



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO

**O ENTREVISTADO E O VEREDITO: UMA PESQUISA SOBRE AS FONTES
DE INFORMAÇÃO UTILIZADAS NA TV JUSTIÇA**

NATALIE MACHADO
RA: 2051331-5

PROF. ORIENTADOR: LUIZ CLÁUDIO FERREIRA

Brasília/DF, outubro de 2008

NATALIE MACHADO

**O ENTREVISTADO E O VEREDITO: UMA PESQUISA SOBRE AS FONTES
DE INFORMAÇÃO UTILIZADAS NA TV JUSTIÇA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, do Centro Universitário de Brasília.

Orientador: Professor Luiz Cláudio Ferreira

Brasília/DF, outubro de 2008

NATALIE MACHADO

**O ENTREVISTADO E O VEREDITO: UMA PESQUISA SOBRE AS FONTES
DE INFORMAÇÃO UTILIZADAS NA TV JUSTIÇA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, do Centro Universitário de Brasília.

Orientador: Professor Luiz Cláudio Ferreira

Banca examinadora:

**Prof. Luiz Cláudio Ferreira
Orientador(a)**

**Prof(a). Luzia Cristina Giffoni
Examinadora**

**Jornalista Carlos Eduardo Martins da Cunha
Examinador**

Brasília/DF, outubro de 2008

Resumo

Este trabalho faz um levantamento das fontes de informação utilizadas nos telejornais da TV Justiça, do Supremo Tribunal Federal, com sede em Brasília. A realidade sócio-cultural brasileira e os resultados do trabalho da mídia na forma de investir em qualidade de informação à população. O "personagem", que é a fonte de informação no jornalismo, tem a função de facilitador de comunicação pública e a clareza que ele pode trazer ao trabalho de determinado profissional no jornalismo do Judiciário brasileiro. Estes foram os pontos observados nesta pesquisa durante as 21 exibições do Jornal da Justiça 2ª edição, do mês de junho de 2008. Para tanto, levou-se em consideração as sugestões de pautas feitas pela equipe da TV Justiça e as reportagens elaboradas pela Casa que foram veiculadas.

Dedicatória

Dedico este trabalho a todos aqueles que sempre estiveram ao meu lado e contribuíram para o meu empenho profissional e pessoal. Especialmente, aos meus familiares, professores e colegas de profissão.

Agradecimentos

A todos que me acompanharam nesta jornada e tornaram possível a realização deste sonho.

Sumário

1- Introdução	08
2- Em jornalismo, entrevistado é personagem	13
3- Comunicação Pública como produtora de conteúdo.....	16
4- A pauta na TV Justiça e a comunicação pública	21
5- Análise e resultados da pesquisa	24
6- Conclusão	28
7- Referências bibliográficas	30

1- Introdução

"Uma chatice!", "Falta dinâmica, aproximação com o público!", "pede para colocarem um *clipzinho*, uma música legal lá que eu assisto! Ou um programa de auditório, quem sabe?". Em geral, estas foram as qualificações dadas e que a presente pesquisadora escutou quando perguntava a cidadãos comuns o que achavam da TV Justiça e do jornalismo público em geral.

O trabalho desempenhado pelos três poderes do governo federal brasileiro no jornalismo público, ainda recente no país, tenta aproximar mais a população do que lhe é de direito. Saber o que acontece dentro das "Casas do povo". Quais são as decisões tomadas pelos representantes que elegeram ou os que foram escolhidos pelas autoridades eleitas através do voto popular, como no caso, os ministros do Supremo Tribunal Federal. Explicar o que de fato acontece nos plenários da vida. Quais os benefícios que a sociedade terá e saber o porquê daquelas decisões. Todos esses motivos citados instigaram a pesquisadora e levam-na a desenvolver este trabalho de conclusão de curso.

O jornalismo público e social tem desempenhado com clareza e naturalidade o papel que lhe é designado? A credibilidade das instituições federais com a população mostra um desfalque. Pessoas acreditam mais na justiça divina e na das forças armadas do que na que verdadeiramente pode condenar, absolver ou, até mesmo, esclarecer os fatos. Dados da pesquisa "Barômetro AMB de Confiança nas Instituições Brasileiras", desenvolvida em junho deste ano (2008), com âmbito nacional, acessada no dia 31/08/2008 através do site oficial da Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB), www.amb.com.br, mostram os resultados, que não deixam de assustar. O Poder Judiciário está em sexto lugar no quesito confiança da população brasileira, com 56% de aprovação. Em primeiro estão as Forças Armadas, com 79%; em segundo a Igreja Católica, com 72%; Polícia Federal em terceiro, com 70%; em seguida o Ministério Público, com 60%; e, logo após, a Imprensa, com 58%.

Ainda de acordo com o estudo, apenas 8% dos entrevistados afirmam conhecer bem o judiciário brasileiro e a conclusão é: a confiança no Judiciário não

está associada ao grau de conhecimento da população. A população confia, mas não conhece. Em declaração dada na divulgação dos dados, o presidente da AMB, Airton Mozart Valadares Pires, afirma que o desafio está lançado e quer deixar claro à população qual é o papel e a estrutura do Judiciário brasileiro. “Esse é o nosso grande desafio, levar ao conhecimento da opinião pública o que é o Poder Judiciário e qual sua missão constitucional”, declarou Airton.

A crescente globalização exige um acompanhamento proporcional dos meios de comunicação e das atividades que neles são desenvolvidas. Para isso, o jornalismo social empenhado nas instituições, até mesmo estatais, volta a atenção para a população de uma forma mais humanizada, ou seja, não apenas dar a notícia como uma simples exposição de fatos, mas também procura mostrar soluções e explicações das decisões tomadas pelos órgãos.

O governo tenta acompanhar uma tendência mundial, ainda recente no Brasil, e o jornalismo público exige um perfil de conscientização da própria mídia em território nacional.

