



Poder Judiciário Federal  
Tribunal Regional do Trabalho da 9.<sup>a</sup> Região

CÉLIO  
HORST  
WALDRAFF  
04/07/2025  
TRT9

Vetor nº 284334 - Comitê de Comunicação e Transparência (CCT)

**Ata/Pauta - 25.06.2025 - 1ª reunião ordinária do Comitê de Comunicação e  
Transparência - 2025 (ID 14391483)**

**Agendamento (ID 14391484)**

**Data:** 25/06/2025

**Horário:** 14:00

**Reunião Extraordinária:** Não

**Convidados:**

SIMONE GALAN DE FIGUEIREDO - MEMBRO TITULAR - Juiz auxiliar da presidência - SUPLENTE ANGÉLICA CÂNDIDO NOGARA SLOMP

CHRISTIANE BIMBATTI - MEMBRO TITULAR - Magistrado(a) de Primeiro Grau indicado(a) pela Presidência - SUPLENTE CELSO MEDEIROS DE MIRANDA JÚNIOR

CÉLIO HORST WALDRAFF - COORDENADOR - DESEMBARGADOR(A) DO TRABALHO - PRESIDENTE - DESEMBARGADOR(A) DO TRABALHO - PRESIDENTE

RICARDO ERBANO - MEMBRO TITULAR - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GESTÃO DE TIC - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GESTÃO DE TIC DÉBORA GNATA BALECHE PROENÇA - MEMBRO TITULAR - CHEFE DE DIVISÃO - DIVISÃO DE APOIO À OUVIDORIA - CHEFE DE DIVISÃO - DIVISÃO DE APOIO À OUVIDORIA

SANDRO ALENCAR FURTADO - MEMBRO TITULAR - DIRETOR-GERAL - DIRETORIA-GERAL - DIRETOR-GERAL - DIRETORIA-GERAL

YONARA YOKO POZZOLO - MEMBRO TITULAR - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL JUDICIÁRIA - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL JUDICIÁRIA

LUIZ HENRIQUE TACCONI - MEMBRO TITULAR - DIRETOR DE SECRETARIA - SECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA E ESTATÍSTICA - DIRETOR DE SECRETARIA - SECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA E ESTATÍSTICA

EDUARDO SILVEIRA ROCHA - MEMBRO TITULAR - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES

HILDA MARIA BRZEZINSKI DA CUNHA NOGUEIRA - MEMBRO TITULAR - Juiz auxiliar da corregedoria

CAROLINA ALVES PANOZZO - MEMBRO TITULAR - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GERENCIAMENTO DE PRECEDENTES E AÇÕES COLETIVAS - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GERENCIAMENTO DE PRECEDENTES E AÇÕES COLETIVAS

MARIA ROSICLER CRETELLA - MEMBRO TITULAR - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DA PRESIDÊNCIA - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DA PRESIDÊNCIA

ARNOR LIMA NETO - VICE-COORDENADOR - Desembargador(a) ouvidor(a)

HELIBERTON CESCA - MEMBRO TITULAR - ASSESSOR - CJ03 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - ASSESSOR - CJ03 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO



**Local da reunião:** Telepresencial

**Participantes:**

SIMONE GALAN DE FIGUEIREDO - MEMBRO TITULAR - Juiz auxiliar da presidência - SUPLENTE ANGÉLICA CÂNDIDO NOGARA SLOMP

CHRISTIANE BIMBATTI - MEMBRO TITULAR - Magistrado(a) de Primeiro Grau indicado(a) pela Presidência - SUPLENTE CELSO MEDEIROS DE MIRANDA JÚNIOR

CÉLIO HORST WALDRAFF - COORDENADOR - DESEMBARGADOR(A) DO TRABALHO - PRESIDENTE - DESEMBARGADOR(A) DO TRABALHO - PRESIDENTE

