. A	Of. de Just. A		Ag. Serv. Esp. B	Ag. Adm. A	Of. de Just. A
7		Ag. Serv. Esp. C	Ag. Adm. B	Of. de Just. B		Ag. Serv. Esp. C	Ag. Adm. B	Of. de Just. B
8		Ag. Serv. Esp. D	Ag. Adm. C	Of. de Just. C		Ag. Serv. Esp. D	Ag. Adm. C	Of. de Just. C
9		Ag. Serv. Esp. E	Ag. Adm. D	Of. de Just. D		Ag. Serv. Esp. E	Ag. Adm. D	Of. de Just. D
10			Ag. Adm. E	Of. de Just. E			Ag. Adm. E	Of. de Just. E

ANEXO II

Grupo : Transporte Oficial e Serviços Gerais - Código TJ-705

Situação Atual			Situação Proposta	
Categorias Funcionais			Categorias Funcionais	
Níveis	Agente de Serviços Gerais	Motorista Oficial	Agente de Serviços Gerais	Motorista Oficial
1	Agente de Serviços Gerais A			
2	Agente de Serviços Gerais B			
3	Agente de Serviços Gerais C		Agente de Serviços Gerais A	
4	Agente de Serviços Gerais D		Agente de Serviços Gerais B	
5	Agente de Serviços Gerais E		Agente de Serviços Gerais C	
6				
7				
8		Motorista Oficial A		Motorista Oficial A
9		Motorista Oficial B		Motorista Oficial B
10		Motorista Oficial C		Motorista Oficial C

ANEXO - III

Quadro Permanente

GRUPO - Categorias Funcionais	SITUAÇÃO ATUAL							SITUAÇÃO PROPOSTA						
	Classes					Total		Classes					Total	
	A	B	C	D	E	Parcial	Gerai	A	B	C	D	E	Parcial	Gerai
Atividades de Nível Superior														
Técnico de Apoio Judiciário	4	4	3	3	3	17		4	4	3	3	3	17	
Técnico em Atividades Complementares	3	2	2	2	2	10	27	3	2	2	2	2	10	27
Atividades Técnicas de Nível Médio														
Técnico de Apoio Judiciário Auxiliar	5	4	3	2	1	15	15	5	4	3	2	1	15	15
Serviços Auxiliares														
Agente Administrativo Auxiliar	5	4	3	2	1	15		6	5	4			15	
Agente Administrativo	31	27	23	19	15	115		36	32	28	24	20	140	
Agente de Serviços Especiais	4	4	2	1	1	12		4	4	2	1	1	12	
Oficial de Justiça	2	1	1	1	1	06	148	2	1	1	1	1	06	173
Transporte Oficial e Serviços Gerais														
Agente de Serviços Gerais	6	4	3	2	1	16		7	5	4			16	
Motorista Oficial	9	9	7			25	41	9	9	7			25	41
TOTAL							231							256

A N E X O I V

Grupo : Direção e Assessoramento Intermediário - Código TJ-DASI

CATEGORIAS		
Nível	Direção Intermediária	Assessoramento Intermediário
1		Assessor de Imprensa

A N E X O V

Grupo : Direção e Assessoramento Intermediário - Código TJ-DASI

Categorias	Nível	Quantidade	Remuneração
Assessor de Imprensa	TJ-DASI-1	01	61.050,00

A N E X O VI

Grupo : Chefia e Assistência Subalterna - Código - TJ - CAS

SITUAÇÃO ATUAL			SITUAÇÃO PROPOSTA		
Categorias	Nível	Quantidade	Categorias	Nível	Quantidade
Secretário de Contas	TJ-CAS-1	05	Secretário de Contas	TJ-CAS-1	05
Sec. de Ass. Específicos	TJ-CAS-1	04	Sec. de Assuntos Esp.	TJ-CAS-1	07
Chefe do Setor	TJ-CAS-1	04	Chefe do Setor	TJ-CAS-1	04
Chefe de Seção	TJ-CAS-2	33	Chefe de Seção	TJ-CAS-2	34
Assist. de At. Espec.	TJ-CAS-3	03	Assist. de At. Espec.	TJ-CAS-3	03
Chefe de Divisão	TJ-CAS-4	12	Chefe de Divisão	TJ-CAS-4	13
TOTAL GERAL		61	TOTAL GERAL		66

ANEXO E – LEI ESTADUAL N. 7.982, DE 2 DE JULHO DE 1990

DIÁRIO OFICIAL



ESTADO DE SANTA CATARINA

FLORIANÓPOLIS, 04 DE JULHO DE 1990

NÚMERO 13.980

LEI Nº 7.982, de 2 de julho de 1990

Reposiciona cargo do Quadro de Pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - O Cargo de Assessor de Imprensa, nível TJ-DASI-6, pertencente ao Grupo Direção e Assessoramento Intermediário, passa a integrar o Grupo Direção e Assessoramento Superior, Nível TJ-DASU-1, devendo seu ocupante possuir formação universitária em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Art. 2º - As despesas decorrentes da execução desta Lei correrão à conta das dotações do orçamento próprio do Tribunal de Justiça do Estado.

Art. 3º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º - Revogam-se as disposições em contrário.

Florianópolis, 2 de julho de 1990

CASILDO MALDANER

Altair José de Marco

Renato Wolff

Felix Christiano Theiss

Júlio Wiggers

José Augusto Müllse

Paulo Leonardo Medeiros Vieira

Athos de Almeida Lopes

Cláudio Bley do Nascimento

Danilo Aronovich Cunha

Zuleika Missi Lenzi

Juarez Rogério Furtado

José Henrique Carneiro de Loyola

Arno Bollmann

Ademar Frederico Duwe

Alvaro Antônio José Pilla

Avelino Basso

Nery Clito Vieira

João Cândido Linhares

ANEXO F – RESOLUÇÃO Nº 31/98 – GP

TIPO: Resolução

Nº 31/98

ORIGEM: GP

DATA DE ASSINATURA: 1º.07.98

PRESIDENTE: Des. João Martins

PUBLICAÇÃO NO DJSC: 10.004 PÁG.: 02 DATA: 06.07.98

OBS.: Cria a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas na Secretaria do Tribunal de Justiça.

Revogada pela RESOLUÇÃO Nº 06/2000-GP

RESOLUÇÃO Nº 31/98-GP

Cria a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas na Secretaria do Tribunal de Justiça.

O Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, Desembargador João Martins, no uso de suas atribuições,

RESOLVE:

Art. 1º - Criar a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas na Secretaria do Tribunal de Justiça, vinculada ao Gabinete da Presidência.

Parágrafo único – A Assessoria referida neste artigo será composta pelos ocupantes dos cargos comissionados de Assessor de Relações Públicas, TJ-DASU-3, pelo Assessor de Imprensa, TJ-DASU-1 e por servidores ocupantes de cargos efetivos da Secretaria do Tribunal de Justiça, sendo coordenada por um Desembargador designado pelo Presidente do Tribunal de Justiça.

Art. 2º - Compete à Assessoria de Comunicação e Relações Públicas:

a) manter contato com órgãos da mídia, visando publicar os trabalhos desenvolvidos no Poder Judiciário Catarinense, compreendendo-se, inclusive, as decisões de Primeiro e Segundo grau de jurisdição;

b) acentuar e efetivar o relacionamento entre os Órgãos e os próprios integrantes do Poder Judiciário, bem como com os outros Poderes do Estado, nos limites de sua atribuição;

c)promover o esclarecimento de situações emergenciais, desfazendo equívocos, recompondo a verdade, contribuindo para a crescente confiança na comunidade da Justiça;

d)propagar o ingresso, tramitações, procedimentos e decisões das demandas submetidas ao Judiciário Catarinense;

e)difundir os concursos de ingresso à magistratura e seus resultados, bem como dos quadros de pessoal da Secretaria do Tribunal de Justiça e da Justiça de Primeiro Grau;

f)registrar as datas nacionais, estaduais e efemérides especiais, tradicionais da magistratura catarinense;

g)responder à divulgação de notícias inverídicas, errôneas ou inadequadas sobre o Poder Judiciário;

h)realizar cursos e palestras, no âmbito interno e externo, com relação ao funcionamento da Justiça e a mídia de comunicação;

i)divulgar a atuação correicional do Judiciário, em consonância com as orientações da Corregedoria Geral da Justiça;

j)formar acervo de dados para a preservação da memória do Poder Judiciário Catarinense;

k)coordenar o relacionamento com a mídia para a implantação de colunas informativas na imprensa escrita ou em programas de rádio e televisão;

l)representar o Presidente em solenidades ou outros atos que sejam compatíveis com as suas atribuições, desde que designados pelo mesmo.

Art. 3º - Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação.

Florianópolis, 1º de julho de 1998.

Presidente

ANEXO G – RESOLUÇÃO N. 06/00 – GP

TIPO: Resolução

Nº 06/00

ORIGEM: GP

DATA DE ASSINATURA: 14.02.2000

PRESIDENTE: Des. Xavier Vieira

PUBLICAÇÃO NO DJSC nº 10.401 PÁG: 01 DATA: 18 .02.2000

OBS.: Extingue a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas na Secretaria do Tribunal de Justiça. Revoga a RESOLUÇÃO Nº 31/98-GP

RESOLUÇÃO Nº 06/2000-GP

Extingue a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas na Secretaria do Tribunal de Justiça.

O Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, no uso de suas atribuições,

RESOLVE

Art. 1º. Fica extinta a Assessoria de Comunicação e Relações Públicas na Secretaria do Tribunal de Justiça, criada pela Resolução nº 31/98-GP, de 1º.7.98.

Art. 2º. Esta Resolução entrará em vigor a partir da sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial a Resolução nº 31/98-GP.

Florianópolis, 14 de fevereiro de 2000.

Presidente

ANEXO H – RESOLUÇÃO N. 17/00 – GP

TIPO: Resolução

Nº 17/00

ORIGEM: GP

DATA DE ASSINATURA: 20.03.2000

PRESIDENTE: Des. Xavier Vieira

PUBLICAÇÃO NO DJSC nº10.438 PÁG 01 DATA:14.04.2000

OBS: Transforma a Assessoria Militar do Tribunal de Justiça e define suas atribuições.

RESOLUÇÃO Nº 17/00-GP

Transforma a Assessoria Militar do Tribunal de Justiça e define suas atribuições.

O Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, no uso de suas atribuições,

CONSIDERANDO que as funções da Assessoria Militar deste Tribunal de Justiça se assemelham às desenvolvidas nas Casas Militares dos Gabinetes do Governador e da Assembléia Legislativa;

CONSIDERANDO a necessidade de se adotar terminologia idêntica a dos demais Poderes do Estado;

CONSIDERANDO que os órgãos que prestam assistência militar, nos três Poderes, estão subordinados diretamente aos gabinetes dos Chefes desses Poderes;

CONSIDERANDO ainda a necessidade de se definir a competência da Assessoria Militar,

RESOLVE:

Art. 1º - A Assessoria Militar do Tribunal de Justiça fica transformada em Casa Militar do Tribunal de Justiça.

Art. 2º - Compete à Casa Militar do Tribunal de Justiça:

I – Promover a segurança:

a) necessária à realização das sessões dos órgãos julgadores do Tribunal de Justiça;

b) pessoal do Presidente, no Tribunal de Justiça ou fora deste, quando em missão oficial;

c) das instalações do Tribunal de Justiça.

II – Recepcionar autoridades no Tribunal de Justiça;

III – Coordenar a realização de cerimoniais de atos solenes;

IV – Organizar a agenda do Presidente do Tribunal de Justiça, bem como os roteiros de suas viagens;

V – Intermediar os contatos dos membros do Tribunal de Justiça com autoridades militares.

Art. 3º - Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º - Ficam revogadas as disposições em contrário.

Florianópolis, 20 de março de 2000.

Presidente

ANEXO I – RESOLUÇÃO N. 17/03 – GP

TIPO: RESOLUÇÃO

Nº 17/03-GP

ORIGEM: GP

DATA DA ASSINATURA: 15.09.2003

PRESIDENTE: Des. Amaral e Silva

PUBLICAÇÃO NO DJSC n.º 11.285 PÁG 02 DATA: 26.09.2003

OBS: Cria a Assessoria de Comunicação Social - ACS - do Poder Judiciário.

VIDE: Resolução nº 12/04-GP

RESOLUÇÃO N. 17/03 – GP

Cria a Assessoria de Comunicação Social – ACS – do Poder Judiciário.

O Presidente do egrégio Tribunal de Justiça do Estado, no uso das atribuições e,

CONSIDERANDO a necessidade de se dar maior divulgação das atividades e do papel institucional do Poder Judiciário;

CONSIDERANDO que a Assessoria de Comunicação Social é setor estratégico dentro de uma organização pública capaz de estreitar e aproximar as relações entre o órgão e o cidadão, bem como entre a administração e o público interno;

R E S O L V E:

Art. 1º Fica criada a Assessoria de Comunicação Social – ACS, vinculada ao Gabinete da Presidência.

§ 1º A Assessoria de Comunicação Social será administrada por um Coordenador Geral, preferencialmente um Desembargador integrante do Conselho da Administração e, no interior por um Juiz Coordenador, ambos designados pelo Presidente do Tribunal de Justiça.

§ 2º O Juiz Coordenador será responsável pela centralização das matérias que lhe serão enviadas pelos Juizes de Direito Diretores do Foro, encaminhando-as à Assessoria de Comunicação Social para a veiculação.

Art. 2º Compete à Assessoria de Comunicação Social:

- I) atender os órgãos de comunicação;
- II) confeccionar e distribuir material informativo;
- III) elaborar resenha diária;
- IV) editar boletim informativo mensal;
- V) administrar e veicular notícias na página eletrônica do Tribunal de Justiça;
- VI) agendar e acompanhar entrevistas;
- VII) assessorar a produção de programas especiais em rádio e televisão;
- VIII) providenciar cobertura fotográfica.

Parágrafo único – A Assessoria de Comunicação Social será exercida por Jornalista profissional, subordinado ao Coordenador Geral.

Art. 3º Poderão ser contratados bolsistas, preferencialmente estudantes de Jornalismo, que atuarão junto aos Núcleos Regionais, conforme Anexo Único, para a captação e remessa de informações ao Juiz Coordenador e prestar atendimento à imprensa local.

Art. 4º Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Florianópolis, 15 de setembro de 2003.

