



## Você no Judiciário<sup>1</sup>

Ricardo da Silva MAGALHAES<sup>2</sup>

Maria Luthielle Bezerra LIMA<sup>3</sup>

Pollyana Rodrigues FAGUNDES<sup>4</sup>

Ramayane Nascimento SALES<sup>5</sup>

Hênuia Patrícia Lima ANDRADE<sup>6</sup>

Faculdade Atual da Amazônia, Boa Vista, RR

## RESUMO

O poder judiciário brasileiro possui mais de noventa tribunais, entre federais, estaduais, trabalhistas, eleitorais e militares. Dentre estes, o Tribunal de Justiça do Estado de Roraima (TJRR), que atende a população boa-vistense com inúmeros serviços. Dessa forma, surgiu o interesse de entender a opinião da sociedade do município de Boa Vista quanto aos serviços prestados pelo Tribunal de Justiça do Estado de Roraima (TJRR) e verificar falhas na comunicação utilizada pelo órgão. A metodologia utilizada recorreu aos preceitos do método dedutivo, pesquisa bibliografia e de campo. Os resultados apontam que a população conhece parcialmente os serviços jurídicos oferecidos pelo TJRR e a inexistência de um Plano de Comunicação Integrada que direcione os trabalhos de posicionamento da marca.

**Palavras-chave:** Comunicação Mercadológica; Poder Judiciário; Posicionamento da Marca.

## INTRODUÇÃO

O poder judiciário brasileiro possui mais de noventa tribunais, entre federais, estaduais, trabalhistas, eleitorais e militares. Dentre estes está o Tribunal de Justiça do Estado de Roraima (TJRR), o qual atende a população boa-vistense com inúmeros serviços, como vara itinerante, juizado da infância, juizados especiais de pequenas causas, dentre outros.

O desafio da comunicação nesse ambiente é amplo, pois se trata de se comunicar com pessoas de culturas e níveis sociais diferentes, que necessitam de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Intercom, Divisão Temática DT - 02, Publicidade e Propaganda. XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, email: [ricardo.magalhaes@hotmail.com.br](mailto:ricardo.magalhaes@hotmail.com.br)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, email: [thiellynhalima@hotmail.com](mailto:thiellynhalima@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, email: [poliribeiro@hotmail.com](mailto:poliribeiro@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Comunicação com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, email: [rama\\_yanne\\_sales@hotmail.com](mailto:rama_yanne_sales@hotmail.com)

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho, Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Atual da Amazônia, [henuapatricia@gmail.com](mailto:henuapatricia@gmail.com)



linguagem e tratamento diferenciados quando procurarem a Instituição. A publicidade é de suma importância para a elaboração de ferramentas que possibilitem a comunicação em diferentes veículos, no entanto seu conceito encontra-se em uma constante reformulação ao que hoje chamamos de comunicação integrada.

Segundo Lupetti (2007), a comunicação integrada tem como base um planejamento englobando todas as ferramentas utilizadas dentro do plano de comunicação, integrando as comunicações institucionais, administrativas, internas e mercadológicas.

Uma das hipóteses trabalhadas dentro da pesquisa era que a população de Boa Vista desconhece os serviços utilizados pelo órgão, sendo assim, acredita-se que conhecer a visão da sociedade sobre os serviços do TJRR subsidiará a escolha dos recursos de comunicação que possam facilitar o desempenho qualitativo dessa instituição.

A perspectiva ora proposta é original no sentido de que, no campo publicitário, não se encontrou um estudo de mercado sobre esse tipo serviço, por isso a elaboração de um estudo sobre a comunicação utilizada pelo órgão público torna-se relevante no sentido de que permitiu uma análise de como ocorre à relação entre Instituição e Comunidade.

O objetivo geral da pesquisa foi verificar a opinião da sociedade do município de Boa Vista sobre os serviços prestados pelo Tribunal de Justiça do Estado de Roraima. Dentro destes, identificar quais são mais conhecidos pela população boavistense, além desta observação, verificou-se o nível de acesso da população com relação às informações oferecidas pelo Tribunal de Justiça de Roraima.

