



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB  
Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais  
Aplicadas – FATECS

**LAÍS CRISTYNE AGUIAR RODRIGUES**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA:  
Análise das cabeças de matérias do programa STJ Notícias**

Brasília-DF

2016

**LAÍS CRISTYNE AGUIAR RODRIGUES**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA:  
Análise das cabeças de matérias do programa STJ Notícias**

Monografia apresentada à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais – FATECS como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.  
Orientador: Prof. Me. Vivaldo Reinaldo de Sousa

Brasília-DF

2016

**LAÍS CRISTYNE AGUIAR RODRIGUES**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA:  
Análise das cabeças de matérias do programa STJ Notícias**

Monografia apresentada à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais – FATECS como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.  
Orientador: Prof. Me. Vivaldo Reinaldo de Sousa

Aprovado em de junho de 2016.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Joana D'arc Bicalho Félix  
Examinadora

---

Prof. Me. Sérgio Luiz Gomes Galdino  
Examinador

---

Prof. Me. Vivaldo Reinaldo de Sousa  
Orientador

Eu te dedico a cada pessoa que fez e continua a fazer parte do meu crescimento como neta, filha, irmã, amiga, mulher, (futura) professora, atual jornalista.

## **AGRADECIMENTOS**

Não me realizaria profissionalmente nas duas áreas que amo – Letras e Jornalismo –, sem o apoio emocional e financeiro dos meus pais Cátia e Benedito; não possuiria o conhecimento do Judiciário e da Língua Portuguesa que obtive nem conheceria pessoas que fizeram valer cada momento do meu dia, especialmente a Simone, sem a experiência – única – no Superior Tribunal de Justiça como estagiária; não produziria este trabalho sob meu olhar, sem a confiança e autonomia dada pelo meu orientador Vivaldo;

Além disso, não cumpriria meus compromissos de universitária sem a compreensão e paciência de minha avó Raimunda e amigos (Larissa, Henrique, Marianne, Marília, Paula e Thayssa), por não poder vê-los constantemente; não alcançaria o arcabouço teórico que tenho, sem os professores – ilustres – que passaram pela minha (dupla) vida acadêmica até o momento; e não refletiria sobre a vida e não me colocaria como minha maior prioridade, se não fosse meu irmão Matheus me instigando a ser melhor, mas sem deixar de viver cada momento.

Mas tudo isso não seria possível sem aquele que esteve onipresente ao meu lado: Deus.

*“Para que uma organização democrática exista é preciso que haja equilíbrio de poder entre os seus membros. Uma organização democrática entre lobos e cordeiros jamais poderia existir, ainda que os cordeiros fossem em número maior que os lobos, sempre ganhassem as votações e estivessem sempre com a razão. ”*

*(Rubem Alves)*

## RESUMO

Este trabalho propõe-se investigar como a *comunicação pública* é realizada pelo programa STJ Notícias. Para isso, utiliza-se as categorias de informação propostas por Duarte (2012), a partir da análise de conteúdo das cabeças de matérias do noticiário, uma vez que se tratam do *lead* das reportagens. Conceitualmente, aborda-se os conceitos de *comunicação pública*, *comunicação das instituições públicas/estatal*, *comunicação organizacional* e *comunicação integrada*. A partir da análise, observa-se (a) a primazia na divulgação de decisões judiciais, inclusive aquelas que atingem o interesse público, dada a principal função organizacional do Superior Tribunal de Justiça – STJ: julgar, e (b) a realização de uma *comunicação institucional* voltada prioritariamente ao público interno. Entretanto, não há difusão de informações de prestação de contas do Tribunal. Logo, o programa deixou de abordar um item da *comunicação pública*, posto a ausência de informações concernente a recursos financeiro da Corte, deixando insuficiente o aspecto da transparência ao se tratar de questões públicas dessa natureza, condição fundamental no papel das instituições públicas no contexto democrático. Ademais, aponta-se dois caminhos de investigação no que se refere à audiência e perfil do público que assiste o programa e dos limites da *comunicação pública* na construção da cidadania.

**Palavras-chave:** Comunicação Pública. Comunicação Estatal. Comunicação Organizacional. Comunicação Integrada. Informação. STJ.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Atores participantes da Comunicação Pública _____	17
<b>Figura 2</b> – A Comunicação Organizacional Integrada _____	37

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Cabeças de matérias por categoria_____	43
<b>Gráfico 2</b> – Cabeças de matérias classificadas como “Institucionais”_____	44
<b>Gráfico 3</b> – Cabeças de matérias classificadas como “De Gestão Pública”_____	48
<b>Gráfico 4</b> – Cabeças de matérias classificadas como “De Utilidade Pública”_____	52
<b>Gráfico 5</b> – Cabeças de matérias classificadas como “De Interesse Privado”_____	55
<b>Gráfico 6</b> – Cabeças de matérias classificadas como “Mercadológicos”_____	57
<b>Gráfico 7</b> – Cabeças de matérias classificadas como “Dados Públicos”_____	59

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Categorias de informação no âmbito da Comunicação Pública _____	20
<b>Quadro 2</b> – Nomenclaturas das dimensões de Comunicação Pública _____	23
<b>Quadro 3</b> – Critérios para a categorização de informações na Comunicação Pública _____	39
<b>Quadro 4</b> – Cabeça 02 do programa n. 02 _____	45
<b>Quadro 5</b> – Cabeça 03 do programa n. 02 _____	46
<b>Quadro 6</b> – Cabeça 05 do programa n. 10 _____	46
<b>Quadro 7</b> – Cabeça 01 do programa n. 06 _____	48
<b>Quadro 8</b> – Cabeça 02 do programa n. 07 _____	49
<b>Quadro 9</b> – Cabeça 04 do programa n. 02 _____	50
<b>Quadro 10</b> – Cabeça 02 do programa n. 08 _____	50
<b>Quadro 11</b> – Cabeça 02 do programa n. 28 _____	51
<b>Quadro 12</b> – Cabeça 03 do programa n. 08 _____	53
<b>Quadro 13</b> – Cabeça 03 do programa n. 24 _____	53
<b>Quadro 14</b> – Cabeça 02 do programa n. 19 _____	54
<b>Quadro 15</b> – Cabeça 04 do programa n. 10 _____	56
<b>Quadro 16</b> – Cabeça 03 do programa n. 07 _____	56
<b>Quadro 17</b> – Cabeça 04 do programa n. 09 _____	57
<b>Quadro 18</b> – Cabeça 02 do programa n. 10 _____	60

## LISTA DE TABELAS

**Tabela 1** – Porcentagens de informações do programa por categoria \_\_\_\_\_ 42

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA	14
3 COMUNICAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS, GOVERNAMENTAL OU ESTATAL	222
3.1 Poder Judiciário	277
3.1.1 <i>STJ Notícias</i>	29
4 DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL À COMUNICAÇÃO INTEGRADA	32
5 METODOLOGIA	38
6 ANÁLISE E RESULTADOS	42
6.1 Institucionais	44
6.2 De Gestão Pública	48
6.3 De Utilidade Pública	52
6.4 De Interesse Privado	55
6.5 Mercadológicos	57
6.6 De Prestação de Contas	58
6.7 Dados Públicos	59
7 CONCLUSÕES PRELIMINARES	61
REFERÊNCIAS	62
APÊNDICE A – Quadros de análise	67
APÊNDICE B – Cabeças de matérias do programa	69

## 1 INTRODUÇÃO

A redemocratização no Brasil transformou a atuação das instituições públicas. Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, cidadania e democracia integraram as ações do Estado. Entretanto, apesar do Plano Diretor da Reforma do Estado, em 1995, que procurou adotar um modelo de Administração Pública direcionada à eficiência e eficácia dos serviços prestados pelo Estado nesse contexto social, há ainda hoje resquícios do patrimonialismo e da burocracia que assolaram o país durante os séculos XIX e XX.

Com a virada do milênio, avanços tecnológicos transformaram a comunicação em instrumento poderoso de informação e integração. Dessa forma, as instituições públicas passaram a utilizar a comunicação como forma de se aproximar do cidadão em meio ao cenário democrático e à exigência de transparência e prestação de contas pelos cidadãos. Nesse sentido, emerge a *comunicação pública*, voltada ao interesse coletivo e na tentativa de se construir uma cidadania.

Assim, destaca-se o Poder Judiciário, o qual, ao exercer a jurisdição constitucional, “[...] representa a soberania popular no que concerne à garantia final dos bens e valores essenciais reconhecidos pelo poder constituinte e consolidados nos princípios e direitos fundamentais da Constituição.” (MELO, 2004, p. 187). Dessa forma, busca-se investigar as informações divulgadas por tal Poder, a fim de se verificar como ele realiza a *comunicação pública*.

Neste trabalho, seleciona-se o programa STJ Notícias por se tratar de uma entre os demais canais de comunicação que o respectivo Tribunal possui para dar visibilidade e transparência de suas ações aos cidadãos. Não há como existir a relação cidadão-Estado sem a compreensão das leis e demais disposições normativas. Produzido pela Coordenadoria de Rádio e TV do Superior Tribunal de Justiça (STJ), o noticiário estreou em fevereiro de 2014 e, de acordo com sua primeira edição, tornou-se o primeiro do poder judiciário brasileiro a ser transmitido ao vivo pela *internet* pelo canal do Superior Tribunal de Justiça no YouTube. Hoje, o STJ Notícias é exibido pela TV Justiça, canal de televisão público coordenado pelo Supremo Tribunal Federal (STF).

A escolha do programa também leva em consideração o fato de lidar com (a) o conteúdo, produzido por técnicas jornalísticas, destinado a uma *comunicação estatal/das instituições públicas* e (b) um material produzido que visa dar publicidade

aos atos emanados do Poder Judiciário, estabelecendo, assim, um canal de comunicação entre quem diz e para quem se diz. A *comunicação estatal/das instituições públicas* contribui com a eficiência e eficácia dos serviços públicos realizados pela Administração Pública, dado o princípio da publicidade dos atos. É nesse contexto a instituição da TV Justiça, “um canal reservado ao Supremo Tribunal Federal, para a divulgação dos atos do Poder Judiciário e dos serviços essenciais à Justiça;” (BRASIL. Lei n. 10.461, de 17 de maio de 2002).

Para verificar como a *comunicação pública* é realizada por esse programa, utiliza-se as categorias de informação propostas por Duarte (2012). Segundo o autor, as informações no âmbito dessa comunicação classificam-se em: institucionais, de gestão, de utilidade pública, de interesse privado, mercadológicos, de prestação de contas e dados públicos. Dessa maneira, por meio da análise de conteúdo aplicada às cabeças de matérias do noticiário, enquadra-se, nesta categoria, a informação divulgada.

Assim, sendo o objetivo principal analisar como o programa STJ Notícias, e, portanto, o respectivo Tribunal, realiza a *comunicação pública*, este trabalho pretende ainda: (1) categorizar as informações prestadas pelas cabeças de matérias do programa; (2) verificar que tipos de informações são utilizadas pelo programa e como elas se relacionam entre si; (3) expor sobre comunicação pública, estatal, organizacional e integrada, uma vez que, como organização, as instituições públicas prestam-se desses modos de comunicação. Contudo, não se almeja abordar todo o arcabouço teórico que envolva tais temas, mas apenas apresentar alguns pontos que permitem compreender como se realiza a comunicação no setor público estatal. Isso porque

Portanto, visto a publicidade dos atos do Judiciário, torna-se necessário depreender que informações são transmitidas no processo comunicativo entre o Poder Judiciário e os cidadãos, uma vez que o regime jurídico-administrativo do Estado dispõe do princípio da supremacia do interesse público sobre o interesse privado, estabelecendo prerrogativas para a garantia do interesse coletivo, e da indisponibilidade do interesse público, impondo restrições ao Estado para se evitar a busca de direitos individuais, atentando-se tão somente ao interesse público.

## 2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

*Comunicação pública* é um conceito mais complexo e que implica várias abordagens (KUNSCH, 2012). Duarte (2011, p. 122) afirma que o termo tem se popularizado “[...] por responder ao anseio coletivo de uma comunicação mais democrática, participativa e equânime.” O autor reconhece que a falta de um conceito unânime pode trazer contribuições e debate em torno deste tema: a comunicação que contorna o interesse público.

Sobre a constituição de um conceito a ser estabelecido no Brasil, Brandão (2012) aponta que um ponto em comum entre todos os significados que a *comunicação pública* pode emergir está “[...] aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.” (BRANDÃO, 2012, p. 9). A autora ressalta sobre a predisposição em se identificar a *comunicação pública* como aquela realizada apenas pelos órgãos governamentais.

É nesse ponto que “[...] é preciso levar em consideração a evolução histórica do conceito, sua prática e inserção no contexto político atual.” (MATOS, 2004, p. 118). Isso porque, anterior a Constituição Federal de 1988, “[...] a comunicação governamental remetia a um processo unilateral-vertical-persuasivo a serviço de autoridades e políticas governamentais [...]” (DUARTE, 2011, p. 123). A razão para que o termo *comunicação governamental* ainda carrega uma carga negativa está no fato de se remeter aos tempos de ditadura militar, preconizada por propaganda e censura.

Após a Carta Magna de 1988, “[...] obrigou à busca e à adoção de uma terminologia que fosse compatível com a nova realidade política do país, identificando a comunicação com uma prática mais democrática.” (BRANDÃO, 2012, p. 10). No caso da comunicação, conforme Lima (2012, p. 87), “A política nos regimes democráticos é (ou deveria ser) uma atividade eminentemente pública e visível. E é a comunicação – e somente ela – que tem o poder de definir o que é público no mundo contemporâneo.” Assim, a expressão *comunicação pública* surge sob um novo aspecto: voltada a construir uma cidadania. “O acesso e o direito à informação tornam-se requisito básico para o exercício da cidadania.” (BEZZON, 2004, p. 23).

O próprio conceito de cidadania também varia conforme o contexto histórico, mas, nesse novo cenário social, democrático, diz respeito ao direito de participação em uma comunidade em razão da lealdade a uma civilização e seu desenvolvimento, motivado seja pela aquisição de direitos, seja pelo gozo desses já adquiridos (MARSHALL, 1967). Logo, é nesse sentido que se trata a cidadania como um dos princípios fundamentais assegurados pela Constituição Federal de 1988.