Des. AMARAL E SILVA
Presidente

ANEXO ÚNICO

NÚCLEOS REGIONAIS	
NÚCLEOS	COMARCAS INTEGRANTES
01 – Itajaí	Balneário Camboriú, Blumenau, Brusque, Camboriú, Gaspar, Indaial, Itajaí, Itapema, Navegantes, Piçarras, Pomerode, Porto Belo, Timbó, Ascurra, Ibirama, Ituporanga, Rio do Oeste, Rio do Sul, Taió, Trombudo Central, Presidente Getúlio.
02 – Tubarão	Araranguá, Braço do Norte, Criciúma, Içara, Imaruí, Imbituba, Jaguaruna, Laguna, Lauro Müller, Orleans, Sombrio, Tubarão, Turvo, Urussanga.
03 - Joinville	Barra Velha, Guaramirim, Jaraguá do Sul, Joinville, São Francisco do Sul, Garuva, Itapoá, Canoinhas, Itaiópolis, Mafra, Papanduva, Porto União, Rio Negrinho, São Bento do Sul.
04 - Lages	Anita Garibaldi, Bom Retiro, Correia Pinto, Curitibanos, Lages, Lebon Régis, Otacílio Costa, Santa Cecília, São Joaquim, Urubici.
05 – Chapecó	Abelardo Luz, Chapecó, Coronel Freitas, Palmitos, Quilombo, São Carlos, São Domingos, São Lourenço d'Oeste, Seara, Xaxim, Xanxerê.
06 - São José	Biguaçu, Palhoça, Santo Amaro da Imperatriz, São João Batista, São José, Tijucas.
07 - Florianópolis	Capital

* Republicada por incorreção

ANEXO J – RESOLUÇÃO N. 12/04 – GP

TIPO: RESOLUÇÃO

Nº 12/04-GP

ORIGEM: GP

DATA DA ASSINATURA: 31.05.2004

PRESIDENTE: Des. Jorge Mussi

PUBLICAÇÃO NO DJSC n.º 11.443 PÁG 01 DATA: 03.06.2004

OBS.: Cria o Núcleo de Comunicação Institucional do Poder Judiciário.

VIDE Resoluções nº 17/03-GP e nº 17/03r-GP

RESOLUÇÃO N. 12/2004-GP, 31 de maio de 2004.

Cria o Núcleo de Comunicação Institucional do Poder Judiciário.

O Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, no uso de suas atribuições, e considerando a necessidade de divulgar as atividades e a imagem do Poder Judiciário:

RESOLVE:

Art. 1º Fica criado o Núcleo de Comunicação Institucional – NCI, formado pelas Assessorias de Imprensa e de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial.

Art. 2º O Núcleo de Comunicação Institucional, vinculado ao Gabinete da Presidência, será administrado por um coordenador-geral, preferencialmente um desembargador.

Art. 3º Compete à Assessoria de Imprensa:

I – atender os órgãos de comunicação;
II – confeccionar e distribuir material informativo;
III – elaborar resenha diária;
IV – editar boletim informativo;
V – administrar e veicular notícias na página eletrônica do Tribunal de

Justiça;

VI – agendar e acompanhar entrevistas;
VII – assessorar a produção de programas especiais em rádio e

televisão;

VIII – providenciar cobertura fotográfica.

Parágrafo único. Poderão ser contratados bolsistas, preferencialmente estudantes de Jornalismo, que atuarão nos Núcleos Regionais, conforme

Anexo Único, para a captação e remessa de informações à Assessoria de Imprensa do Tribunal de Justiça e prestar atendimento à imprensa local.

Art. 4º Compete à Assessoria de Relações Públicas, Protocolo e Cerimonial:

- I – preparar, supervisionar e coordenar eventos para público interno e externo;
- II – coordenar o cerimonial;
- III – expedir correspondências da Presidência que lhe sejam pertinentes;
- IV – manter contato com órgãos congêneres, visando intercâmbio de informações;
- V – acompanhar cerimônias e eventos realizados pelo Poder Judiciário, sob a responsabilidade da Presidência desta Corte;
- VI – organizar eventos no espaço cultural do Tribunal de Justiça.

Art. 5º Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 6º Ficam revogadas as disposições em contrário, em especial a de n. 17/03-GP.
PRESIDENTE

Des. JORGE MUSSI

ANEXO ÚNICO NÚCLEOS REGIONAIS

SEDE	COMARCAS INTEGRANTES
1 – Itajaí	Acurra, Balneário Camboriú, Blumenau, Brusque, Camboriú, Gaspar, Ibirama, Indaial, Itajaí, Itapema, Ituporanga, Navegantes, Piçarras, Pomerode, Porto Belo, Presidente Getúlio, Rio do Campo, Rio do Oeste, Rio do Sul, Taió, Timbó e Trombudo Central.
2 – Tubarão	Araranguá, Armazém, Braço do Norte, Criciúma, Forquilha, Garopaba, Içara, Imarú, Imbituba, Jaguaruna, Laguna, Lauro Müller, Orleans, Santa Rosa do Sul, Sombrio, Tubarão, Turvo e Urussanga.
3 - Joinville	Araquari, Barra Velha, Guaramirim, Jaraguá do Sul, Joinville, São Francisco do Sul, Garuva, Itapoá, Canoinhas, Itaiópolis, Mafra, Papanduva, Porto União, Rio Negrinho e São Bento do Sul.
4 - Lages	Anita Garibaldi, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Correia Pinto, Curitiba, Lages, Lebon Régis, Otacilio Costa, Santa Cecília, São Joaquim e Urubici.
5 – Chapecó	Abelardo Luz, Chapecó, Coronel Freitas, Herval d'Oeste, Ipumirim, Itá, Modelo, Palmitos, Quilombo, São Carlos, São Domingos, São Lourenço d'Oeste, Seara, Xaxim e Xanxerê.
6 - São José	Biguaçu, Palhoça, Santo Amaro da Imperatriz, São João Batista, São José e Tijucas.
7 – Florianópolis	Capital

ANEXO L – FOLDER INSTITUCIONAL “JUSTIÇA DO POVO”

Justiça do Povo

Dezembro de 1999, nº 3 — Distribuição gratuita

**Informativo do Tribunal de Justiça
do Estado de Santa Catarina.
Uma via para o acesso à justiça.**

**Pres. Des. João Martins.
Vice-Pres. Des. Vilson Guarany Vieira.
Corregedor-Geral da Justiça Des. Francisco José
Rodrigues de Oliveira Filho**

JUIZADO ESPECIAL

s Juizados Especiais integram a estrutura do Poder Judiciário estadual desde setembro de 1995, implementados pela Lei 9.099 daquele ano. Seu principal objetivo é a busca de maior rapidez na resolução de pequenos e freqüentes conflitos registrados em nossa sociedade, anteriormente dirimidos na justiça comum, notoriamente demandando mais tempo, burocracia e despesas aos interessados. Por tratar de ações de procedimento mais simplificado, os juizados também reduzem o número de exigências e trâmites legais verificados na justiça comum.

Acessível Rápido Gratuito

Justiça do Povo

Dezembro de 1999, nº 2 — Distribuição gratuita

**Informativo do Tribunal de Justiça
do Estado de Santa Catarina.**

Uma via para o acesso à justiça.

Pres. Des. João Martins.

Vice-Pres. Des. Vilson Guarany Vieira.

**Corregedor-Geral da Justiça Des. Francisco José
Rodrigues de Oliveira Filho**

ASSISTÊNCIA JURÍDICA GRATUITA

assistência jurídica gratuita é o benefício de caráter legal que permite às pessoas que comprovarem insuficiência de recursos irem a juízo sem necessidade de fazer despesas, cujo custeio fica por conta do poder público. Sua finalidade é proporcionar a todos o acesso à justiça. É preciso requerer este benefício para obtê-lo. Neste caso, a parte interessada estará isenta do pagamento de taxas judiciárias, de selos, de emolumentos e custas assim como de despesas com as publicações indispensáveis no jornal encarregado da divulgação dos atos oficiais e indenizações devidas às testemunhas, bem como — e principalmente — dos honorários de advogados e peritos.

O Poder Judiciário e o Cidadão

Justiça do Povo

Dezembro de 1999, nº 1 — Distribuição gratuita

**Informativo do Tribunal de Justiça
do Estado de Santa Catarina.
Uma via para o acesso à justiça.**

Pres. Des. João Martins.
Vice-Pres. Des. Vilson Guarany Vieira.
Corregedor-Geral da Justiça Des. Francisco José
Rodrigues de Oliveira Filho

ESTRUTURA DO JUDICIÁRIO EM SANTA CATARINA

organização da Justiça nos estados orienta-se pelas normas estabelecidas na Constituição Federal, Lei Orgânica da Magistratura Nacional e pelas disposições das Constituições Estaduais. Em Santa Catarina, como de resto em todo o sistema judiciário nacional, existem os juízos de 1º e 2º grau. Os juízes de 1º grau, vitalícios ou substitutos, integrantes da carreira da magistratura, atuam nas comarcas, que abrangem um ou mais municípios e distritos. Existem no estado atualmente 88 comarcas, sendo que outras 23 já foram criadas por lei na Assembléia Legislativa e aguardam recursos para implantação. A comarca é o foro no qual o juiz exerce a sua competência, ou seja, o território de sua jurisdição. Em cada comarca haverá um ou mais juízes e varas.

O Poder Judiciário e o Cidadão

Justiça do Povo

Dezembro de 1999, nº 4 — Distribuição gratuita

**Informativo do Tribunal de Justiça
do Estado de Santa Catarina.**

Uma via para o acesso à justiça.

Pres. Des. João Martins.

Vice-Pres. Des. Vilson Guarany Vieira.

**Corregedor-Geral da Justiça Des. Francisco José
Rodrigues de Oliveira Filho**

ADOÇÃO

odo o cidadão com mais de 21 anos de idade, independente do estado civil, está habilitado a pleitear este direito, inscrevendo-se no Programa de Colocação Familiar mantido pelo Juizado da Infância e Juventude da respectiva comarca. A adoção, para quem desconhece, é o ato legal e definitivo de tornar filho alguém que foi concebido por outras pessoas.

Existem, desde logo, restrições legais. A principal delas exige diferença mínima de 16 anos entre o adotante e o adotado. A lei também diz que assim como avô não pode adotar neto, irmão não pode adotar irmão. Respeitados estes óbices, os interessados podem fazer sua inscrição e aguardar pelo deferimento da habilitação para adoção.

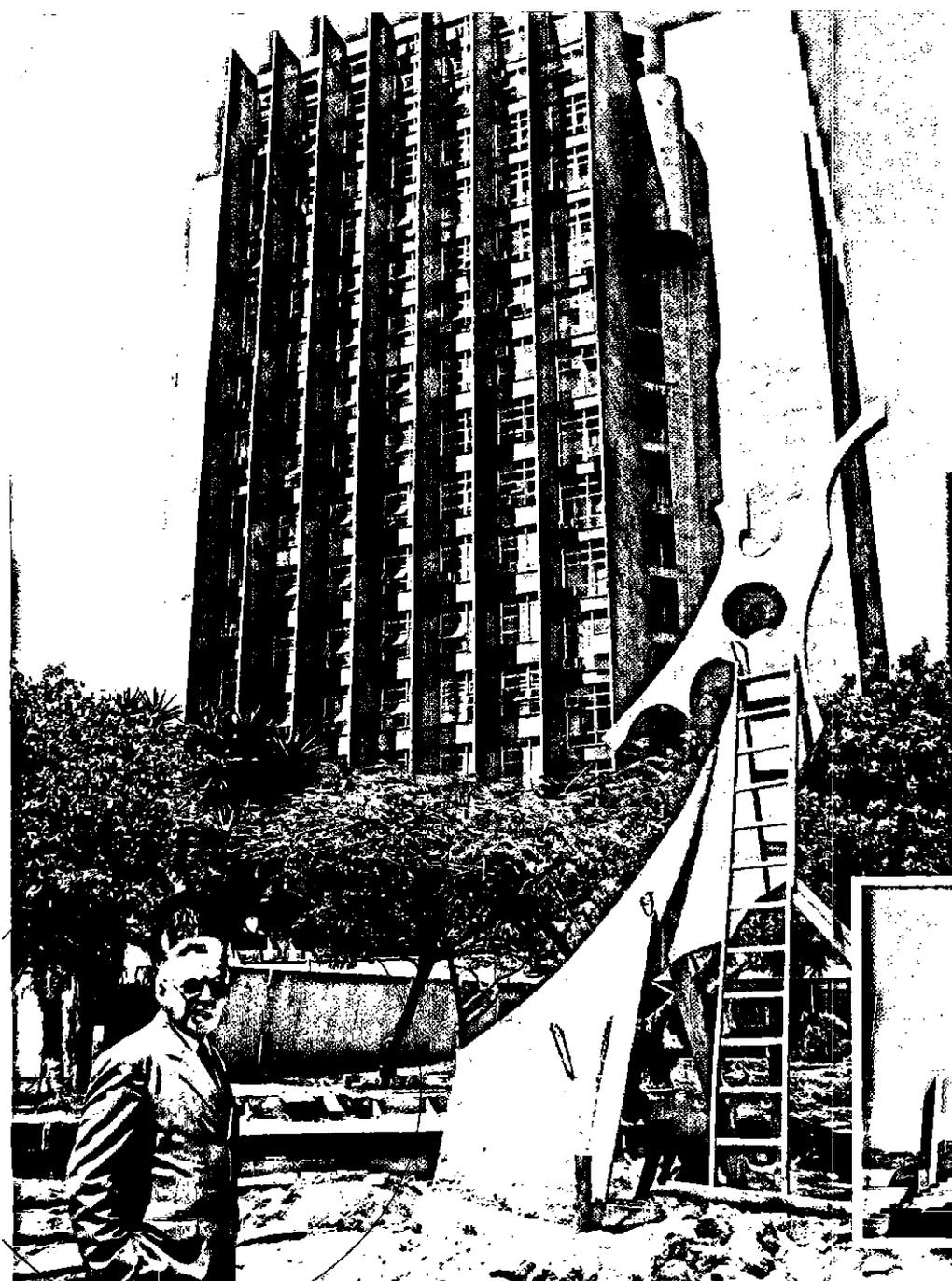
Esta decisão será tomada pelo juiz após análise das condições do pretendente, que passará por entrevistas com assistentes sociais e psicólogos para elaboração de um "Estudo Biopsicossocial". Estabilidade familiar e condições oferecidas para o menor são pontos importantes nesta avaliação, que envolve questões afetivas, sociais e jurídicas relativas à adoção.