“Como o jornalismo público é um conceito que tem pouco mais de uma década de existência e, como na maior parte dos veículos de imprensa brasileiros ainda não despertou sequer para a cobertura das atividades relacionadas à ‘cidadania empresarial’ dos outros setores, falta ainda avaliar-se o potencial noticioso do Terceiro Setor se a própria mídia em geral brasileira se conscientizasse de sua responsabilidade social”. (MARTINS 2006, p.19)

Os conceitos referentes à massa populacional tiveram modificações com o passar do tempo. Antes eram considerados instrumentos de forma repressora por parte do Estado (Exército, Polícia). Agora, a imprensa também é vista como mais um meio de deixar clara a informação e influenciar na educação de qualidade da população. Como afirmam os jornalistas Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2002), essa é uma contribuição para que o cidadão seja o foco do desenrolar de cada história.

“As empresas públicas de comunicação difundem o jornalismo de reflexão e não de reflexo, como objetivo de aprofundar o conhecimento da realidade, proporcionando o desenvolvimento do espírito crítico e estimulando uma participação política e social ativa. É uma contribuição para que o cidadão seja sujeito e não objeto da História”. (p.35)

Como exemplos do seguimento de uma tendência mundial, há no Brasil a criação das TVs públicas – do Legislativo, Executivo e do Judiciário brasileiros. Em 11 de agosto de 2002, foi criada a TV Justiça. Emissora do Poder Judiciário, com sede no Supremo Tribunal Federal. O acompanhamento das decisões judiciais obtidas diariamente e a tradução destas para o público é a rotina dos profissionais que lá trabalham. De acordo com o site oficial www.tvjustica.gov.br, acessado no dia 25/07/2008, o objetivo da criação desta TV é promover a aproximação entre cidadãos e o Poder Judiciário, Ministério Público, Defensoria Pública e Advocacia. Para isso, o trabalho desenvolvido é com a perspectiva de informar, esclarecer e ampliar o acesso da população à justiça. Os conteúdos de programação veiculados - tendo como referência de eixo editorial o jornalismo, a educação, a cidadania e prestação de serviços à população - estão sob responsabilidade exclusiva de um Comitê Editorial, composto por 13 cargos.

“O Comitê Editorial da TV Justiça estabelece normas de atuação e supervisão das produções, prezando a coerência de linguagem e conteúdo, de apresentação visual e o cumprimento dos padrões editoriais definidos pelo Conselho Estratégico” (www.tvjustica.gov.br)

Ao ter como escrito aquelas palavras da emissora do judiciário, será estudada neste trabalho de conclusão de curso a aproximação deste Poder junto à população, por intermédio dos entrevistados nas reportagens do Jornal da Justiça, veiculado das 18h30 às 19h00, em todo o mês junho de 2008.

Para a análise de uma parte deste equilíbrio, que evolui e acompanha uma seqüência de fatores mundiais, as 21 edições do Jornal da Justiça do mês citado no parágrafo anterior serão analisadas. O foco dado será a presença de “personagens” - no jargão jornalístico, a expressão refere-se aos entrevistados- nas matérias elaboradas pela equipe jornalística da TV Justiça. Os espelhos dos jornais – também no vocabulário jornalístico, fazem referência às reportagens do jornal que serão veiculadas no dia - daquelas edições serão analisados, assim como as pautas produzidas pela redação da TV Justiça que contam com a participação de

autoridades das respectivas áreas e personagens. Também será feito um estudo destas matérias selecionadas que foram ao ar. Assim, haverá uma amostragem do ano em que essa pesquisa foi feita, relativo à participação dos personagens nos trabalhos desenvolvidos, já que a análise será feita apenas de um mês deste ano.

Já que o objetivo é aproximar o cidadão comum dos seus direitos, os meios utilizados estão sendo suficientes para cumprir esse papel? A facilidade que atualmente é oferecida à população para ter posse de aparelhos eletrônicos é suficiente para fazer com que as decisões jurídicas, até então indecifráveis, cheguem de forma clara e atinjam a massa populacional, como programas de auditório na televisão e de músicas populares nos rádios, e permitam que novas formas culturais “entrem” na casa do cidadão comum?

A também autora Maria José da Costa Oliveira (2004), cita em um trecho de seu livro a visão do ex-ministro da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, Luiz Gushiken, sobre a comunicação, de certa forma integrada, que deve haver entre Estado e população para que o conjunto dos trabalhos seja desempenhado com qualidade.

“As relações entre Estado, mídia e sociedade só têm sentido se a comunicação for pensada como possibilidades de adotar a perspectiva do outro, o que tem valor inestimável para a democracia e resgata, em meio ao individualismo exacerbado, a preocupação com o bem público e com a noção de coletividade”. (p.03)

Considerando a televisão um fenômeno de massa de grande impacto na vida social e um meio capaz de prender a atenção de todos, já que tem como o recurso a imagem ou simulação do fato, pode-se ter como posição: o telejornalismo aproxima mais o cidadão do cotidiano. As imagens, juntamente com as palavras e a narração, tornam as notícias mais próximas. Há posições que vêm sendo combatidas, como a citada na obra de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2002, p.15).

“A televisão vive também de críticas e uma das mais duras diz que a estrutura do meio é entendida como tecnologia de difusão de empreendimento mercadológico, sustentadora do regime econômico e máquina de moldar o imaginário”.

A humanização das matérias, visando uma forma de contribuir com o avanço social e no jornalismo público, é feita ou tenta-se atingir através de métodos que tornem aquele o jornal considerado formal mais social.

2- Em jornalismo, entrevistado é personagem.

A estruturação de matérias conta com trabalho coletivo de aprovações ou recusas a respeito de determinado assunto nas reuniões de pautas – no jargão jornalístico, reuniões onde são discutidos entre a equipe de trabalho os assuntos que são notícia naquele dia e quais irão ser exibidos no telejornal. A partir daí, começam as produções – também no meio jornalístico, conhecidas como a elaboração das matérias, marcações de entrevistas com as pessoas ideais para falar sobre determinado assunto, checagem de números e informações e, sempre que possível, buscam pessoas que se enquadram no tema abordado pela matéria e que possam participar da entrevista naquele momento – o personagem.