Desse modo, o estudo partiu da necessidade de buscar informações sobre a problemática comunicacional percebida no Poder Judiciário, uma vez que, segundo Gil *apud* Andrade (2003), pesquisa é o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos, ou seja, identificar qual a opinião da sociedade roraimense sobre os serviços prestados pelo Tribunal de Justiça do Estado de Roraima e como ocorria a comunicação por parte do órgão.

Para tanto, a pesquisa exploratória pode oferecer os caminhos apropriados ao estudo, assim como a pesquisa de campo, uma vez que facilita encontrar informações acerca de um problema ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Para tanto, o método de procedimento escolhido para a pesquisa foi o monográfico, e as técnicas de pesquisa aplicadas forma da documentação indireta, direta e observação



direta e extensiva. A técnica de entrevista utilizada foi a não estruturada, que consiste em uma conversação informal de forma focalizada com o uso de um roteiro, com principais tópicos da pesquisa.

Ao considerarmos os servidores do sistema judiciário e os usuários desse sistema como públicos da pesquisa, os instrumentos de pesquisa aplicados foram do tipo questionários, aplicados para os consumidores dos serviços do poder judiciário, com perguntas do tipo aberta, fechadas.

A definição do universo da pesquisa partiu dos dados obtidos junto ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no qual conta que a população da cidade de Boa Vista é de 266.901 mil habitantes<sup>7</sup> partiu-se desse universo para a escolha da amostra. Além da população boa-vistense, pode-se observar ainda que a relevância da coleta de informações junto ao próprio órgão estadual e a outras unidades federativas as quais somam 28 unidades. A partir deste universo extraímos uma amostra de 0,02% equivalendo a 533 pessoas da população boa-vistense para a aplicação da pesquisa. Além deles, foi aplicada uma entrevista a comunicação social do Tribunal de Justiça de Roraima para o qual se utilizou como base o modelo de *briefing* sugerido por D. Crescitelli e Ogden (2007) com um *Briefing* Institucional.

## 2. DESENVOLVIMENTO

A sociedade, tal qual como a concebemos, remonta sua estrutura segundo historiadores, de três séculos antes de Cristo. Como o homem não é um ser isolado, e sim um ser social, precisa conviver em grupos para que evolua. Filósofos como Aristóteles afirmavam que o homem é um ser social, mas outros como Leviatan, acreditavam que o homem era sim um ser isolado, e mau, e somente com as imposições sociais, ou seja, com sociedade organizada é que passa a compreender os conceitos de regras sociais e ética.

A primeira concepção de organização social que a história da humanidade retrata é a organização familiar, onde o homem é o chefe, o esteio familiar, a mãe, a responsável pela criação e educação dos filhos e a partir daí indicar que procedimentos, condutas e posturas devem ser mantidas em determinados ambientes de convivência.

Segundo Oliveira (2001) as principais instituições sociais são: instituição familiar, instituição educativa, religiosa, jurídica, econômica e política. A instituição familiar é o primeiro grupo em que o indivíduo está inserido, estando este sobre o

---

<sup>7</sup> Dados relativos ao ano de 2009.



controle do chefe familiar, caracterizado pela figura paterna. Para o autor, em cada grupo familiar os membros se reconhecem biológico e culturalmente, pois cada família possui uma cultura particular.

Para Oliveira (2001), o Estado é a instituição que controla a sociedade, através dos poderes executivo, legislativo e judiciário, em que o poder *executivo* é encarregado de executar as leis, o poder *legislativo* de elaborar as leis e o poder *judiciário*, é encarregado de distribuir a justiça e interpretar a Constituição.

Como pode ser observado, o judiciário possui uma grande responsabilidade, pois é através dele que a pessoa será julgada de forma justa ou arbitrária, tendo sob sua guarda o poder de decisão sobre os conflitos gerados em sociedade.

## 2.1 GESTÃO PÚBLICA

Segundo Wilson *apud* Saldanha (2006) administração pública é a execução minuciosa e sistemática do Direito Público. Em sentido institucional é o conjunto de órgãos instituídos para alcançar os objetivos do governo. Para Ferreira *apud* Saldanha (2006), gestão pública refere-se às funções da gerência pública nos negócios do governo; mandato de administração. De acordo com o último conceito, a gestão associa-se a uma determinada fase do mandato. A gestão existe com o objetivo de criar um elo harmonioso dentro da coletividade administrativa, e o gestor de cada instituição deve ser orientado para o cumprimento desse objetivo que leva a uma relação de bem estar com seus colaboradores e conseqüentemente com a sociedade.