RICARDO ERBANO - MEMBRO TITULAR - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GESTÃO DE TIC - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GESTÃO DE TIC DÉBORA GNATA BALECHE PROENÇA - MEMBRO TITULAR - CHEFE DE DIVISÃO - DIVISÃO DE APOIO À OUVIDORIA - CHEFE DE DIVISÃO - DIVISÃO DE APOIO À OUVIDORIA

SANDRO ALENCAR FURTADO - MEMBRO TITULAR - DIRETOR-GERAL - DIRETORIA-GERAL - DIRETOR-GERAL - DIRETORIA-GERAL

YONARA YOKO POZZOLO - MEMBRO TITULAR - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL JUDICIÁRIA - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL JUDICIÁRIA

LUIZ HENRIQUE TACCONI - MEMBRO TITULAR - DIRETOR DE SECRETARIA - SECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA E ESTATÍSTICA - DIRETOR DE SECRETARIA - SECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA E ESTATÍSTICA

EDUARDO SILVEIRA ROCHA - MEMBRO TITULAR - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES

HILDA MARIA BRZEZINSKI DA CUNHA NOGUEIRA - MEMBRO TITULAR - Juiz auxiliar da corregedoria

COLETIVAS - COORDENADOR - COORDENADORIA DE GERENCIAMENTO DE PRECEDENTES E AÇÕES COLETIVAS

MARIA ROSICLER CRETELLA - MEMBRO TITULAR - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DA PRESIDÊNCIA - SECRETÁRIO - SECRETARIA GERAL DA PRESIDÊNCIA

HELIBERTON CESCA - MEMBRO TITULAR - ASSESSOR - CJ03 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - ASSESSOR - CJ03 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

RICARDO AINATI HUMPHREYS - CONVIDADO SGE

**Link da reunião gravada:** <https://drive.google.com/file/d/1DWkqwQ2iJXrwXVPIUYnG4UhFWnxOyjUK/view>

## Itens da reunião (ID 14391492)

---

### Item 1 (ID 14391493)

---

**Nome do item:** Apresentação de informações de Comunicação pela Ascom

**Deliberação:**

Apresentação de dados, para conhecimento dos membros, sem necessidade de manifestação ou deliberação.

OBS: Arquivo não anexado por questões de sigilo.

### Item 2 (ID 14391515)

---

Documento "Ata/Pauta - 25.06.2025 - 1ª reunião ordinária do Comitê de Comunicação e Transparência - 2025", no sistema Vetor, processo "Comitê de Comunicação e Transparência (CCT) (Nº 284334)". Para verificar a autenticidade desta cópia, informe o código 2025.JQGQJ.IPSYP no endereço eletrônico: [https://www.trt9.jus.br/vetor/doc\\_assinado](https://www.trt9.jus.br/vetor/doc_assinado)



**Nome do item:** Apresentação de informações sobre Transparência pela SGE (projeto de melhoria do índice de transparência vinculado ao Selo CNJ de Qualidade)

**Deliberação:**

Apresentação de dados, para conhecimento dos membros, sem necessidade de manifestação ou deliberação.

OBS: Arquivo não anexado por questões de sigilo.

### Item 3 (ID 14391522)

**Nome do item:** Proposta de sugestão ao CSJT e CNJ de alteração do indicador 'Índice de Satisfação' do objetivo estratégico de "Fortalecer a comunicação e parcerias institucionais" para 'Índice de Reputação'

**Solução Proposta:**

Apresentada a proposta, foi sugerida pela Juíza Christiane Bimbatti Amorim a troca do termo "Índice de reputação" por "Índice de confiança", o que foi aceito por todos.

Adicionalmente, os membros propuseram a aprovação da proposta e o encaminhamento de Ofício da Presidência do TRT-PR, com base na discussão desta comissão, ao CSJT e ao CNJ com sugestão de troca do indicador 'Índice de Satisfação' para 'Índice de Confiança', com os reflexos pertinentes na metodologia, para o Planejamento Estratégico 2027-2032.