O Poder Judiciário e o Cidadão

ANEXO M – BOLETIM INFORMATIVO

AVANÇANDO

Especial



*Gestão de Xavier
Vieira (foto) combateu
a cultura da mesmice e
conseguiu, em busca da
paz social, implantar a
conciliação como uma
alternativa de justiça*



Inovar, ousar e vencer

ANEXO N – FOLDER INSTITUCIONAL DO PODER JUDICIÁRIO CATARINENSE



Santa Catalina *Santa Catalina* *Santa Catalina*

ANEXO O – RESOLUÇÃO N. 13/02 – TJ

RESOLUÇÃO N.º:13/02

ORIGEM: TJ

DATA DA ASSINATURA: 16.10.2002

PRESIDENTE: Des. Amaral e Silva

PUBLICAÇÃO NO DJSC n.º 11.063 PÁG 01e 02 DATA: 29.10.2002

OBS: Institui a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina

Alterado os arts. 2º, 3º, 9º e 10 e o § 2º do art. 11 pela Resolução nº 08/03-TJ

RESOLUÇÃO N. 13/02 – TJ

Institui a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina

O Tribunal de Justiça de Santa Catarina, por seu Órgão Especial, no uso de suas atribuições e,

CONSIDERANDO o intuito de prestar justa homenagem a pessoas nacionais ou estrangeiras que se destacaram de forma notável ou relevante e/ou tenham contribuído, direta ou indiretamente, em prol do engrandecimento da Justiça Catarinense;

CONSIDERANDO a necessidade de reconhecer e valorizar Magistrados e Servidores que, no exercício de seu mister, venham a apresentar alto grau de qualidade profissional, conhecimento técnico, operosidade e produtividade;

RESOLVE:

DA ORDEM DO MÉRITO JUDICIÁRIO DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Art. 1º Fica instituída a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina, destinada a galardoar pessoas nacionais ou estrangeiras, as quais, no campo de suas atividades, hajam-se distinguido de forma notável ou relevante e/ou tenham contribuído, direta ou indiretamente, para o engrandecimento do Poder Judiciário do Estado de Santa Catarina.

Art. 2º A Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina é composta de 4 (quatro) graus:

Grã-Cruz;

Grande Oficial;

Comendador;

Oficial.

DA INSÍGNIA DA ORDEM

Art. 3º A insígnia da Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina será utilizada com acessórios próprios para identificação nos diversos graus, conforme as seguintes especificações:

I- o grau de Grã-Cruz é representado por um retângulo medindo 34 milímetros de largura por 36 milímetros de altura, onde nas partes superior e inferior dos vértices será formado um chanfro côncavo, gerando uma cruz. A medalha terá cunhagem na cor dourada, contendo os dísticos "Estado de Santa Catarina" e "Poder Judiciário" em forma de alça sobre o símbolo da cruz, em alto relevo, retratando, assim, a cruz ansada;

II- o grau de Grande Oficial é representado por um círculo medindo 34 milímetros de diâmetro. A medalha terá cunhagem na cor dourada, contendo os dísticos "Estado de Santa Catarina" e "Poder Judiciário" em forma de alça sobre o símbolo da cruz, em alto relevo, retratando, assim, a cruz ansada;

III- o grau de Comendador é representado por um círculo medindo 34 milímetros de diâmetro. A medalha terá cunhagem na cor dourada, contendo os dísticos "Estado de Santa Catarina" e "Poder Judiciário" em forma de alça sobre o símbolo da cruz sobre cruz, em alto relevo, retratando, assim, o símbolo da redenção;

IV- o grau de Oficial é representado por um círculo medindo 34 milímetros de diâmetro. A medalha terá cunhagem na cor dourada, contendo os dísticos "Estado de Santa Catarina" e "Poder Judiciário" em forma de alça sobre uma balança, em alto relevo, retratando, assim, o símbolo da Justiça.

Art. 4º O agraciado poderá usar, na lapela e no traje diário, a roseta correspondente ao grau de sua condecoração, conforme os modelos aprovados pelo Conselho da Ordem.

Art. 5º A cada condecoração corresponderá o respectivo diploma, devidamente assinado pelo Presidente do Conselho e subscrito pelo Secretário da Ordem.

DOS QUADROS DA ORDEM

Art. 6º A Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina compreende 2 (dois) quadros:

Ordinário;
Especial.

Art. 7º O Quadro Ordinário, integrado por brasileiros natos ou naturalizados, agraciados com quaisquer dos graus da Ordem, terá seu efetivo máximo fixado pelo Conselho da Ordem.

Parágrafo único. Para efeito de cômputo de vagas no Quadro Ordinário não serão considerados como ocupantes os seus membros natos.

Art. 8º O Quadro Especial terá número ilimitado e será constituído:

I- pelas personalidades estrangeiras agraciadas;
II- pelos membros da Ordem que passarem à inatividade;
III- pelos homenageados post mortem.

Parágrafo único. Integrarão, também, o Quadro Especial da Ordem os Desembargadores do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina que já se

encontrem aposentados, a serem agraciados na forma do art. 9º, II, por ocasião da primeira entrega de comendas.

Art. 9º A concessão dos graus da Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina obedecerá aos seguintes critérios:

I- GRÃ-CRUZ: Presidente e ex-Presidentes da República, Chefes de Estados estrangeiros, Vice-Presidente da República, Senadores, Deputados Federais, Ministros de Estado, Chefes das Forças Armadas, Ministros e ex-Ministros dos Tribunais Superiores, Presidentes e ex-Presidentes dos Tribunais, Procurador-Geral da República, Procuradores-Chefe do Ministério Público da União junto às Justiças Especializadas, Advogado-Geral da União, Governadores dos Estados e do Distrito Federal, Presidentes das Assembléias Legislativas e dos Tribunais de Contas dos Estados, Procuradores-Gerais de Justiça dos Estados, Embaixadores estrangeiros e outras personalidades de hierarquia equivalente;

II- GRANDE OFICIAL: Desembargadores, Juizes de Tribunais Regionais, Procuradores de Justiça dos Estados e Procuradores Regionais do Ministério Público da União e outras personalidades de hierarquia equivalente.

III- COMENDADOR: Juizes, membros do Ministério Público, Deputados Estaduais, Secretários dos Estados e do Distrito Federal, Advogados, Conselheiros de Embaixada ou Legação estrangeira, Cônsules-Gerais de carreira estrangeira, Altos Oficiais das Forças Armadas, Comandante da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros, Altas Autoridades Eclesiásticas, Prefeitos Municipais, Vereadores Municipais e outras personalidades de hierarquia equivalente.

IV- OFICIAL: Professores Universitários e de Cursos Secundários, Oficiais das Forças Armadas, da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros, Autoridades Eclesiásticas, Presidentes de Associações Literárias, Científicas, Culturais e de Classe, Funcionários do Serviço Público Federal, Estadual ou Municipal e outras personalidades de hierarquia equivalente.

Parágrafo único. Os Desembargadores do Tribunal de Justiça de Santa Catarina são membros natos da Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina no grau de Grande Oficial.

DA ADMISSÃO, DO ACESSO, DA SUSPENSÃO E DA EXCLUSÃO

Art. 10. A nomeação para a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina e o acesso de seus agraciados serão feitos por ato do Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, na qualidade de Grão-Mestre da Ordem, após a aprovação pelo Conselho da Ordem e pelo Tribunal Pleno.

Art. 11. A indicação para admissão, com prazo até o dia 15 do mês de agosto de cada ano, somente será permitida a Desembargador integrante do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina.

§ 1º Constará da indicação a justificativa por escrito e aferição do enquadramento nos arts. 1º e 9º, estando sujeita à aprovação pelo Conselho da Ordem, em reunião ordinária ou extraordinária.

§ 2º Cada Desembargador poderá fazer até 6 (seis) indicações para admissão nos Quadros da Ordem, sendo uma no grau de Grã-Cruz, uma no de Grande Oficial, duas no de Comendador e duas no de Oficial.

§ 3º A Corregedoria-Geral da Justiça também apresentará sugestão ao Conselho, de Magistrados e Servidores que venham a merecer a comenda,

observados os critérios de qualidade profissional, conhecimento técnico, operosidade e produtividade.

Art. 12. A reunião ordinária do Conselho será realizada na segunda quinzena do mês de agosto de cada ano.

Parágrafo único. As reuniões extraordinárias poderão ser convocadas pelo Presidente da Ordem ou pela maioria absoluta de seus membros, toda vez que houver assunto relevante a tratar.

Art. 13. A entrega de comendas e condecorações da Ordem será anual, na data comemorativa do aniversário do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, em solenidade a ser realizada na sua sede.

Parágrafo único. A julzo do Conselho, a entrega poderá ser procedida, excepcionalmente, em outra data e local.

Art. 14. O acesso na Ordem obedecerá aos seguintes requisitos:

I- existência de vaga (arts. 7º e 8º);

II- interstício mínimo de 2 (dois) anos, para promoção;

III- aceitação pelo Conselho e pelo Tribunal Pleno do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina.

Parágrafo único. O interstício mínimo poderá ser dispensado na ocorrência de fato excepcional que o justifique, assim também entendida a alteração da hierarquia funcional do agraciado.

Art. 15. Será suspenso ou excluído o agraciado que praticar ato incompatível com a dignidade da Ordem, mediante proposta de um dos Conselheiros, com aprovação do Tribunal Pleno do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina.

Art. 16. Será cancelada a inscrição na Ordem do agraciado que:

I- devolver a insígnia que lhe haja sido conferida;

II- não comparecer à solenidade oficial para recebimento da condecoração, sem prévia justificativa quanto a sua ausência;

III- não receber a condecoração, sem motivo justificado, no prazo de um ano, contado da data da solenidade oficial da entrega da mesma.

DA ADMINISTRAÇÃO DA ORDEM

Art. 17. A Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina será administrada por um Conselho, composto por 8 (oito) Desembargadores e com mandato de 2 (dois) anos, coincidente com o da presidência do Tribunal.

§ 1º A presidência do Conselho será exercida pelo Presidente do Tribunal de Justiça.

§ 2º Integram o Conselho, ainda, os 3 (três) Vice-Presidentes do Tribunal de Justiça, o Corregedor-Geral da Justiça e o Vice-Corregedor-Geral da Justiça, assim como dois membros a serem escolhidos pelo Tribunal Pleno.

Art. 18. A Ordem manterá sua sede junto ao Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina.

Art. 19. As deliberações do Conselho serão tomadas pela maioria de seus membros.

§ 1º Nos impedimentos eventuais do Presidente do Conselho, a substituição dar-se-á pelo 1º Vice-Presidente do Tribunal de Justiça e, a seguir, pelo mais antigo.

§ 2º Quando necessário, far-se-á a convocação de novo Desembargador para compor o quorum do Conselho, respeitada a ordem de antigüidade no Tribunal de Justiça.

Art. 20. A Ordem será secretariada pelo Chefe de Gabinete da Presidência do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, cabendo-lhe:

I- preparar e expedir a correspondência do Conselho e receber a que lhe for destinada;

II- organizar os registros e o arquivo da Ordem;

III- promover, por intermédio dos órgãos competentes do Tribunal de Justiça, a aquisição das insígnias, providenciando sua guarda e conservação;

IV- transcrever, em livro próprio, as atas das reuniões do Conselho;

V- providenciar o preparo dos diplomas da Ordem;

VI- elaborar, anualmente, o relatório dos trabalhos do Conselho;

VII- manter arquivo especial para as indicações a que alude o art. 11;

VIII- desincumbir-se de outras atribuições relacionadas com o Conselho da Ordem.

DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 21. Os membros do Conselho e seu Secretário não receberão qualquer remuneração pelos serviços prestados.

Art. 22. Em todas as sessões solenes é obrigatório o uso da comenda pelos Magistrados agraciados e integrantes desta Corte.

Art. 23. Para a primeira entrega, o Conselho deliberará sobre o número de comendas, observando-se a igualdade de indicações para cada Desembargador.

Art. 24. Excepcionalmente, para a primeira outorga, a critério do Conselho, poderão ser alterados os prazos e datas estabelecidos nesta Resolução.

Art. 25. Os casos omissos serão resolvidos pelo Conselho, ouvido, caso necessário, o Tribunal Pleno.

Art. 26. Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Florianópolis, 16 de outubro de 2002.

Des. AMARAL E SILVA
Presidente

ANEXO P – RESOLUÇÃO 08/03 – TJ

RESOLUÇÃO N.º:08/03-TJ

ORIGEM: TJ

DATA DA ASSINATURA: 21.05.2003

PRESIDENTE: Des. Silveira Lenzi, em exercício

PUBLICAÇÃO NO DJSC n.º 11.209 PÁG 01 e 02 DATA: 11.06.2003

OBS: Altera os arts. 2º, 3º, 9º e 10 e o § 2º do art. 11 da resolução nº 13/02-TJ que Institui a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina

RESOLUÇÃO N. 08/03-TJ

Altera resolução que institui a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina.

O Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, por seu Órgão Especial, no uso de suas atribuições,

RESOLVE:

Art. 1º Os arts. 2º, 3º, 9º e 10 e o § 2º do art. 11 da Resolução n. 13/02-TJ, de 16 de outubro de 2002, passam a ter a seguinte redação:

"Art. 2º A Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina é composta de 4 (quatro) graus:

I – Grande Mérito;

II – Mérito Especial;

III – Mérito;

IV – Insígnia."

"Art. 3º A insígnia da Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina será acompanhada de acessórios próprios para identificação nos diversos graus, conforme as seguintes especificações:

I – o grau de Grande Mérito é representado por um retângulo medindo 34 (trinta e quatro) milímetros de largura por 36 (trinta e seis) milímetros de altura, onde nas partes superior e inferior dos vértices será formado um chanfro côncavo, gerando uma cruz. A medalha terá acabamento dourado, contendo os dísticos "Estado de Santa Catarina" e "Poder Judiciário" em forma de alça sobre símbolo da cruz, em alto relevo, retratando, assim, a cruz ansada. No reverso aparecerá em relevo a inscrição "Tribunal de Justiça de Santa Catarina" ;

II – o grau Mérito Especial é representado por um círculo medindo 34 (trinta e quatro) milímetros de diâmetro. A medalha terá acabamento dourado, contendo os dísticos “Estado de Santa Catarina” e “Poder Judiciário” em forma de alça sobre o símbolo da cruz, em alto relevo, retratando, assim, a cruz ansada. No reverso aparecerá em relevo a inscrição “Tribunal de Justiça de Santa Catarina”;

III – o grau de Mérito é representado por um círculo medindo 34 (trinta e quatro) milímetros de diâmetro. A medalha terá acabamento dourado, contendo os dísticos “Estado de Santa Catarina” e “Poder Judiciário” em forma de alça sobre o símbolo da cruz, em alto relevo, retratando, assim o símbolo da redenção. No reverso aparecerá em relevo a inscrição “Tribunal de Justiça de Santa Catarina”;

IV – o grau de Insígnia é representado por um círculo medindo 34 (trinta e quatro) milímetros de diâmetro. A medalha terá acabamento dourado, contendo os dísticos “Estado de Santa Catarina” e “Poder Judiciário” em forma de alça sobre uma balança, em alto relevo, retratando, assim, o símbolo da Justiça. No reverso aparecerá em relevo a inscrição “Tribunal de Justiça de Santa Catarina”.