Segundo Saldanha (2006), os gestores das instituições públicas se baseiam em três fundamentos para atingir seus objetivos junto à sociedade, são eles:

- a. Presunção de papéis apropriados, na elaboração de diretrizes, tanto por parte do chefe de Executivo, como do Legislativo e do Judiciário.
- b. Capacidade de incorporar as diretrizes adotadas a planos funcionais de operação.
- c. Habilidade por parte daqueles encarregados das operações, para dirigir e coordenar estas operações a fim de que sejam cumpridos os planos.

O artigo 37 da Constituição de 1988 cita alguns princípios que norteiam a gestão pública, que são: a Legalidade, a Impessoalidade, Moralidade e a Publicidade. Gasparini *apud* Saldanha (2006), amplia o leque de princípios e conceitua-os da seguinte forma:

- a) Legalidade, que está associada à gestão pública em toda a sua atividade;
- b) Impessoalidade - qualquer atividade de gestão pública deve ser dirigida a todos os cidadãos;



- c) Moralidade - os atos e as atividades públicas devem obedecer aos princípios morais;
- d) Publicidade - este princípio torna obrigatória a divulgação dos atos, contratos e outros documentos da administração;
- e) Finalidade - impõe-se a administração pública a prática de atos voltados para o interesse público;
- f) Continuidade - os serviços públicos não podem parar, pois as necessidades da população não param;
- g) Indisponibilidade - o detentor da disponibilidade dos bens e direitos públicos é o Estado e a Igualdade onde todos os cidadãos são iguais perante a lei.

## **2.2 A APLICABILIDADES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Quando é pronunciado o nome Comunicação Pública, logo, vem ao pensamento à comunicação governamental, pois, algo público submete-se a instituições ligadas ao governo federal, estadual ou municipal. Porém essa comunicação nem sempre foi exercida livremente como é visto na atualidade.

No entanto, a sociedade contemporânea tem necessidade de informação, assim, a população passa por uma transformação em seus conceitos de estado impelindo uma postura diferente por parte das instituições públicas. Surge então, a necessidade de criar mecanismos de assistência ao cidadão, para que esses possam ter um atendimento justo dentro das instituições.

Na percepção de Duarte (2006) a comunicação pública (CP) diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionado a temas de interesse coletivo. O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas. A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da CP.

A Comunicação Pública deve ser realizada por todos os servidores que compõem o setor público independente de seu departamento, buscando sempre a melhor forma de comunicação para que possam interagir com o público e estabelecer políticas públicas que supram as necessidades da sociedade.

Existem inúmeras formas de fortalecer este mecanismo de comunicação entre Instituição e o cidadão, entre eles estão à facilidade de acesso e os usos das diferentes formas de comunicação, para que a cidadania seja exercitada e, por conseguinte fortalecida. Para Torquato (2002), a comunicação na administração pública comete o



viés de privilegiar a pessoa e não o fato. A isso ele dá o nome de “fulanização” comunicativa, explicando que se trata de uma visão distorcida, geralmente adotada por agente sem formação adequada ou por um tipo de assessoria de louvação que mais desajuda. Portanto para o autor, os problemas de comunicação na administração pública podem ser avaliados por condições relacionadas à linguagem, à estrutura, ao profissional e ao planejamento.

O cenário apresentado pelo autor em vista ao judiciário propicia um clima de opinião desfavorável, que se agrava à medida que os processos se amontoam, fazendo com que haja uma grande demora na resolução dos problemas, ou ainda no descaso com o atendimento ao público, além da falta de comunicação entre os tribunais e sociedade.

A partir desse contexto, destaca-se a responsabilidade dos meios de comunicação, que estimula a reflexão promovendo o controle do poder, compondo suas reportagens com uma linguagem que instigue a sociedade e promova o controle por parte do poder judiciário, a fim de que haja uma interação, entre a instituição e a população.