Nessa perspectiva, Duarte expõe que *comunicação pública* diz respeito “[...] à interação e ao fluxo de informações vinculados a temas de interesse coletivo e, portanto, contém os dos anteriores [comunicação governamental e comunicação política].” (DUARTE, 2011, p. 126). O autor ressalta que a *comunicação pública* volta a assegurar o direito individual e coletivo à informação, expressão, diálogo e participação, cujo objetivo é atender ao interesse público e ao cidadão. Afirma que se trata de “[...] uma postura de perceber e utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para o fortalecimento da cidadania.” (DUARTE, 2012, p. 60).

De maneira semelhante a Duarte (2011), Kunsch (2012) correlaciona *comunicação pública* à *comunicação governamental*, afirmando que os princípios e fundamentais daquela reportam-se diretamente a esta, a qual é “[...] aplicada à administração na esfera federal, estadual e municipal de todos os três poderes da República ou de uma nação.” (KUNSCH, 2012, p. 20). Destaca que, na *comunicação pública*, encontra-se as concepções de comunicação: *estatal*, *da sociedade civil organizada* – em nome da coletividade –, *institucional* (na promoção das ações do governo) e *política*, sob o olhar em partidos políticos e eleições.

Brandão (2012) admite que o conceito de *comunicação pública* ainda está em construção e, paralelamente, identifica cinco áreas que a envolve: *comunicação organizacional*, cujo objetivo é o mercado, no intuito de vender e obter lucro – seja financeiro seja pessoal (*status* ou poder); *comunicação científica*, uma vez que utiliza assuntos científicos que circundam questões públicas, atingindo diretamente a população e as decisões políticas; *comunicação governamental*, quando o Estado e Governo estabelece fluxo de informação e comunicação com os cidadãos, para prestar contas e atingir o interesse público.

A autora ainda destaca a *comunicação política*, afirmando ser este o sentido mais comum ao se referir à *comunicação pública* em razão de “[...] uma tradição de estudos que analisa a questão da comunicação contraposta ao interesse público e o seu lugar de direito no espaço público.” (BRANDÃO, 2012, p. 6); e, por fim, a

*comunicação da sociedade civil organizada*, voltada à conscientização de que as responsabilidades públicas são de compromisso do governo, mas também da sociedade, longe do mercado midiático e mais perto dos interesses da população.

De forma similar a Brandão (2012), para Matos (1999, p. 2), a *comunicação pública* é aquela “[...] que envolveria o cidadão de maneira diversa, participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade.” O italiano Mancini (2008 *apud* Haswani, 2010) exhibe três dimensões da *comunicação pública*: (1) promotores/emissores, seja organizações públicas, privadas ou semipúblicas – instituições que, embora possam vir ou não a serem financiadas pelo Estado, nascem da vontade dos cidadãos para agir em prol do interesse público perante o Estado; (2) finalidade, onde a comunicação das instituições não visa fins lucrativos – e, no caso, pode ser realizada por organizações que visam o lucro quando estas adotam valores sociais para melhor atendimento e serviço prestado aos cidadãos; e (3) objeto, referente aos “negócios de interesse geral”, ou seja:

[...] aqueles que contemplam toda a comunidade, que produzem efeitos, antes de mais nada, sobre a interação entre os diversos sistemas sociais nos quais esta se articula e, depois, sobre a esfera privada envolvida.” (HASWANI, 2010, p. 128).

Considerando essa classificação de Mancini (2008), Haswani (2010) copila pensamentos de diversos autores e chega à análise da *comunicação pública* sobre o viés da: (a) *comunicação da instituição pública*, que engloba a comunicação para a promoção da imagem – institucional – e a comunicação normativa – cuja finalidade é “[...] fazer com que a informação das leis chegue ao cidadão por meios de difusão mais oportunos e acessíveis e que o texto seja redigido de modo compreensível e claro.” (HASWANI, 2010, p. 140); (b) *comunicação política*, onde, segundo a autora, reside o interesse geral, mas também o privado no que concerne aos interesses dos partidos políticos e de demais instituições públicas ou privadas, compreendendo a noção de cidadão como eleitor; e (c) *comunicação social*, que integra atores tanto estatais quanto privados, “[...] envolvidos em questões de interesse recíproco, quer na obtenção de vantagens particulares e organizacionais, quer na consecução de ações afeitas fundamentalmente à sociedade como ente coletivo.” (HASWANI, 2010, p. 146).

O francês Zémor (1995) salienta que as informações sob o âmbito da *comunicação pública* são de domínio público, com certas exceções, uma vez que “[...] assegurar o interesse geral implica a transparência.” (ZÉMOR, 1995, p. 1). Para o

autor, as finalidades da *comunicação pública* estão associadas às finalidades das instituições públicas, o que corrobora as classificações dos autores supracitadas, nas quais insere, independentemente da terminologia utilizada, a comunicação realizada pelo aparato estatal dentro de *comunicação pública*. Nesse ponto, trazendo para a noção de Mancini (2008) sobre a finalidade, constata-se, então, que as instituições públicas realizam fundamentalmente a *comunicação pública*, diferentemente das instituições privadas, que podem vir ou não a realizar ações dessa natureza comunicativa. Define o autor que comunicação pública é:

[...] a comunicação formal que diz respeito à troca e a partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas. (ZÉMOR, 1995, p. 1)

É nesse sentido que Duarte (2011) esboça o modelo de campo da *comunicação pública*, implicando ser esta realizada por inúmeros atores. Engloba “[...] tudo o que está relacionado ao aparato estatal, às ações governamentais, a partidos políticos, ao Legislativo, ao Judiciário, ao terceiro setor, às instituições representativas, ao cidadão [...] e, em certas circunstâncias, às ações privadas [...]” (DUARTE, 2011, p. 126).

**Figura 1 – Atores participantes da Comunicação Pública**



Fonte: Duarte (2011, p. 127).

Concomitantemente, Oliveira (2004, p. 187) chega à conclusão de que *comunicação pública* é “[...] um conceito mais amplo, envolvendo toda a comunicação

de interesse público, praticada não só por governos, como também por empresas, Terceiro Setor e sociedade em geral. ” Assim, considerando que a *comunicação pública* pode ser realizada por vários atores, como visto acima, cabe mencionar sobre o equívoco ao se conceituá-la como aquela voltada somente às práticas do Estado, tal como em Barros Filho e Pompeu (2007, p. 207) ao afirmar ser “[...] as formas de o Estado mostrar-se a si mesmo, de fundamentar-se, justificar-se, legitimar-se, construir-se.” Neste trabalho, admita-se que essa forma de comunicação pelo Estado se introduz no conceito de *comunicação das instituições públicas/estatal/governamental*.

Nessa sequência, Duarte (2012) indica que o termo *comunicação pública*, ao se referir ao setor público, engloba a transparência ao lidar com questões de interesse público; em relação ao terceiro setor, volta-se ao atendimento das necessidades sociais; e na área privada, ao compromisso da organização com a responsabilidade social ou apenas uma estratégia de marketing. Independentemente sobre qual perspectiva se observa a comunicação pública, o autor discorre que esta foca o processo comunicativo no cidadão, privilegia o interesse coletivo, “[...] não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. ” (DUARTE, 2012, p. 61).

Nesse processo de comunicação no âmbito público, cabe mencionar que Zémor (1995) atribui um papel importante ao cidadão, receptor da *comunicação pública*, ao caracterizá-lo como ambivalente, no sentido de que, concomitantemente ao respeitar e subordinar-se às instituições públicas, ele também exige informação. Ele não exerce apenas o papel de receptor da comunicação pública, mas participa, ativamente, também como emissor. “Na verdade, é a característica ativa do receptor que estabelece a comunicação. A passividade pressupõe um distanciamento ou uma fascinação frente à autoridade do emissor público. ” (ZÉMOR, 1995, p. 3).

Zémor (1995) separa *comunicação institucional* e *comunicação política*. A respeito deste último tipo de comunicação, o autor ressalta que o político não deve permitir que preocupações pessoais e partidários incidem no andamento do serviço público, o qual pertencente ao âmbito da instituição e apresenta regras que precisam de estabilidade. Além disso, também distingue *comunicação política* de *comunicação pública* pelo parâmetro de “longo e curto prazo”, apontando que, enquanto o político encontra-se na zona do curto prazo em virtude da incerteza que paira sob a decisão

política, como ao anunciar soluções, reformas, tratar de situações de crise, “[...] a relação com o público implica em uma organização e uma atividade que se beneficiará da serenidade de um longo prazo de tempo.” (ZÉMOR, 1995, p. 5).

De maneira complementar, mas não contrária, enquanto Zémor (1995) ocupa-se de aspectos temporais e ações dos atores da comunicação, Duarte (2011) também faz semelhante distinção e atenta-se mais ao aspecto de conteúdo aliado aos atores que dela participam. Define assim que *comunicação governamental* é aquela voltada para informações e relacionamento estabelecidos entre o Executivo e a sociedade; *comunicação política* refere-se “[...] ao discurso e à ação na conquista da opinião pública em relação a ideias ou atividades que tenham relação com o poder.” (DUARTE, 2011, p. 126); e *comunicação pública*, já supracitado, para informações no âmbito de temas de interesse coletivo.

Além disso, Zémor (1995, p. 1) estabelece que as funções dessa comunicação são:

a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

Ao centrar no cidadão, Duarte (2012) estabelece que, na *comunicação pública*, prioriza-se o interesse público sob o individual ou corporativo; o processo comunicativo é mais do que dar informação. Embora destaque o direito à informação, afirmando ser esta um meio de alcance da cidadania, o autor afirma que a *comunicação pública* deve ser entendida como dar a informação, mas também – reforçando a ideia de cidadão ambivalente:

Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo. (DUARTE, 2012, p. 64).

Nesse sentido, e como foco na análise deste trabalho, quanto à *comunicação pública*, Duarte (2012) categoriza o tipo de informação em:

**Quadro 1** – Categorias de informação no âmbito da Comunicação Pública

Tipo de informação	Descrição
Institucionais	Relacionadas à imagem das organizações;
De gestão	Quando ações e decisões de agentes envolvem temas de interesse público;
De utilidade pública	Relativa a temas de interesse da população;
De interesse privado	Aquelas especificamente a respeito do cidadão, empresa ou instituição; cita o autor como exemplo os dados referentes ao Imposto de Renda;
Mercadológicos	Em relação a produtos e serviços no mercado concorrente;
De prestação de contas	Correspondente à transparência – pode se dizer assim – no que concerne às decisões políticas e recursos públicos;
Dados públicos	Sob controle do Estado, tais como jurisprudência, documentos históricos, legislação e normas, conforme o autor exemplifica;

Fonte: Duarte (2012, p. 62)

Na *comunicação pública*, todas essas informações são direcionadas aos cidadãos. Contudo, da mesma forma que os agentes públicos se conduzem à sociedade, esta também busca informações, transformando-se em “[...] agente transformador porque é capaz de cobrar, de denunciar ou, simplesmente, solicitar aos órgãos estatais informações precisas sobre assuntos de seu interesse.” (HASWANI, 2006, p. 38), tal como explicita Zémor (1995) quanto ao cidadão ambivalente. Além disso, Matos (1999, p. 3) também acentua essa ambivalência, visto que, se no âmbito da *comunicação pública*:

[...] aceitarmos um fluxo contínuo de comunicações que vão do governo ao cidadão mas também fazem o caminho de volta, do cidadão ao governo, teremos que admitir a diversidade de gêneros e formas de expressão que incluam os aspectos formal, informal, imaginário e a questão do limite entre o espaço público e privado.

Um ponto a se destacar sobre *comunicação pública* é que a dificuldade em conceituá-la reside justamente na fronteira do que seja público (Haswani, 2012). Sobre a distinção entre o público e privado, Koçouski (2012, p. 84) aponta que “[...] o público não se resume ao estatal, porém, o estatal é público, independentemente de estar ou não presente na esfera pública.” Dessa maneira e correlata a Duarte (2012), a autora afirma que a *comunicação pública* pode ser realizada por inúmeros atores, tais como Estado, Terceiro Setor, empresas privadas, mas não é somente a partir do agente que a realiza que se define o que seja *comunicação pública*, mas, primordialmente, pelo uso que se faz da comunicação direcionada ao interesse

público. “É uma comunicação que tem o olhar voltado à coletividade. ” (KOÇOUSKI, 2012, p. 89). Sobre o conceito de *comunicação pública*, a autora define como:

[...] uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos. (KOÇOUSKI, 2012, p. 92)

Bucci (2015, p. 46) salienta também a esse aspecto entre público e privado para a conceituação de *comunicação pública*:

Uma coisa é pública quando não é privada. Só merece o adjetivo “pública” o evento (o fato, o bem ou a ação) que não se pode (ou não poderia) estar sob controle estrito da esfera privada, que não poderia ser governada por instâncias privadas (não públicas), que não é propriedade de mãos privadas.

Em seguida, o autor ainda expõe sobre o princípio da impessoalidade, deixando claro que, conforme a Constituição Federal de 1988, o interesse público deve sempre se sobrepôr ao interesse privado, e o princípio da publicidade, dispondo que o que seja de interesse de todos deva ser tratado em público, “[...] uma vez que a informação sobre os negócios públicos é um direito fundamental [...]” (BUCCI, 2015, p. 48).

Além disso, sobre esse aspecto de público e privado, Koçouski (2012) destaca sobre a confluência das áreas de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, salientando que aquela primeira é a que mais se aproxima do interesse público, proposto pela *comunicação pública*, enquanto estes dois últimos voltam-se à persuasão e ao mercado. Não obstante, cabe ressaltar que a publicidade é intrínseca à *comunicação pública*, no sentido de tornar público as informações de interesse coletivo. “Sua eficácia dependerá do que se quiser comunicar, do público a que se destinar, do contexto no qual opera e da sua relação com as outras modalidades de comunicação. ” (HASWANI, 2010, p. 142). Haswani (2010) assinala que compreender a publicidade somente pela ótica comercial é limitá-la.

Ademais, Zémor (1995, p. 8) frisa que, para poder informar, “[...] é preciso usar os métodos de informação e de publicidade, no entanto, com algumas cautelas na escolha da linguagem, da expressão publicitária ou dos suportes e dos veículos. ” Assim, a *comunicação pública* utiliza a publicidade a fim de levar informações aos cidadãos.

### 3 COMUNICAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS, GOVERNAMENTAL OU ESTATAL

Apesar de Duarte (2011) defini-la como aquela estabelecida entre Executivo e sociedade, neste trabalho, defende-se a ideia de que *comunicação estatal/governamental* se refere não só ao Executivo, mas ao Legislativo e Judiciário também (KUNSCH, 2012). Se o Estado Democrático de Direito reside no respeito à Constituição e às leis e na busca da garantia dos direitos fundamentais do cidadão, tal aspecto também se evidencia *na comunicação governamental*, dada sua vocação pública (DIAS, 2005).

