

## **ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DE PLANO DE CURSO EJUD9<sup>1</sup>**

**Título do curso:** Comunicação com a comunidade jurisdicionada

**Docente:** Gladimir do Nascimento

**Participantes:** Magistradas/os

**Modalidade:** Híbrido presencial + EAD

**Período de realização:** março a junho de 2025

### **1. Ementa**

- Princípios de Teoria da Comunicação – Compilado das principais discussões teóricas sobre o fenômeno da comunicação social.
- Adequação de linguagem – Discussão a respeito das especificidades de cada mídia e adaptação da linguagem para maior eficiência.
- Código de conduta em comunicação – Adequação da comunicação de agentes públicos às diretrizes institucionais.
- Reputação – Análise do fenômeno da reputação no ambiente midiático contemporâneo.
- Gestão de crise – Como agir em situações de crise institucional ou pessoal em ambiente midiático.
- Exercícios – Prática de entrevista em vídeo em situações simuladas de oportunidades e de crise em ambiente de mídia.

### **2. Justificativa**

Magistradas e magistrados, como agentes políticos do Estado, convivem com a tensão entre a necessidade de prestar contas e se relacionar com a comunidade jurisdicionada, com a mediação dos meios de comunicação de massa e mídias sociais, e os perigos potenciais dessa exposição.

Tanto pela perspectiva pessoal como pelo viés institucional, esse contato mediado, embora inevitável, ainda que represente oportunidades, comporta ameaças que devem ser prevenidas e gerenciadas.

Naturalidade e comportamento preventivo no uso das mídias reduzem os riscos

---

institucionais e pessoais e estabelecem roteiro claro nas ocasiões de crise.

## **2 – Objetivo**

Formar e capacitar a comunidade jurisdicionada e a missão institucional pelo prisma da comunicação social, contribuindo para o aumento de interesse e frequência aos eventos, bem como a ampliação da repercussão junto ao público interno e à sociedade.

## **3. Objetivos específicos**

- a) Treinar magistrados/as da Escola Judicial, para identificar situações de comunicação que podem ser gerenciadas individualmente e as que exigem assessorias profissionais de comunicação;
- b) Elaborar videocast com gravações, entrevistas e conteúdos para divulgação;
- c) Criar hot sites com endereços exclusivos para cada evento com material exclusivo de comunicação produzido pela direção da Escola Judicial;
- d) Capacitar as magistradas(os) do Conselho Administrativo indicados pela Direção da Escola Judicial, para compreensão e produção de mídia profissional.

## **4. Conteúdo programático**

1 - Princípios de Teoria da Comunicação – Compilado das principais discussões teóricas sobre o fenômeno da comunicação social.

- O que é comunicação.
- Complexidade do fenômeno da comunicação.
- Teorias de comunicação e teorias na comunicação.
  - Escola de Chicago.
  - Pesquisa em Comunicação de Massa.
  - Two Step Flow.
  - Teoria matemática da informação.
  - Cibernética.
  - Escola de Palo Alto.

- Escola de Frankfurt.
- Estruturalismo.
- Estudos culturais ou culturalismo.
- Agendamento.
- Base tecnológica da comunicação.
  - Rede e identidade.
- Comunicação, tecnologia e poder.
- Dissolução da autoridade editorial

2 - Adequação de linguagem – Discussão a respeito das especificidades de cada mídia e adaptação da linguagem para maior eficiência.

- O que é linguagem.
  - Fala, impulso natural.
  - Texto, ferramenta universal.
    - Simplicidade, objetividade e clareza.
    - Linha do tempo.
    - Jargões e gírias.
    - Eufonia.
    - Limite e a prática de elevar 1 nível.
    - Mídias tradicionais X novas mídias.

3 - Código de conduta em comunicação – Adequação da comunicação de agentes públicos às diretrizes institucionais.

- Diretrizes de comunicação da Justiça do Trabalho.
- Comunicação X planejamento estratégico do TRT-PR.

4 - Reputação – Análise do fenômeno da reputação no ambiente midiático contemporâneo.

- Marca, identidade, imagem e reputação.
- Gerenciamento de imagem e reputação.

- Relacionamento com a mídia.

5 - Gestão de crise – Como agir em situações de crise institucional ou pessoal em ambiente midiático.

- Comunicação como ferramenta de gestão.
- Mapeamento de riscos.
- Esforço organizado e dirigido.
- Comitê de crise.
- Assessoria.
- Porta-voz.
- Manual.

6 - Exercícios – Prática de entrevista em vídeo em situações simuladas de oportunidades e de crise em ambiente de mídia.

- Prática de entrevista em vídeo, discussão e orientação.

## **5. Metodologia**

Nas sessões a distância, será aplicado o método conhecido como Solução de Problemas, a partir de caso hipotético ou caso concreto que venha a ser apresentado pelos participantes.

Na discussão do problema serão oferecidos os conteúdos teóricos, por meio de powerpoint, animações, cenas de filmes e vídeos, contextualizados e discutidos em grupo.