Para Brandão (1998), gerar comunicação de qualidade é mais do que aumentar a quantidade e potência das mensagens. Implica criar uma cultura de comunicação que perpassa todos os setores envolvidos com o interesse público, o compromisso do diálogo em suas diferentes formas, de considerar a perspectiva do outro na busca de consensos possíveis e avançar na consolidação da democracia.

A autora afirma que as políticas devem ser de integração, elaboradas participativamente, exercendo uma visão global e tendo perspectivas relativamente duradouras. Elas devem ser baseadas nas aspirações coletivas, buscando estimular a participação, o desenvolvimento da democracia, aumentando a governabilidade, estimulando a competitividade e a integração social. Sendo possível formalizar políticas públicas em áreas como internet, acesso a dados, publicidade, radiodifusão, acesso à informação, gestão da comunicação, atendimento ao cidadão, comunicação interna e relacionamento com a imprensa.

### **2.3 O ACESSO A JUSTIÇA – UMA VISÃO AMPLIADA**

Os três pilares fundamentais da democracia no mundo estão sustentados pelos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. Estes são imprescindíveis para a liberdade de expressão do cidadão aonde quer que ele esteja. Porém todos são alvos de duras críticas da sociedade.



Segundo Torquato (2002) O poder executivo, há muito tempo, vem sendo alvo de críticas, ocasionadas pela precariedade dos serviços públicos, pela lentidão, burocracia, o corporativismo, o foco na mídia, as brigas internas e o poder invisível, trazendo insatisfação e descrédito da instituição junto à sociedade.

Segundo o autor o poder legislativo tornou-se alvo de críticas devido a grande onda de corrupção e a pouca produção da instituição. Porém o poder legislativo é de grande importância, pois é através dele que as leis são criadas, para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos brasileiros.

De acordo com a última constituição do final do segundo milênio no Brasil, foi conferido um novo sentido à cidadania, atribuindo ao povo o papel de fiscal do poder político, pretendendo despertar as pessoas para o exercício da cidadania consciente.

Para Gomes (1997), o magistrado tem como função fundamental a defesa dos direitos do homem e da cidadania, além de solucionar litígios, controlar os demais poderes, de autogoverno, de tutela de direitos e garantias fundamentais e de garantia do Estado Constitucional e Democrático de Direito.

Segundo Russo (2009), o juiz possui uma imagem perante a população de conservador, burocrata, reservado, distante dos problemas sociais, elitizado.

É visto como um alienado da realidade social, um privilegiado, com isso a população se afasta do poder judiciário por ter uma visão de magistrados rudes e sem um comportamento humano preocupado com as dificuldades da comunidade em que está inserido.

Neste contexto percebemos que os magistrados não podem ser vistos como seres intangíveis, mais como cidadãos comuns que prestam serviços a comunidade, ocupando apenas cargos diferenciados. Sendo esta composição presente em diversos tribunais de justiça no país.

Com a consolidação do judiciário este se tornou independente e organizado, levando a sociedade a confiar na organização. Porém, com o passar dos anos a justiça mostrou-se lenta em julgar os processos encaminhados ao magistrado, ganhando assim a desconfiança dos cidadãos por acharem que a justiça só serve para os ricos, além de ser uma instituição fechada que não se comunica com a sociedade.

No entanto essa realidade está começando a ser modificada, e a instituição começa a perceber a importância da sociedade dentro desse processo de cidadania, pois



a organização existe para defender os direitos dos cidadãos, independente de sua classe social, cor, opção sexual e credo.

Conforme Art. 3º, inc. IV da Constituição Federal prevalece que o cidadão não pode sofrer nenhum tipo de discriminação ou preconceito de origem, raça, cor, sexo e idade, além de promover o bem de todos.

Porém, o judiciário precisou passar por muitas críticas da sociedade para perceber o quanto estes são importantes para execução dos serviços prestados pelo Tribunal de Justiça. Pois, em um país marcado pela desigualdade social, em que a miséria absoluta é colocada ao lado da riqueza extrema, a sensação é que a justiça não foi feita para pobres, e esse sentimento fica mais intenso com a falta de informação sobre o que é o poder judiciário e quais os serviços disponibilizados pelo órgão.

