



Santamaria Silveira: Comunicação de tribunais deve ter tratamento jornalístico

A comunicação dos Tribunais e áreas afins vem ganhando densidade, mas ainda não temos a dimensão de seu perfil. Em 2013, o Judiciário e a OAB promoveram encontros para debater a comunicação que praticam no IX Conbrascom (Congresso Brasileiro dos Assessores de Comunicação da Justiça e instituições afins), realizado em São Paulo, e no II Encontro Nacional dos Assessores de Imprensa das OABs, que aconteceu em Brasília.

Estes dois eventos constituem um avanço no debate sobre a comunicação que temos e a que queremos na esfera do Judiciário e áreas afins. Um tema importante ficou subjacente nos encontros: até que ponto as entidades vinculadas ao universo jurídico praticam uma comunicação pública, que não deve ser entendida como comunicação governamental ou estatal. Pelo contrário, “fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo” (DUARTE, 2007, p.61).

Os Tribunais, os Ministérios Públicos, as Seccionais e Subseções da Ordem dos Advogados do Brasil e as Defensorias Públicas são instituições abertas à sociedade? Criam efetivamente canais de comunicação e dialogam com seus diferentes públicos? Até que ponto a comunicação é uma prioridade dentro dessas instituições? E em que nível essa comunicação atende às demandas sociais ou está mais centrada nas questões corporativas?

É difícil mensurar em que patamar a comunicação praticada pelo Judiciário e áreas afins é inclusiva, transparente e participativa e o quanto visa o interesse público. Ainda é grande o viés de conflito entre a informação que tem valor institucional e a que tem valor jornalístico dentro das organizações. Certamente, muitas assessorias de comunicação não são proativas porque esbarram em restrições e resistências de dirigentes. Outras vezes, não possuem autonomia ou independência para trabalharem. E outras, ainda, mantêm o foco predominantemente na comunicação interna (endomarketing).

A comunicação é uma atividade meio que permite aos Tribunais e áreas afins exporem suas iniciativas, discursos, interesses e suas opiniões à sociedade. Os jornalistas/assessores de comunicação são os mediadores entre o mundo jurídico e a sociedade. Como todos sabem, a linguagem jurídica é tradicionalmente hermética e — para muitos até obscura — denotando autoridade, status elevado e distanciamento da população.



Nessa esfera também há um confronto entre a cultura do Judiciário e das áreas afins com a cultura jornalística das Assessorias de Comunicação. Para o professor Manuel Chaparro (que editou o Jornal do Advogado da OAB-SP), o jornalismo é a melhor forma de zelar pela ética no ambiente da comunicação, por conta dos valores intrínsecos que o jornalista pratica durante seu exercício profissional. Vale lembrar que este ano um dos maiores grupos publicitários do país (África/DM9) comprou uma das principais assessorias de comunicação corporativa do mercado (CDN). Como destacado no encontro das OABs, o jornalismo sempre ganhou em credibilidade da publicidade, mas sempre perdeu nos valores contratuais praticados.

Dentro do cadinho da comunicação dos Tribunais e áreas afins, poderíamos agregar o direito do acesso à informação pelo cidadão, reforçado pela recente Lei 12.527/2011. Sem esse conhecimento, ele não teria instrumentos para participar e debater as iniciativas do Poder Público, do qual o Judiciário é uma faceta fundamental, principalmente com o crescente fenômeno da “judicialização” no país, que tem levado à análise das cortes questões políticas, sociais ou até morais, aumentando a importância da comunicação.

Não há como negar que a incomunicabilidade na esfera do Judiciário e áreas afins decorre de diferentes motivos. Algumas informações não chegam até a mídia por conta de procedimentos burocráticos, porque a fonte não estava disponível no devido tempo ou até porque algumas delas são refratárias ao trabalho dos jornalistas, pela síntese e rapidez com que é executado. Outras, porque dirigentes desconhecem ou desvalorizam o poder estratégico da comunicação.

No entanto, é a divulgação de um fato que vai torná-lo significativo para a comunidade. Vivemos em uma sociedade informacional, organizada em rede, na qual a quantidade de informações disponíveis é imensa e cabe ao jornalista selecionar o que pode ser mais relevante para o conjunto social, atendendo a expectativa da opinião pública. Para garantir que o objeto da comunicação dos Tribunais e áreas afins seja preponderantemente de interesse público, a comunicação deve caminhar para um tratamento mais jornalístico das informações que divulga, contribuindo para a formação de cidadãos mais críticos e participativos.

Date Created

09/01/2014