§ 1º As medalhas serão suspensas por fitas com 35 (trinta e cinco) milímetros de largura, nas cores branco, verde e vermelho, na forma do desenho inserto no Anexo Único desta Resolução.

§ 2º Acompanhará o grau uma roseta de lapela, no formato de balança, nas seguintes cores:

I - Grande Mérito – dourada;

II - Mérito Especial – prateada;

III - Mérito – bronzada;

§ 3º A roseta de lapela relativa ao grau Insígnia tem a forma de um círculo plissé.”

“Art. 9º A concessão dos graus da Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina obedecerá aos seguintes critérios:

I - GRANDE MÉRITO: Presidente e ex-Presidentes da República, Chefes de Estados estrangeiros, Vice-Presidente da República, Senadores, Deputados Federais, Ministros de Estado, Chefes das Forças Armadas, Ministros e ex-Ministros dos Tribunais Superiores, Presidentes e ex-Presidentes dos Tribunais, Procurador-Geral da República, Procuradores-Chefe do Ministério Público da União junto às Justiças Especializadas, Advogado-Geral da União, Governadores dos Estados e do Distrito Federal, Presidentes das Assembléias Legislativas e dos Tribunais de Contas dos Estados, Procuradores-Gerais de Justiça dos Estados, Embaixadores estrangeiros e outras personalidades de hierarquia equivalente;

II – MÉRITO ESPECIAL: Desembargadores, Juizes de Tribunais Regionais, Procuradores de Justiça dos Estados e Procuradores Regionais do Ministério Público da União e outras personalidades de hierarquia equivalente;

III - MÉRITO: Juizes, membros do Ministério Público, Deputados Estaduais, Secretários dos Estados e do Distrito Federal, Advogados, Conselheiros de Embaixada ou Legação estrangeira, Cônsules-Gerais de carreira estrangeira, Altos Oficiais das Forças Armadas, Comandante da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros, Altas Autoridades Eclesiásticas, Prefeitos Municipais, Vereadores Municipais e outras personalidades de hierarquia equivalente.

IV - INSÍGNIA: Professores Universitários e de Cursos Secundários, Oficiais das Forças Armadas, da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros, Autoridades Eclesiásticas, Presidentes de Associações Literárias, Científicas, Culturais e de Classe, Funcionários do Serviço Público Federal, Estadual ou Municipal e outras personalidades de hierarquia equivalente.

Parágrafo único. Os Desembargadores do Tribunal de Justiça de Santa Catarina são membros natos da Ordem Catarinense do Mérito Judiciário no grau de Mérito Especial.”

“Art. 10. A nomeação para a Ordem do Mérito Judiciário do Estado de Santa Catarina e o acesso de seus agraciados serão feitos por ato do Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, após a aprovação pelo Conselho da Ordem e pelo Tribunal Pleno.”

“Art. 11

§ 2º Cada Desembargador poderá fazer até 6 (seis) indicações para admissão nos Quadros da Ordem, sendo uma no grau de Grande Mérito, uma no grau de Mérito Especial, duas no grau de Mérito e duas no grau de Insígnia.”

Art. 2º Esta Resolução entrará em vigor na data da sua publicação.

Art. 3º Ficam revogadas as disposições em contrário.
Florianópolis, 21 de maio de 2003.

Des. Silveira Lenzi
Presidente, em exercício

ANEXO Q –REQUISIÇÃO DE COMPRA



ESTADO DE SANTA CATARINA
PODER JUDICIÁRIO

REQUISIÇÃO DE COMPRA Nº

QUALIFICAÇÃO DO REQUERENTE				
UNIDADE REQUISITANTE :				
DISCRIMINAÇÃO DOS MATERIAIS E/OU SERVIÇOS				
ELEMENTO DE DESPESA:				
IT	QTDE	DISCRIMINAÇÃO (MODELO E MARCA)	UNITÁRIO	TOTAL
			R\$	R\$
VALOR TOTAL DA PRESENTE REQUISIÇÃO: R\$				
PRAZO DE ENTREGA:		DIAS	PRAZO DA GARANTIA: DIAS	
TIPO DE NOTA FISCAL A SER EMITIDA (Venda ou mão-de-obra):				
OBS: Para aquisições iguais ou superiores a R\$ 4.000,00, solicita-se a apresentação de Certidão Negativa de Débito com a Fazenda Estadual (Decretos nº 3.650/93 e 3.884/93).				
QUALIFICAÇÃO DO FORNECEDOR PRINCIPAL				
NOME/RAZÃO SOCIAL:				
ENDEREÇO:			CEP:	
MUNICÍPIO:		BAIRRO:		
CNPJ/CPF:		FONE:		
BANCO:	AGÊNCIA:		CONTA CORRENTE:	
PIS/PASEP/INSC. INSS:				
OBS: Caso ocorra o incorreto preenchimento das informações bancárias do fornecedor, os pagamentos serão efetuados através de ordem de pgto "CONAG".				
JUSTIFICATIVA DA COMPRA				
ESPECIFICAÇÃO DETALHADA DE PEÇAS E MÃO DE OBRA P/CONCERTO				
ORÇAMENTOS ADICIONAIS (OBRIGATÓRIO PARA REQUISIÇÕES ACIMA DE R\$ 500,00)				
EMPRESA 1:				
CNPJ:		VALOR:		
EMPRESA 2:				
CNPJ:		VALOR:		

Declaro que os orçamentos acima serão arquivados nesta Unidade Requisitante pelo período de 12 (doze) meses, a partir desta data, à disposição da fiscalização do Controle Interno.

Florianópolis, 2 de dezembro de 2005.

Assinatura com carimbo

ANEXO R – NOTA DE EMPENHO



ESTADO DE SANTA CATARINA

DOC. N. 8023/000 EM 24/11/2005

CLASSIFICAÇÃO DE BENS E SERVIÇOS

0500 - TRIBUNAL DE JUSTICA DO ESTADO
0301 - TRIBUNAL DE JUSTICA DO ESTADO
4344 - MANUTENCAO E SERVICOS ADMINISTRATIVOS GERAIS - TJS

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO

EMPENHO ORDINARIO

339036.99100 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA FISICA

221.213,79 200,00 221.013,79

CELULAR

TERCIA MARIA FERREIRA DA CRUZ -063267 462.057.729/49

RUA. PE. OSMAR MULLER 178 ITAGUACU

FLORIANOPOLIS SC 88085 027 00001/9 000091797/7

ESPECIFICAÇÃO

SERVICO DE MESTRE DE CERIMONIA EM VIRTUDE DA CELEBRACAO: 0,00
ECUMENICA EM HOMENAGEM AO DIA DE SANTA CATARINA DE ALE- 0,00
XANDRIA, A REALIZA-SE NO DIA 25 DE NOVEMBRO DE 2005 NA 0,00
CAPELA ECUMENICA DO TJ - U. R. /L. E.: GAB. DA PRESIDEN: 0,00
CIA / ASSES. DE RELAC. PUBLICAS, PROTOC. E CERIMONIAL - 0,00
P. E.: IMEDIATO 200,00

TRIBUNAL DE JUSTIÇA - SC
CNPJ 83.845.701/0001-59 - I. E. 250.897.601
Praça Tancredo Neves, 208 - Centro
88.020-901 - Florianópolis - SC
PARA CADA EMPENHO N. F.
ANEXAR CÓPIA DO EMPENHO

IMPORTÂNCIA

DUZENTOS REAIS *****
*

TITULAR DA UNIDADE

BICARDO LENTZ

SERGIO GALLIZA

PAGUE-SE ATRAVÉS DE

ORDEM BANCÁRIA Nº

CHEQUE Nº

ANEXO S – DECRETO Nº 70.274, DE 9 DE MARÇO DE 1972.

DECRETO Nº 70.274, DE 9 DE MARÇO DE 1972.

Aprova as normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o artigo 81, item III, da Constituição,

decreta:

Art. 1º São aprovadas as normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência, anexas ao presente Decreto, que se deverão observar nas solenidades oficiais realizadas na Capital da República, nos Estados, nos Territórios Federais e nas Missões diplomáticas do Brasil.

Art. 2º Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 9 de março de 1972; 151º da Independência e 84º da República.

emílio g. Médici

Alfredo Buzaid

Adalberto de Barros Nunes

Orlando Geisel

Mário Gibson Barboza

Antônio Delfim Netto

Mario David Andreazza

L. F. Cirne Lima

Jarbas G. Passarinho

Julio Barata

J. Araripe Macêdo

F. Rocha Macêdo

F. Rocha Lagôa

Marcus Vinicius Pratini de Moraes

Benjamim Mário Baptista

João Paulo dos Reis Velloso

José Costa Cavalcanti

Hygino C. Corsetti

DAS NORMAS DO CERIMONIAL PÚBLICO

CAPÍTULO I

Da Precedência

Art. 1º O Presidente da República presidirá sempre a cerimônia a que comparecer.

Parágrafo único. Os antigos Chefes de Estado passarão logo após o Presidente do Supremo Tribunal Federal, desde que não exerçam qualquer função pública. Neste caso, a sua precedência será determinada pela função que estiverem exercendo.

Art. 2º Não comparecendo o Presidente da República, o Vice-Presidente da República presidirá a cerimônia a que estiver presente.

Parágrafo único. Os antigos Vice-Presidente da República, passarão logo após os antigos Chefes de Estado, com a ressalva prevista no parágrafo único do artigo 1º.

Art. 3º Os Ministros de Estado presidirão as solenidades promovidas pelos respectivos Ministérios.

Art. 4º A precedência entre os Ministros de Estado, ainda que interinos, é determinada pelo critério histórico de criação do respectivo Ministério, na seguinte ordem: Justiça; Marinha; Exército; Relações Exteriores; Fazenda; Transportes; Agricultura; Educação e Cultura; Trabalho e Previdência Social; Aeronáutica; Saúde, Indústria e Comércio; Minas e Energia; Planejamento e Coordenação Geral; Interior; e Comunicações.

§ 1º Quando estiverem presentes personalidades estrangeiras, o Ministro de Estado das Relações Exteriores terá precedência sobre seus colegas, observando-se critério análogo com relação ao Secretário-Geral de Política Exterior do Ministério das Relações Exteriores, que terá precedência sobre os Chefes dos Estados-Maior da Armada e do Exército. O disposto no presente parágrafo não se aplica ao Ministro de Estado em cuja jurisdição ocorrer a cerimônia.

§ 2º Tem honras, prerrogativas e direitos de Ministro de Estado o Chefe de Gabinete Militar da Presidência da República, o Chefe do Gabinete Civil da Presidência, o Chefe do Serviço Nacional de Informações e o Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas e, nessa ordem, passarão após os Ministros de Estado.

§ 3º O Consultor-Geral da República tem para efeitos protocolares e de correspondência, o tratamento devido aos Ministros de Estado.

§ 4º Os antigos Ministros de Estado, Chefes do Gabinete Militar da Presidência da República, Chefes do Gabinete Civil da Presidência da República, Chefes do Serviço Nacional de Informações e Chefes do Estado Maior das Forças Armadas, que hajam exercido as funções em caráter efetivo, passarão logo após os titulares em exercício, desde que não exerçam qualquer função pública, sendo, neste caso, a sua precedência determinada pela função que estiverem exercendo.

§ 5º A precedência entre os diferentes postos e cargos da mesmas categoria corresponde à ordem de precedência histórica dos Ministérios.

Art. 5º Nas missões diplomáticas, os Oficiais-Generais passarão logo depois do Ministro-Conselheiro que for o substituto do Chefe da Missão e os Capitães-de-Mar-e-Guerra, Coronéis e Coronéis-Aviadores, depois do Conselheiro ou do Primeiro Secretário que for o substituto do Chefe da Missão.

Parágrafo único. A precedência entre Adidos Militares será regulada pelo Cerimonial militar.

Da Precedência nos Estados Distrito Federal e Territórios

Art. 6º Nos Estados, no Distrito Federal e nos Territórios, o Governador presidirá às solenidades a que comparecer, salvo as dos Poderes Legislativo e Judiciário e as de caráter exclusivamente militar, nas quais será observado o respectivo cerimonial.

Parágrafo único. Quando para as cerimônias militares for convidado o Governador, ser-lhe-á dado o lugar de honra.

Art. 7º No respectivo Estado, o Governador, o Vice-Governador, o Presidente da Assembléia legislativa e o Presidente do Tribunal de Justiça terão, nessa ordem, precedência sobre as autoridades federais.

Parágrafo único. Tal determinação não se aplica aos Presidentes do Congresso Nacional da Câmara dos Deputados e do Supremo Tribunal Federal, aos Ministros de Estado, ao Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República, ao Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, ao Chefe do Serviço Nacional de Informações, ao Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas e ao Consultor-Geral da República, que passarão logo após o Governador.

Art. 8º A precedência entre os Governadores dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios é determinada pela ordem de constituição histórica dessas entidades, a saber: Bahia, Rio de Janeiro, Maranhão, Pará, Pernambuco, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Ceará, Paraíba, Espírito Santo, Piauí, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, Alagoas, Sergipe, Amazonas, Paraná, Guanabara, Acre, Distrito Federal, e Territórios: Amapá, Fernando de Noronha, Rondônia e Roraima.

Art. 9º A precedência entre membros do Congresso Nacional e entre membros das Assembléias Legislativas é determinada pela ordem de criação da unidade federativa a que pertençam e, dentro da mesma unidade, sucessivamente, pela data da diplomação ou pela idade.

Art. 10. Nos Municípios, o Prefeito presidirá as solenidades municipais.

Art. 11. Em igualdade de categoria, a precedência, em cerimônias de caráter federal, será a seguinte:

1º Os estrangeiros;

2º As autoridades e os funcionários da União.

3º As autoridades e os funcionários estaduais e municipais.

Art. 12 Quando o funcionário da carreira de diplomata ou o militar da ativa exercer função administrativa civil ou militar, observar-se-á a precedência que o beneficiar.

Art. 13. Os inativos passarão logo após os funcionários em serviço ativo de igual categoria, observado o disposto no parágrafo 4º do artigo 4º.

Da precedência de Personalidades Nacionais e Estrangeiras

Art. 14. Os Cardeais da Igreja Católica, como possíveis sucessores do Papa, tem situação correspondente à dos Príncipes herdeiros.