Hoje a Instituição se preocupa com a população, querem mantê-los informados sobre os serviços disponibilizados pelo judiciário. Porém isso não quer dizer que a população já possua a liberdade de ir e utilizar os serviços prestados pelo TJ, pois as modificações na mentalidade das pessoas demoram um pouco para compreender as mudanças que vem ocorrendo na instituição.

## **2.4 FORMAS DE COMUNICAÇÃO DO PODER JUDICIÁRIO**

Alguns Tribunais de Justiça que compõe as federações brasileiras procuram de alguma maneira estabelecer laços de aproximação com a comunidade, dentre eles podemos destacar os seguintes tribunais: Tribunal de Justiça de Mato Grosso, sendo que este se utiliza de práticas comunicacionais na disseminação de informações sobre a Instituição para a população, com o intuito de aproximar e informar a sociedade sobre os serviços prestados pelo Judiciário. Tais práticas correspondem à pop-ups para Internet, impressos institucionais como panfletos, folders, cartazes, entre outros, além de e-mail marketing pra outras Instituições.

O Tribunal de Justiça de Mato Grosso veicula notícias em emissoras de rádio e televisão, sendo que 1136 reportagens sobre o Poder Judiciário foram difundidas na imprensa escrita de Goiás, correspondendo a 81% das reportagens (TJGO, 2009); 820 nos telejornais e 279 nas emissoras de rádio, além do site [www.tjgo.jus.br](http://www.tjgo.jus.br).

Tribunal de Justiça de Alagoas, através da veiculação do programa “Momento Justiça”(TJAL, 2007) em emissoras locais; a produção de vídeos institucionais, bem como a exibição de documentários.



No entanto são raros os casos em que os TJ's mantêm proximidade com a imprensa. E muitos os casos, o juiz nega-se a manter qualquer contato próximo dos envolvidos com o processo (partes e advogados), e com a imprensa (sendo que este não possui perfil para dar entrevistas em rádios ou jornais). Em muitas ocasiões nega-se inclusive a conhecer os reais problemas de sua comunidade.

Consequentemente, o maior prejudicado neste distanciamento dos Tribunais, é a população, pois uma vez que essa sociedade não conhece as atribuições desse poder, terá dificuldades para compreender a respeito da realidade do judiciário local, e consequentemente da justiça como um todo, e assim não poderá fazer uso de nenhum dos serviços.

Para Vieira (2009), embora seja uma característica do magistrado brasileiro manter o foco somente em seu trabalho e no andamento célere de suas ações processuais, com nenhuma ação de aproximação com a comunidade, observa-se um novo contexto, no qual os juízes vêm procurando estreitar seus laços de relacionamento entre o judiciário e a sociedade.

Para o autor, este jovem juiz considera-se um militante e idealista em suas ações de mudança, sendo este um transformador, tendo plena consciência de que para ser um bom magistrado, deve conhecer a realidade que está em sua volta. Sendo assim, procura participar de eventos sociais de sua comarca ou região, caracterizando-se como uma pessoa simples, e que conversa de igual para igual com a pessoa mais simples de sua comunidade, desmistificando-se assim a figura do magistrado.

Segundo Beneti *apud* Vieira, (2009, p.17) este descreve o novo modelo de atuação do judiciário da seguinte maneira:

Modernamente cresce a ideia de um juiz participativo, mais sociável do que o antigo juiz fechado na própria personalidade, que não falava com ninguém e apenas fazia o caminho da casa do Fórum ou Tribunal, obcecado tão somente pelo cumprimento do dever.

Para Sadek *apud* Vieira,( 2009, p.17),

É possível desenhar, do ponto de vista formal dois tipos “puros” de magistrados: o que só se pronuncia nos autos e o que se manifesta para além dos autos. Trata-se de dois tipos polares e, como tal, radicalmente distintos. O primeiro cultua a imagem de um juiz distante dos dramas do dia-a-dia; é quase um ser anódino. O segundo, ao contrário, preza seu papel social; é quase um militante político.



Vieira (2009) observa que neste estreito relacionamento entre juiz e comunidade, é comum verificá-las no âmbito dos Juizados Especiais, tendo como exemplo o Juizado da infância e Juventude, o qual atua como um articulador de ações em uma rede de proteção à criança e adolescente, situações de vulnerabilidade social, bem como projetos de inserção social a adolescentes infratores de atos infracionais, entre outros.