Provavelmente, a ideia de se considerar esse tipo de comunicação aplicada só ao Executivo vem da terminologia “governamental”, o que, por fim, acaba depreendendo um aspecto político. Sobre isso, Duarte (2012) indica que, enquanto Governo é o gestor transitório do Executivo, este Poder:

[...] inclui empresas públicas, institutos, agências reguladoras, área militar. Administração Pública é o aparelho estatal e inclui todos os órgãos ligados ao Executivo, Legislativo, Judiciário em níveis federal, estaduais e municipais. (DUARTE, 2012, p. 59)

Nesse sentido, deve se considerar que, assim como o Executivo, o Judiciário e Legislativo também realizam uma comunicação voltada ao cidadão – não se discute ainda aqui sobre qual perspectiva –, em decorrência do princípio constitucional da publicidade, onde “A administração não age em nome próprio e por isso nada mais justo que o maior interessado, o cidadão, tenha acesso ao que acontece com seus direitos.” (CARVALHO, 2015, p. 69).

Desse modo, sobressai o potencial da comunicação no âmbito das instituições públicas “[...] como ferramenta estratégica a oxigenar o organismo estatal em suas relações com a sociedade.” (HASWANI, 2006, p. 29). Nesse sentido, a própria Constituição Federal de 1988 estabelece o fluxo de informações entre órgãos públicos e os cidadãos, tais como a Lei de Acesso à Informação (Lei n. 12.527/2011), uma vez que o disposto no artigo 5º, inciso XXXIII, da Constituição Federal de 1988 determina que:

Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado; (BRASIL, Constituição Federal, 1988, p. 1)

Sobre este tipo de comunicação, Brandão (2012, p. 4) afirma que “Esta é uma dimensão da *comunicação pública* que entende ser de responsabilidade do Estado e do Governo estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos.” Trata-se de um instrumento que permite ao Estado exercer a *accountability*, isto é, direciona-o a prestar contas, levando ao conhecimento da sociedade as ações de interesse público que realiza (BRANDÃO, 2012). Para a autora, é nesse ponto que a *comunicação pública* se relaciona com a *comunicação governamental*.

Para melhor situar esse tipo de comunicação, reúne-se, no quadro a seguir, os desdobramentos de *comunicação pública* apresentados no capítulo anterior de acordo com as nomenclaturas dadas pelas autoras:

**Quadro 2** – Nomenclaturas das dimensões de Comunicação Pública

BRANDÃO (2012)	HASWANI (2010)	KUNSCH (2012)
Comunicação governamental	Comunicação da instituição pública (institucional e normativa)	Comunicação estatal
Comunicação política	Comunicação política	Comunicação política
Comunicação da sociedade civil organizada	Comunicação social	Comunicação institucional
Comunicação organizacional		Comunicação da sociedade civil organizada
Comunicação científica		

Fonte: da autora

Embora as terminologias sejam diferentes - Brandão (2012) nomeia como *comunicação governamental*, Haswani (2010) como *comunicação da instituição pública* e Kunsch (2012) como *comunicação estatal* -, ambas se referem a um mesmo significado: a comunicação realizada por órgãos do Estado e/ou Governo.

No contexto atual, não há o porquê conceber uma comunicação realizada pelo Executivo em detrimento dos demais poderes, visto que ambos atual em prol da garantia dos direitos dos cidadãos e “A ação dos poderes públicos vem, deste modo, redefinida em torno do conceito de serviço público e de bem público.” (HASWANI, 2006, p. 28). Assim, embora as terminologias das autoras sejam diferentes, tenta-se, neste trabalho, reunir as ideias que corroboram ao que diz respeito da comunicação de órgãos públicos.

Particularmente, até para vencer o aspecto pejorativo que o termo *comunicação governamental* adquiriu com o tempo, opta-se pelos termos *comunicação das*

*instituições públicas* ou mesmo *comunicação estatal*, em virtude de que se descarta a ideia de um tipo de comunicação realizada apenas pelo governo, representado pelo Executivo. Desse fato, o próprio Duarte (2012) menciona sobre a possibilidade pouco explorada de se utilizar o termo *comunicação de serviço*, argumentando que tal expressão descarta a visão política de *comunicação governamental*.

A partir disso, em virtude de uma bibliografia que emprega termos diferentes e sob ângulos diversos, pretende-se apresentar alguns tópicos sobre essa comunicação de órgãos públicos, por autores chamada de *comunicação governamental* sob o viés orientado para o Executivo, a fim de ressaltar pontos que se ligam àquela realizada pelo Judiciário, uma vez que o objeto de estudo deste trabalho trata-se de um programa oriundo desse Poder. No entanto, há de ressaltar que cada Poder tem suas particularidades no exercício de uma *comunicação pública*, dada a natureza de suas funções.

Por esse ângulo, Koçouski (2012) destaca o papel diferenciado do Estado frente à *comunicação pública*, pois estas deveriam voltar-se sempre a supremacia do interesse público sob o privado. Declara a autora que, diferente dos demais autores, o Estado, tendo o “[...] caráter normativo (o que não significa que na prática assim o seja), deve atuar integralmente com a *comunicação pública*.” (KOÇOUSKI, 2012, p. 90). Essa supremacia refere-se a um dos fundamentos que correlaciona a *comunicação pública* com a *governamental*, defendida neste trabalho referente aos Três Poderes do Estado.

Dessa forma, a autora, ao defender o tratamento da comunicação do Estado pela via da *comunicação pública*, cita o exemplo do cidadão ser informado sobre os atos da Administração Pública, ressaltando o princípio da publicidade esboçado na Constituição Federal de 1988. Para ela, o Estado intermedia a

[...] tensão que se forma pelas demandas sociais existentes, seja por meio de edição de novas leis, pela consolidação de políticas públicas, no arbítrio da Justiça ou ainda na garantia dos preceitos constitucionais. (KOÇOUSKI, 2012, p. 91).

Sobre a *comunicação pública* no âmbito do setor público, Torquato (2002) destaca sobre o papel da identidade da instituição: é por meio de um programa de comunicação que se transmite valores e princípios institucionais. Outrossim, o autor menciona quatro fatores que interferem na comunicação da administração pública: (a) linguagem, indicando a ausência de interpretação e explicação a presença de texto de exaltação, no qual se sobrepõem as fontes sobre os fatos; (b) planejamento,

referente à realização de uma pesquisa periódica para avaliar as características da instituição, de onde procederá a constituição do *marketing institucional*<sup>1</sup>; (c) estrutura de comunicação, salientando a reorganização em decorrência das novas demandas sociais; e (d) profissional, evidenciando uma postura ativa, e não *low profile*, frente à imprensa. “A administração pública, em qualquer esfera, mais que a administração privada, precisa abrir portas e compartimentos, dando vazão à transparência, à clareza e à correção de atitudes.” (TORQUATO, 2002, p. 121).

Uma vez que Zémor (1995) defende que as finalidades das instituições públicas são concomitantes a da *comunicação pública*, ao mencionar as formas de *comunicação pública*, o autor deixa evidente na maioria delas o caráter de uma comunicação realizada no setor estatal. Assim, elenca que tais formas se vinculam à missão que a *comunicação pública* se propõe e são elas:

- (1) obrigação que as instituições públicas têm de informar;
- (2) instituir o diálogo e o alcance dos serviços públicos aos cidadãos;
- (3) mostrar e “promover” os serviços da Administração Pública;
- (4) fazer com que a instituição pública seja conhecida, internamente e externamente;
- (5) criar campanhas e ações para a comunicação de interesse geral; além de acompanhar as decisões políticas para a realização de uma comunicação de debate público.

Torquato (2002), por sua vez, enumera 10 funções da comunicação na Administração Pública:

- (1) integrar os ambientes internos ao espírito da organização;
- (2) expressar a identidade, a fim de consolidar uma imagem e credibilidade – o autor cita, neste caso, a prática de uma comunicação integrada;
- (3) fundamentar valores de modo a expressar uma cultura interna;
- (4) apontar para a cidadania, dado o direito à informação e a comunicação como dever das instituições públicas;
- (5) guiar o discurso dos dirigentes, em se tratando de uma assessoria estratégica;

---

<sup>1</sup> Segundo Torquato (2002, p. 121), são “[...] os quatro pilares do marketing institucional, conceito que ainda não está internalizado pelas estruturas de comunicação pública: a pesquisa, a comunicação, a articulação e a mobilização.”

- (6) detectar os interesses sociais, a fim de corresponder às expectativas dos receptores da comunicação;
- (7) orientar os cidadãos, sob uma ótica educativa;
- (8) democratizar o poder, a partir do compartilhamento de informações;
- (9) integrar a coletividade a partir do fluxo informativo estabelecido;
- (10) conduzir-se pela verdade, em razão da ética prezada pelos cidadãos.

Em relação às dimensões da comunicação pública estatal, a italiana Faccioli (2000 *apud* HASWANI, 2006) a divide em: *comunicação para a promoção da imagem*; *comunicação normativa*, que condiciona a relação entre órgãos públicos e cidadãos ao conhecimento e compreensão das leis; *comunicação da atividade* institucional, isto é, a respeito das ações das instituições do Estado; *comunicação de utilidade pública*, no que se refere ao acesso dos cidadãos à administração pública e ao uso dos serviços públicos; *comunicação social*, uma das dimensões da *comunicação pública* de retorno aos temas sociais, onde as instituições pública “[...] se propõem a dar elementos de conhecimento e conscientização aos cidadãos em relação a problemas de interesse coletivo, também na perspectiva de convencê-los a modificar seus comportamentos.” (FACCIOLI, 2000, p. 54 *apud* HASWANI, 2006, p. 36).

Arena (1999 *apud* HASWANI, 2006) faz três divisões: (1) *comunicação jurídica-formal*, que se refere à aplicação das normas e ao conhecimento de atos jurídicos; (2) *comunicação de serviço*, ao dar informações sobre a própria instituição e sobre o serviço que se presta; (3) *comunicação administrativa ou comunicação de cidadania*, voltada a solução de problemas de interesse geral, que, conforme o autor, “[...] são aqueles que cuidam da tutela ambiental, da saúde, da previdência, da educação, do emprego, da segurança viária, da ordem pública, da eliminação do lixo, da circulação das pessoas e dos produtos.” (HASWANI, 2006, p. 37).

Assim, Rego, sob o ângulo do Executivo, aduz que o objetivo principal da *comunicação governamental* é “[...] levar à opinião pública fatos de significação, ocorridos na esfera governamental. ” (REGO, 1985, p. 44), o que, se comparar aos Poderes Legislativo e Judiciário, tal fato também se aplica. Na perspectiva da *comunicação pública* realizada por atores públicos, é:

[...] a instituição [pública/governamental] que ouve a sociedade, que atende às demandas sociais, procurando, por meio da abertura de canais, amenizar os problemas cruciais da população, como saúde, educação, transportes, moradia [...] (KUNSCH, 2012, p. 15).

Para Andreilino (2015), a concepção de *comunicação governamental* reporta-se ao governo. Isso porque, segundo o autor, esta possui dois focos: (1) a construção da agenda pública, prestando contas, com a finalidade não só de informar sobre as ações do governo, “[...] mas principalmente educar, promover a conscientização, a mobilização, assegurar a cidadania, buscando sempre democratizar a informação de interesse social.” (ANDRELINO, 2015, 177); e (2) construção da imagem do governo, ressaltando o autor ao não desmerecimento de se estabelecer o relacionamento com o cidadão, uma vez que se deve respeitar os direitos destes, numa conduta dos gestores pautada no princípio constitucional da impessoalidade. Tais aspectos também podem ser visto em relação ao Judiciário.

### 3.1 Poder Judiciário

Sobre a imagem desse Poder, Torquato (2002) ressalta sobre a consonância entre ele e o conceito de Justiça, no que se refere à morosidade e omissão. Dessa forma, o autor aponta que uma negatividade que ocorra nesse Poder tem mais peso do que nos demais, em virtude da “[...] ética, dignidade, imparcialidade, respeitabilidade, cultura e preparo intelectual, despojamento e incorruptibilidade que se conectam à identidade e à imagem dos representantes do Poder Judiciário.” (TORQUATO, 2002, p. 118).

A respeito da democratização da informação, Torquato (2002) ainda aduz que, entre os Três Poderes, o mais fechado ainda seja o Judiciário, indicando que, por exemplo, as decisões judiciais e a jurisprudência consolidada não são massificadas. Contudo, para transpor essa barreira entre o Judiciário e a sociedade, tal Poder vem tomando medidas a fim de fomentar um fluxo informativo com o cidadão. A título de exemplo, primeiramente tem-se: (a) a emissora pública TV Justiça, criada em 2002, cujo objetivo é:

[...] preencher lacunas deixadas por emissoras comerciais em relação a notícias sobre questões judiciais, a fim de possibilitar que o público acompanhe o dia a dia do Poder Judiciário e suas principais decisões, favorecendo o conhecimento do cidadão sobre seus direitos e deveres. (TV JUSTIÇA, 2016)

E, em seguida, de caráter regulamentar, (b) as resoluções n. 85/2009<sup>2</sup> – que criou o Sistema de Comunicação do Judiciário (Sicjus), o qual orienta, coordena e supervisiona as ações de Comunicação Social do Judiciário, e o Comitê de Comunicação Social do Judiciário, de caráter consultivo, voltado a definir parâmetros e procedimento envolvendo ações de Comunicação Social – e n. 215/2015<sup>3</sup> do Conselho Nacional de Justiça (CNJ).

A partir de medidas como essas, observa-se os esforços desse Poder para se desenvolver e organizar uma *comunicação pública* voltada à sociedade. Por esse ângulo, Torquato (2002, p. 84) afirma que a *comunicação da instituição pública* tem como desafio “[...] aproximar seus serviços da sociedade. Ocorre que a comunicação sozinha não faz milagres. Se o serviço público é ruim, a comunicação não vai consertar a imagem da administração. ”

Com efeito, talvez o maior obstáculo do Judiciário em se aproximar do cidadão, considerando suas três funções de “[...] decisão de conflitos, controle de constitucionalidade e autogoverno [...]” (ZAFFARONI, 1995, p. 55), reside na linguagem especializada. Este ponto provavelmente seja o elemento fundamental que induz à uma *comunicação pública* realizada pelo Poder Judiciário, o que sobressai a *comunicação normativa* ou *jurídica-formal*, conforme Faccioli (2000) e Arena (1999) respectivamente.