Art. 15. Para colocação de personalidades nacionais e estrangeiras, sem função oficial, o Chefe do Cerimonial levará em consideração a sua posição social, idade, cargos ou funções que ocupem ou tenham desempenhado ou a sua posição na hierarquia eclesiástica.

Parágrafo único. O chefe do Cerimonial poderá intercalar entre as altas autoridades da República o Corpo Diplomático e personalidades estrangeiras.

Casos Omissos

Art. 16. Nos casos omissos, o Chefe do Cerimonial, quando solicitado, prestará esclarecimentos de natureza protocolar bem como determinará a colocação de autoridades e personalidades que não constem da Ordem Geral de Precedência.

Da Representação

Art. 17. Em jantares e almoços, nenhum convidado poderá fazer-se representar.

Art. 18. Quando o Presidente da República se fizer representar em solenidade ou cerimônias, o lugar que compete a seu representante é à direita da autoridade que as presidir.

§ 1º Do mesmo modo, os representantes dos Poderes Legislativo e Judiciário, quando membros dos referidos Poderes, terão a colocação que compete aos respectivos Presidentes..

§ 2º Nenhum convidado poderá fazer-se representar nas cerimônias a que comparecer o Presidente da República.

Dos Desfiles

Art. 19. Por ocasião dos desfiles civis o militares, o Presidente da República terá a seu lado os Ministros de Estado a que estiverem subordinados as corporações que desfilam.

Do Hino Nacional

Art. 20. A execução do Hino Nacional só terá início depois que o Presidente da República houver ocupado o lugar que lhe estiver reservado, salvo nas cerimônias sujeitas a regulamentos especiais.

Parágrafo único. Nas cerimônias em que se tenha de executar Hino Nacional estrangeiro, este precederá, em virtude do princípio de cortesia, o Hino Nacional Brasileiro.

Do Pavilhão Presidencial

Art. 21. Na sede do Governo, deverão estar hasteados a Bandeira Nacional e o Pavilhão Presidencial, quando o Chefe de Estado estiver presente.

Parágrafo único. O Pavilhão Presidencial será igualmente astreado:

I - Nos Ministérios e demais repartições federais, estaduais e municipais, sempre que o Chefe de Estado a eles comparecer; e

II - Nos locais onde estiver residindo o Chefe de Estado.

Da Bandeira Nacional

Art. 22. A Bandeira Nacional pode ser usada em todas as manifestações do sentimento patriótico dos brasileiros, de caráter oficial ou particular.

Art. 23. A Bandeira Nacional pode ser apresentada:

I - Hasteada em mastro ou adriças, nos edifícios públicos ou particulares, templos, campos de esporte, escritórios, salas de aula, auditórios, embarcações, ruas e praças, em qualquer lugar em que lhe seja assegurado o devido respeito.

II - Distendida e sem mastro, conduzida por aeronaves ou balões, aplicada sobre parede ou presa a um cabo horizontal ligando edifícios, árvores, postes ou mastros;

III - Reproduzida sobre paredes, tetos, vidraças, veículos e aeronaves;

IV - Composto com outras bandeiras, panóplias, escudos ou peças semelhantes;

V - Conduzida em formaturas, desfiles, ou mesmo individualmente;

VI - Distendida sobre ataúdes até a ocasião do sepultamento.

Art. 24. A Bandeira Nacional estará permanentemente no topo de um mastro especial plantado na Praça dos Três Poderes de Brasília, no Distrito Federal, como símbolo perene da Pátria e sob a guarda do povo brasileiro.

§ 1º. A substituição dessa Bandeira será feita com solenidades especiais no 1º Domingo de cada mês, devendo o novo exemplar atingir o topo do mastro antes que o exemplar substituído comece a ser arriado.

§ 2º. Na base do mastro especial estarão inscritos exclusivamente os seguintes dizeres:

Sob a guarda do povo brasileiro, nesta Praça dos Três Poderes, a Bandeira Sempre no alto.

- visão permanente da Pátria.

Art. 25. Hasteia-se diariamente a Bandeira Nacional:

I - No Palácio da Presidência da República;

II - Nos edifícios sede dos Ministérios;

III - Nas Casas do Congresso Nacional;

IV - No Supremo Tribunal Federal, nos Tribunais Superiores e nos Tribunais Federais de Recursos;

V - Nos edifícios sede dos poderes executivo, legislativo e judiciário dos Estados, Territórios e Distrito Federal;

VI - Nas prefeituras e Câmaras Municipais;

VII - Nas repartições federais, estaduais e municipais situadas na faixa de fronteira;

VIII - Nas missões Diplomáticas, Delegação junto a Organismos Internacionais e Repartições Consulares de carreira, respeitados os usos locais dos países em que tiverem sede;

IX - Nas unidades da Marinha Mercante, de acordo com as leis e Regulamentos de navegação, polícia naval e praxes internacionais.

Art. 26. Hasteia-se obrigatoriamente, a Bandeira Nacional, nos dias de festa ou de luto nacional em todas as repartições públicas, nos estabelecimentos de ensino e sindicatos.

Parágrafo único. Nas escolas públicas ou particulares, é obrigatório o hasteamento solene da Bandeira Nacional, durante o ano letivo, pelo menos uma vez por semana.

Art. 27 A Bandeira Nacional pode ser hasteada e arriada a qualquer hora do dia ou da noite.

§ 1º. Normalmente faz-se o hasteamento às 8 horas e o arriamento às 18 horas.

§ 2º. No dia 19 de novembro, Dia da Bandeira o hasteamento, é realizado às 12 horas, com solenidades especiais.

§ 3º. Durante a noite a Bandeira deve estar devidamente iluminada.

Art. 28. Quando várias bandeiras são hasteadas ou arriadas simultaneamente, a Bandeira Nacional é a primeira a atingir o tope e a última a dele descer.

Art. 29. Quando em funeral, a Bandeira fica a meio-mastro ou a meia adriça. Nesse caso no hasteamento ou arriamento, deve ser levada inicialmente até o tope.

Parágrafo único Quando conduzida em marcha, indica-se o luto por um laço de crepe atado junto à lança.

Art. 30. Hasteia-se a Bandeira Nacional em funeral nas seguintes situações:

I - Em todo o País quando o Presidente da República decretar luto oficial;

II - Nos edifícios-sede dos poderes legislativos federais, estaduais ou municipais, quando determinado pelos respectivos presidentes, por motivos de falecimento de um de seus membros;

III - No Supremo Tribunal Federal, nos Tribunais Superiores, nos Tribunais Federais de Recursos e nos Tribunais de Justiça estaduais, quando determinado pelos respectivos presidentes, pelo falecimento de um de seus ministros ou desembargadores;

IV - Nos edifícios-sede dos Governos dos Estados, Territórios, Distrito Federal e Municípios por motivo do falecimento do Governador ou Prefeito, quando determinado luto oficial para autoridade que o substituir;

V - Nas sedes de Missões Diplomáticas, segundo as normas e usos do país em que estão situadas.

Art. 31. A Bandeira Nacional em todas as apresentações no território nacional, ocupa lugar de honra, compreendido como uma posição:

I - Central ou a mais próxima do centro e à direita deste, quando com outras bandeiras pavilhões ou estandartes, em linha de mastros, panóplias, escudos ou peças semelhantes;

II - Destacada à frente de outras bandeiras, quando conduzida em formaturas ou desfiles;

III - À direita de tribunais, púlpitos, mesas de reunião ou de trabalho.

Parágrafo único. Considera-se direita de um dispositivo de bandeira as direita de uma pessoa colocada junto a ele e voltada para a rua, para a platéia ou de modo geral, para o público que observa o dispositivo.

Art. 32. A Bandeira Nacional, quando não estiver em uso, deve ser guardada em local digno.

Art. 33. Nas repartições públicas e organizações militares, quando a Bandeira é hasteada em mastro colocada no solo, sua largura não deve ser maior que 1/5 (um quinto) nem menor que 1/7 (um sétimo) da altura do respectivo mastro.

Art. 34 Quando distendida e sem mastro, coloca-se a Bandeira de modo que o lado maior fique na horizontal e estrela isolada em cima não podendo se ocultada, mesmo parcialmente por pessoas sentadas em suas imediações.

Art. 35. A Bandeira Nacional nunca se abate em continência.

Das Honras Militares

Art. 36. Além das autoridades especificadas no cerimonial militar, serão prestadas honras militares aos Embaixadores e Ministros Plenipotenciários que vierem a falecer no exercício de suas funções no exterior.

Parágrafo único. O Governo pode determinar que honras militares sejam excepcionalmente prestadas a outras autoridades.

CAPÍTULO II

Da Posse do Presidente da República

Art. 37. O Presidente da República eleito, tendo a sua esquerda o Vice-Presidente e, na frente, o chefe do Gabinete Militar e o Chefe do Gabinete Civil dirigir-se-á em carro do Estado, ao Palácio do Congresso Nacional, a fim de prestar o compromisso constitucional.

Art. 38. Compete ao Congresso Nacional organizar e executar a cerimônia do compromisso constitucional. O Chefe do Cerimonial receberá do Presidente do Congresso esclarecimentos sobre a cerimônia bem como sobre a participação na mesma das Missões Especiais e do Corpo Diplomático.

Art. 39. Prestado o compromisso, o Presidente da República, com os seus acompanhantes, deixará o Palácio do Congresso dirigindo-se para o Palácio do Planalto.

Art. 40. O Presidente da República será recebido, à porta principal do Palácio do Planalto, pelo Presidente cujo, mandato findou. Estarão presentes os integrantes do antigo Ministério, bem como os Chefes do Gabinete Militar, Civil, Serviço Nacional de Informações e Estado-Maior das Forças Armadas. Estarão, igualmente, presentes os componentes do futuro Ministério, bem como os novos Chefes do Serviço Nacional de informações e do Estado-Maior das Forças Armadas.

Art. 41. Após os cumprimentos, ambos os Presidentes acompanhados pelos Vices-Presidentes acompanhados pelos Vices-Presidentes Chefes do Gabinete Militar e Chefes do Gabinete Civil, se encaminharão para o Gabinete Presidencial e dali para o local onde o Presidente da República receberá de seu antecessor a Faixa Presidencial. Em seguida o Presidente da República conduzirá o ex-presidente até a porta principal do Palácio do Planalto.

Art. 42. Feitas as despedidas, o ex-Presidente será acompanhado até sua residência ou ponto de embarque pelo Chefe do Gabinete Militar e por um Ajudante-de-Ordens ou Oficial de Gabinete do Presidente da República empossado.

Art. 43. Caberá ao Chefe do Cerimonial planejar e executar as cerimônias da posse presidencial.

Da nomeação dos Ministros de Estado, Membros dos Gabinetes Civil e Militar da Presidência da República e Chefes do Serviço Nacional de Informações e do Estado-Maior das Forças Armadas.

Art. 44. Os decretos de nomeação dos novos Ministros de Estado, do Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República, do Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, do Chefe do Serviço Nacional de Informações e do Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas serão assinados no Salão de Despachos.

§ 1º O primeiro decreto a ser assinado será o de nomeação do Ministro de Estado da Justiça, a quem caberá referendar os decretos de nomeação dos demais Ministros de Estado, do Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República, do Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, do Chefe do Serviço Nacional de Informações e do Chefe do Estado Maior das Forças Armadas.

§ 2º Compete ao Chefe do Cerimonial da Presidência da República organizar a cerimônia acima referida.

Dos Cumprimentos

Art. 45. No mesmo dia, o Presidente da República receberá, em audiência solene, as Missões Especiais estrangeiras que houverem sido designadas para sua posse.

Art. 46. Logo após, o Presidente receberá os cumprimentos das altas autoridades da República, que para esse fim se hajam previamente inscrito.

Da Recepção

Art. 47. À noite, o Presidente da República recepcionará, no Palácio do Itamarati, as Missões Especiais estrangeiras e altas autoridades da República.

Da Comunicação da Posse do Presidente da República

Art. 48. O Presidente da República enviará Cartas de Chancelaria aos Chefes de Estado dos países com os quais o Brasil mantém relações diplomáticas, comunicando-lhes sua posse.

§ 1º As referidas Cartas serão preparadas pelo Ministério das Relações Exteriores.

§ 2º O Ministério da Justiça comunicará a posse do Presidente da República aos Governadores dos Estados da União, do Distrito Federal e dos Territórios e o das Relações Exteriores às Missões diplomáticas e Repartições consulares de carreira brasileiras no exterior, bem como às Missões brasileiras junto a Organismos Internacionais.

Do Traje

Art. 49. O traje das cerimônias de posse será estabelecido pelo Chefe do Cerimonial, após consulta ao Presidente da República.

Da Transmissão Temporária do Poder

Art. 50. A transmissão temporária do Poder, por motivo de impedimento do Presidente da República, se realizará no Palácio do Planalto, sem solenidade, perante seus substitutos eventuais, os Ministros de Estado, o Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República, o Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, o Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas e os demais membros dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República.

CAPÍTULO III

Das visitas do Presidente da República e seu comparecimento a solenidades oficiais.

Art. 51. O Presidente da República não retribui pessoalmente visitas, exceto as de Chefes de Estado.

Art. 52. Quando o Presidente da República comparecer, em caráter oficial, a festas e solenidades ou fizer qualquer visita, o programa será submetido à sua aprovação, por intermédio do Chefe do Cerimonial da Presidência da República.

Das Cerimônias da Presidência da República

Art. 53. Os convites para as cerimônias da Presidência da República serão feitos por intermédio do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores ou do Cerimonial da Presidência da República, conforme o local onde as mesmas se realizarem.

Parágrafo único. Os cartões de convite do Presidente da República terão as Armas Nacionais gravadas a ouro, prerrogativas essa que se estende exclusivamente aos Embaixadores Extraordinários e Plenipotenciários do Brasil, no exterior.

Da Faixa Presidencial

Art. 54. Nas cerimônias oficiais para as quais se exijam casaca ou primeiro uniforme, o Presidente da República usará, sobre o colete da casaca ou sobre o uniforme, a Faixa Presidencial.

Parágrafo único. Na presença de Chefe de Estado, o Presidente da República poderá substituir a Faixa Presidencial por condecoração do referido Estado.

Das Audiências

Art. 55. As audiências dos Chefes de Missão diplomática com o Presidente da República serão solicitadas por intermédio do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores.

Parágrafo único. O Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores encaminhará também, em caráter excepcional, pedidos de audiências formulados por altas personalidades estrangeiras.

Livro de Visitas

Art. 56. Haverá, permanentemente, no Palácio do Planalto, livro destinado a receber as assinaturas das pessoas que forem levar cumprimentos ao Presidente da República e a Sua Senhora.