**Deliberação:**

Encerradas as discussões, deliberou-se por:

1) Aprovar a proposta, inclusive com a sugestão de alteração do termo "Índice de reputação" por "Índice de confiança";

2) Encaminhar Ofício da Presidência do TRT-PR, com base na discussão desta comissão, ao CSJT e ao CNJ com sugestão de troca do indicador 'Índice de Satisfação' para 'Índice de Confiança', com os reflexos pertinentes na metodologia, para o Planejamento Estratégico 2027-2032, ficando responsável por esta tarefa do Secretário do Comitê de Comunicação e Transparência, senhor Heliberton Cesca.

**anexo:** [Download: Troca de indicador estratégico.pdf](#)

**Anexo 2:** [Download: Relatório Makemake - Reputação da Justiça, abril 2025.pdf](#)



# Deliberação Troca de indicador estratégico



Assessoria de Comunicação  
Tribunal Regional do Trabalho  
da 9ª Região (TRT-PR)

## Matriz de Alinhamento do PEI TRT-PR com a Estratégia Nacional do Poder Judiciário e o Plano Estratégico da Justiça do Trabalho Indicadores e Metas para o período de 2024 a 2026

Perspectivas	Macrodesafios CNJ	Objetivos Estratégicos PE-JT	Objetivos Estratégicos PEI TRT-PR	Indicadores PEI TRT-PR	Metas PEI TRT-PR	Responsáveis TRT-PR	
Sociedade	Fortalecimento da Relação Interinstitucional do Judiciário com a Sociedade	Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais	Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais, com o uso de ferramentas digitais	Índice de satisfação - IS	2025: linha de base 2026: a ser definida a partir da linha de base	A ser definido após publicação do glossário de metas pelo CSJT	
				Índice de ações integradas de comunicação social - IAIC	2025 e 2026: aderir a 100% das ações conjuntas de comunicação social definidas no Calendário Nacional Anual de Ações Conjuntas de Comunicação Social da Justiça do Trabalho	A ser definido após publicação do glossário de metas pelo CSJT	
				Índice de divulgação de memória institucional - IDMI	2025: alcançar 50% do índice de divulgação de memória institucional até dezembro de 2025 2026: alcançar 100% do índice de divulgação de memória institucional até dezembro de 2026	A ser definido após publicação do glossário de metas pelo CSJT	
	Promoção da Sustentabilidade	Promover o trabalho decente e a sustentabilidade	Promover o trabalho decente e a sustentabilidade	Promover o trabalho decente e a sustentabilidade	Índice de inovação - II	Meta Nacional 9 de 2024: implantar, no ano de 2024, dois projetos oriundos do laboratório de inovação, de cujo desenvolvimento tenha participado pelo menos um laboratório de outro tribunal, com avaliação de benefícios à sociedade e relacionados à Agenda 2030	Laboratório de Inovação
					Índice de combate ao trabalho infantil - ICTI	Meta Nacional 11 de 2024: promover pelo menos duas ações visando o combate ao trabalho infantil e o estímulo à aprendizagem	Programa de Combate ao Trabalho Infantil do TRT-PR (PCTIR)
					Índice de desempenho do trabalho decente - IDTD	2024, 2025 e 2026: alcançar 100% de desempenho do trabalho decente	A ser definido após publicação do glossário de metas pelo CSJT
					Índice de desempenho ambiental - IDA	2025: identificar o consumo mensal de energia não renovável do órgão e o descarte de resíduos sólidos em aterro 2026: a ser definida a partir dos dados identificados em 2025	A ser definido após publicação do glossário de metas pelo CSJT

## 1 Indicador atual: índice de satisfação

### › Não efetivo:

O CNJ realizou uma pesquisa de percepção, baseada em uma metodologia de satisfação, em 2022.