Em relação à questão referente à linguagem simples e de fácil compreensão, Duarte (2012) dispõe que, para a realização da *comunicação pública*, é preciso, além de informação, “[...] credibilidade dos interlocutores, meios e instrumentos adequados, valorização do conhecimento dos sujeitos, facilidade de acesso e uma pedagogia voltada para quem possui mais dificuldades. ” (DUARTE, 2012, p. 64). Uma vez que a *comunicação pública* caminha para uma construção da cidadania, “o conhecimento da atividade do Judiciário é direito do cidadão. Sendo os magistrados prestadores de serviço público, imprescindível se faz que essa atividade seja a mais transparente possível; ” (TEIXEIRA, 1996, p. 19).

<sup>2</sup> A resolução n. 85/2009 do CNJ: dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário. Segundo o artigo 1º, inciso VI, um dos objetivos é “promover o Poder Judiciário junto à sociedade de modo a conscientizá-la sobre a missão exercida pela Magistratura, em todos os seus níveis, otimizando a visão crítica dos cidadãos a respeito da importância da Justiça como instrumento da garantia dos seus direitos e da paz social. ”

<sup>3</sup> A resolução n. 215/2015 do CNJ: dispõe, no âmbito do Poder Judiciário, sobre o acesso à informação e a aplicação da Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Segundo o artigo 2º, “Os órgãos administrativos e judiciais do Poder Judiciário devem garantir às pessoas naturais e jurídicas o direito de acesso à informação, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.

Nessa perspectiva, é que se institui o programa STJ Notícias neste trabalho, produzido pelo respectivo Tribunal, visto que “O acesso à Justiça, o pleno exercício da democracia e o cumprimento de direitos fundamentais [...] dependem também do tratamento dado pelo jornalista ao noticiário de fatos emanados no Poder Judiciário.” (PAIXÃO, 2010, p. 8).

### 3.1.1 *STJ Notícias*

O Superior Tribunal de Justiça – STJ, criado pela Constituição Federal de 1988<sup>4</sup> e inaugurado no ano seguinte, “[...] é a corte responsável por uniformizar a interpretação da lei federal em todo o Brasil. É de sua responsabilidade a solução definitiva dos casos civis e criminais que não envolvam matéria constitucional nem a justiça especializada.” (STJ, 2016).

No que concerne aos canais de comunicação na *web*, o Tribunal conta, além do canal no YouTube, com perfil: no Flickr, hospedando mídia visual concernente a sessões de julgamento, audiências públicas e eventos do órgão; no SoundCloud, com programas, boletim de notícias, entrevistas em formato de áudio; no Facebook, compilando todo o conteúdo produzido pela Secretaria de Comunicação Social do Tribunal; no Twitter, transmitindo decisões da Corte; e no Instagram, compartilhando fotos do STJ e de seguidores a partir de lançamentos de desafios, além de informar sobre a realização de eventos do órgão.

Em fevereiro de 2014, estreou o Programa STJ Notícias. O noticiário conta com uma edição por semana e, até fechamento deste trabalho, totaliza-se 107 edições, de acordo com o canal do STJ no YouTube. Segundo sua primeira edição, o programa tornou-se o primeiro do Poder Judiciário brasileiro a ser transmitido ao vivo pela *internet* pelo canal da Corte. No ano de 2015, foram postados 913 vídeos em seu canal no YouTube, alcançando 567.127 visualizações, de acordo com o Relatório Anual de Gestão 2015 do tribunal.

---

<sup>4</sup> Segundo Velloso (1995, p. 15), “Justamente para que pudesse o Supremo Tribunal Federal realizar a sua missão de Corte Constitucional, criou a Constituição de 1988 o Superior Tribunal de Justiça, que passou a exercer a competência do Supremo Tribunal no que concerne ao contencioso de direito federal comum; vale dizer, ao tempo em que a Constituição confere o [*sic*] ao Supremo Tribunal as galas de guardião maior da Constituição, ela deseja que o Superior Tribunal de Justiça seja o responsável pela integridade, pela autoridade e pela uniformidade de interpretação do direito federal comum.”

Realizado pela Secretaria de Comunicação Social do STJ, o programa dura, em média, 30 minutos e traz as principais decisões da Corte e as repercussões nas redes sociais do Tribunal. Seu formato constitui, *a priori*, de dois quadros como o Sala de Visitas, onde se recebe um convidado a respeito de algum tema específico que envolva a Corte, e o Giro de Notícias, o qual informa as demais decisões judiciais e jurisprudência do Tribunal, além de eventos dos quais a Corte recebe e/ou seus ministros participam.

Além de reportagens, o STJ Notícias apresenta postagens de decisões no Facebook que se destacaram durante a semana, mencionando os comentários de internautas, e aquelas que ressoaram também no Twitter. Raramente se recebe convidados no estúdio, conforme ocorreu na décima quinta edição, recebendo a assessora da ouvidoria do STJ e a ouvidora da Ordem dos Advogados – OAB do Ceará para falar do primeiro Habeas Corpus escrito em lençol remetido ao STJ. O programa ainda possui *links* para divulgar os outros produzidos pelo Tribunal.

A partir da 13ª edição do STJ Notícias, o programa passou a ser transmitido pela TV Justiça, aos sábados, às 23h, com reprises nos domingos, às 14h, e nas segundas-feiras, à meia-noite. A TV Justiça é coordenada pela Secretaria de Comunicação do Supremo Tribunal Federal – STF. Sua criação foi estabelecida legalmente com a Lei n. 10.461/2002 e, conforme informações do próprio *site* da emissora pública, a TV Justiça iniciou as atividades em 11 de agosto de 2002 e foi sancionada pelo ministro Marco Aurélio de Mello, uma vez que exerceu, de maneira interina, a função de Presidente da República quando do governo de Fernando Henrique Cardoso.

De acordo com Russi (2010), a TV Justiça inicialmente possuía uma grade de apenas três programas: Justiça em Ação, Fórum e Jornal da Justiça (os dois últimos ainda transmitidos hoje), além de transmitir as sessões de Plenário do STF. Atualmente, a emissora pública possui mais de 54 programas e sua grade de programação conta, além de produções próprias, com conteúdo produzido por parceiros, entre eles entidades representativas e órgãos do Poder Judiciário e Ministério Público. Segundo Russi (2010), a decisão de incluir programas desses parceiros na TV Justiça “[...] é submetida a um conselho editorial que conta, além do presidente e vice-presidente do STF, com integrantes da Secretaria de Comunicação da Casa e representantes das entidades parceiras.” (RUSSI, 2010, p. 36).

É dessa forma que a Coordenadoria de Rádio e TV do STJ é responsável pela produção de programas como Antes & Depois da Lei, Direito Meu Direito Seu, STJ

Notícias e STJ Cidadão, veiculados pela TV Justiça. De acordo com o Relatório Anual de Gestão 2015 do STJ, a comunicação do tribunal produziu 22.683 matérias no ano passado, o que permitiu publicar 1.283 matérias na *internet* e 1.804 publicações em mídias sociais e produzir 777 links e matérias para o jornal da TV Justiça.

#### 4 DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL À COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A partir das categorias propostas por Duarte (2011) no âmbito da *comunicação pública*, observa-se uma interdisciplinaridade entre áreas da comunicação, visto englobar informações do tipo institucionais, de gestão, de utilidade pública, de interesse privado, mercadológicas e de dados públicos. Dessa forma, conseqüentemente, identifica-se a prática da *comunicação integrada*.

Não se pode mais isolar, por exemplo, a comunicação institucional e a comunicação mercadológica. É necessário que haja uma comunicação integrada, desenvolvendo-se de forma conjugada atividades de Comunicação Institucional (Jornalismo, Editoração, Relações Públicas, Publicidade) e Comunicação Mercadológica (Propaganda, Promoção de Vendas, Exposições, Treinamento de Vendas etc.), formando o “composto” da comunicação. (KUNSCH, 1986, p. 107).

Desse ponto de vista, não há como expor sobre a forma de *comunicação integrada* sem mencionar *comunicação organizacional*. Para Torquato (2002), esse último termo trata-se de uma decorrência da expressão *comunicação empresarial*, argumentando que não fazia sentido delimitar uma comunicação somente ao nível empresarial, pois esta caminhava “[...] para outros terrenos e espaços, ampliando o escopo e adicionando novos campos [...]” (TORQUATO, 2002, p. 1). No mesmo sentido, embora Kunsch (1997) admita não haver diferenças entre um termo e outro, a autora sugere que se utilize o termo *comunicação organizacional*, pois “[...] além de abranger todo o espectro das atividades comunicacionais, apresenta maior amplitude, aplicando-se a qualquer tipo de organização, e não só aquilo que se chama ‘empresa’.” (KUNSCH, 1997, p. 69).

Independente do termo utilizado, por considerar que sejam sinônimos nesse contexto, para Nassar (2009, p. 62), organização é:

[...] um sistema social e histórico, formal, que obrigatoriamente se comunica e se relaciona, de forma endógena, com seus integrantes e, de forma exógena, com outros sistemas sociais e com a sociedade.

Segundo o autor, são características comuns de organizações: (a) sistemas sociais compostos por pessoas; (b) são complexas e utilizam a divisão do trabalho; (c) possuem história e memória; (d) tem de enfrentar as mudanças; (e) têm identidade; (f) buscam resultados. Em suma, Nassar (2009) expõe que a comunicação numa

organização é o fator que a permite constituir relacionamentos com diversos públicos e a sociedade.

Historicamente, a necessidade de comunicação nas organizações/empresas foi ocasionada pelas transformações oriundas da Revolução Industrial. Segundo Rego (1987), a divisão do trabalho, especialização, automatização das atividades fizeram com que as relações pessoais estabelecidas no interior das indústrias fossem substituídas por relações impessoais, segmentando, assim, a estrutura interna das empresas. Discorre que a aproximação entre trabalhadores do campo e da cidade fizeram surgir conflitos internos dada às diferenças sociais entre eles, o que motivou a publicação de jornais ou revistas para os funcionários na tentativa de resolver tais divergências. Não obstante, Rego (1987, p. 18) destaca também que:

Não foram apenas motivos internos que levaram ao surgimento dos jornais de empresa. A produção em massa, cujos primórdios também se encontram na revolução industrial, trouxe maiores facilidades de produção e estabeleceu as bases do regime competitivo de mercado. A área de mercadologia começava a movimentar-se. Para enfrentar a concorrência, as empresas tiveram de multiplicar os seus mecanismos de comunicação, a fim de se tornarem mais conhecidas e ganharem a preferência do público.

Além disso, Rego (1987) também aponta que (1) o fato de os meios de comunicação difundirem grande volume de informações, (2) o desenvolvimento tecnológico nas comunicações terem diminuído o custo de produção de jornais e (3) a oposição entre informações divulgadas pelos sindicatos e pelo empresariado estimularam a produção de “[...] dois tipos fundamentais de publicações de empresas: as externas (destinadas aos consumidores, acionistas, representantes, distribuidores) e as internas (destinadas aos funcionários).” (REGO, 1987, p. 18-19). Segundo o autor, durante a Primeira e Segunda Guerras Mundiais, houve a interrupção dessas publicações.

Em vista disso, Rego (1986, p. 58) destaca que “[...] a empresa necessita criar mecanismos de informação que lhe capacitem conhecer o ambiente onde atua, o mercado onde deverá competir e o próprio ambiente interno que congrega sua estrutura.” Assim sendo, conforme Neves (2000), a *comunicação empresarial* clássica fragmentou-se em *comunicação de marketing* (dirigida a clientes e consumidores), *comunicação institucional* (voltada aos formadores de opinião e à opinião pública) e *comunicação interna* (aos funcionários e seus familiares).

De maneira análoga, Rego (1986) aponta que a empresa se volta à informação no âmbito de sistemas: sistema competitivo (concernentes às relações de produto e consumo); sistema ambiental – “[...] onde estão inseridos os padrões sociais, culturais, políticos e econômicos – ambiente de atuação;” (REGO, 1986, p. 58) – e sistema organizacional (referente ao ambiente interno).

Ao caracterizar o desenvolvimento da *comunicação organizacional* internacionalmente, Torquato (2002) assinala que, na década de 50, esta enfatizava o produto; na década de 60, a imagem, segundo o publicitário americano David Ogilvy, na qual se observava o interesse dos consumidores em adquirir informações não somente sobre o produto, mas também a respeito da organização que o produzia: “Consolidava-se o sistema híbrido entre imagem de produto e imagem da organização. A imagem institucional cobria a imagem dos produtos e vice-versa.” (TORQUATO, 2002, p. 3); nas décadas de 70 e 80, a comunicação como estratégia de orientar, consoante o autor, a organização a ser a primeira do mercado; e, por fim, na década de 90, com a globalização.

As mudanças ocorridas, mundialmente, com o fim da guerra fria, em 1989, e com o surgimento do fenômeno da globalização alteraram por completo seu comportamento institucional, passando a comunicação a ser uma área estratégica imprescindível para ajuda-las a enxergar e detectar as oportunidades e também as ameaças do macroambiente. (KUNSCH, 1997, p. 64).

Em relação ao Brasil, Kunsch (1997) afirma que o ápice da comunicação organizacional foi a década de 1980, principalmente a partir de 1985 com a redemocratização política do país, “[...] quando as empresas e instituições começaram a entender melhor a necessidade de serem transparentes e que suas relações com a sociedade devem se dar pelas vias democráticas.” (KUNSCH, 1997, p. 64). Assim também Bueno (2003) afirma que o regime democrático exigiu novos comportamentos organizacionais.

Dessa maneira, sobressai a *comunicação pública*, que, segundo Oliveira (2012, p. 41), “[...] só existe em contextos democráticos, de cidadania e com a presença de capital social, contribuindo com uma nova percepção de política de comunicação.” A autora ainda salienta que a *comunicação organizacional* e *comunicação pública* possuem a tendência de se alinharem em virtude do contexto requerer que os interesses organizacionais se associem aos da sociedade.

Nesse ponto, no caso das instituições públicas, é mais que necessário, visto que são organizações que, no contexto de democracia e cidadania, devem, *a priori*, voltar-se ao interesse público. Além disso, as mensagens passam a ser, “[...] em princípio, emitidas, recebidas, tratadas pelas instituições públicas ‘em nome do povo’, da mesma forma como são votadas as leis ou pronunciados os julgamentos. ” (ZÉMOR, 1995, p. 1).