Das Datas Nacionais

Art. 57. No dia 7 de Setembro, o Chefe do Cerimonial da Presidência, acompanhado de um dos Ajudantes de Ordens do Presidente da República, receberá os Chefes de Missão diplomática que desejarem deixar registrados no livro para esse fim existentes, seus cumprimentos ao Chefe do Governo.

Parágrafo único. O Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores notificará com antecedência, os Chefes de Missão diplomática do horário que houver sido fixado para esse ato.

Art. 58. Os cumprimentos do Presidente da República e do Ministro das Relações Exteriores pelo dia da Festa Nacional dos países com os quais o Brasil mantém relações diplomáticas serão enviados por intermédio do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores.

CAPÍTULO IV

Das Visitas Oficiais

Art. 59. Quando o Presidente da República visitar oficialmente Estado ou Território da Federação, competirá à Presidência da República, em entendimento com as autoridades locais, coordenar o planejamento e a execução da visita, observando-se o seguinte cerimonial:

§ 1º O Presidente da República será recebido, no local da chegada, pelo Governador do Estado ou do Território e por um Oficial-General de cada Ministério Militar, de acordo com o cerimonial Militar.

§ 2º Após as honras militares, o Governador apresentará ao Presidente da República as autoridades presentes.

§ 3º Havendo conveniência, as autoridades civis e eclesiásticas e as autoridades militares poderão formar separadamente.

§ 4º Deverão comparecer à chegada do Presidente da República, o Vice-Governador do Estado. O Presidente da Assembleia Legislativa, Presidente do Tribunal de Justiça, Secretários de Governo e o Prefeito Municipal observada a ordem de precedência estabelecida neste Decreto.

§ 5º Ao Gabinete Militar da Presidência da República, ouvido o Cerimonial da Presidência da República, competirá organizar o cortejo de automóveis da comitiva presidencial bem como o das autoridades militares a que se refere o parágrafo 1º deste artigo.

§ 6º As autoridades estaduais encarregar-se-ão de organizar o cortejo de automóveis das demais autoridades presentes ao desembarque presidencial.

§ 7º O Presidente da República tomará o carro do Estado, tendo à sua esquerda o Chefe do Poder Executivo Estadual e, na frente, seu Ajudante-Ordens.

§ 8º Haverá, no Palácio do Governo, um livro onde se inscreverão as pessoas que forem visitar o Chefe de Estado.

Art. 60. Por ocasião da partida do Presidente da República, observar-se-á procedimento análogo ao da chegada.

Art. 61. Quando indicado por circunstâncias especiais da visita, a Presidência da República poderá dispensar ou reduzir as honras militares e a presença das autoridades previstas nos §§ 1º, 2º e 4º do artigo 59.

Art. 62. Caberá ao Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores elaborar o projeto do programa das visitas oficiais do Presidente da República e do Ministro de Estado das Relações Exteriores ao estrangeiro.

Art. 63. Quando em visita oficial a um Estado ou a um Território, o Vice-Presidente da República, o Presidente do Congresso Nacional, o Presidente da Câmara dos Deputados e o Presidente do

Supremo Tribunal Federal serão recebidos, à chegada, pelo Governador, conforme o caso, pelo Vice-Governador, pelo Presidente do Poder Judiciário Estaduais.

Art. 64. A comunicação de visitas oficiais de Chefes de Missão diplomáticas acreditados junto ao Governo brasileiro aos Estados da União e Territórios deverá ser feita aos respectivos Cerimoniais pelo Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores, que também fornecerá os elementos do programa a ser elaborado.

Art. 65. O Governador do Estado ou Território far-se-á representar à chegada do Chefe de Missão diplomática estrangeira em visita oficial.

Art. 66. O Chefe de Missão diplomática estrangeira, quando em viagem oficial, visitará o Governador, o Vice-Governador, os Presidentes da Assembléia Legislativa e do Tribunal de Justiça e demais autoridades que desejar.

CAPÍTULO V

Das Visitas de Chefes de Estado Estrangeiros

Art. 67. As visitas de Chefes de Estado estrangeiros ao Brasil começarão, oficialmente, sempre que possível, na Capital Federal.

Art. 68. Na Capital Federal, a visita oficial de Chefe de Estado estrangeiro ao Brasil iniciar-se-á com o recebimento do visitante pelo Presidente da República. Comparecerão ao desembarque as seguintes autoridades: Vice-Presidente da República, Decano do Corpo Diplomático, Chefe da Missão do país do visitante, Ministros de Estado, Chefe do Gabinete Militar da Presidência Da República, Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, Chefe do Serviço Nacional de Informações, Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas, Governador do Distrito Federal, Secretário Geral de Política Exterior do Ministério das Relações Exteriores, Chefes dos Estados Maiores da Armada, do Exército, e da Aeronáutica, Comandante Naval de Brasília, Comandante Militar do Planalto, Secretário-Geral Adjunto para Assuntos que incluem os dos país do visitante, Comandante da VI Zona Aérea, Diretor-Geral do Departamento de Polícia Federal, Chefe da Divisão política que trata de assuntos do país do visitante, além de todos os acompanhantes brasileiros do visitante. O chefe do Cerimonial da Presidência da República, os membros da comitiva e os funcionários diplomáticos da Missão do país do visitante.

Parágrafo único. Vindo o Chefe de Estado acompanhado de sua Senhora, o Presidente da República e as autoridades acima indicadas far-se-ão acompanhar das respectivas Senhoras.

Art. 69. Nas visitas aos Estados e Territórios, será o Chefe de Estado estrangeiro recebido, no local de desembarque, pelo Governador, pelo Vice-Governador, pelos Presidentes da Assembléia Legislativa e do Tribunal de Justiça, pelo Prefeito Municipal e pelas autoridades militares previstas no § 1º do artigo 59, além do Decano do Corpo Consular, do Cônsul do país do visitante e das altas autoridades civis e militares especialmente convidadas.

CAPÍTULO VI

Da chegada dos Chefes de Missão Diplomática e entrega de credenciais

Art. 70. Ao chegar ao Aeroporto da Capital Federal, o novo Chefe de Missão será recebido pelo Introdutor Diplomático do Ministro de Estado das Relações Exteriores.

§ 1º O Encarregado de Negócios pedirá ao Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores dia e hora para a primeira visita ao novo Chefe de Missão ao Ministro de Estado das Relações Exteriores.

§ 2º Ao visitar o Ministro de Estado das Relações Exteriores, o novo Chefe de Missão solicitará a audiência de estilo com o Presidente da República para a entrega de suas credenciais e, se for o caso, da Revogatória de seu antecessor. Nessa visita, o novo Chefe de Missão deixará em mãos do Ministro de Estado a cópia figurada das Credenciais.

§ 3º Após a primeira audiência com o Ministro de Estado das Relações Exteriores, o novo Chefe de Missão visitará, em data marcada pelo Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores, o Secretário-Geral Adjunto da área do país que representa e outros Chefes de Departamento.

§ 4º Por intermédio do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores, o novo Chefe de Missão solicitará data para visitar o Vice-Presidente da República, o Presidente do Congresso Nacional, o Presidente da Câmara dos Deputados, o Presidente do Supremo Tribunal Federal, os Ministros de Estado e o Governador do Distrito Federal. Poderão igualmente ser marcadas audiências com outras altas autoridades federais.

Art. 71. No dia e hora marcados para a audiência solene com o Presidente da República, o Introdutor Diplomático conduzirá, em carro do Estado, o novo chefe de Missão de sua residência, até o Palácio do Planalto. Serão igualmente postos à disposição os membros da Missão Diplomática carros de Estado.

§ 1º Dirigindo-se ao Palácio Presidencial, os carros dos membros da Missão diplomática precederão o do chefe de Missão.

§ 2º O Chefe de Missão subirá a rampa tendo, a direita o introdutor Diplomático e, a esquerda, o membro mais antigo de sua Missão; os demais membros da Missão serão dispostos em grupos de três, atrás dos primeiros

§ 3º A porta do Palácio Presidencial, o chefe do Cerimonial da Presidência e por Ajudante-de-Ordens do Presidente da República, os quais o conduzirão ao Salão Nobre.

§ 4º Em seguida, o Chefe do Cerimonial da Presidência da República entrará, sozinho, no Salão de Credenciais, onde se encontra o Presidente da República, ladeado, à direita, pelo Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República, e, à esquerda pelos Ministros de Estado das Relações Exteriores e pelo Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, e pedirá permissão para introduzir o novo chefe de Missão.

§ 5º Quando o Chefe de Missão for Embaixador, os membros dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República estarão presentes e serão colocados, respectivamente, por ordem de precedência, à direita e à esquerda do Salão de Credenciais.

§ 6º Quando o Chefe de Missão for Enviado Extraordinário e Ministro Plenipotenciário, estarão presentes somente as autoridades mencionadas no § 4º.

§ 7º Ladeado, à direita, pelo Chefe do Cerimonial da Presidência e, à esquerda, pelo Ajudante-de-Ordens do Presidente da República, o Chefe de Missão penetrará no recinto, seguido do Introdutor Diplomático e dos membros da Missão. À entrada do Salão de Credenciais, deter-se-á para saudar o Presidente da República com leve inclinação de cabeça.

§ 8º Aproximando-se do ponto em que se encontrar o Presidente da República, o Chefe de Missão, ao deter-se, fará nova saudação, após o que o Chefe do Cerimonial da Presidência da República se adiantará e fará a necessária apresentação. Em seguida, o Chefe de Missão apresentará as Cartas Credenciais ao Presidente da República, que as passará às mãos do Ministro de Estado das Relações Exteriores. Não haverá discursos.

§ 9º O Presidente da República convidará o Chefe de Missão a sentar-se e com ele conversar.

§ 10. Terminada a palestra por iniciativa do Presidente da República, o Chefe de Missão cumprimentará o Ministro de Estado das Relações Exteriores e será apresentado pelo Presidente da República ao Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República e a Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República.

§ 11. Em seguida, o Chefe de Missão apresentará o pessoal de sua comitiva; cada um dos membros da Missão se adiantará, será apresentado e voltará à posição anterior.

§ 12 Findas as apresentações, o Chefe de Missão se despedirá do Presidente da República e se retirará precedido pelos membros da Missão e pelo Introdutor Diplomático e acompanhado do Chefe do Cerimonial da Presidência e do Ajudante-de-Ordens do Presidente da República. Parando no fim do Salão, todos se voltarão para cumprimentar o Presidente da República com novo aceno de cabeça.

§ 13. Quando chegar ao topo da rampa, ouvir-se-ão os dois Hinos Nacionais.

§ 14. O chefe de Missão, o Chefe do Cerimonial da Presidência e o Ajudante-de-Ordens do Presidente da República descerão a rampa dirigindo-se à testa da Guarda de Honra, onde se encontra o Comandante que convidará o Chefe de Missão a passá-la em revista. O Chefe do Cerimonial da Presidência e o Ajudante-de-Ordens do Presidente da República passarão por trás da Guarda de Honra, enquanto os membros da Missão e o Introdutor Diplomático se encaminharão para o segundo automóvel.

§ 15. O Chefe da Missão, ao passar em revista a Guarda de Honra, cumprimentará de cabeça a Bandeira Nacional, conduzida pela tropa, e despedir-se-á do Comandante, na cauda da Guarda de Honra, sem apertar-lhe o mão.

§ 16. Terminada a cerimônia, o Chefe de Missão se despedirá do Chefe do Cerimonial da Presidência e do Ajudante-de-Ordens do Presidente da República, entrando no primeiro automóvel, que conduzirá, na frente do cortejo, à sua residência onde cessam as funções do Introdutor Diplomático.

§ 17. O Chefe do Cerimonial da Presidência da República fixará o traje para a cerimônia de apresentação de Cartas Credenciais, após consulta ao Presidente da República.

§ 18. O *Diário Oficial* publicará a notícia da apresentação de Cartas Credenciais.

Art. 72. Os Encarregados de Negócios serão recebidos pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores em audiência, na qual farão entrega das Cartas de Gabinete, que os acreditam.

Art. 73. O novo Chefe de Missão solicitará, por intermédio do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores, que sejam marcados dia e hora para que a sua esposa visite a Senhora do Presidente da República, não estando essa visita sujeita a protocolo especial.

CAPÍTULO VII

Do Falecimento do Presidente da República.

Art. 74. Falecendo o Presidente da República, o seu substituto legal, logo que assumir o cargo, assinará decreto de luto oficial por oito dias.

Art. 75. O Ministério da Justiça fará as necessárias comunicações aos Governadores dos Estados da União do Distrito Federal e dos Territórios, no sentido de ser executado o decreto de luto, encerrado o expediente nas repartições públicas e fechado o comércio no dia do funeral.

Art. 76. O Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores fará as devidas comunicações às Missões diplomáticas acreditadas junto ao Governo brasileiro, às Missões diplomáticas e Repartições consulares de carreira brasileiras no exterior às Missões brasileiras junto a Organismos Internacionais.

Art. 77. O Chefe do Cerimonial da Presidência da República providenciará a ornamentação fúnebre do Salão de Honra do Palácio Presidencial, transformado em câmara ardente.

Das Honras Fúnebres

Art. 78. Chefe do Cerimonial coordenará a execução das cerimônias fúnebres.

Art. 79. As honras fúnebres serão prestadas de acordo com o cerimonial militar.

Art. 80. Transportado o corpo para a câmara ardente, terá início a visitação oficial e pública, de acordo com o que for determinado pelo Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores.

Do Funeral

Art. 81. As cerimônias religiosas serão realizadas na câmara ardente por Ministro da religião do Presidente falecido, depois de terminada a visitação pública.

Art. 82. Em dia e hora marcados para o funeral, em presença de Chefes de Estado estrangeiros, dos Chefes dos Poderes da Nação, Decano do Corpo Diplomático, dos Representantes especiais dos Chefes de Estado estrangeiros designados para as cerimônias e das altas autoridades da República, o Presidente da República, em exercício, fechará a urna funerária.

Parágrafo único. A seguir, o Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República e o Chefe do Gabinete Civil Presidência da República cobrirão a urna com o Pavilhão Nacional.

Art. 83. A urna funerária será conduzida da câmara ardente para a carreta por praças das Forças Armadas.

Da Escolta

Art. 84. A escolta será constituída de acordo com o cerimonial militar.