Assim como afirma Olga Curado (2002, p.96), em média, um telejornal (segunda a sábado) dura cerca de 24” (24 minutos). Levando-se em consideração que o tempo de cada matéria a ser veiculada pode variar de 1’05”(um minuto e cinco segundos) a 1’30” (um minuto e trinta segundos). Há ocasiões, em que assuntos especiais necessitam de maior aprofundamento e, normalmente, exigem mais tempo de veiculação. Como solução, os temas podem ser divididos para a elaboração de uma série de outras reportagens. Na televisão, as notícias veiculadas têm que ser mais concisas, ou seja, resumidas, porém a credibilidade e a importância da informação devem ser mantidas. Um bom repórter tem que saber transpassar em palavras e idéias simplificadas e selecionar o que vai ser de interesse do telespectador. Ele tem que ter noção que as entrevistas feitas com a autoridade ou com o personagem podem render apenas 15” a 20” (quinze a vinte segundos) de fala e aparição daquelas pessoas e representantes do determinado assunto no ar. “O telejornal, o programa de notícia ou o noticiário está no ar com a missão de oferecer esclarecimentos sobre os fatos. O limite do jornalismo é a verdade” (CURADO 2004, p.17).

O jornalista, como um mediador de peso entre a comunidade e a fonte de informação, assim como afirma Yvan Charon (1995 p. 11), tem que saber se portar diante das situações.

“Muitas vezes se salientou, justificadamente, que o jornalista, com os meios que dispõe, raramente está na situação de observar

directamente o acontecimento. Encontra-se, pois, na maior parte dos casos, confrontado com a tarefa temível de reconstituir os factos. Para isso, a entrevista é um instrumento precioso.”

Além de ser um profissional que presencia os fatos, de estar no local do acontecimento como uma testemunha e de ter como missão passar ao público tudo aquilo que está acontecendo, o repórter também tem papel de deixar aquela situação tão real como se o leitor estivesse no local.

Tornar essa comunicação com o público mais próxima e àquelas notícias mais reais, manter a clareza das informações e qualidade, são detalhes que fazem parte da rotina do repórter de uma redação de TV. O dia-a-dia dos produtores de matérias – no jargão jornalístico, notícias veiculadas nos telejornais - tornou-se uma ferramenta cada vez mais necessária para o desenvolvimento do trabalho. Ou seja, a também inclusão de personagens nas matérias dos telejornais virou um recurso quase que indispensável para a estruturação da notícia.

Como também afirmam Luciana Bistane e Luciane Barcellar (2005), seria muito mais simples apenas transcrever em números e dados estatísticos os resultados de pesquisas ou apenas relatar para a população o que autoridades decidiram em reuniões com palavras difíceis ou sem codificação com a realidade da maioria.

“Buscar pessoas que possam exemplificar uma situação humaniza uma reportagem. Mostrar as dificuldades de uma família para administrar o orçamento é muito mais próximo da realidade do telespectador do que encher a tela de números e índices para evidenciar o aumento do custo de vida. O personagem ajuda a explicar um assunto, mas deve-se evitar o uso indiscriminado. Atualmente, esse recurso virou fórmula para construção de matérias”. (p.14)

A utilização de personagens torna o que tem que ser relatado ao leitor mais palpável, uma forma de se identificar com aquilo que está acontecendo. Por exemplo: o Governo divulga dados que mostram o salário mínimo suficiente para um cidadão de classe baixa se manter. Os resultados supõem que com aquele dinheiro todo cidadão vai conseguir mensalmente comprar todos os remédios que precisa para sobreviverem – já que são pobres e idosos, além de arcarem com as despesas de casa e terem que comprar comida para alimentarem-se. Na televisão, ao invés

apenas de noticiar, “governo lança estudo e afirma que o salário mínimo é o suficiente para um cidadão sobreviver”, um outro trabalho pode ser desenvolvido: o produtor vai atrás de uma pessoa, dentre os milhões de cidadãos que sobrevivem com aquela quantia recebida todo mês. A partir daí, cabe pesquisar: quais os problemas enfrentados pelos personagens? Eles conseguem ter uma boa qualidade de vida com aquele dinheiro? O seu João e a dona Maria pagam todas as contas? Compram todos os remédios e colocam comida em casa? Cabe ao repórter também saber utilizar essas informações e contrabalancear com as divulgadas. Ai está um grande valor de personagem.

Todas essas possibilidades devem ser analisadas pelos veículos de comunicação que devem despertar o interesse do público para determinado assunto. Podem ser levadas em consideração a grande possibilidade de “os fatos” chegarem de forma mais humanizada e de forma mais concreta na casa das pessoas. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), acessado no dia 31/08/2008, www.ibge.gov.br, mostram que a televisão e o rádio são os aparelhos mais encontrados nas casas dos brasileiros. Esses meios de comunicação fazem parte de quase 90% das residências de todo o país.

Ao alcançar e estar presente em quase todos os municípios do território nacional, além da dinâmica usada, a qualidade da informação deve ser um outro ponto de preocupação do produtor e do repórter. As fontes oficiais são necessárias para o andamento da matéria, mas o bom embasamento sobre o assunto também é de responsabilidade do repórter para não ficar destoado do assunto na frente do entrevistado.

Na obra de Yvan Charon (1995 p. 34), o autor destaca a preciosidade da qualidade de uma informação, mas alerta que cuidados devem ser tomados na hora de checar. Certos tipos de fonte devem ser evitadas, como as institucionais. As facilidades de conseguir informações através daquele meio podem prejudicar o desenvolvimento do trabalho. “Uma fonte institucional é muitas vezes necessária, como complemento, mas é preciso fazer entrevista com total conhecimento de causa.”

3- Comunicação Pública como produtora de conteúdo

É princípio constitucional que o Estado deve conferir publicidade às suas ações:

“A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos” (CONSTITUIÇÃO FEDERAL 1988, Art.37,§ 1º).