De modo geral, Oliveira (2012, p. 49) conclui que “[...] as políticas de comunicação devem levar em consideração questões fundamentais como a garantia de participação de todos no âmbito organizacional, já que democracia deve ir além da esfera estatal. ” Da mesma forma, Torquato (2002, p. 9) aponta que “[...] as organizações, tanto privadas quanto públicas, finalmente se descobrem como integrantes da sociedade, como entes sociais que também precisam ter voz e vez na democracia. ”

Cabe mencionar que Torquato (2002) indica que a fragilidade da comunicação dessas organizações passa pela precariedade das estruturas públicas e que, portanto, ao se relatar sobre a comunicação realizada no setor público, deve-se considerar a hipertrofia do Estado resultante:

[...] tanto de fatores endógenos – como a propensão da burocracia para cair nas malhas da acomodação, a incapacidade de controlar resultados – como de fatores exógenos (fisiologismo dos partidos políticos, o compadrismo na contratação de quadros, o clientelismo, o familismo amoral e o mandonismo regional, entre outros fatores). (TORQUATO, 2002, p. 112).

Dito isso, pode se dizer que a *comunicação das instituições públicas* enfrenta dois grandes desafios: (a) lidar com a imagem do Estado frente à incompetência operacional de serviços públicos e aos aspectos que desmoralizam o princípio de impessoalidade e a supremacia do interesse público - em tal caso, Kunsch (2012, p. 15) destaca que a instituição pública “[...] precisa atuar como um órgão que extrapola os muros da burocracia para chegar ao cidadão comum, graças a um trabalho conjunto com os meios de comunicação.” – e (b) acompanhar as mudanças decorrentes das transformações sociais e comunicacionais, tal como a prática a *comunicação integrada* nos tempos atuais, a qual, conforme Kunsch (1997), conduz à eficácia da comunicação nas organizações.

Assim, sobre a *comunicação integrada*, Neves (2000) explica que a divisão tradicional da *comunicação empresarial* (em *comunicação de marketing, institucional*

e *interna*) fez com que surgissem muitos conflitos, pois as empresas passaram a realizar ações independentes para cada conjunto, e não correlacionadas. De acordo com o autor, “[...] a segmentação do esforço de comunicação numa empresa significa perda de energia, má utilização dos recursos, distração gerencial, quase sempre trabalho perdido [...]” (NEVES, 2000, p. 30). Dessa forma, surge a prática de *comunicação integrada*.

Sob o ponto de vista dessa comunicação, Kunsch (2009, p. 115) ressalta que a *comunicação organizacional* adquire uma função estratégica, isto é, volta-se a:

[...] ajudar as organizações no cumprimento de sua missão, na consecução dos objetivos globais, na fixação pública dos seus valores e nas ações para atingir seu ideário de visão no contexto de uma visão de mundo, sob a égide dos princípios éticos.

Bueno (2003) afirma que se trata de uma “[...] articulação estreita entre os vários departamentos/áreas e profissionais que exercem atividades de comunicação nas empresas ou entidades. ” (BUENO, 2003, p. 8). O autor ainda menciona que, dessa forma, as *comunicações institucional e mercadológica* deixam de ser antagônicas como anteriormente, porque convergem aos mesmos propósitos da organização.

Assim, Kunsch (2009, p. 114) defende a “[...] adoção, por parte das organizações, de uma filosofia da comunicação integrada e da não-fragmentação dessa comunicação. ” Mais recentemente, a autora engloba, sob e ao termo de *comunicação organizacional integrada*, a *comunicação institucional*, a *comunicação mercadológica* e a *comunicação interna* (incorporando a *comunicação administrativa*). Para a autora, essa integração dirige-se à eficiência, eficácia e efetividade organizacional, “[...] em benefício dos públicos e da sociedade como um todo e não só da organização isoladamente. ” (KUNSCH, 2009, p. 115).

Embora Bueno (2003) salienta que o emprego de uma *comunicação integrada* se volta mais a um discurso do que uma prática real, alegando a existência de duas forças opostas: “[...] a que trabalha para buscar a integração das atividades [...] e a de categorias profissionais, ainda presas ao ranço corporativista, como o que, durante muito tempo, contrapôs jornalistas e relações públicas [...]” (BUENO, 2003, p. 9), o autor admite que é inevitável essa tendência de integração. Logo, Kunsch (2009) apresenta a ilustração a seguir:

**Figura 2 – A Comunicação Organizacional Integrada**



Fonte: Kunsch (2009, p. 115)

A partir do quadro, pode se observar a convergência entre a prática integrada de comunicação e as categorias de informação na *comunicação pública* de Duarte (2012). Dessa maneira, levando em consideração a imagem dos Três Poderes do Estado perante à sociedade, principalmente agora em meio aos fatos políticos, deve-se investigar como as instituições públicas realizam a comunicação.

## 5 METODOLOGIA

A estratégia de verificação desta pesquisa conta, primeiramente, com a pesquisa bibliográfica, porque permite entrar em contato com referências pertinentes ao tema proposto e, portanto, dominar os temas relativos à *comunicação pública, governamental e integrada*. Além disso, utiliza-se o estudo de caso, posto que não é “uma escolha metodológica, mas uma escolha do objeto a ser estudado” (STAKE *apud* DUARTE, M., 2006, p. 216), tratando-se, portanto, do programa STJ Notícias como uma unidade de *comunicação estatal/das instituições públicas*.

A pesquisa conta ainda com a aplicação da análise de conteúdo, com base em Bardin (2010), sobre as cabeças de matérias do programa STJ Notícias. De acordo com a autora, esse tipo de análise possui duas funções: a *heurística* (a escolhida neste trabalho), voltada à exploração e descoberta – “É a análise de conteúdo para ver o que dá.” (BARDIN, 2010, p. 31) – e a de administração da prova, para confirmar ou refutar hipóteses. Segundo Bardin (2010), compreende a análise de conteúdo as fases de: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

De acordo com Bardin (2010), a fase de pré-análise é composta por: (1) leitura flutuante; (2) escolha dos documentos; (3) formulação de hipóteses e objetivos; (4) referenciação dos índices e elaboração de indicadores; e (5) preparação do material. Após ter tido contato com os programas, escolheu-se como critério para a constituição do *corpus* as cabeças de matérias, uma vez que, a princípio, trata-se do *lead* da reportagem a ser apresentada em seguida.

Nesse sentido, segundo Paternostro (2006, p. 196), cabeça da matéria “[...] é o *lead*. É sempre lida pelo apresentador e dá o gancho da matéria.” Para corroborar, segundo Bistane e Bacellar (2005, p. 132), cabeça é o termo que se refere ao “texto lido pelo apresentador para chamar a matéria. Geralmente, contém as informações mais relevantes da reportagem que será mostrada a seguir.” Da mesma forma, Maciel (1995, p. 104), diz que cabeça da matéria “é a notícia propriamente dita e corresponde ao *lead* do jornalismo gráfico. É sempre lida pelo apresentador, no estúdio.” Assim, considerando o valor da cabeça de matéria jornalística, escolheu-se os enunciados que a constituem para análise.

Cabe mencionar que a coleta de cabeças de matérias englobou os 29 primeiros programas. Isso porque o critério utilizado foi que, em primeiro de setembro de 2014,

encerrou-se o mandato de presidente do Ministro Felix Fischer, passando a presidência ao Ministro Francisco Falcão. Dessa forma, desde a inauguração do programa, no dia 07 de fevereiro de 2014, até o programa vigésimo nono programa, em 29 de agosto de 2014, a produção ocorreu sob a vigência de uma mesma presidência. A partir disso, coletou-se todas as cabeças de matérias desses programas, totalizando 98.

Em seguida, não se determinou hipótese neste trabalho, dado a escolha da função heurística; ao objetivo, a finalidade é categorizar as informações prestadas pelas cabeças de matérias do programa com base na classificação que Duarte (2012) faz a respeito das informações no âmbito da *comunicação pública*. Nesse sentido, classificou-as em categorias que sobressaíssem a partir da informação divulgada, visto ser esta o assunto principal da reportagem – a qual não foi objeto de análise neste trabalho.

Com a preocupação de não se conseguir obter a(s) categoria(s) de informação somente pela cabeça de matéria, fez-se alguns testes no que concerne à categorizar também a reportagem em seguida – não sendo o foco deste trabalho –, justamente a fim de se verificar se a informação que a cabeça transmitia, e conseqüentemente sua categoria, condizia com o teor da matéria. Tal fato possibilitou verificar a coincidência das categorias evidenciadas entre as cabeças e a reportagem. Entretanto, não se descarta aqui a possibilidade de uma análise quantitativa e mais aprofundada com o material das reportagens.

Assim, menciona-se que os indicadores correspondem às categorias dadas pelo o autor; os índices correspondem aos seguintes critérios no quadro abaixo:

**Quadro 3** – Critérios para a categorização de informações na Comunicação Pública

Tipo de informação	Critérios
Institucionais	Correspondente à imagem da instituição frente aos telespectadores/internautas, seja por meio de informações de eventos, prêmios, datas comemorativas, ações/ programas do órgão;
De Gestão Pública	Relacionado às decisões judiciais de Turmas, Seções e Corte do STJ, uma vez que o poder de decisão no que se refere ao Judiciário advém da prestação jurisdicional, e às de

	outra natureza tomadas por magistrados da Corte ou por decisões de outros agentes/órgãos públicos que os envolvam diretamente;
De Utilidade Pública	Relativa a temas que atingem diretamente um grande número de pessoas; que ganharam destaque nas redes sociais; que sejam de interesse da maioria das pessoas; que exibam fatos jurídicos propenso a acontecer com qualquer pessoa; que sejam concernentes a decisões que envolva dinheiro público; que envolva assuntos de interesse coletivo (paternidade, trânsito, aluguel, aposentadoria, racismo);
De Interesse Privado <sup>5</sup>	Informações de interesse exclusivo do pessoal do próprio órgão, sejam magistrados, servidores e demais funcionários sobre acontecimentos no âmbito interno da Corte; de algum grupo social especificamente, como advogados; que vale aqui é o critério de exclusão: se não interessa aos cidadãos em geral, no âmbito da utilidade pública, interessa àqueles pertencentes à Corte.
Mercadológicos	Em relação a eventos, produtos ou serviços oferecidos pelo Tribunal; que estabeleça concorrências com outros órgãos públicos;
De prestação de contas	Relativo a recursos financeiros que envolva dinheiro público;
Dados públicos	Dados e número informativos referente a algum tema; jurisprudência; decisões já tomadas;

Fonte: adaptado de Duarte (2012)

Em seguida, a segunda fase da análise de conteúdo corresponde à *exploração do material* que, segundo Bardin (2010), compreende as operações de codificação, decomposição ou enumeração com base nas decisões que foram tomadas. Dessa maneira, de acordo com a autora, determinou-se que a codificação do material fosse por meio da unidade de registro do tipo tema, com o intuito de “[...] descobrir os núcleos

<sup>5</sup> Aqui cabe destacar que não foi considerado o sentido de Interesse Privado dado por Jorge Duarte, onde o autor acredito que, por exemplo, informações de Imposto de Renda sejam de Interesse Privado. Particularmente, observa-se que esse tema se trata de interesse geral, tal como demonstra ser de “De Utilidade Pública” também a aposentadoria. Tanto Imposto de Renda quanto aposentadoria voltam-se ao interesse privativamente do cidadão, mas ambos atingem grande número de pessoas e, logo, despertam o interesse público.

de sentido que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa [...]” (BARDIN, 2010, p. 131). Nessa sequência, a regra de enumeração escolhida é a frequência, onde “[...] a importância de uma unidade de registo [sic] aumenta com a frequência de aparição. ” (BARDIN, 2010, p. 134) e a presença/ausência, uma vez que a pesquisa se caracteriza tanto de modo quantitativo quanto qualitativo.

A discussão abordagem quantitativa *versus* abordagem qualitativa marcou um volte-face na concepção da análise de conteúdo. Na primeira metade do século XX, o que marcava a especificidade deste tipo de análise era o *rigor* e, portanto, a *quantificação*. Seguidamente, compreendeu-se que a característica da análise de conteúdo é a *inferência* [...], quer as modalidades de inferência se baseiem ou não em indicadores quantitativos. (BARDIN, 2010, p. 142).

Assim, prosseguindo à análise das cabeças segundo o tema, para categorizá-las de acordo com a classificação de Duarte (2012), segue-se as fases de *tratamento dos resultados, inferência e interpretação*.

## 6 ANÁLISE E RESULTADOS

O *corpus* da análise é formado pelas cabeças de matérias dos 29 primeiros programas, compreendidos no período entre fevereiro de 2014 e agosto de 2014. Conforme explicitado no capítulo anterior, a cabeça constitui o texto lido pelo apresentador anterior à matéria. Ao todo, resultaram em 98 cabeças; o programa de número 15 não apresentou nenhuma.

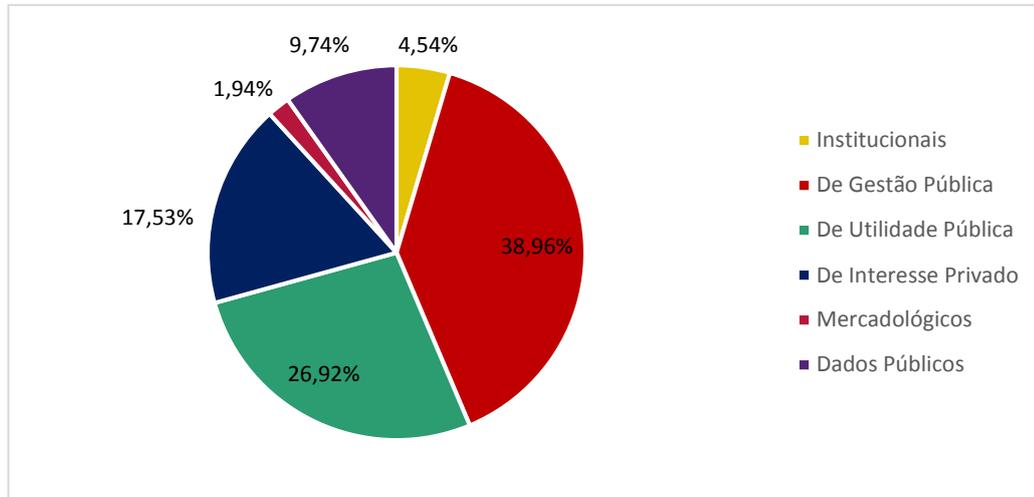
Ao serem coletadas, as cabeças foram categorizadas levando em consideração a classificação de Duarte (2012) e os critérios apresentados. Salienta-se que, uma vez tido o contato somente com as cabeças de matérias, priorizou pelas categorias que sobressaíssem nas informações ali divulgadas. Tal análise resultou nos quadros em Apêndice A deste trabalho. Para melhor disposição do texto, as cabeças foram colocadas no Apêndice B.