Do Cortejo

Art. 85. Até a entrada do cemitério, o cortejo será organizado da seguinte forma:

- Carreta funerária;
- Carro do Ministro da Religião do Finado; (Se assim for a vontade da família);
- Carro do Presidente da República, em exercício;
- Carro da família;
- Carros de Chefes de Estado estrangeiros;
- Carro do Decano do Corpo Diplomático;
- Carro do Presidente do Congresso Nacional;
- Carro do Presidente da Câmara dos Deputados;
- Carro do Presidente do Supremo Tribunal Federal;
- Carros dos Representantes Especiais dos Chefes de Estado Estrangeiros designados para as cerimônias;
- Carro do Ministro de Estado das Relações Exteriores;
- Carro dos demais Ministros de Estado;
- Carros dos Chefes do Gabinete Militar da Presidência da República, do Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, do Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas;
- Carros dos Governadores do Distrito Federal, dos Estados da União e dos Territórios;
- Carros dos membros dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República.

§ 1º Ao chegar ao cemitério, os acompanhantes deixarão seus automóveis e farão o cortejo a pé. A urna será retirada da carreta por praças das Forças Armadas que a levarão ao local do sepultamento.

§ 2º Aguardarão o féretro, junto à sepultura, os Chefes de Missão diplomática acreditados junto ao Governo brasileiro e altas autoridades civis e militares, que serão colocados, segundo a Ordem Geral de Precedência, pelo Chefe do Cerimonial.

Art. 86. O traje será previamente indicado pelo Chefe do Cerimonial.

Art. 87. Realizando-se o sepultamento fora da Capital da República, o mesmo cerimonial será observado até o ponto de embarque do féretro.

Parágrafo único. Acompanharão os despojos autoridades especialmente indicadas pelo Governo Federal cabendo ao Governo do Estado da União ou do Território, onde der a ser efetuado o sepultamento, realizar o funeral com a colaboração das autoridades federais.

CAPÍTULO VIII

Do Falecimento de Autoridades

Art. 88. No caso de falecimento de autoridades civis ou militares, o Governo poderá decretar as honras fúnebres a serem prestadas, não devendo o prazo de luto ultrapassar três dias.

CAPÍTULO IX

Do Falecimento de Chefe de Estado Estrangeiro

Art. 89. Falecendo o Chefe de Estado de um país com representação diplomática no Brasil e recebida pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores a comunicação oficial desse fato, o Presidente da República apresentará pêsames ao Chefe da Missão, por intermédio do Chefe do Cerimonial da Presidência da República.

§ 1º O Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores providenciará para que sejam enviadas mensagens telegráficas de pêsames, em nome do Presidente da República, ao sucessor e à família do falecido.

§ 2º O Ministro de Estado das Relações Exteriores enviará pêsames, por telegrama, ao Ministro das Relações Exteriores do referido país e visitará, por intermédio do Introdutor Diplomático, o Chefe da Nação.

§ 3º O Chefe da Missão brasileira acreditado no país enlutado apresentará condolências em nome do Governo e associar-se-á às manifestações de pesar que nele se realizarem. A critério do Presidente da República, poderá ser igualmente designado um Representante Especial ou uma missão extraordinária para assistir às exéquias.

§ 4º O decreto de luto oficial será assinado na pasta da Justiça, a qual fará as competentes comunicações aos Governadores de Estado da União e dos Territórios. O Ministério das Relações Exteriores fará a devida comunicação às Missões diplomáticas brasileiras no exterior.

§ 5º A Missão diplomática brasileira no país do Chefe de Estado falecido poderá hastear a Bandeira Nacional a meio pau, independentemente do recebimento da comunicação de que trata o parágrafo anterior.

CAPÍTULO X

Do Falecimento do Chefe de Missão Diplomática Estrangeira

Art. 90. Falecendo no Brasil um Chefe de Missão diplomática acreditado junto ao Governo brasileiro o Ministério das Relações Exteriores comunicará o fato, por telegrama, ao representante diplomático brasileiro no país do finado, instruindo-o a apresentar pêsames ao respectivo Governo. O Chefe do Cerimonial concertará com o Decano do Corpo Diplomático e com o substituto imediato do falecido as providências relativas ao funeral.

§ 1º Achando-se no Brasil a família do finado, o Chefe do Cerimonial da Presidência da República e o Introdutor Diplomático deixarão em sua residência, cartões de pêsames, respectivamente, em nome do Presidente da República e do Ministro de Estado das Relações Exteriores.

§ 2º Quando o Chefe de Missão for Embaixador, o Presidente da República comparecerá à câmara mortuária ou enviará representante.

§ 3º À saída do féretro, estarão presentes o Representante do Presidente da República, os Chefes de Missões diplomáticas estrangeiras, o Ministro de Estado das Relações Exteriores e o Chefe do Cerimonial.

§ 4º O caixão será transportado para o carro fúnebre por praças das Forças Armadas.

§ 5º O cortejo obedecerá à seguinte precedência:

- Escolta fúnebre;
- Carro fúnebre;
- Carro do Ministro da religião do finado;
- Carro da família;
- Carro do Representante do Presidente da República;
- Carro do Decano do Corpo Diplomático;
- Carros dos Embaixadores estrangeiros acreditados perante o Presidente da República;
- Carros de Ministros de Estado;
- Carros dos Enviados Extraordinários e Ministros Plenipotenciários acreditados junto ao Governo brasileiro;

- Carro do substituto do Chefe de Missão falecido;
 - Carro dos Encarregados de Negócios Estrangeiros;
 - Carros do pessoal da Missão diplomática estrangeira enlutada;
- § 6º O traje da cerimônia será fixado pelo Chefe do Cerimonial.

Art. 91. Quando o Chefe de Missão diplomática não for sepultado no Brasil, o Ministro das Relações Exteriores, com anuência da família do finado, mandará celebrar ofício religioso, para o qual serão convidados os Chefes de Missão diplomática acreditados junto ao Governo brasileiro e altas autoridades da República.

Art. 92. As honras fúnebres serão prestadas de acordo com o cerimonial militar.

Art. 93. Quando falecer, no exterior, um Chefe de Missão diplomática acreditado no Brasil, o Presidente da República e o Ministro das Relações Exteriores enviarão, por intermédio do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores, mensagens telegráficas de pêsames, respectivamente, ao Chefe de Estado e ao Ministro das Relações Exteriores do país do finado, e instruções telegráficas ao representante diplomático nele acreditado para apresentar, em nome do Governo brasileiro, condolências à família enlutada. O Introdutor Diplomático, em nome do Ministro de Estado das Relações Exteriores, apresentará pêsames ao Encarregado de Negócios do mesmo país.

CAPÍTULO XI

Das Condecorações

Art. 94. Em solenidades promovidas pelo Governo da União só poderão ser usadas condecorações e medalhas conferidas pelo Governo federal, ou condecorações e medalhas conferidas por Governos estrangeiros.

Parágrafo único. Os militares usarão as condecorações estabelecidas pelos regulamentos de cada Força Armada.

Ordem Geral de Procedência

A ordem de procedência nas cerimônias oficiais de caráter federal na Capital da República, será a seguinte:

- 1 - Presidente da República
 - 2 - Vice-Presidente da República
- Cardeais

Embaixadores estrangeiros

- 3- Presidente do Congresso Nacional
- Presidente da Câmara dos Deputados
- Presidente do Supremo Tribunal Federal
- 4- Ministros de Estado (*1)
- Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República
- Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República
- Chefe do Serviço Nacional de Informações
- Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas
- Consultor-Geral da República

Enviados Extraordinários e Ministros Plenipotenciários estrangeiros

- Presidente do Tribunal Superior Eleitoral
- Ministros do Supremo Tribunal Federal
- Procurador-Geral da República
- Governador do Distrito Federal
- Governadores dos Estados da União (*2)
- Senadores
- Deputados Federais (*3)
- Almirantes
- Marechais
- Marechais-do-Ar.

- Chefe do Estado-Maior da Armada
- Chefe do Estado-Maior do Exército
- Secretário-Geral de Política Exterior (*4)
- Chefe do Estado-Maior da Aeronáutica

(*1) Vide artigo 4º e seus parágrafos das Normas do Cerimonial Público

(*2) Vide artigo 8º das Normas do Cerimonial Público

(*3) Vide artigo 9º das Normas do Cerimonial Público

(*4) Vide artigo 4º § 1º das Normas do Cerimonial Público

- 5 - Almirantes-de-Esquadra

Generais-de-Exército

Embaixadores Extraordinários e Plenipotenciários (Ministros de 1ª classe) (*5)

Tenentes-Brigadeiros

Presidente do Tribunal Federal de Recursos

Presidente do Superior Tribunal Militar

Presidente do Tribunal Superior do Trabalho

Ministros do Tribunal Superior Eleitoral

Encarregados de Negócios estrangeiros

6 - Ministros do Tribunal Federal de Recursos

Ministros do Superior Tribunal Militar

Ministros do Tribunal Superior do Trabalho

Vice-Almirantes

Generais-de-Divisão

Embaixadores (Ministros de 1ª classe)

Majores-Brigadeiros

Chefes de Igreja sediados no Brasil

Arcebispos católicos ou equivalentes de outras religiões

Presidente do Tribunal de Justiça do Distrito Federal

Presidente do Tribunal de Contas da União

(*5) Considerem-se apenas os Embaixadores que chefiem ou tenham chefiado Missão diplomática no exterior, tendo apresentado, nessa condição, Cartas Credenciais a Governo estrangeiro. Quando estiverem presente diplomatas estrangeiros, os Embaixadores em apreço terão precedência sobre Almirantes-de-Esquadra e Generais-de-Exército. Em caso de visita de chefe de Estado, Chefe do Governo ou Ministros das Relações Exteriores estrangeiros, o Chefe da Missão diplomática brasileira no país do visitante, sendo Ministro de 1ª classe, terá precedência sobre seus colegas, com exceção do Secretário-Geral de Política Exterior.

Presidente do Tribunal Marítimo

Diretores-Gerais das Secretarias do Senado Federal e da Câmara dos Deputados

Procuradores-Gerais da Justiça Militar, Justiça do Trabalho e do Tribunal de Contas da União

Substitutos eventuais dos Ministros de Estado

Secretários-Gerais dos Ministérios

Reitores das Universidades Federais

Diretor-Geral do Departamento de Polícia Federal

Presidente do Banco Central do Brasil

Presidente do Banco do Brasil

Presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico

Presidente do Banco Nacional de Habitação

Secretário da Receita Federal

Ministros do Tribunal de Contas da União

Juízes do Tribunal Superior do Trabalho

Subprocuradores Gerais da República

Personalidades inscritas no Livro do Mérito

Prefeitos das cidades de mais de um milhão (1.000.000) de habitantes

Presidente da Caixa Econômica Federal

Ministros-Conselheiros estrangeiros

Adidos Militares estrangeiros (Oficiais-Generais)

7 - Contra-Almirantes

Generais-de-Brigada

Embaixadores Comissionados ou Ministros de 2ª classe

Brigadeiros-do-Ar.

Vice-Governadores dos Estados da União

Presidentes das Assembléias Legislativas dos Estados da União

Presidentes dos Tribunais de Justiça dos Estados da União

Diretor-Geral do Departamento Administrativo do Pessoal Civil

Chefe do Gabinete da Vice-Presidência da República

Subchefes dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República

Assessor Especial da Presidência da República

Assessor-Chefe da Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República

Assistente-Secretário do Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República

Secretários Particulares do Presidente da República

Chefe do Cerimonial da Presidência da República
Secretários de Imprensa da Presidência da República.
Diretor-Geral da Agência Nacional
Presidente da Central de Medicamentos
Chefe do Gabinete da Secretaria Geral do Conselho de Segurança Nacional
Chefe de Informações
Chefe do Gabinete do Estado-Maior das Forças Armadas
Chefe Nacional de Informações
Chefes dos Gabinetes dos Ministros de Estado
Presidente do Conselho Nacional de Pesquisas
Presidente do Conselho Federal de Educação
Presidente do Conselho Federal de Cultura
Governadores dos Territórios
Chanceler da Ordem Nacional do Mérito
Presidente da Academia Brasileira de Letras
Presidente da Academia Brasileira de Ciências
Presidente da Associação Brasileira de Imprensa
Diretores do Gabinete Civil da Presidência da República
Diretores-Gerais de Departamento dos Ministérios
Superintendentes de Órgãos Federais
Presidentes dos Institutos e Fundações Nacionais
Presidentes dos Conselhos e Comissões Federais
Presidentes das Entidades Autárquicas, Sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas de âmbito nacional
Presidentes dos Tribunais Regionais Eleitorais
Presidentes dos Tribunais Regionais do Trabalho
Presidentes dos Tribunais de Contas do Distrito Federal e dos Estados da União
Presidentes dos Tribunais de Alçada dos Estados da União
Reitores das Universidades Estaduais e Particulares
Membros do Conselho Nacional de Pesquisas
Membros do Conselho Nacional de Educação
Membros do Conselho Federal de Cultura
Secretários de Estado do Governo do Distrito Federal
 Bispos católicos ou equivalentes de outras religiões
 Conselheiros estrangeiros
 Cônsules-Gerais estrangeiros
Adidos e Adjuntos Militares estrangeiros (Capitães-de-Mar-e-Guerra, Coronéis-Aviadores)
8 - Presidente das Confederações Patronais e de Trabalhadores de âmbito nacional
Consultores Jurídicos dos Ministérios
Membros da Academia Brasileira de Letras
Membros da Academia Brasileira de Ciências
Diretores do Banco Central do Brasil
Diretores do Banco do Brasil
Diretores do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
Diretores do Banco Nacional de Habitação
Capitães-de-Mar-e-Guerra
Coronéis
Conselheiros
Coronéis-Aviadores
Secretários de Estado dos Governos dos Estados da União
Deputados Estaduais
Desembargadores dos Tribunais de Justiça do Distrito Federal e dos Estados da União
Adjuntos dos Gabinetes Militares e Civil da Presidência da República
Procuradores-Gerais do Distrito Federal e dos Estados da União
Prefeitos das Capitais dos Estados da União e das cidades de mais de quinhentos mil (500.000) habitantes.
 Primeiros Secretários estrangeiros
Procuradores da República nos Estados da União
Consultores-Gerais do Distrito Federal e dos Estados da União
Juizes do Tribunal Marítimo

Juizes dos Tribunais Regionais Eleitorais
Juizes dos Tribunais Regionais do Trabalho
Presidentes das Câmaras Municipais das cidades de mais de um milhão (1.000.000) de habitantes
Adidos e Adjuntos Militares estrangeiros (Capitães-de-Fragata, Tenentes-Coronéis e Tenentes-Coronéis-Aviadores)

9 - Juizes dos Tribunais de Contas do Distrito Federal e dos Estados da União.

Juizes dos Tribunais de Alçadas dos Estados da União
Delegados dos Ministérios nos Estados da União
Presidentes dos Institutos e Fundações Regionais e Estaduais
Presidentes das Entidades Autárquicas, Sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas de âmbito regional ou estadual.