A entrevista realizada com a Juíza Tânia Vasconcelos do TJRR, aponta essa perspectiva quando afirma que a propaganda é “alma do negócio”, e revela que o judiciário hoje pode investir em publicidade para dar maior visibilidade às atividades realizadas pela instituição. A Juíza ressaltou que concorda com a simplificação da linguagem jurídica, utilizando-se de uma linguagem simples na transmissão de informações, a uma linguagem burocrática e jurídica, facilitando o entendimento do público sobre os serviços do Tribunal de Justiça de Roraima.

Pode-se ainda verificar as ações dos juízes junto à comunidade, com palestras em escolas para pais, alunos e professores, bem como estabelecer visitas dirigidas ao Fórum, explicando o funcionamento da justiça ou ainda mantendo um perfeito estreitamento com a imprensa (emissoras de rádio, jornais, televisão).

Segundo Cabral (2009), a população que determina a demanda no Poder Judiciário está situada nas posições privilegiadas da sociedade. Enquanto a maioria da população se encontra nas classes menos privilegiadas, ficando às margens impossibilitadas de resolver seus conflitos individuais ou coletivos através do Judiciário.

Essa questão ficou visível quando na aplicação do briefing junto a comunicação do TJRR, em que o *target* pré-definido para um dos projetos da Assessoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, são crianças e jovens a partir de 12 a 20 anos, estudantes de escolas públicas e particulares, para os quais será usado uma cartilha, contendo uma linguagem clara e simples explicando sobre o que é o TJRR.

A aproximação do TJRR da comunidade em nível local também ocorre por meio de palestras, que segundo a Assessoria de Comunicação do TJRR, serão realizadas nas escolas, através das atendentes que terão contato direto com o público, bem como no site do TJRR. Este projeto, lançado em 23 de Abril de 2009 tem data prevista para conclusão Fevereiro de 2011.

No entanto, a pesquisa de campo aplicada aos usuários do Tribunal de Justiça de Roraima, revelou que há uma carência de informações sobre os serviços que o mesmo disponibiliza.

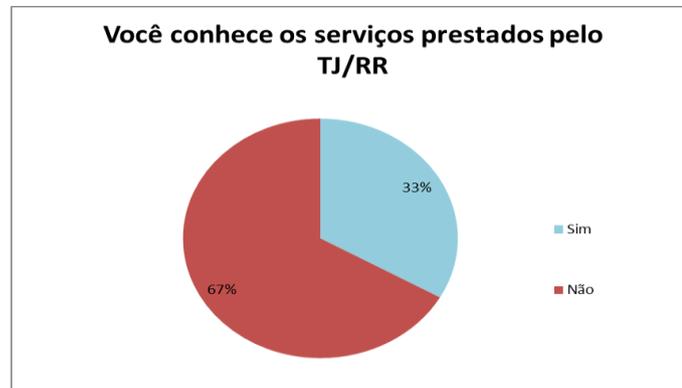


Gráfico 2: Conhecimento dos entrevistados sobre os serviços oferecidos pelo TJRR

A partir dessa pesquisa podemos concluir que a população pode formar uma imagem negativa do Judiciário considerando a ausência de informações ou nenhuma imagem; visão esta que contribui bastante para a potencialização de conflitos e para a disseminação da violência. Para Carneiro (2000), a garantia ao acesso igualitário à justiça torna-se extremamente importante em um país como o Brasil, marcado pela discriminação histórica e pela desigualdade social. Além de ser um país autocrático, centralizador e elitista.

A realidade do jurisdicional possui uma carência em propagar informações de teor jurídico e informativo para a sociedade. Para suprir tal carência, existem métodos que, corretamente aplicados, facilitam a divulgação de informações aos públicos.

Segundo Freeman *apud* Lupetti, (2007), as pessoas físicas e jurídicas que são afetadas direta ou indiretamente por empreendimentos econômicos, chamam-se *stakeholders*, ou seja, são grupos de indivíduos que coletivamente ou em grupo, através de seu comportamento podem afetar a gestão de tomada de decisões de uma organização.