**Tabela 1** – Porcentagens de informações do programa por categoria

CATEGORIAS	Nº DE CABEÇAS	PORCENTAGEM
Institucionais	7	4,54%
De Gestão Pública	60	38,96%
De Utilidade Pública	42	26,92%
De Interesse Privado	27	17,53%
Mercadológicos	3	1,94%
De Prestação de Contas	0	-
Dados Públicos	15	9,74%
	154	

Fonte: da autora

Não houve ocorrência de nenhuma cabeça/informação concernente à Prestação de Contas. A seguir, apresenta-se o gráfico com base nos dados da tabela acima:

**Gráfico 1 – Cabeças de matérias por categoria**

Fonte: da autora

Neste aspecto geral da análise, a partir do gráfico, observa-se a maior ocorrência de informações “De Gestão Pública”. Esse dado aponta para a primazia dada às decisões judiciais, quando foram analisadas. Decorre, pois, a *comunicação normativa* – segundo Haswani (2010) – ou *jurídica-formal* – de acordo com Arena (1999) – realizada pelo tribunal, na intenção de se aproximar do cidadão. Isso porque, ao simplificar a linguagem das decisões judiciais, torna-as compreensíveis ao cidadão.

Dessa forma, com o programa, a Corte vem atentando-se a transmitir o conhecimento jurídico por meio da interpretação dos atos judiciais para o público que o assiste, massificando, assim, as decisões judiciais e jurisprudência do tribunal, configurando sua imagem de Poder mais fechado para mais aberto ao público.

Em seguida, com 26,92%, verifica-se as informações “De Utilidade Pública”, o que ressalta a intenção de divulgar questões relacionadas à coletividade, que atingem a vida do cidadão, destacando, neste ponto, a realização *comunicação pública* ao atingir o interesse público. Após, tem-se 17,53% com informações “De Interesse Privado”, as quais, pela análise, observou-se voltar prioritariamente ao público interno da Corte e a advogados, visando integrar-se, respectivamente, com seus funcionários e profissionais que prestam assistência jurídica.

Posteriormente, houve 9,74% de informações de “Dados Públicos”, acentuando que, conforme Zémor (1995), no âmbito da *comunicação pública*, as informações são de domínio público. Abaixo, vem as informações “Institucionais” com 4,54%. Dessa quantidade pequena, pode se inferir que não há muita investidura na *comunicação institucional*, provavelmente porque, conforme Torquato (2002), ao Judiciário

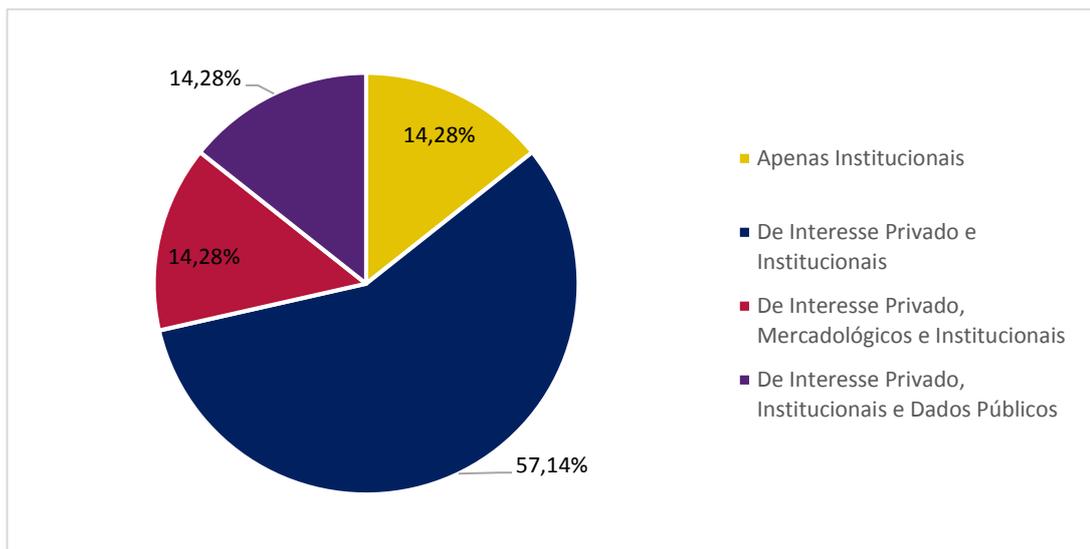
interligam-se valores como ética, imparcialidade, respeitabilidade, incorruptibilidade ao Judiciário justamente pela convergência deste Poder com a Justiça, logo ignorando mais estímulos na consolidação da imagem e identidade da Corte.

Por fim, há informações de cunho “Mercadológicos”, representando 1,94%, valor compreensível dada a quantidade também de informações “Institucionais”, posto que, de acordo com Bueno (2003), no contexto da *comunicação integrada*, há a confluência das comunicações *institucional* e *mercadológica*. No caso, ambas apresentaram baixa manifestação.

Nesse sentido, visto que tiveram cabeças classificadas em mais de uma categoria, depreende-se a prática de uma *comunicação integrada* no âmbito da *comunicação pública*, cabendo esmiuçar cada uma a fim de se apurar as relações entre elas.

## 6.1 Institucionais

**Gráfico 2 – Cabeças de matérias classificadas como “Institucionais”**



Fonte: da autora

A respeito das informações desta categoria, observou-se a presença de sete cabeças (4,57%) em relação às outras pertencentes às demais categorias. Tal quantidade representa a elaboração de poucas matérias voltadas à imagem da

instituição/organização. Neste caso, Torquato (2002) explicita que uma das funções da comunicação na Administração Pública é expressar a identidade, consolidando uma imagem e credibilidade.

Constatou-se também que, das sete cabeças “Institucionais” quatro foram classificadas também como de “Interesse Privado”, representando 57,14%, o que demonstra que, apesar de poucas, mais da metade das informações da Instituição volta-se somente ao público interno sob a perceptiva desta categoria. Essa atestação representa uma deficiência na prática da *comunicação institucional* e mesmo da *comunicação pública*, visto que, segundo Zémor (1995), uma das missões da instituição pública é fazer com que esta seja reconhecida interna, mas também externamente. Cabe esclarecer que essa categorização levou em conta assuntos que fossem de relevância para o público interno e que não demonstrasse interesse pelo pessoal externo, como visto na cabeça abaixo, ao informar sobre a presença de estudantes de Direito na Corte:

**Quadro 4 – Cabeça 02 do programa n. 02**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 02</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
14/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
03:18 – 03:31	Olha, desde segunda-feira, 30 alunos de Direito de todo o país estão aqui no Tribunal para conhecer o dia-a-dia da Corte e a estrutura também que nós temos. A visita faz parte do programa STJ, que já está na nona edição.

Fonte: da autora

Uma (14,28%) foi classificada como “De Interesse Privado” e “Mercadológicos”, além de “Institucionais”. Nesse caso, além de voltar ao público interno, dado a categoria “De Interesse Privado”, volta-se a “Mercadológicos”, ressaltando, conforme Zémor (1995), a função de mostrar e “promover” os serviços da Administração Pública. Tal aspecto pode ser visto na cabeça abaixo, onde exprime que o Tribunal se sobressaiu em meio aos demais órgãos públicos ao ganhar o prêmio A3P do Ministério do Meio Ambiente:

**Quadro 5 – Cabeça 03 do programa n. 02**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 02</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
14/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
20:43 – 20:57	Olha, e o STJ foi uma das 30 instituições selecionadas do quinto prêmio A3P do Ministério do Meio Ambiente, que reconhece as melhores práticas de sustentabilidade na Administração Pública, viu? 88 projetos de 71 instituições foram inscritos.

Fonte: da autora

Uma (14,28%) em “De Interesse Privado”, “Dados Públicos” e “Institucionais”; e uma (14,28%) como somente de “Institucionais”. Sobre essa última categorizada como apenas de informação institucional, ressalta que pode vir a ser usada tanto para o público interno como externo, mas que não vem a ser “De Utilidade Pública”, pois não apresenta ser de interesse coletivo, como se observa na cabeça abaixo ao divulgar apenas o Dia Mundial do Combate ao Câncer, que se combina à afirmação de a Corte ser o Tribunal da Cidadania, ressaltando o caráter institucional:

**Quadro 6 – Cabeça 05 do programa n. 10**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 10</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
11/04/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 5</b>
36:09 – 36:26	Bom, você já sabe que o STJ é o Tribunal da Cidadania, né? Então, para confirmar ainda mais nosso dever de cidadãos, lembramos, de um jeito bem ousado, o Dia Mundial do Combate ao Câncer. Que tal cortar pelo menos 10 centímetros de cabelo e doar para fazer uma peruca? Olha a mulherada nesse desafio.

Fonte: da autora

Assim, pode se observar a presença de poucas informações destinadas à identidade da instituição. Dessa forma, identifica-se a falta de maior consolidação da imagem da instituição, no que se refere a valores e princípios, isto é, a ausência de expressão de identidade, uma das funções da comunicação no setor público segundo Torquato (2002). Ainda, o fato de o Judiciário se valer de sua imagem ligada à respeitabilidade, ética, incorruptibilidade, por exemplo, conforme o autor indica, não deve sustentar a falta de uma *comunicação institucional* em que se trabalha a identidade do Tribunal perante seus públicos interno e externo.

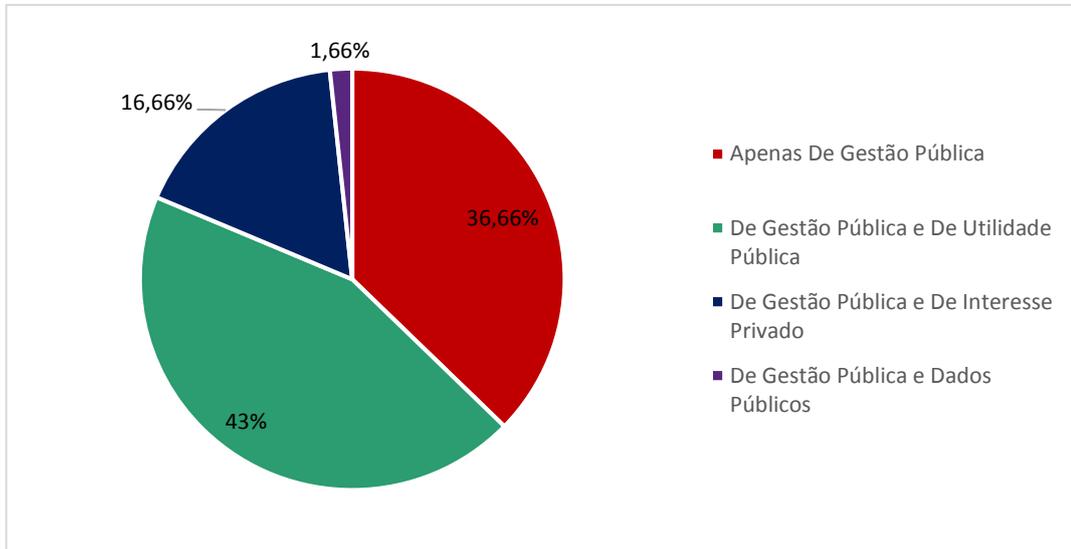
Nisso, pode se destacar que, em relação às informações apresentadas, quando não são apenas institucionais – ou seja, uma divulgação que pode vir a ser utilizada tanto direcionada ao público interno quanto externo –, necessariamente e em sua maioria, elas se voltarão a de “Interesse Privado”, isto é, destinada a divulgar a imagem da instituição em seu ambiente interno. Neste caso, de acordo com Torquato (2002), a comunicação do Tribunal cumpre, assim, com a função de integrar os ambientes internos.

A respeito desta classificação “De Interesse Privado” e “Institucionais”, observa-se que, ao se relacionar com “Mercadológicos”, diminui-se a quantidade, o que se infere, respectivamente à pequena (a) ênfase a eventos ocorridos ou promovidos pelo tribunal e (b) pouca importância em se estabelecer concorrência com demais órgãos. Em seguida, esta classificação, ao se ligar a “Dados Públicos”, também diminui a frequência, revelando a pouca utilização de dados e números informativos utilizados em uma publicação institucional. No caso, a maior utilização de dados públicos nessas publicações poderia ser o instrumento a que Duarte (2012) se refere, que facilitaria o acesso e a compreensão daqueles que possuem mais dificuldades, contribuindo ainda na expressão da identidade da organização.

Cabe ressaltar que a ausência de informações “Institucionais” não categorizadas também como “De Gestão Pública” e “De Utilidade Pública” demonstra que, respectivamente, ao consolidar a imagem da instituição, esta não se vale de decisões judiciais favoráveis para isso e nem se mistura com assuntos de interesse geral.

## 6.2 De Gestão Pública

**Gráfico 3 – Cabeças de matérias classificadas como “De Gestão Pública”**



Fonte: da autora

Foram categorizadas 60 cabeças (38,96%) em informações “De Gestão Pública”, o que revela a intenção de tornar as decisões judiciais, vistas em maioria durante a análise, conhecidas pelo público, massificando-as, segundo Torquato (2002) e sobressaindo a *comunicação normativa* realizada pelo órgão, além de destacar o direito do cidadão ao conhecimento das atividades do Judiciário, conforme salienta Teixeira (1996). Dentro dessa categoria, a quantidade de 22 cabeças (36,6%) classificadas como “Apenas de Gestão Pública” reforça essa finalidade. A exemplo, tem-se a cabeça abaixo:

**Quadro 7 – Cabeça 01 do programa n. 06**

Nº DO PROGRAMA	NOME DO PROGRAMA
# 06	Programa na Íntegra
DATA DO PROGRAMA	CABEÇA DA MATÉRIA 1
14/03/2014	
6:58 – 6:11	Agora, você acha que a instalação de escutas em sanitários de presídios configura violação aos direitos dos presos? Nessa semana, a Quinta Turma analisou um caso relacionado a este assunto. Veja o que foi decidido.

Fonte: da autora

A maioria, (26 unidades, representando 43,33%) foram classificadas como “De Gestão Pública” e “De Utilidade Pública”. Tal constatação mostra a notoriedade de se divulgar, além de decisões judiciais, aquelas que venham a atingir o interesse dos cidadãos, envolvendo-os e assegurando-os o direito à informação, mostrando assim o olhar direcionado à coletividade explicitado por Koçouski (2012). Um exemplo disso pode ser visto na cabeça a seguir, ao relatar a informação de que um banco indenizará uma vítima de sequestro:

**Quadro 8 – Cabeça 02 do programa n. 07**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 07</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
21/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
7:43 – 8:12	Bom, e o Banco do Brasil deve indenizar em 130 mil reais uma vítima de sequestro, conforme decisão da Terceira Turma. Vamos ver aqui a repercussão, olha só, a gente tem aqui: Banco do Brasil pagará 130 mil de indenização à vítima de sequestro. 120 pessoas curtiram essa publicação e foram 108 compartilhamentos. Mas afinal por que será que o Banco do Brasil vai ter que pagar esses 130 mil reais? Larissa Trevisan.