Resultados aqui:

<https://www.cnj.jus.br/pesquisas-judiciarias/pesquisa-sobre-percepcao-e-avaliacao-do-poder-judiciario-brasileiro/>

O CSJT nunca publicou o Glossário de Metas com indicação de como aplicar e medir o Índice de Satisfação

# 1 Indicador atual: índice de satisfação

## › Argumentação técnica:

**Duas empresas procuradas para avaliar a metodologia: Knewin e Ipsos.**

**Knewin enviou relatório em anexo. Ipsos não respondeu.**

# 1 Indicador atual: índice de satisfação

## › Argumentação técnica:

### Quatro críticas principais:

- 1 - Foca em percepções e sentimentos, mas deixa de cruzar indicadores de desempenho;
- 2 - Questionário estruturado com escalas fechadas sem espaço para detectar nuances;
- 3 - Pouca diferenciação de públicos por jornada ou perfil de caso; e
- 4 - Foco excessivo na avaliação funcional (tempo, acesso, clareza), mas não investiga em profundidade as dimensões simbólicas e institucionais da confiança no Judiciário.

# 1 Indicador atual: índice de satisfação

## › Deliberação:

**Ofício da Presidência do TRT-PR, com base na discussão desta comissão, ao CSJT e ao CNJ com sugestão de troca do indicador 'Índice de Satisfação' para 'Índice de Reputação', com os reflexos pertinentes na metodologia, para o Planejamento Estratégico 2027-2032.**



TRT-9ª REGIÃO  
Paraná



## Mensuração da Reputação da Justiça no Brasil e de suas instituições

O CNJ realizou uma pesquisa de percepção, baseada em uma metodologia de satisfação, em 2022, cujos resultados estão em: <https://www.cnj.jus.br/pesquisas-judiciarias/pesquisa-sobre-percepcao-e-avaliacao-do-poder-judiciario-brasileiro/>.

Analisamos a pesquisa em questão tendo como objetivo contribuir para o aprimoramento da mensuração da reputação dos órgãos que prestam serviços de Justiça no Brasil, em especial aos Tribunais Regionais do Trabalho.

Antes de entrarmos no detalhamento sobre nossas sugestões de melhoria para o processo de mensuração atual, faz-se necessário uma pequena introdução sobre as melhores práticas globais de mensuração da reputação e a conceituação dos termos imagem, reputação e fama, facilmente confundidos.



No livro Reputação e Valor Compartilhado - Conversas com CEOs das empresas líderes em ESG, publicado pela Editora Aberje, em 2022, a autora Tatiana Maia Lins resume:

“Reputação não é apenas marketing. Reputação não se faz com guerras de narrativas - as pessoas dizem algo



negativo a seu respeito e você rebate com algo positivo. Reputação é um ativo intangível estratégico, pré-requisito para que negócios aconteçam. Reputação é percepção coletiva. E a gestão da reputação se dá pelo gerenciamento de expectativas dos stakeholders. As instituições que atendem às expectativas são bem vistas, as que superam expectativas encantam. As que não atendem às expectativas não são bem vistas. (...) A gestão da reputação é uma disciplina complexa, por envolver variáveis em constante evolução, em um mundo idem.” (Maia Lins, 2022, p.28).

No cenário em que vivemos, a reputação de uma instituição - ou seja,- a forma como as pessoas a percebem e o que as pessoas falam e sentem sobre a instituição - é formada pelas percepções e sentimentos em relação a um conjunto de fatores que inclui:

- a qualidade dos produtos e serviços da instituição,
- o ambiente de trabalho,
- a qualidade da governança que rege a instituição,
- a capacidade de inovação da instituição,
- a atuação da instituição em prol da cidadania,
- a capacidade da instituição de estabelecer relacionamentos empáticos com os públicos de interesse e interessados para a construção de confiança,
- a capacidade de adaptação e de resposta aos cenários de incerteza que a instituição possui.

Sendo assim, a boa prática global para mensuração da reputação das instituições recomenda a realização de pesquisas que apontem métricas que tratem da qualidade dos relacionamentos, o alcance das expectativas dos



stakeholders e o nível de confiança na instituição a ponto de recomendá-la para outras pessoas, seja como usuário de seus produtos ou serviços, ou como uma instituição empregadora. Métricas que analisem os graus de admiração e de estima que as pessoas sentem em relação à instituição. Tais métricas vão muito além das chamadas “métricas de vaidade”, que computam alcance e compartilhamentos de conteúdos em redes sociais e sua equivalência em custos de publicidade, trazendo para a instituição insights poderosos para a gestão de seus relacionamentos.