As sessões presenciais serão compostas de exercícios práticos de entrevista em vídeo, seguidos de discussão da performance e orientação.

## **6. Avaliação**

A avaliação da aprendizagem será realizada pelo método da prova invertida, em que o participante, em vez de responder a perguntas, deve formulá-las, sendo avaliado pela qualidade de sua pergunta. A avaliação é realizada e discutida em grupo, ao final de cada um dos 6 módulos de conteúdo, e o tempo necessário para ela está computado na carga horária de cada módulo.

A avaliação do curso será realizada ao final de cada módulo, para que os participantes tenham oportunidade de determinar aperfeiçoamentos para os módulos seguintes, e será realizada também ao final do curso, pelos critérios e métodos escolhidos pela Ejud9.

## 7. Quadro resumo

Data hora módulo	Conteúdo Programático	Metodologia	Avaliação da aprendizagem e do curso
<p>Data e horário a serem determinados pela Ejud9.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O que é comunicação.</li> <li>- Complexidade do fenômeno da comunicação.</li> <li>- Teorias de comunicação e teorias da comunicação.</li> <li>- Escola de Chicago.</li> <li>- Pesquisa em Comunicação de Massa.</li> <li>- Two Step Flow.</li> <li>- Teoria matemática da informação.</li> <li>- Cibernética.</li> <li>- Escola de Palo Alto.</li> <li>- Escola de Frankfurt.</li> <li>- Estruturalismo.</li> <li>- Estudos culturais ou culturalismo.</li> <li>- Agendamento.</li> <li>- Base tecnológica da comunicação.</li> <li>- Rede e identidade.</li> <li>- Comunicação, tecnologia e poder.</li> <li>- Dissolução da autoridade editorial.</li> </ul>	<p>Será aplicado o método conhecido como Solução de Problemas, a partir de caso hipotético.</p> <p>Na discussão do problema serão oferecidos os conteúdos teóricos, por meio de powerpoint, animações, cenas filmes e vídeos, contextualizados e discutidos em grupo.</p>	<p>O participante deverá, ao longo da prática, formular perguntas sobre o tema. Não serão aceitas perguntas para as quais haja resposta no material teórico apresentado, mas sim dúvidas legítimas. As perguntas serão discutidas e respondidas em grupo.</p> <p>Ao final do módulo, os participantes deverão oferecer críticas ao curso, visando aprimorá-lo para o módulo seguinte.</p>
<p>Data e horário a serem determinados pela Ejud9.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O que é linguagem.</li> <li>- Fala, impulso natural.</li> <li>- Texto, ferramenta universal.</li> <li>- Simplicidade, objetividade e clareza.</li> </ul>	<p>Será aplicado o método conhecido como Solução de Problemas, a partir de caso hipotético ou real.</p> <p>Na discussão do problema serão oferecidos os conteúdos teóricos, por meio de powerpoint, animações, cenas filmes e vídeos, contextualizados e</p>	<p>O participante deverá, ao longo da prática, formular perguntas sobre o tema. Não serão aceitas perguntas para as quais haja resposta no material teórico apresentado, mas sim dúvidas legítimas. As perguntas serão discutidas e respondidas em grupo.</p> <p>Ao final do módulo, os participantes deverão oferecer críticas ao curso, visando aprimorá-lo para o módulo seguinte.</p>

		discutidos em grupo.	
Data e horário a serem determinados pela Ejud9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diretrizes de comunicação da Justiça do Trabalho.</li> <li>- Comunicação X planejamento estratégico do TRT-PR.</li> </ul>	<p>Será aplicado o método conhecido como Solução de Problemas, a partir de caso hipotético ou real. Na discussão do problema serão oferecidos os conteúdos teóricos, por meio de powerpoint, animações, cenas filmes e vídeos, contextualizados e discutidos em grupo.</p>	<p>A avaliação será a partir de roteiro de soluções apresentado pelo participante a um caso hipotético oferecido. O roteiro deverá estar em acordo com os documentos oficiais que regem a comunicação da Justiça do Trabalho.</p> <p>Ao final do módulo, os participantes deverão oferecer críticas ao curso, visando aprimorá-lo para o módulo seguinte.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marca, identidade, imagem e reputação.</li> <li>- Gerenciamento de imagem e reputação.</li> <li>- Relacionamento com a mídia.</li> </ul>	<p>Será aplicado o método conhecido como Solução de Problemas, a partir de caso hipotético ou real. Na discussão do problema serão oferecidos os conteúdos teóricos, por meio de powerpoint, animações, cenas filmes e vídeos, contextualizados e discutidos em grupo.</p>	<p>O participante deverá, ao longo da prática, formular perguntas sobre o tema. Não serão aceitas perguntas para as quais haja resposta no material teórico apresentado, mas sim dúvidas legítimas. As perguntas serão discutidas e respondidas em grupo.</p> <p>Ao final do módulo, os participantes deverão oferecer críticas ao curso, visando aprimorá-lo para o módulo seguinte.</p>
Data e horário a serem determinados pela Ejud9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicação como ferramenta de gestão.</li> <li>- Mapeamento de riscos.</li> <li>- Esforço organizado e dirigido.</li> <li>- Comitê de crise.</li> <li>- Assessoria.</li> <li>- Porta-voz.</li> <li>- Manual.</li> </ul>	<p>Será aplicado o método conhecido como Solução de Problemas, a partir de caso hipotético ou real. Na discussão do problema serão oferecidos os conteúdos teóricos, por meio de powerpoint, animações, cenas filmes e vídeos, contextualizados e discutidos em grupo.</p>	<p>O participante deverá, ao longo da prática, formular perguntas sobre o tema. Não serão aceitas perguntas para as quais haja resposta no material teórico apresentado, mas sim dúvidas legítimas. As perguntas serão discutidas e respondidas em grupo.</p> <p>Ao final do módulo, os participantes deverão oferecer críticas ao curso, visando aprimorá-lo para o módulo seguinte.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prática de entrevista em vídeo, discussão e orientação.</li> </ul>	<p>Serão gravadas entrevistas com os participantes, simulando situações reais de comunicação social, em cenários favoráveis e em</p>	<p>O exercício será avaliado em grupo, verificando-se se o participante aplicou o conteúdo oferecido durante o curso, se aproveitou as oportunidades e se gerenciou satisfatoriamente os riscos evidenciados na</p>