Em primeiro plano, trata-se de uma relação de cumplicidade e de responsabilidade entre o Estado e a sociedade o que pauta a necessidade de informar e comunicar. O jornalista Jorge Duarte, que retratou em algumas obras a “comunicação pública”, afirma que essa relação ecoa nas sociedades democráticas.

“Heloiza Mendes entende que a comunicação pública como o debate que se dá na esfera pública entre o Estado, governo e sociedade, sobre temas de interesse coletivo. Um processo de negociação através da comunicação, próprio das sociedades democráticas.” (DUARTE 2007, p.xi).

Ainda na obra de Duarte, de acordo com a pesquisadora – Elizabeth Pazito Brandão - a comunicação pública é um conceito em formação na colônia de Portugal. “Comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em construção” (p. 01).

Ou ainda “está relacionada à defesa do interesse público” (IDEM, p. xii). A democratização da informação no Brasil é um processo em andamento. Após a era do governo militar no País, onde as formas de entrar em contato com a sociedade e torná-la ainda mais participante do processo de formação do Estado eram restritos, impostos e, até mesmo, em certos momentos, inexistentes. Assim como é possível constatar no prefácio da obra de Maria José da Costa Oliveira (2004), escrito pelo ex-ministro-chefe da Secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica do governo Lula.

“No caso brasileiro, trata-se de pensar o exercício da comunicação pública dentro do novo contexto democrático do País e das transformações sociais e econômicas verificadas nas décadas recentes. Esse olhar atualiza reflexões e é um avanço dentro da trajetória dessa linha de pesquisa, uma vez que os estudos produzidos no País tiveram, como pano de fundo, os regimes autoritários de Getúlio Vargas até o ciclo dos governantes militares deflagrado em 1964” (OLIVEIRA: 2004, p. 7)

Também como forma de acompanhar a evolução da comunicação democrática dos países desenvolvidos, onde não há censura à mídia, imposta pelos governos militares e conservadores, os representantes dos poderes de um Estado liberal tendem a tornar mais próxima a relação entre as autoridades estatais e os cidadãos comuns. Caso que, nas últimas décadas no Brasil, permitiu a criação da TV Senado, TV Câmara e TV Justiça.

“O conjunto administrativo público que forma a comunicação governamental, SECOM e as assessorias, ainda tem influência preponderante na maneira de produzir comunicação, mas nos últimos anos, com a implantação de estruturas profissionais de comunicação da Câmara e no Senado e o início dos trabalhos da TV Justiça, o Legislativo e o Judiciário aportam novas formas de fazer comunicação governamental e pública” (DUARTE 2007, p.11)

Seções de comunicação do legislativo brasileiro, assim como no judiciário, adotaram a utilização de personagens para a aproximação das notícias e divulgação dos resultados de pesquisas. Dessa forma, a comunicação pública pode ser considerada como mais uma forma de produzir conteúdo nas redações dos jornais institucionais, entendendo-se como estatais, para dar a notícia à população. Assim, “a responsabilidade do Governo é de estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com os seus cidadãos” (DUARTE 2007, p.4).

Nos dias atuais, os trabalhos desenvolvidos pelos onze ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) podem ser acompanhados ao vivo ou de forma gravada por parte da população, através das transmissões das sessões plenárias ou pelos dois telejornais que existem na casa. Decisões com destaques e que podem ser consideradas de suma importância à sociedade são acatadas de forma significativa

e elaboradas matérias de interesse público – no jargão jornalístico, preparação detalhada das notícias a serem veiculadas na emissora do Judiciário brasileiro.

O trabalho desenvolvido pelo STF acompanha o processo de evolução da comunicação considerada do Estado e / ou governamental. “Nesta acepção, dever-se-ia compreender comunicação pública como um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania.” (DUARTE 2007, p. 5).

De forma contrária a todo esse desenvolvimento em comunicação que vem sendo tomado pelos governos civis no Brasil, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse, no ano de 2008, quando esta pesquisa foi realizada, à imprensa brasileira que as transmissões dos julgamentos realizados pelos Ministros da Suprema Corte – todas as quartas e quintas-feiras, ao vivo - transformaram um elemento a mais nos trabalhos desenvolvidos, o que considerou como um espetáculo que tendencia o comportamento daquelas autoridades.

Na reportagem publicada no site do jornal Correio Braziliense, www.correioweb.com.br, em 08/09/2008, o Presidente Lula afirmou estar incomodado com as transmissões ao vivo das sessões plenárias – os julgamentos realizados pelos ministros do Supremo Tribunal Federal. Fez o pedido formal ao Presidente da Corte, Ministro Gilmar Mendes para que os julgamentos fossem editados e veiculados apenas os trechos considerados mais importantes. Para ele, aquelas transmissões desviam o foco análises feitas pelas autoridades do STF. “O julgamento se transforma em um espetáculo, influenciando, assim, o comportamento dos ministros” (www.correioweb.com.br). Também destaca que em “nenhum outro país há esse tipo de transmissão de julgamento ao vivo é realizado. Nem nos Estados Unidos” (IDEM)

Esse fato que pode ser considerado um impasse na opinião das autoridades brasileiras e mundiais, já que países de primeiro mundo não utilizam meios de informar a população, como é feito no Brasil. A contradição entre o discurso feito pela maior autoridade da ex-colônia de Portugal e as necessidades daqueles

recursos para que haja uma comunicação de qualidade com a população, é possível ser notado no que diz o trecho da obra de Jorge Duarte (2007, p.xii):

“... o Estado que atende a todos os requisitos modernos do direito de informar e de ser informado, e que, além disso, instaura políticas públicas voltadas para a democratização da informação, estimulando o pluralismo e coibindo o domínio do ‘mercado da informação’ por monopólios privados que produzem e vendem a informação como mercadoria”.

Cerca de 23 anos após o fim da ditadura militar brasileira, resquícios, ou até mesmo receios, das atitudes inesperadas e sem possibilidades de serem editadas intimidam o Presidente da República. Palavras ou comentários que possam comprometer as decisões tomadas ou as ideologias estatais comentadas exigem procedimentos que pedem precaução das relações entre Governo e sociedade.