Globalmente, o modelo RepTrak, validado academicamente tanto em termos quantitativos, qualitativos como culturais (Ponzi, Fombrun e Gardberg, 2011), é usado para a base dos relatórios Global RepTrak. Tais relatórios apontam, anualmente, as 100 empresas globais de melhor reputação perante a opinião pública informada de 14 grandes economias (Alemanha, Austrália, Brasil, Canadá, China, Coreia do Sul, Espanha, Estados Unidos, França, Índia, Itália, Japão, México e Reino Unido).

O modelo pondera as percepções dos stakeholders entrevistados e chega a um “score de reputação” que leva em consideração como as pessoas pensam, sentem e agem em relação à instituição. Traduzindo a escala para a nossa cultura, é possível entender que o modelo considera que as instituições que alcançam pontuações entre 0 e 39 possuem uma reputação deficitária, entre 40 e 59 uma reputação fraca, entre 60 e 69 uma reputação regular, entre 70 e 79 uma reputação forte e acima de 80 uma reputação exemplar/excelente.



## Metodologia Global RepTrak, 2025 Global RepTrak Study



O pioneiro modelo Global RepTrak, criado em 2004, inspirou vários outros modelos de mensuração de reputação que consideram as complexidades do nosso tempo e, atualmente, instituições não apenas adotam modelos criados por consultorias especializadas, como criam os seus próprios modelos de mensuração de reputação, adaptados às suas particularidades e realidades.

A partir desta introdução, vamos às nossas considerações sobre a Pesquisa sobre Percepção e Avaliação do Poder Judiciário Brasileiro, realizada em 2022 pelo CNJ.

1. A pesquisa realizada em 2022 tem foco em métricas perceptivas, o que é um fato interessante, mas há pouco cruzamento com dados objetivos. A pesquisa foca fortemente em percepções e sentimentos, o que é importante, mas deixa de cruzar de forma sistemática essas percepções com indicadores objetivos de desempenho (como tempo médio de tramitação, taxa de conciliação, etc). Para uma boa gestão da reputação das instituições de



Justiça, é necessário entender como estes indicadores contribuem positivamente ou negativamente para a reputação da instituição, uma vez que a satisfação com o serviço prestado é apenas uma peça do quebra-cabeças que forma a reputação de uma instituição. Precisamos entender o que faz as pessoas admirarem as instituições de Justiça, perceberem a sua função social e defenderem a Justiça e as suas instituições em seus círculos sociais.

2. A pesquisa faz uso intensivo de survey estruturado com escalas fechadas sem espaço para detectar nuances. Embora o uso de escalas Likert seja padronizado, ele limita a expressividade e a compreensão contextual das respostas, especialmente em temas complexos como acesso, frustração e confiança institucional. Para uma melhor gestão da reputação, faz-se necessário incluir módulos de perguntas abertas em profundidade e aplicar técnicas qualitativas complementares (ex: análise semiótica de sentimentos ou análise de narrativas).

3. Apesar de bastante extensa e rica, a pesquisa traz pouca diferenciação de públicos por jornada ou perfil de caso. O modelo atual agrupa cidadãos que participaram de processos nos últimos cinco anos, sem segmentar com profundidade as interações com o Judiciário. Sabemos que todas as pessoas que recorrem à Justiça estão em busca da solução de problemas. Entender como as instituições podem ser mais empáticas em casos distintos é importante no gerenciamento de expectativas. Assim, seria interessante analisar os resultados advindos de modelos de clusterização e personas baseadas na jornada judicial para diferenciar melhor as experiências.