Monsenhores católicos ou equivalentes de outras regiões.

Ajudantes-de-Ordem do Presidente da República (Majores)
Capitães-de-Fragata
Tenentes-Coronéis
Primeiros Secretários
Tenentes-Coronéis-Aviadores
Chefes do Serviço da Presidência da República
Presidentes das Federações Patronais e de Trabalhadores de âmbito regional ou estadual
Presidentes das Câmaras Municipais das Capitais dos Estados da União e das cidades de mais de quinhentos mil (500.000) habitantes
Juizes de Direito
Procuradores Regionais do Trabalho
Diretores de Repartições Federais
Auditores da Justiça Militar
Auditores do Tribunal de Contas
Promotores Públicos
Procuradores Adjuntos da República
Diretores das Faculdades Estaduais Particulares
Segundos Secretários
Cónsules estrangeiros

Adidos e Adjuntos Militares estrangeiros (Capitães-de-Corveta, Majores e Majores-Aviadores)

10 - Ajudantes-de-Ordem do Presidente da República (Capitães)
Adjuntos dos Serviços da Presidência da República
Oficiais do Gabinete Civil da Presidência da República
Chefes de Departamento das Universidades Federais
Diretores de Divisão dos Ministérios
Prefeitos das cidades de mais de cem mil (100.000) habitantes
Capitães-de-Corveta
Majores
Segundos Secretários
Majores-Aviadores
Secretários-Gerais dos Territórios
Diretores de Departamento das Secretarias do Distrito Federal e dos Estados da União
Presidente dos Conselhos Estaduais
Chefes de Departamento das Universidades Estaduais e Particulares
Presidentes das Câmaras Municipais das cidades de mais de cem mil (100.000) habitantes
Terceiros Secretários estrangeiros

Adidos e Adjuntos Militares estrangeiros (Capitães-Tenentes, Capitães e Capitães-Aviadores).

11 - Professores de Universidade
Prefeitos Municipais
Cónegos católicos ou "equivalentes" de outras religiões
Capitães-Tenentes
Capitães
Terceiros Secretários
Capitães-Aviadores
Presidentes das Câmaras Municipais
Diretores de Repartições do Distrito Federal, dos Estados da União e Territórios
Diretores de Escolas de Ensino Secundário
Vereadores Municipais

A ordem de precedência, nas cerimônias oficiais, nos Estados da União, com a presença de autoridades federais, será a seguinte:

1 - Presidente da República

2 - Vice-Presidente da República (*1)

Governador do Estado da União em que se processa a cerimônia

Cardeais

Embaixadores estrangeiros

3 - Presidente do Congresso Nacional

Presidente da Câmara dos Deputados

Presidente do Supremo Tribunal Federal

4 - Ministros de Estado (*2)

Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República

Chefe do Gabinete Civil da Presidência da República

Presidência da República

Chefe de Serviço Nacional de Informações

Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas

Consultor-Geral da República

Vice-Governador do Estado da União em que se processa a cerimônia

Presidente da Assembléia Legislativa do Estado da União em que se processa a cerimonia

Presidente do Tribunal de Justiça do Estado em que se processa a cerimônia

Enviados Extraordinários e Ministros Plenipotenciários estrangeiros

Presidente do Tribunal Superior Eleitoral

Ministro do Supremo Tribunal Federal

Procurador-Geral da República

Governadores dos outros Estados da União e do Distrito Federal (*3)

Senadores

(*1) Vide artigo 2º das Normas do Cerimonial Público

(*2) Vide artigo 4º e seus parágrafos das Normas do Cerimonial

(*3) Vide artigo 8º, artigo 9º e artigo 10 das Normas do Cerimonial Público

Deputados Federais (*4)

Almirantes

Marechais

Marechais-do-Ar

Chefe do Estado-Maior da Armada

Chefe do Estado-Maior do Exército

Secretário-Geral da Política Exterior (*5)

Chefe do Estado-Maior da Aeronáutica

5 - Almirantes-de-Esquadra

Generais-de-Exército

Embaixadores Extraordinário e Plenipotenciários (Ministros de 1ª classe) (*6)

Tenentes-Brigadeiros

Presidente do Tribunal Federal de Recursos

Presidente do Tribunal Superior Militar

Presidente do Tribunal Superior do Trabalho

Ministros do Tribunal Superior Eleitoral

Prefeito da Capital estadual em que se processa a cerimônia

Encargos de Negócios estrangeiros

6 - Ministros do Tribunal Federal de Recursos

Ministros do Superior Tribunal Militar

(*4) Vide artigo 9º das Normas do Cerimonial Público

(*5) Vide artigo 4º § 1º das Normas do Cerimonial Público

(*6) Consideram-se apenas os Embaixadores que chefiam ou tenham chefiado Missão diplomática no exterior, tendo apresentado, nessa condição, Cartas Credenciais a Governador Estrangeiro. Quando estiverem presentes diplomatas estrangeiros, os Embaixadores em apreço terão precedência sobre Almirantes-de-Esquadra e Generais-de-Exército. Em caso de visita de Chefe de Estado, Chefe do Governo ou Ministro das Relações Exteriores estrangeiros, o Chefe da Missão diplomática brasileira no país do visitante, sendo Ministro de 1º classe, terá precedência sobre seus colegas, com exceção do Secretário-Geral de Política Exterior.

Ministros do Tribunal Superior do Trabalho

Vice-Almirante

Generais-de-Divisão

Embaixadores (Ministros de 1ª classe)

Majores-Brigadeiros

Chefes de Igreja sediados no Brasil

Arcebispos católicos ou equivalentes de outras religiões

Presidente do Tribunal de Contas da União

Presidente do Tribunal Marítimo

Diretores-Gerais das Secretarias do Senado Federal e da Câmara dos Deputados

Substitutos eventuais dos Ministros de Estado

Secretários-Gerais dos Ministérios

Reitores das universidades Federais

Diretor-Geral do Departamento de Polícia Federal

Presidente do Banco Central do Brasil

Presidente do Banco do Brasil

Presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Económico

Presidente do Banco Nacional de Habilitação

Ministros do Tribunal de Contas da União

Juízes do Tribunal Superior do Trabalho

Subprocuradores-Gerais da República

Procuradores-Gerais da Justiça Militar

Procuradores-Gerais da Justiça do Trabalho

Procuradores-Gerais do Tribunal de Contas da União

Vice-Governadores de outros Estados da União

Secretário da Receita Federal

Personalidades inscritas no Livro do Mérito

Prefeitos da cidade em que se processa a cerimônia

Presidente da Câmara Municipal da cidade em que se processa a cerimônia

Juiz de Direito da Comarca em que se processa a cerimônia

Prefeitos das cidades de mais de um milhão (1.000.000) de habitantes

Presidente da Caixa Económica Federal

Ministros-Conselheiros estrangeiros

Cônsules-Gerais estrangeiros

Adidos Militares estrangeiros

(Oficiais Gerais)

7 - Contra-Almirantes

Generais-de-Brigada

Embaixadores Comissionados ou Ministros de 2ª classe

Brigadeiros-do-Ar.

Diretor-Geral do Departamento Administrativo do Pessoal Civil

Chefe do Gabinete da Vice-Presidência da República

Subchefes dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República

Assessor Especial da Presidência da República

Assessor-Chefe da Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República.

Assistente-Secretário do Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República

Secretários Particulares do Presidente da República

Chefe do Cerimonial da Presidência da República

Secretários de Imprensa da Presidência da República

Diretor-Geral da Agência Nacional

Presidente da Central de Medicamentos

Chefe do Gabinete da Secretaria Geral do Conselho de Segurança Nacional

Chefe do Gabinete do Serviço Nacional de Informações

Chefe do Gabinete do Estado-Maior das Forças Armadas

Chefe da Agência Central do Serviço Nacional de Informações

Presidente do Tribunal Regional Eleitoral

Governadores dos Territórios

Procurador da República no Estado

Procurador-Geral do Estado

Presidente do Tribunal Regional do Trabalho

Presidente do Tribunal de Contas do Estado

Presidente do Tribunal de Alçada do Estado

Presidente do Conselho Nacional de Pesquisas
Presidente do Conselho Federal de Educação
Presidente do Conselho Federal de Cultura
Chanceler da Ordem Nacional do Mérito
Presidente da Academia Brasileira de Letras
Presidente da Academia Brasileira de Ciências
Presidente da Associação Brasileira de Imprensa
Diretores do Gabinete Civil da Presidência da República
Diretores-Gerais dos Departamentos de Ministérios
Superintendentes de Órgãos Federais
Presidentes dos Institutos e Fundações Nacionais
Presidentes dos Conselhos e Comissões Federais
Presidentes das Entidades Autárquicas, Sociedade de Economia Mista e Empresas Públicas de âmbito nacional
Chefes dos Gabinetes dos Ministros de Estado
Reitores das Universidades Estaduais e Particulares
Membros do Conselho Nacional de Pesquisas
Membros do Conselho Federal de Educação
Membros do Conselho Federal de Cultura
Secretários do Governo do Estado em que se processa a cerimônia
 Bispos católicos ou equivalentes de outras religiões
 Conselheiros estrangeiros
Adidos e Adjuntos Militares estrangeiros (Capitães-de-Mar-e-Guerra, Coronéis e Coronéis-Aviadores)
Presidentes das Confederações Patronais e de Trabalhadores de âmbito nacional
Consultores Jurídicos dos Ministérios
Membros da Academia Brasileira de Letras
Membros da Academia Brasileira de Ciências
Diretores do Banco Central do Brasil
Diretores do Banco do Brasil
Diretores do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
Diretores do Banco Nacional de Habitação
Capitães-de-Mar-e-Guerra
Coronéis
Conselheiros
Coronéis-Aviadores
Deputados do Estado em que se processa a cerimônia
Desembargadores do Tribunal de Justiça do Estado em que se processa a cerimônia
Adjuntos dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República
Prefeitos das cidades de mais de quinhentos mil (500.000) habitantes
Delegados dos Ministérios no Estado em que se processa a cerimônia
 Primeiros Secretários estrangeiros
 Cônsules estrangeiros
Consultor-Geral do Estado em que se processa a cerimônia Juizes do Tribunal Marítimo Juizes do Tribunal Regional Eleitoral do Estado em que se processa a cerimônia
Juizes do Tribunal Regional do Trabalho do Estado em que se processa a cerimônia
Presidentes das Câmaras Municipais da Capital e das cidades de mais de um milhão (1.000.000) de habitantes.
 Adidos e Adjuntos Militares estrangeiros (Capitães-de-Fragata, Tenentes-Coronéis e Tenentes-Coronéis-Aviadores)

9 - Juiz Federal

Juizes do Tribunal de Contas do Estado em que se processa a cerimônia
Juizes do Tribunal de Alçada do Estado em que se processa a cerimônia
Presidentes dos Institutos e Fundações Regionais e Estaduais
Presidentes das Entidades Autárquicas, Sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas de âmbito regional ou Estadual Diretores das Faculdades Federais
 Monsenhores católicos ou equivalentes de outras religiões
Ajudantes-de-Ordem do Presidente da República (Majores)
Capitães-de-Fragata
Tenentes-Coroneis
Primeiros-Secretários

Prefeito da cidade em que se processa a cerimônia
Presidente da Câmara Municipal da cidade em que se processa a cerimônia
Juiz de Direito da Comarca em que se processa a cerimônia
Prefeitos das cidades de mais de um milhão (1.000.000) de habitantes
6 - Contra-Almirantes
Generais-de-Brigada
Brigadeiros-do-Ar
Presidente do Tribunal Regional Eleitoral
Procurador Regional da República no Estado
Procurador-Geral do Estado
Presidente do Tribunal Regional do Trabalho
Presidente do Tribunal de Contas
Presidente do Tribunal de Alçada
Chefe da Agência do Serviço Nacional de Informações
Superintendentes de Órgãos Federais
Presidentes dos Institutos e Fundações Nacionais
Presidentes dos Conselhos e Comissões Federais
Presidentes das Entidades Autárquicas, sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas de âmbito nacional
Reitores das Universidades Estaduais e Particulares
Membros do Conselho Nacional de Pesquisas
Membros do Conselho Federal de Educação
Membros do Conselho Federal de Cultura
Secretários de Estado

Bispo católicos ou equivalentes de outras religiões

7 - Presidentes das Confederações Patronais e de Trabalhadores de âmbito nacional
Membros da Academia Brasileira de Letras
Membros da Academia Brasileira de Ciências
Diretores do Banco Central do Brasil
Diretores do Banco do Brasil
Diretores do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
Diretores do Banco Nacional de Habitação
Capitães-de-Mar-e-Guerra
Coronéis
Coronéis-Aviadores
Deputados Estaduais
Desembargadores do Tribunal de Justiça
Prefeitos das cidades de mais de quinhentos mil (500.000) habitantes
Delegados dos Ministérios

Cônsules estrangeiros

Consultor-Geral do Estado
Juizes do Tribunal Regional Eleitoral
Juizes do Tribunal Regional do Trabalho
Presidentes das Câmaras Municipais da Capital e das cidades de mais de um milhão (1.000.000) habitantes
8 - Juiz Federal
Juiz do Tribunal de Contas
Juizes do Tribunal de Alçada
Presidentes dos Institutos e Fundações Regionais e Estaduais
Presidentes das Entidades Autárquicas, Sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas de âmbito regional ou estadual
Diretores das Faculdades Federais

Monsenhores católicos ou equivalentes de outras religiões

Capitães-de-Fragata
Tenentes-Coroneis
Tenentes-Coroneis-Aviadores
Presidentes das Federações Patronais e de Trabalhadores de âmbito regional ou estadual
Presidentes das Câmaras Municipais das cidades de mais de quinhentos mil (500.000) habitantes
Juizes de Direito
Procurador Regional do Trabalho

Auditores da Justiça Militar

Auditores do Tribunal de Contas

Promotores Públicos

Diretores das Faculdades Estaduais e Particulares

Vice-Cônsules estrangeiros

9 - Chefes de Departamento das Universidades Federais Prefeitos das cidades de mais de cem mil (100.000) habitantes

Capitães-de-Coverta

Majores

Majores-Aviadores

Diretores de Departamento das Secretarias

Presidentes dos Conselhos Estaduais

Chefes de Departamento das Universidades Estaduais e Particulares

Presidentes das Câmaras Municipais das cidades de mais de cem mil (100.000) habitantes

10 - Professores de Universidade Demais Prefeitos Municipais

Cônegos católicos ou equivalentes de outras religiões

Capitães-Tenentes

Capitães

Capitães-Aviadores

Presidentes das demais Câmaras Municipais

Diretores de Repartição

Diretores de Escolas de Ensino Secundário

Vereadores Municipais