As formas diferenciadas do sistema de radiodifusão – público ou estatal e privado – representam segmentos diversificados, mas com objetivo comum: informação à população. Em “Comunicação Pública, Democracia e Cidadania: o caso do Legislativo”, estudo publicado pela professora da Universidade de São Paulo, Heloiza Matos, em 1999, é possível notar que o meio de informação social, desenvolvido pelo jornalismo público, que busca humanizar mais as notícias e as decisões tomadas, pede maior interatividade entre cidadão e o Governo.

“... adentra-se em uma batalha competitiva para influenciar e controlar as percepções do tema político através dos meios de comunicação de massa. A conquista da atenção do público por meio de técnicas de marketing acaba definindo os assuntos e o formato como eles são apresentados ao cidadão. Por outro lado, há a possibilidade de uma comunicação pública, que envolveria o cidadão de maneira diversa, participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade.” (MATOS 1999, p.01)

Mas tais atitudes de defesa por parte presidencial causam protestos entre os internautas e telespectadores. Como uma forma de manifestação ao que foi dito pelo Presidente Lula a respeito da exibição das sessões plenárias do Supremo Tribunal

Federal, Édison Mendes de Almeida, colaborador do site www.comunique-se.com.br, no dia 09/09/2008, retruca:

“Mas Presidente! A TV não é ‘um elemento a mais’! Não! São milhares, milhões de cidadãos, telespectadores da administração e dos administradores do Brasil! Aliás, com o tremendo avanço da tecnologia da informação e das redes de dados, o senhor deveria providenciar a instalação de câmeras em todos os gabinetes públicos do país (a começar pelo seu, claro, para dar o bom exemplo). Conectadas à internet elas permitiriam aos quase 200 milhões de cidadãos brasileiros acompanhar ao vivo e a cores, e aplaudir, e se emocionar, e alçar vivas aos heróicos esforços, aos imensos sacrifícios, à lisura e à seriedade com que são tratados os interesses mais caros à vida e ao futuro deste povo varonil, que Portugal pariu! Já pensou? 400 milhões de ‘olhos olhando’ para o senhor, 24 horas por dia? E 200 milhões de vozes ecoando e fazendo tremer a América aos gritos de ‘Olha o Lula lá! Olha o Lula lá! Fazendo tudo o que prometeu para nós’! Vai ser uma festa e tanto! E o marketing, então!?! Pense nisso!”

Certamente, o jornalismo público desenvolvido há pouco tempo no Brasil tem contribuído para a melhor informação da sociedade. Embora a possibilidade de estudos seja para poucos e o alcance desse tipo de mídia acessível apenas por internet ou televisão de assinatura, esses novos veículos têm despertado o interesse na sociedade. Assim, o cidadão tem visto o esforço do trabalho desenvolvido e empenhado o sentimento cívico em cada um. O ex-ministro-chefe da Secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica do governo Lula, Luiz Gushiken, na obra de Maria José da Costa Oliveira (2004), considera que a comunicação reverbera o sentido amplo de sociedade, que é o de cooperação e clareza no trato do bem público.

“As relações entre Estado, Mídia e Sociedade só têm sentido se a comunicação for pensada como possibilidade de adotar a perspectiva do outro, o que tem valor inestimável para a democracia e resgata, em meio ao individualismo exacerbado, a preocupação com o bem público e com a noção de coletividade” (OLIVEIRA 2004, p.03).

4- A pauta na TV Justiça e a comunicação pública

A ronda diária – no jargão jornalístico, a procura de notícias que se adéquam à linha editorial que determinado veículo de comunicação segue - é feita na redação da TV Justiça. Os produtores – profissionais responsáveis por aquelas pesquisas- acessam as páginas da internet dos tribunais de todo o país e dos *sites* que são destinados ao seguimento editorial que a TV justiça estabelece: o interesse público. Com este critério determinado, os assuntos devem envolver o judiciário brasileiro e destacar ações, como: cidadania; serviço – entende-se como sugestões de palestras, seminários, congressos e, até mesmo, explicações de como o cidadão comum pode fazer para poder ter acesso aos serviços da Defensoria Pública, por exemplo; e educação –sugestões de concursos. Assim como afirmou uma das chefes de reportagem da TV Justiça, Mahêva Campos - durante a entrevista realizada dia 29/09/2008, e informações que são possíveis destacar no site oficial da emissora do judiciário, www.tvjustica.gov.br, acessado neste mesmo dia – o trabalho desenvolvido é para estabelecer um canal de comunicação entre a população e o mundo jurídico.

“Ser um espaço de comunicação e aproximação entre os cidadãos e o Poder Judiciário, o Ministério Público, a Defensoria Pública e a Advocacia. Nossa proposta é possibilitar que o público acompanhe o dia-a-dia do Judiciário, ensinando as pessoas a alcançar a Justiça e como defender seus direitos. A TV Justiça trabalha na perspectiva de informar, esclarecer e ampliar o acesso à Justiça, buscando tornar transparentes suas ações e decisões. Nosso maior propósito é levar ao ar programas que exponham uma visão de conjunto da Justiça, com toda a diversidade que ela comporta” (www.tvjustica.gov.br).

Na TV Justiça, as pautas também podem ser propostas através de *e-mails*, sugestões e demandas da Coordenadoria da TV e da Secretaria de Comunicação do Supremo Tribunal Federal. Durante a entrevista realizada no dia 29/09/2008, para ajudar no desenvolvimento desta pesquisa, Mahêva Campos, explicou a importância desses critérios estabelecidos pela emissora.

“As pautas escolhidas na TV Justiça devem ter os seguintes focos: assuntos relacionados ao mundo jurídico e que sejam de interesse público. Essa forma de jornalismo, estabelecido pela emissora, tenta

aproximar o cidadão comum de uma realidade que, para muitos, ainda parece algo distante” (MAHÊVA - 2008)

Ainda segundo Mahêva, para que aquelas escolhas sejam tomadas, há um acordo entre as chefias na hora de estabelecer o que pode ser conteúdo dos jornais ou não.