Para Freeman *apud* Lupetti, (2007), existem dois tipos de *Stakeholders*, os primários, que influenciam diretamente os negócios da organização, sendo estes acionistas, sócios, colaboradores, fornecedores, clientes e comunidade próxima a empresa; e os secundários, os que influenciam de forma indireta a organização (associações de classe, Ongs, etc).



A pesquisa aplicada junto a Assessoria de Comunicação do TJRR ao apontar a comunicação realizada junto ao público interno (colaboradores), apontou que são considerados como públicos secundários, o que é incorreto, conforme citado anteriormente. O programa “Conhecendo o Judiciário”, idealizado pelo TJRR, visa esclarecer de uma forma simples o que é o TJRR, e quais as funções de cada juiz e desembargador direcionado à população, o público interna apenas toma conhecimento de sua existência, mas não envolve o colaborador no sentido de atuar como multiplicador dos conceitos.

Os pesquisadores consideram que a ocorrência seja em função da ausência de um plano de comunicação integrada, pois em entrevista, a Assessoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, apontou a ausência de um plano de comunicação integrada que norteasse as ações executadas pela assessoria de comunicação com o intuito de promover o Tribunal de Justiça. Apontam que falta um banco de dados que contenha informações quanto ao perfil da população atendida pelo TJRR, o que dificulta a elaboração de campanhas e de materiais promocionais dirigidos a um *target* específico.

Lupetti (2007), afirma que um grupo de *stakeholders*, poderá influenciar a organização dependendo de sua atuação, o que tornará a organização mais ou menos vulnerável em seus compromissos e atitudes. O grande desafio está em conciliar os interesses de cada grupo.

Segundo Braga<sup>8</sup> (2010, p.01), a mudança no perfil da comunicação no judiciário volta à atenção para a institucionalização da informação salientando que,

Nesse trabalho, as questões institucionais devem sempre estar acima das questões políticas internas dos tribunais, já que a comunicação assume papel primordial de mostrar ao cidadão a verdadeira face da Instituição, independente do gestor da hora.

De acordo com pesquisa realizada pelo Conselho Nacional de Justiça, com apoio do Departamento de Pesquisas Judiciárias, 63% das assessorias de comunicação dos Tribunais de Justiça não possuem previsão orçamentária para 2010 e apenas 39% possuem planejamento estratégico de comunicação, onde os dados comprovam a necessidade de se trabalhar e investir na comunicação entre os judiciários.

---

<sup>8</sup> Conselheiro do Conselho Nacional de Justiça



Uma das mudanças ocorridas recentemente no judiciário deu-se com a criação da resolução nº 85 do CNJ o qual representa um grande avanço nas políticas de comunicação do judiciário, e que por meio da qual foi criado o Sistema de Comunicação do Poder Judiciário – SICJUS - e o Comitê de Comunicação Social do Judiciário.

A entrevista aplicada a outra Juíza do TJRR, Graciete Sotto Maior, demonstra também um novo entendimento do juizado quanto a importância da comunicação para a instituição, quando discute sobre um dos projetos desenvolvidos pelo TJRR, que é a “Semana de combate à exploração sexual nas escolas públicas”, quando é promovida a realização de concursos entre os alunos para a criação de poesias, textos ou cartazes que expõem essa temática, o que ajuda na questão da visualização e aproximação do judiciário com os jovens e a população em geral.

A juíza afirma que a participação do judiciário dentro das comunidades é visível, pois a instituição está buscando construir um elo de aproximação com o cidadão. Uma das ações que ajudam a promover esta interação é a justiça comunitária que realiza audiências com mediadores da própria comunidade, buscando solucionar pequenos conflitos na sociedade.

Para Sotto Mayor, a divulgação de informações pelo Tribunal de Justiça, possui o intuito de divulgar e mostrar como é prestar um serviço jurídico, no qual a propaganda tem como papel principal aproximar o público. Decorre desse fato a necessidade de divulgação dessas ações. Afirma ainda, que as coisas ruins devem ser divulgadas, pois servirão de aprendizado para a melhoria no atendimento, mas defende que as coisas boas que o judiciário está alcançando devem ser bastante divulgadas. Dessa forma, a demanda reprimida de pessoas que não tem conhecimento do poder jurídico, teriam acesso à informação e, conseqüentemente, entenderiam as atribuições inerentes a cada setor do judiciário.