Fonte: da autora

Em seguida, 10 cabeças (16,66%) estiveram presente também como “De Interesse Privado”. Durante a análise aqui, evidenciou a divulgação de informações direcionadas ao público interno, em relação à indicação de novo ministro para a Corte, quanto a advogados, concernente a um erro tomado por um legista ao incluir indevidamente sócios de uma empresa em polo passivo em uma ação, como se nota, respectivamente nas cabeças a abaixo:

**Quadro 9 – Cabeça 04 do programa n. 02**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 02</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
14/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
23:14 – 23:25	Olha, e nessa semana, teve mais novidade viu? A presidente Dilma Rousseff indicou o desembargador federal Nefi Cordeiro do Tribunal Regional da 4ª Região para o cargo de ministro aqui do STJ.

Fonte: da autora

**Quadro 10 – Cabeça 02 do programa n. 08**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 08</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
28/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
7:58 – 08:17	Vamos agora ao nosso Twitter. Teve uma decisão que deu o que falar: um advogado foi condenado a indenizar os sócios de uma empresa que foram colocados em polo passivo de uma ação executiva. As contas bancárias deles chegaram a ser bloqueadas. Com tantos transtornos, eles ajuizaram uma ação de indenização contra esse advogado. Veja.

Fonte: da autora

Além disso, houve uma cabeça categorizada como “De Gestão Pública” e “Dados Públicos” (1,66%), revelando a utilização de dados informativos combinado com a informação sobre alguma decisão judicial; e uma classificada como “De Gestão Pública”, “De Utilidade Pública” e “Dados Públicos” (1,66%), como na cabeça abaixo, declarando a decisão da Primeira Seção, de interesse público, pois se trata de FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) e execução fiscal, e que envolve o dado informativo sobre o que venha a ser súmula:

**Quadro 11 – Cabeça 02 do programa n. 28**

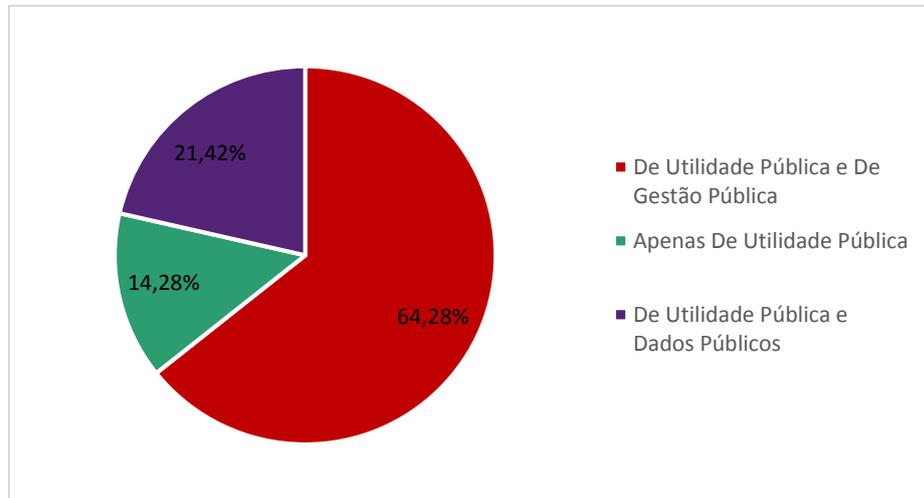
<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 28</b>	<b>Desaposentação</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
22/08/2014	
4:09 – 04:34	Olha, e agora o Twitter do STJ, né? Porque um dos assuntos mais comentados, mais retuítdos, foi o das Súmulas. Vamos ver, olha só: “Primeira Seção aprova novas súmulas sobre FGTS e execução fiscal. Foi um dos assuntos mais retuítdos e o que significa isso? Foram aprovadas súmulas que resumem um conjunto de interpretações das leis sobre temas de interesse da sociedade. Veja mais detalhes na reportagem.

Fonte: da autora

Ademais, examina-se a ausência de informações de “Gestão Pública” concomitante com “Institucionais” e “Mercadológicos”, revelando, respectivamente, a isenção de não apelar a decisões favoráveis que conquistariam uma boa imagem do Tribunal e a não estabelecer concorrência com outros órgãos a partir de decisões judiciais tomadas, no que concerne a fazer comparações, uma vez que, de acordo com Carvalho (2015), a Administração Pública agem em prol do cidadão, e não em nome próprio.

### 6.3 De Utilidade Pública

**Gráfico 4 – Cabeças de matérias classificadas como “De Utilidade Pública”**



Fonte: da autora

Foram categorizadas 42 (26,92%) cabeças como “De Utilidade Pública”, sendo a segunda maior categorização a apresentar informações, ficando atrás somente das concernentes à “De Gestão Pública”. Tal fato evidencia a realização da *comunicação pública* voltada à sociedade, ao fluxo de informações de temas de interesse coletivo, segundo Duarte (2011).

Dessas, como visto, foram classificadas como “De Utilidade Pública” e “De Gestão Pública”, representando 64,28% sob a o conjunto da categoria de “Utilidade Pública”. Logo, o fato de que quase 2/3 de informações “De Utilidade Pública” combina-se com informações de “Gestão Pública” relacionadas a decisões judiciais evidencia o interesse público e a realização da *comunicação pública*, quando simplifica a linguagem jurídica e, conseqüentemente, facilita o acesso daqueles que possuem dificuldades, segundo ressalta Duarte (2012), na compreensão e interpretação dos atos judiciais. Observa-se, por exemplo, estes aspectos na cabeça a seguir, onde se infere que a matéria mostrará a posição do STJ frente ao caso de um homem acionar o serviço do seguro do carro, mas não conseguir:

**Quadro 12** – Cabeça 03 do programa n. 08

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 08</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
28/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
15:45 – 16:08	Agora imagina outra situação com seu carro: imagina que ele foi roubado treze dias depois de você assinar um contrato com o seguro. Sorte né? Nem sempre. Olha só: um homem de São Paulo só descobriu problemas no contrato com a seguradora ao solicitar o pagamento do seguro. A empresa se recusou a pagar porque havia problemas com o CPF de um dos condutores. Esse caso veio parar aqui no STJ.

Fonte: da autora

Em seguida, destaca-se que mais de 21% representa informações “De Utilidade Pública e Dados Públicos”. Nesse ponto, pode se acentuar o papel educativo, uma vez que exhibe dados e números informativos públicos conciliado com assuntos de interesse público, e uma das funções da comunicação na administração pública explicitada por Torquato (2002) no que se refere a orientar os cidadãos sob um viés educativo. Um exemplo é a cabeça abaixo, que informa dados referentes a planos de saúde:

**Quadro 13** – Cabeça 03 do programa n. 24

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 24</b>	<b>Planos de saúde</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
25/07/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
07:49 – 08:23	Agora, o assunto é saúde, um direito de todo o cidadão. Agora, mesmo sendo garantido pela Constituição, cerca de 25% dos brasileiros tem plano de saúde, seja por segurança ou receio de utilizar a rede pública. O problema é que nem sempre os planos de saúde dão essa segurança aos consumidores. Segundo dados do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – o Sindec –, de 2011 a maio deste ano, foram mais de 84 mil reclamações, uma média de 68 por dia. Quem nos mostra quem já passou por um aperto com planos de saúde é a repórter Judith Aragão.

Fonte: da autora

Por fim, seis (14,28%) foram classificados somente como “De Utilidade Pública”, sobressaindo o aspecto de fazer o cidadão ter conhecimento da informação que lhe atinge, no sentido de informar e contribuir para que o cidadão tome consciência, consoante Zémor (1995), como se observa na cabeça a seguir, quando o assunto se trata de defeitos de produtos apresentados após o uso:

**Quadro 14** – Cabeça 02 do programa n. 19

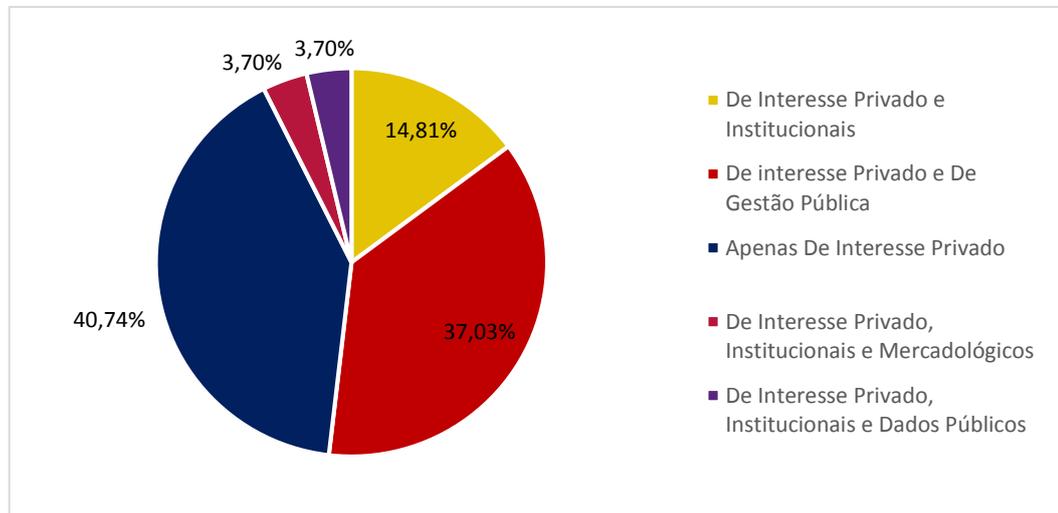
<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 19</b>	<b>Direito do Consumidor</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
20/06/2014	
07:24 – 7:48	Olha, e outra dúvida muito comum é com relação à venda de produtos que só apresentam defeitos após o uso. Agora, se esse produto for um carro ou um outro que possa colocar a vida em risco. De quem que é a responsabilidade se acontecer alguma coisa com o seu carro, por exemplo, se ele estiver parado no estacionamento de uma empresa ainda que seja gratuito? Será que muda se esse estacionamento for gratuito ou pago? A repórter Kátia Gomes foi atrás dessas respostas.

Fonte: da autora

Além disso, cabe frisar que a ausência classificações “Institucionais”, “De Interesse Privado” e “Mercadológicos” nesta categoria evidencia o caráter verídico de que informações de “Utilidade Pública” se voltam à coletividade, e não a algum público específico, seja com o objetivo de expor a “personalidade” do órgão, seja com o intuito de se promover ou sobressair sobre os demais órgãos públicos, destacando, de modo geral, a impessoalidade quando do tratamento da informação, colocando o interesse público acima do privado, conforme relata Bucci (2015) no âmbito da *comunicação pública*.

## 6.4 De Interesse Privado

**Gráfico 5 – Cabeças de matérias classificadas como “De Interesse Privado”**



Fonte: da autora

Foram categorizadas em informações “De Interesse Privado” 27 cabeças (17,53%). Com o gráfico, nota-se que a categoria “De Interesse Privado” foi uma das que teve ocorrência em todas as outras classificações, exceto a “De Utilidade Pública”, dado o critério de exclusão: caso não se dirige ao público em geral, volta-se a um específico; além de ter sido também a única em que sua própria categoria se sobressaiu isoladamente às demais, com 40,74%.

Desse modo, quase metade das informações “De Interesse Privado” dirige-se somente a um determinado público, sem viés com demais categorias, o que advém o aspecto, segundo Nassar (2009), da organização se relacionar tanto de forma endógena, quando se trata de seus integrantes, quanto exógena, com a sociedade e demais grupos sociais, como se observa na cabeça a seguir, ao informar aos advogados sobre a obrigatoriedade do peticionamento eletrônico:

**Quadro 15 – Cabeça 04 do programa n. 10**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 10</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
11/04/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
31:50 – 31:59	E atenção, advogados: já está valendo a segunda fase do peticionamento eletrônico obrigatório aqui no STJ. Ele passa a ser obrigatório para novas classes processuais.

Fonte: da autora

Em seguida, 10 (37,03%) combina-se com informações “De Gestão Pública”, com destaque dado a decisões que envolva advogados e servidores do órgão, como se percebeu durante a análise, mostrando o ponto que Nassar (2009) expõe de que a comunicação na organização permite estabelecer relacionamento com diversos públicos e com a sociedade.

Posteriormente, as informações de “Interesse Privado” ligam-se a quatro “Institucionais” (14,81%). Há a ocorrência de uma (3,70%) cabeça com as categorias “De Interesse Privado”, “Institucionais” e “Mercadológicos”; e uma outra (3,70%) como “De Interesse Privado”, “Institucionais” e “Dados Públicos”, como se pode ver na cabeça abaixo ao informar sobre (a) práticas do órgão quanto à utilização da água e (b) dados relativos a presença dela no planeta, evidenciando os aspectos de orientar, educar e dialogar com o cidadão no processo comunicativo, de acordo com Duarte (2012):

**Quadro 16 – Cabeça 03 do programa n. 07**

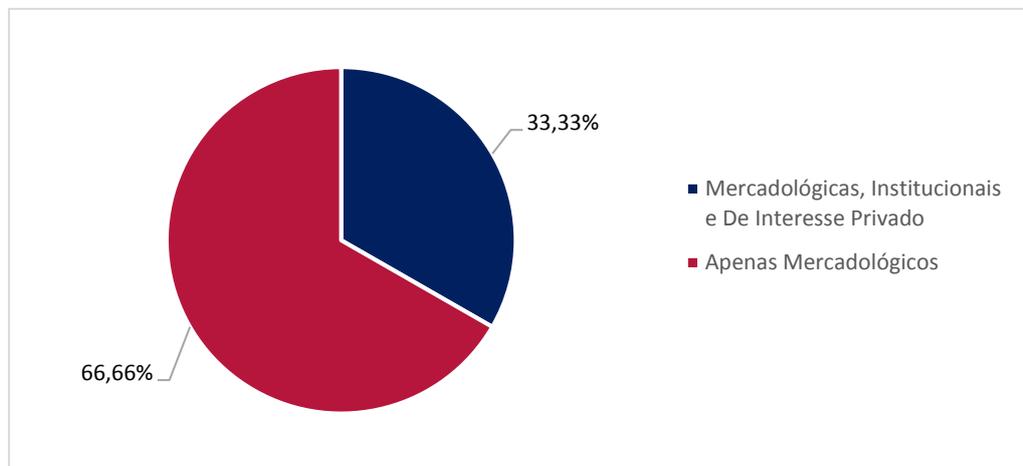
<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 07</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
21/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
09:36 – 10:00	Bom, e amanhã é o Dia Mundial da Água, um recurso essencial que requer a atenção e o cuidados de todos. Você sabia que, do total de água doce presente em todo o mundo, quase 70% se encontram em geleiras; cerca de 30% estão no solo e apenas 0,4 disponível para consumo na superfície da Terra. Confira o que o STJ faz para ajudar a preservar esse bem tão precioso.