“A Coordenação de Produção, de Jornalismo e de TV discutem a forma como as pautas serão trabalhadas. No caso da TV Justiça, isto é feito geralmente com assuntos que envolvam o presidente do STF e que são de repercussão nacional” (MAHÊVA - 2008)

Questionada sobre quais são os padrões estabelecidos na hora de se escolher uma pauta na TV da Suprema Corte brasileira, Mahêva responde:

“Qual o melhor formato para abordagem: jurídica. Por exemplo, no caso dos grampos telefônicos, todas as matérias da TV Justiça foram trabalhadas sob o ponto de vista do STF e do judiciário. As discussões políticas sobre o assunto não foram abordadas nas reportagens da TV Justiça” (MAHÊVA - 2008)

A partir deste ponto é possível estabelecer uma conexão entre o assunto abordado no capítulo anterior desta pesquisa, que trata de comunicação pública, e os referidos neste. O exemplo dado na terceira parte deste trabalho coloca justamente em questão a crítica do presidente da República com relação à transmissão ao vivo dos trabalhos desenvolvidos pelos ministros do STF. E a questão relacionada foi: em um Estado democrático, onde a tendência é seguir a linha de países de primeiro mundo, qual o problema de os trabalhos desenvolvidos na “guardiã-constitucional” pelos respectivos responsáveis serem transmitidos abertamente ao público? E neste ponto, o que fazer quando a segurança e a imagem da máxima autoridade da Suprema Corte são colocadas em questão?

Entre os critérios estabelecidos na hora da escolha de uma notícia e como esta deve ser veiculada também são papéis desempenhados pela equipe responsável por estas afunilações nesta emissora, a coordenação de produção. Isso, por se tratar de uma transmissão que visa a divulgação de assuntos de alto escalão, em

que imagens das autoridades devem ser zeladas e a qualidade da informação a ser passada, trabalhada minuciosamente antes de ser divulgada.

“... se há mais interesse do cidadão, aumenta a responsabilidade de quem lida com comunicação governamental. A tendência é que a população mais atenta exija cada vez mais qualidade, completude e transparência na informação a ela oferecida.” (OLIVEIRA 2004, p.148)

Com este comentário, Maria Oliveira respalda a qualidade necessária à informação que deve ser passada. É possível observar que o trabalho desempenhado é em cadeia, ou seja, a qualidade da informação deve ser analisada desde a hora em que se fazem as seleções das notícias que terão que ser trabalhadas até a hora da veiculação nos jornais, no caso, da TV Justiça.

O profissional de comunicação pública e governamental, neste caso, no Supremo Tribunal Federal, é parte ativa desse processo de divulgação das notícias que contribui para a formação da sociedade brasileira. A conexão que uma real comunicação pública deve estabelecer entre sociedade e governo torna cada vez mais palpável a devida aproximação sugerida como um dos principais objetivos desta emissora. E, como uma tendência natural do Estado democrático, há o maior interesse do cidadão. “Se há mais cidadania, há também um aumento do interesse do cidadão pelo o que acontece na esfera pública” (OLIVEIRA 2004, p. 147)

5- Análise e resultados da pesquisa

Este capítulo destina-se à análise dos resultados da pesquisa feita para este trabalho de conclusão de curso. Foram estudados os 41 VTs – no jargão jornalístico, as reportagens – feitos pela equipe de profissionais da TV Justiça. Para isso, deve-se levar em consideração as sugestões de pautas feitas pelas chefias da emissora e as matérias, também elaboradas por esta TV, que, de fato, foram ao ar no mês de junho de 2008, no Jornal da Justiça 2ª edição, dos dias 02/06 a 30/06.

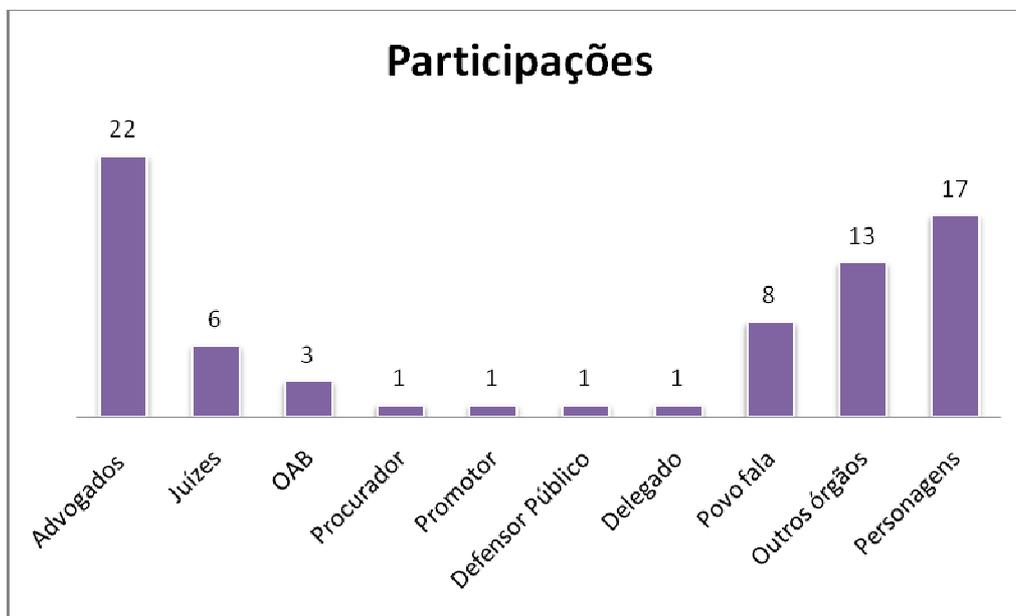
O desenvolvimento deste capítulo foi possível após a análise detalhada dos seguintes aspectos: a participação de cada especialista nas entrevistas; a interação do público nas reportagens - onde eles dão a sua opinião em certos assuntos (classificados como “povo fala”); e personagens contatados para ilustrarem as matérias. Deve-se levar em consideração que nenhum daqueles personagens que contribuíram para a realização dos trabalhos são as pessoas específicas que sofreram a ação na justiça e resultaram nas decisões das autoridades daquele meio. Já que a TV Justiça é uma emissora com sede em Brasília, no Supremo Tribunal Federal, e conta com a participação dos chamados “parceiros” – na emissora do Poder Judiciário, conhecidos como os outros órgãos deste setor localizados nos outros estados ou até mesmo na Capital Federal – em cada edição do jornal.