		cenários hostis.	entrevista.  Ao final do módulo, os participantes farão a avaliação do curso, de acordo com os procedimentos determinados pela Ejud9.
--	--	------------------	---

**OBS: OS ITENS 3, 4, 5 E 6 DEVERÃO SER INCLUÍDOS NO QUADRO DE RESUMO**

## **8. Valor total da contratação**

120 horas, distribuídas de março a junho a R\$ 334,00 a hora, totalizando R\$ 40.080,00 (quarenta mil e oitenta reais), em 4 parcelas de R\$ 10.020,00 a serem pagas no último dia de cada mês (31 de março, 30 de abril, 31 de maio e 30 de junho).

Tributos ocorrerão por conta do contratante.

## **9. Referências**

### **10. Bibliografia**

ARGENTI, Paul A. A comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BURKE, James; ORSTEIN, Robert. O presente do fazedor de machados: os dois gumes da história da cultura humana. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GOULART, Alexander. A comunicação de massa como condição para a democracia. Disponível em:

<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-comunicacao-de-massa-como-condicao-para-a-democracia/>

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2009.

MELO, José Marques de. História do pensamento comunicacional. São Paulo: Paulus, 2003.

NASCIMENTO, Gladimir.; NOGUEIRA, Luciana. Comunicação Empresarial. Curitiba: Aymar, 2010.

VIEIRA, Stalimir. Marca: o que o coração não sente os olhos não veem. São Paulo, Loyola, 2002.

## **Filmes**

1984, Michael Radford, 1984.

2001, uma odisseia no espaço, Stanley Kubrick, 1968.

A montanha dos Sete Abutres, Billy Wilder, 1951.

Avatar, James Cameron, 2009.

Boa noite e boa sorte, George Clooney, 2005.

O pagador de promessas, Anselmo Duarte, 1962.

Todos os homens do presidente, Alan J. Pakula, 1976.

## **11. Vídeos**

CISCO SYSTEMS, INC. Welcome to the human network. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=lxwNMMiHVXg>

## **12. Currículo resumido do docente**

Gladimir do Nascimento, jornalista profissional.

### **Formação**

Graduação em Comunicação Social / Jornalismo (UFPR/1995).

Especialização - MBA Sistema de Gestão Ambiental (PUCPR – 2005).

Mestrado - Tecnologia e Meio Ambiente (UTFPR/2007).

Pós-graduação mais recente – Psicologia Corporal (Instituto Reichiano – 2024).

## **13. Atuação profissional**

Ao longo de 37 anos de trabalho em jornais, revistas e emissoras de rádio e TV, atuou como repórter, produtor, editor, apresentador, chefe de reportagem e diretor de jornalismo.

Principais veículos: Rádio Independência, Rádio CBN, Rádio Band News, TV Paranaense, TV Curitiba, TV Paraná, TV Iguaçu, Band TV, O Estado do Paraná, Jornal do Estado, Jornal Indústria & Comércio, Revista Exame.

Assessor de Comunicação do TRT-PR entre 2009 e 2012 e entre 2021 e 2023.  
Assessor de gabinete do conselheiro Ney Freitas no CNJ (2012-2013).  
Secretário Municipal de Comunicação de Curitiba (2013-2014).

#### **14. Magistério**

Professor de jornalismo ambiental e científico, de produção e redação em radiojornalismo e laboratório de radiojornalismo (Unibrasil – 2009 a 2011).

Professor de Radiojornalismo (Universidade Tuiuti – 2010/2011).

**Data e assinatura**