4. A pesquisa traz foco excessivo na avaliação funcional da Justiça. Grande parte dos indicadores envolve avaliação de aspectos funcionais (tempo, acesso, clareza), mas não investiga em profundidade as dimensões simbólicas e institucionais da confiança no Judiciário. O que o Judiciário brasileiro significa para as pessoas? Como a Justiça gostaria de ser percebida pelas pessoas? Quais gaps existem entre a imagem que a Justiça gostaria de ter no imaginário das pessoas e como as instituições de Justiça no Brasil realmente



são percebidas? Nossa sugestão é incorporar perguntas psicossociais sobre representações sociais da Justiça, valores percebidos da instituição, e relacionamento com outros poderes para compreensão do lugar simbólico da Justiça e de suas instituições para as pessoas.

Além dos quatro pontos de considerações acima, propomos como melhoria para o processo de mensuração da reputação da Justiça e de suas instituições que seja realizado um **Diagnóstico de Imagem e Reputação** com a metodologia da Makemake Reputação criada pela consultora e professora Tatiana Maia Lins, que busca gaps entre como as instituições gostariam de ser percebidas e como são efetivamente percebidas por seus stakeholders. Para tal, o primeiro passo seria a definição de um **Mapa de Imagem Ideal** delimitando o que seria a Imagem Ideal que as instituições de Justiça deveriam ter no Brasil. Mais informações sobre este serviço em: <https://makemake.com.br/servico/diagnostico-de-imagem-e-reputacao/>.

A partir do Diagnóstico de Imagem e Reputação, pode ser construído um **dashboard com métricas de reputação** que dialoguem com os objetivos estratégicos e reputacionais desejados. Por exemplo, se as instituições de Justiça possuem como objetivo serem percebidas como instituições próximas da população e nas quais a população pode confiar, seriam mensuradas as percepções de proximidade, abertura, conhecimento das iniciativas e confiança da população em relação às instituições. Como escala, avaliações no intervalo acima de 80% seriam consideradas excelentes.

O Diagnóstico de Imagem e Reputação da Justiça e suas instituições poderia servir de insumo para a elaboração de **Planejamentos Estratégicos de Reputação** para cada instituição para que sejam realizadas ações segmentadas e customizadas para cada realidade visando diminuir gaps reputacionais detectados pelo diagnóstico. Mais informações em <https://makemake.com.br/servico/planejamento-estrategico-para-gestao-da-reputacao/>



Para escuta de stakeholders, recomendamos a realização de pesquisas de modelo híbrido, **quantitativo e qualitativo**, com aplicação de entrevistas em profundidade com amostragem deliberada por tipo de processo e região e condução de grupos focais regionais com usuários de diferentes perfis socioeconômicos para captar nuances emocionais e culturais da percepção de Justiça.

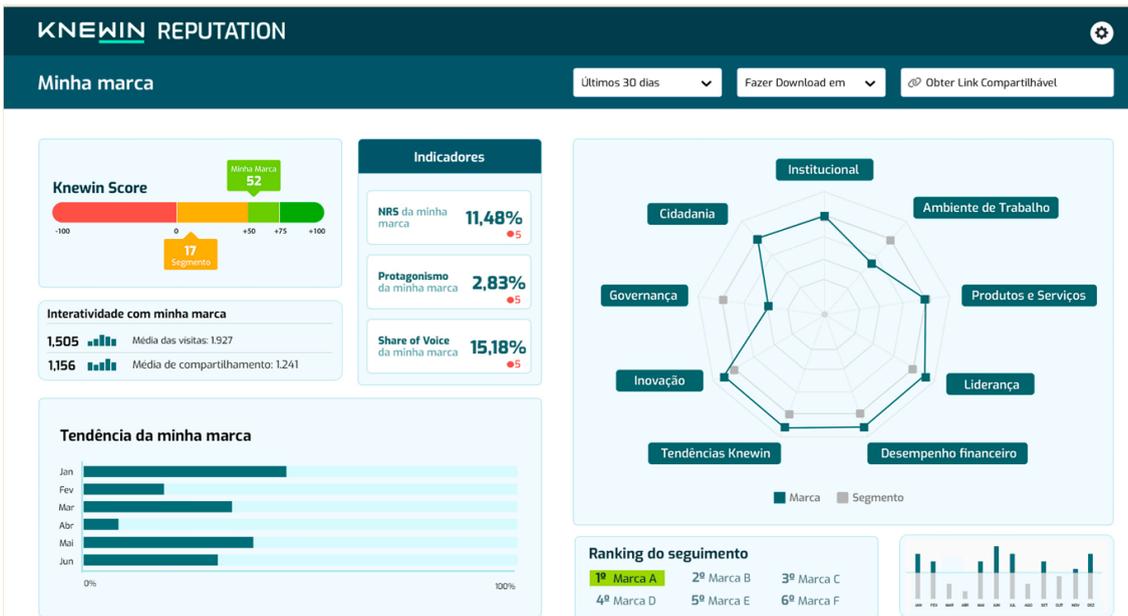
Além disso, recomendamos a incorporação de **indicadores de reputação institucional e a mensuração de brand trust, brand legitimacy e relevância simbólica da Justiça e suas instituições**. Também recomendamos a investigação do **papel e da influência da mídia e das redes sociais** na formação da imagem pública do Judiciário por meio de monitoramento de redes e pesquisa de atribuição de sentimentos, que também podem ser confrontados analiticamente com a imagem ideal desejada para a Justiça e suas instituições em busca de gaps e oportunidades de melhorias.