Como ilustração para este último aspecto citado no parágrafo anterior, pode-se observar a participação do Superior Tribunal de Justiça (STJ) e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) com matérias ou links - entradas ao vivo diretamente daqueles respectivos órgãos -, ou, até mesmo, dos Tribunais de Justiça regionais na maioria das exibições estipuladas. Sempre que possível, esses dois órgãos também fazem reportagens e enviam para a TV Justiça veicular.

Para dar continuidade à proposta estabelecida, seguem os dados de participação no total de 41 VTs: 22 advogados; 6 juízes; 1 procurador; 1 promotor; 1 defensor público; 1 delegado; 8 povos-fala – sendo que para cada um, há em média 3 participantes; 3 vezes a participação da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB); 13 participações de outros órgãos que não são ligados diretamente ao judiciário brasileiro, como o DETRAN (Departamento de Trânsito) e a Federação Nacional dos

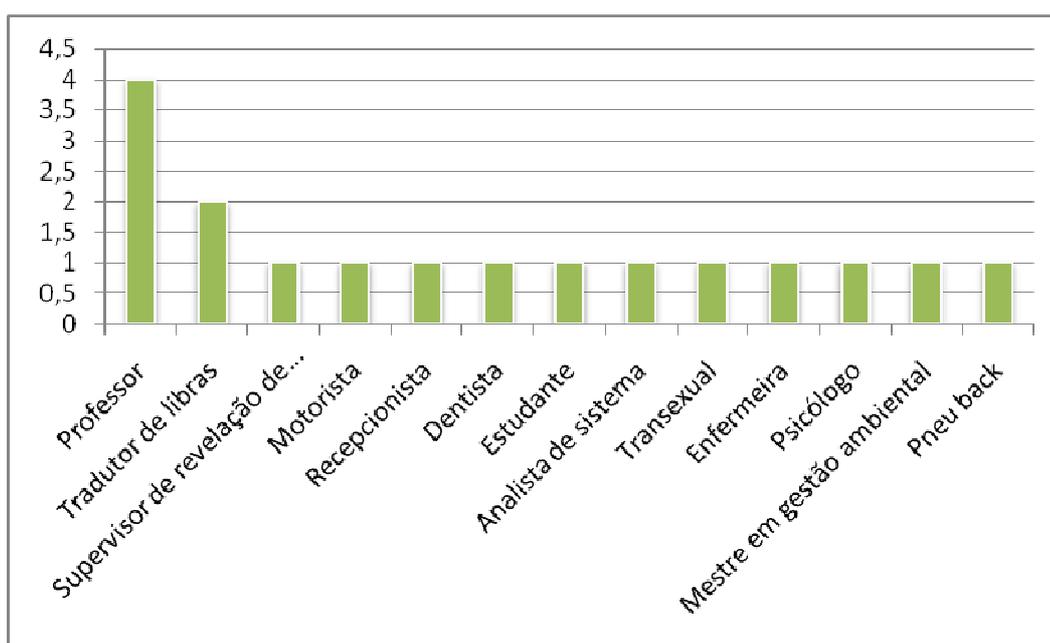
Jornalistas (FENAJ); e apenas outras 17 participações consideradas de personagens.

Gráfico I



Dissecando ainda mais as participações ocorridas nas reportagens veiculadas no Jornal da Justiça 2ª edição, de 02/06/2008 a 30/06/2008, segue abaixo o gráfico que detalha os 17 personagens que fizeram parte desta análise de conteúdo.

Gráfico II



A partir desses dados, é possível observar uma situação que deve ser levada em consideração: estão em dois extremos, propositalmente, no gráfico I os especialistas “advogados” e os “personagens”, embora sejam os índices que tenham mais participação no jornal da TV Justiça.

Como foi afirmado na introdução desta pesquisa, o jornalismo público tem o papel social de aproximar a população daquilo que lhe é de direito. A utilização de personagens, também afirmado no mesmo capítulo, é uma tentativa de tornar a notícia mais humanizada, ou seja, mais palpável, mais próxima do cidadão comum. Os resultados deste estudo, focados no mês de junho de 2008, demonstram que menos da metade das matérias feitas pela equipe da TV Justiça possuem personagens. Os dados mostram dois pontos: uma realidade na comunicação brasileira e, como afirmam os autores, o jornalismo público ainda é uma área nova e emergente no Brasil e os trabalhos desenvolvidos estão caminhando para o progresso; e um outro ponto que é preocupante e divergente, em certo ponto, a teoria aplicada pelos livros e pela própria emissora – o personagem utilizado para aproximar o cidadão da notícia – de fato, não condiz completamente com a realidade apresentada neste estudo.

A busca de especialistas para tentar realizar a forma de aproximação ou amenizar o impacto das distâncias apresentadas nas reportagens, foi feita, mas com uma certa carência de interatividade. Os advogados e os outros especialistas nesta área foram utilizados nas matérias com o objetivo de traduzir o juridiquês, a linguagem jurídica, e dar credibilidade àquilo que está sendo dito. Um aspecto considerado interessante, já que é uma forma de diminuir a distância que sempre existiu entre a justiça e a população.

As indagações podem ser feitas também a partir do momento que se considera a participação de um profissional da área, para dar credibilidade àquilo que está sendo dito. O que é indispensável para explicar o ocorrido, mas, como pôde ser visto, também não se encontram presentes em todas as matérias. Tendo isso como base, foi possível observar no decorrer desta pesquisa, que as fontes também podem ser consultadas para apenas esclarecer as dúvidas e colocá-las de forma clara para o telespectador.