A juíza faz um elogio ao programa de rádio do judiciário em que se disseminam informações à população roraimense. Esta ação aproxima a população e acaba promovendo a interação entre justiça e população; fato observável pelas ligações efetuadas pela segunda parte para pedir melhores informações.

Afirma que alguns juizados utilizam os meios de comunicação para ter acesso aos públicos de determinadas regiões do estado de Roraima, como o rádio e serviços de som, que são utilizados para divulgação e comunicados dos serviços jurídicos em determinadas comunidades.



Para a Juíza a simplificação da linguagem jurídica ajuda na questão de comunicar os atos jurídicos ao cidadão que os utiliza, adaptando os termos formais e jurídicos por termos mais simples da língua portuguesa para melhor compreensão do público e agilidade dos processos.

Para Tânia Vasconcelos<sup>9</sup>, Juíza da Vara da Justiça Itinerante, o judiciário é uma instituição que está em busca de resgatar sua credibilidade, promovendo o acesso do cidadão com a entrega de ações e serviços em tempo mínimo juntamente com a Justiça Itinerante. O objetivo principal é mostrar para a sociedade que busca a justiça que esta pode sim conseguir os serviços jurídicos e ter resultados em tempo mínimo.

A Juíza também afirma que a propaganda é “alma do negócio”, revelando que o judiciário hoje pode investir em publicidade para dar maior visibilidade às atividades realizadas pela instituição. Ressalta que concorda com a simplificação da linguagem jurídica, utilizando-se de uma linguagem simples na transmissão de informações, a uma linguagem burocrática e jurídica, facilitando o entendimento do público sobre os serviços do Tribunal de Justiça de Roraima.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O resultado da pesquisa apontou que a população de Boa Vista conhece superficialmente o Tribunal de Justiça do Estado de Roraima e não consegue identificar seus serviços, por sua vez inexistente um plano de comunicação integrada, embora os juízes entrevistados apontem na comunicação para promover a aproximação do Tribunal junto aos públicos. Por essa perspectiva, a comunicação de um organismo como o Tribunal de Justiça deve voltar-se para o resgate dos valores da Instituição, da visibilidade dos serviços que oferece de maneira a atender um mix de públicos tendo como principal os usuários dos serviços, o que facilita trabalhar seu posicionamento junto à sociedade. No entanto a idealização de um banco de dados, o conhecimento do perfil do usuário é fundamental para que o objetivo de aproximação estabeleça um elo harmonioso entre Instituição e Sociedade, tornando-a acessível e quebrando um paradigma histórico de distanciamento que vem representando o poder judiciário brasileiro.

---

<sup>9</sup> Informações cedidas em entrevista realizada em 10.09.2010



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do trabalho científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BRANDÃO, Elizabeth. **Comunicação pública**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21. Recife: Enap, 1998.

CABRAL, Marcelo Malízia. **Coleção Administração Judiciária: concretização do direito humano de acesso à justiça - imperativo ético do estado democrático de direito**. Porto Alegre: TJRS, 2009. v. 5.

CARNEIRO, Paulo Cezar Pinheiro. **Acesso à justiça: Juizados Especiais Cíveis e Ação Civil Pública**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

DUARTE, Jorge. **Glossário de comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006.

GOMES, Luis Flávio. **Dimensão da magistratura no Estado Constitucional e Democrático de direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em publicidade: a verdadeira alma do negócio**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

\_\_\_\_\_. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

OGDEN, James R. **Comunicação integrada de marketing: conceitos técnicas e práticas**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

OLIVEIRA, Pérsio Santos de. **Introdução à sociologia**. São Paulo: Ática. 2001.

RUSSO, Andréa Rezende. **Uma moderna gestão de pessoas no poder judiciário**. Porto Alegre: TJRS, 2009. v. 8.

SALDANHA, Clézio. **Introdução a Gestão Pública**. São Paulo: Saraiva, 2006

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

\_\_\_\_\_. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

VIEIRA, José Luiz Leal. **Coletânea de Trabalhos de Conclusão de curso apresentado ao Programa de Capacitação em Poder Judiciário: a imagem do judiciário - FGV Direito Rio**. Porto Alegre: TJRS. 2009.