As melhores práticas em mensuração da reputação recomendam **monitoramento contínuo**, com coletas de dados anuais ou semestrais para pesquisas qualitativas e quantitativas e coleta de dados real time de monitoramento de mídias, redes sociais e NPS, permitindo análise de tendências. Para monitoramento online, a Knewin possui a ferramenta Knewin Reputation que é super completa, capaz de monitorar em tempo real todas as menções que são feitas sobre as palavras-chave que se queira monitorar, consolidando, inclusive, dados de pesquisas quantitativas e qualitativas realizadas por terceiros em seu dashboard. Outro ponto interessante da ferramenta é a possibilidade de monitorar temas que podem desencadear crises de imagem para a instituição, como casos de grande repercussão.

Um convite para o teste da ferramenta pode ser enviado, caso haja interesse em conhecê-la. Mais informações em: <https://www.knewin.com/knewin-reputation>



### Exemplos da ferramenta Knewin Reputation





Por fim, no cenário de ativismo pela necessária redução das desigualdades que vivemos, também é relevante entender as percepções específicas de populações vulneráveis em relação às instituições da Justiça, tais como mulheres em situação de violência, PCDs, indígenas, idosos e pessoas negras e como as instituições de Justiça geram valor para a sociedade.

Atenciosamente,

Tatiana Maia Lins - sócia diretora da Makemake Reputação

[tmaialins@makemake.com.br](mailto:tmaialins@makemake.com.br)

(11) 97675-9090

apoio - Karine Karam - Consultora em pesquisas de reputação

Sobre as autoras deste relatório:

Tatiana Maia Lins é Consultora em Reputação Corporativa, autora dos livros Reputação e Valor Compartilhado (2022) e Mulheres na Gestão da Reputação (2025), editora da Revista da Reputação e coautora do livro Mulheres ESG – Medir para Mudar (2023). Professora de Gestão da Reputação, Gestão de Crises, Relações com o Mercado e Investidores ou Comunicação ESG nas instituições: ESPM, Aberje, UnB, FAAP, USP e FGV. Retratada pela Women to Watch Brasil como uma das três lideranças ESG moldando o futuro dos negócios em março de 2023.

Mestranda em Comunicação e Práticas de Consumo na ESPM-SP, Mestre em Jornalismo Internacional pela University of Westminster, MBA em Gestão Empresarial pela FGV-RJ e pós graduada em Comunicação Integrada pela ESPM-RJ. <https://www.linkedin.com/in/tatianamaialins/>

Karine Karam, Estatística e Doutora em Comunicação pela PUC Rio. Trabalha como consultora e professora.

<https://www.linkedin.com/in/karine-karam-54012824/>