Ao considerar que duas das três participações da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) foi feita pelo então presidente da casa, César Britto, mostra o esforço do crescimento do jornalismo público no território nacional. Vale ressaltar que a OAB tem um canal de televisão próprio também, onde a participação dessas autoridades pode ser observada com mais frequência.

Os classificados como “outros órgãos” totalizaram 13 participações. Eles variaram desde o INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) ao IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis). Essas entrevistas com os respectivos representantes baseara em assuntos de relevância nacional em que há necessidade de uma visão da área. Contudo, não muito comuns e frequentes no tipo de jornalismo desenvolvido pela TV Justiça.

O chamado “povo-fala” deixa o povo falar, mas também não está presente em todas as matérias. São pequenas participações, com respostas a algumas perguntas, que, na maioria das vezes, introduzem determinado assunto a ser abordado. Assim, como dizem nas redações de jornais: é utilizado para dar como um gancho na matéria. Cada participação, no total de 8, conta com duas ou três indagações da população. Este número não é fixo, mas também é uma tentativa de conseguir essa aproximação com o público.

Para todas essas análises e críticas realizadas, leva-se em consideração que a TV Justiça tem apenas 6 anos de existência e, como outras televisões públicas brasileiras, TV Senado e TV Câmara, ainda está em processo de capacitação neste nincho.

6 – Conclusão

No começo deste estudo, a seguinte expressão foi destacada quando pessoas leigas na área jurídica foram indagadas, eventualmente, sobre o que achavam da TV Justiça e do jornalismo público de uma forma geral: “uma chatice!”. Tal situação fez com que a presente pesquisadora alimentasse a sua curiosidade e fosse atrás de certos motivos que levaram àquela opinião, entre as outras presentes no mesmo capítulo. Quais as causas deste certo desinteresse de parte dos cidadãos comuns, que não convivem diariamente com o meio jurídico, pelo jornalismo televisivo que não possui em sua grade horária programas de auditórios e músicas populares?

Durante as avaliações que puderam ser feitas e constatadas, entre as obras lidas e as opiniões dos autores citados neste trabalho, foi possível observar que o papel do jornalismo público – de emissoras de televisão dos respectivos Poderes do governo nacional –, também voltado pelo lado social, busca, de alguma forma, maior interação com a população. Entre o leque de opções que um jornalismo de televisão tem a oferecer, sendo ele de emissora pública ou privada, já que todos têm as mesmas matrizes e uma finalidade em comum - relatar ao cidadão aquilo que acontece diariamente no mundo, mantendo a credibilidade das informações – a participação do personagem para ilustrar as reportagens veiculadas pela emissora do judiciário e, como consequência, torná-las mais humanizadas, foi o foco deste estudo.

O trabalho desenvolvido na TV Justiça é direcionado a um único setor: toda a população brasileira. As informações passadas ao cidadão devem ser acessíveis, verbalmente falando, tanto para o telespectador que é lavador de carro, como para o presidente da Suprema Corte brasileira. Tudo tem que estar palpável e traduzido. Os direitos do cidadão devem estar nas mãos deles, os seus donos.

Para tanto, todos os conceitos citados no decorrer deste desenvolvimento e a análise dos resultados mostraram que o jornalismo público e social feito pela TV Justiça têm caminhado para uma maior aproximação com o público alvo, mas ainda não está 100%. Mesmo ao considerar que o jornalismo daquela área é um conceito recente no Brasil e que a TV Justiça tem apenas seis anos de existência.

A intenção de um trabalho inovador, que até a proximidade da data de entrega desta pesquisa, sofreu reformulações na forma de exibição do jornalismo do Judiciário, leva a equipe de trabalho desta emissora a buscar a junção do elo com o telespectador.

Os resultados das análises das 41 reportagens elaboradas, no mês de junho de 2008, pela equipe de produção da TV Justiça e que contam com a participação de personagens para ilustrar as notícias e profissionais da área, mostram que ainda há um déficit daqueles nas matérias veiculadas. Com apenas 17 participações de personagens para obter caráter ilustrativo, os outros espaços foram preenchidos com profissionais que pudessem explicar de forma clara o que a determinada decisão da justiça representa, de fato, ao cidadão. Assim, a linguagem e a explicação da notícia consegue suprir essa necessidade.

A expectativa no início desta pesquisa era de que o *slogan* utilizado pela emissora “aproximar o cidadão dos seus direitos” fosse algo fielmente seguido. A qualidade dos trabalhos aumenta a cada identificação das falhas que poderiam existir. É um processo recente, com apenas seis anos no judiciário brasileiro, mas que luta pelo direito de informação do cidadão.

Apesar das falhas relacionadas às participações dos personagens, o trabalho desenvolvido retrata a realidade de um país que também tenta acompanhar uma tendência mundial quando refere-se à necessidade de oferecer serviços com qualidade à população. Trata-se de um processo em cadeia. Oferecer serviço de qualidade, tornar os cidadãos mais cientes dos seus direitos, implica em obter o resultado para possivelmente poder suprir as falhas existentes.

7- Referências bibliográficas

Barbeiro, Heródoto; Lima, Paulo Rodolfo. Manual de Telejornalismo – Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro, Campus, 2002.

Bistane, Luciana; Barcelar, Luciane. Jornalismo de TV. São Paulo, Contexto, 2005.

Charon, Yvan. A entrevista na Televisão. 1995, Inquérito, Portugal.

Curado, Olga. A notícia na TV. O dia-a-dia de quem faz telejornalismo. São Paulo, Alegro, 2002.

Duarte, Jorge. Comunicação Pública. São Paulo, Atlas, 2007.

Martins, Luiz. Jornalismo público. Brasília, Casa das Musas, 2006.

Matos, Heloiza. Comunicação Pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo. 1999, USP, São Paulo.

Oliveira, Maria José. Comunicação Pública. Campinas, SP, Alínea, 2004.

Wolf, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo, Martins Fontes, 2003.

www.amb.com.br

www.correioweb.com.br

www.comunique-se.com.br

www.folha.uol.com.br

www.ibge.gov.br

www.planalto.gov.br

www.tvjustica.gov.br