Fonte: da autora

Portanto, as possibilidades de se explorarem uma informação “De Interesse Privado” se esgotam com a combinação com as demais categorias, o que demonstra a realização de uma *comunicação integrada*, englobando a *comunicação institucional*, *mercadológica* e *interna* sob a perspectiva de Kunsch (2009).

## 6.5 Mercadológicos

**Gráfico 6 – Cabeças de matérias classificadas como “Mercadológicos”**



Fonte: da autora

Concernente às informações de caráter mercadológico, foram identificadas três (1,94%) cabeças nesta categoria. Uma combina-se às categorias de “Institucionais” e “De Interesse Privado” (33,33%) – conforme visto no final do subcapítulo anterior – e duas se classificam apenas como “Mercadológicos” (66,66%), como se nota na cabeça abaixo ao noticiar que, naquele ano, a edição do prêmio Innovare (que visa condecorar práticas inovadoras no âmbito do Judiciário e da prestação jurisdicional) ocorreu nas instalações do STJ:

**Quadro 17 – Cabeça 04 do programa n. 09**

Nº DO PROGRAMA	NOME DO PROGRAMA
# 09	Programa na Íntegra
DATA DO PROGRAMA	CABEÇA DA MATÉRIA 4
04/04/2014	
23:50 – 23:55	Vamos ver agora então como é que foi essa edição do prêmio Innovare aqui no STJ.

Fonte: da autora

A quantidade de informações de âmbito mercadológico, se comparado ao restante, demonstra pouca ênfase em divulgar serviços prestados e eventos promovidos pelo Tribunal ou mesmo destacar suas ações entre a dos demais órgãos do Judiciário, assim como se notou, anteriormente, a respeito de divulgações de informações “Institucionais”. Tal fato retrata que a função de mostrar e “promover” os serviços da Administração Pública, segundo Zémor (1995), não se apresenta suficiente.

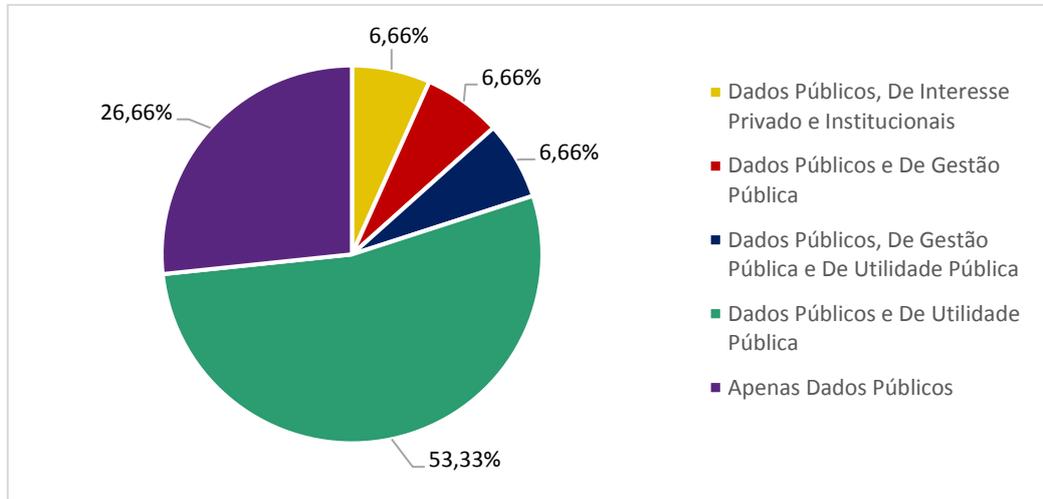
#### 6.6 De Prestação de Contas

Não houve nenhuma cabeça de matéria categorizada como informação de “Prestação de Contas”, ou seja, depreende-se que não foi realizada nenhuma reportagem a respeito desse tema. Desse modo, infere-se que, por mais que haja destaque de informações “De Gestão Pública” e “De Utilidade Pública”, negligenciava-se aquelas referentes aos recursos financeiros públicos no âmbito do STJ. Segundo Torquato (2002), a Administração Pública deve atender à transparência, clareza e correção de atitudes. O órgão, além de exercer com sua função típica – no caso, julgar –, também realizar funções atípicas, que se referem a legislar, uma vez elabora suas próprias normas de caráter interno, e também a administrar sua estrutura e recursos, como uma organização, no caso pública.

Assim, em razão do orçamento público e, conseqüentemente o do Judiciário, lidar com as receitas de impostos pagos pela população a fim de se ter a prestação de serviços públicos, é coerente a prestação de informações no que se refere a rendimentos e despesas do Tribunal neste caso. Portanto, neste ponto, a comunicação realizada pelo STJ, ao não abordar esse item, deixa falho o ponto de que, consoante Bucci (2015), o que venha a ser de interesse da coletividade deve ser tratado em público.

## 6.7 Dados Públicos

**Gráfico 7 – Cabeças de matérias classificadas como “Dados Públicos”**



Fonte: da autora

Foram categorizadas 15 (9,74%) cabeças como relacionadas a informações de “Dados Públicos”. A partir do gráfico, observa-se que, além da categoria “De Interesse Privado”, “Dados Públicos” apresentou a ocorrência de todas as demais categorias, exceto no que se refere a “Metodológicos”.

Observa-se que mais da metade (oito cabeças totalizando 53,33%) combina-se com aquelas relacionadas à “De utilidade Pública”, o que advém do aspecto educativo na utilização dessas informações, ressaltando a função da comunicação no setor público ao orientar os cidadãos sob a perspectiva educativa, conforme salienta Torquato (2002). Em seguida, destaca as informações elaboradas somente com dados (quatro cabeças representando 26,66%), sem relação com nenhuma outra categoria, como se vê na cabeça abaixo informar o número de processos julgados pelo STJ:

**Quadro 18 – Cabeça 02 do programa n. 10**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 10</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
11/04/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
9:27 – 9:49	E olha: você tem ideia de quantos processos já foram julgados pelo STJ nesses 25 anos? Arrisca um palpite. Olha são mais de 3 milhões e meio. Para se ter uma ideia, cerca de 1.200 ações chegam ao Tribunal a cada dia. Só no ano passado foram julgados 350 mil processos. E olha, e é tanto caso, que alguns até parecem mentira. Dá uma olhada.

Fonte: da autora

Por fim, há a ocorrência de uma cabeça (6,66%) combinando-se com “De Gestão Pública” também; uma (6,66%) que recebeu as categorias de “Dados Públicos”, “De Gestão Pública” e “De Utilidade Pública” e uma outra (6,66%) classificado como de “Dados Públicos”, “De Interesses Privados” e “Institucionais”.

## 7 CONCLUSÕES PRELIMINARES

Ao considerar o papel da *comunicação pública* como aquela voltada a atingir o interesse público, a garantir o direito do cidadão à informação, objetivando construir a cidadania, o programa STJ Notícias a realizou no período analisado, principalmente no que diz respeito a simplificação da linguagem jurídica com a divulgação de decisões judiciais, que, além do mais, envolvem temas de interesse coletivo. Essa primazia destaca seu papel organizacional cuja principal função seja julgar.

Assim, em razão do Judiciário decidir conflitos ocorridos na sociedade, é perceptível a compatibilidade entre sua função e a cidadania. Logo, massificar as decisões judiciais, inclusive aquelas que despertam o interesse público, caminha para uma possível abertura desse Poder à coletividade. Nesse sentido, para corroborar essa ação, necessária a realização de uma *comunicação institucional* que vise o reconhecimento da Corte pelo público externo, postura que se verifica praticada com o público interno.

Contudo, o programa deixou de abordar um item da *comunicação pública*, uma vez que não houve divulgação de informações a fim de prestar contas à coletividade no que se refere a rendimentos e despesas do tribunal. Dessa forma, conclui-se que, embora haja a prática da *comunicação integrada* dada a convergência entre as categorias, a ausência de informações “De Prestação de Contas” deixa insuficiente o aspecto da transparência ao se tratar de questões públicas dessa natureza, condição fundamental no papel das instituições públicas no contexto democrático.

Ainda, em se tratando de *comunicação pública*, além de verificar sua realização, necessário também averiguar o perfil e a audiência do público que assiste o programa, ou seja, se este atinge quem pretende – no caso, a sociedade em geral – ou se alcança apenas um determinado grupo social. Isso porque o conteúdo produzido pelo programa condiz com esse tipo de comunicação, entretanto, esta só se torna eficaz quando atinge o público a que é destinada, um dos atuais desafios da *comunicação pública*.

Ademais, vale investigar qual o impacto das informações de *comunicação pública* sobre o público – há conscientização por parte dos cidadãos? Há busca por mais informações? Há compartilhamento? Quais mudanças são causadas no receptor ao recebe-las? –, a fim de compreender os seus limites na construção da cidadania.

## REFERÊNCIAS

- ANDRELINO, Elaides Basilio. Comunicação governamental como alimento da comunicação eleitoral: o caso das gestões petistas em Guarulhos. In: HASWANI, Mariângela Furlan. (Org). *Comunicação governamental: o local como foco de análise*. São Paulo: ECA/USP, 2014. p. 173-187.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BEZZON, Lara Andréa Crivelaro. Análise Político-Sociológica do Reencontro da Sociedade Civil Brasileira com a Cidadania e a Democracia Segundo a Perspectiva da Comunicação Pública. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa. (Org). *Comunicação Pública*. Campinas: Alínea, 2004. p. 17-28.
- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. *Jornalismo de TV*. São Paulo: Contexto, 2005.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-33.
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 20 maio 2016.
- BRASIL. *Lei n. 10.461, de 17 de maio de 2002*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10461.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10461.htm)>. Acesso em: 20 maio 2016.
- BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. *Resolução n. 215, de 16 de dezembro de 2015*. Disponível em: <[http://www.cnj.jus.br/files/atos\\_administrativos/resoluo-n215-16-12-2015-presidencia.pdf](http://www.cnj.jus.br/files/atos_administrativos/resoluo-n215-16-12-2015-presidencia.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2016.
- BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. *Resolução n. 85, de 08 de setembro de 2009*. Disponível em: <[http://www.cnj.jus.br/images/stories/docs\\_cnj/resolucao/rescnj\\_85.pdf](http://www.cnj.jus.br/images/stories/docs_cnj/resolucao/rescnj_85.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2016.
- BUCCI, Eugênio. *O Estado de Narciso: A comunicação pública a serviço da vaidade particular*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial: teoria e pesquisa*. Barueri, SP: Manole, 2003.
- CARVALHO, Matheus. *Manual de Direito Administrativo*. Salvador: Juspodivm, 2015.
- DIAS, Heloiza da Silva. *Comunicação Integrada e Organizações Públicas Federais: A comunicação no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*. Disponível

em: <<http://www.comtexto.com.br/criticom/textos/heloiza-dias/comunicacao.pdf>>  
Acesso em: 20 maio 2016.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011, v.4, p. 121-134.

\_\_\_\_\_. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 59-71.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 215-235.

BARROS FILHO, Clóvis de; POMPEU, Júlio Cezar. Comunicação pública na pós-modernidade. In: BARROS FILHO, C. *Ética e comunicação organizacional*. São Paulo: Paulus, 2007. p. 205-230.

HASWANI, Mariângela Furlan. *A comunicação estatal como garantia de direitos: foco no Brasil, na Colômbia e na Venezuela*. 2010. 220 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (Prolam), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

\_\_\_\_\_. *Comunicação governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira*, 2006. Disponível: <[http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re\\_vista4/24.pdf](http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista4/24.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2016.

KOÇOUSKI, Marina. *A comunicação pública face ao dever estatal de informar. Pra não dizer que não falei das flores: estudo de caso do Incra-SP*. 2012. 235 f. Tese (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tdc-17052013-133211/pt-br.php>>. Acesso em: 20 maio 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza. (Org.). *Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP, 2012. p. 13-29.

\_\_\_\_\_. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 1986.

\_\_\_\_\_. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.

\_\_\_\_\_. Planejamento estratégico da comunicação. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org). *Gestão Estratégica em comunicação organizacional e relações públicas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

LIMA, Venício A. de. Comunicação e política. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 84-94.

MACIEL, Pedro. *Jornalismo de televisão: normas práticas*. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto Editores, 1995.

MARSHALL, Tomas H. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MATOS, Heloiza. Discursos e Imagens das Instituições Militares no Regime Democrático. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa. (Org). *Comunicação Pública*. Campinas: Alínea, 2004. p. 117-129.

\_\_\_\_\_. *Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo*, 1999. Disponível em: <  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/783e6552ae7775c83c58acadcbd0563e.PDF>>. Acesso em: 20 maio 2016.

\_\_\_\_\_. *Comunicação Pública: Democracia e Cidadania: o caso do Legislativo*. Disponível em: <  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/783e6552ae7775c83c58acadcbd0563e.PDF>>. Acesso em: 20 maio 2016.

MELLO, Cláudio Ari. *Democracia constitucional e direitos fundamentais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

NASSAR, Paulo. Conceitos e processos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org). *Gestão Estratégica em comunicação organizacional e relações públicas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 61-75.

NEVES, Roberto de Castro. *Comunicação empresarial integrada: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais*. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Comunicação Pública e os Setores Não-Estatais. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa. (Org). *Comunicação Pública*. Campinas: Alínea, 2004. p. 187-201.

\_\_\_\_\_. Comunicação organizacional e comunicação pública: interações, convergências e conflitos em ações voltadas à saúde pública. In: MATOS, Heloiza. (Org.). *Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP, 2012. p. 31-52.

PAIXÃO, M. F. da. *Ruídos na tradução da linguagem jurídica para a linguagem jornalística: o papel da imprensa na concretização da democracia, dos direitos fundamentais e do acesso à Justiça*. 2010. Disponível em:  
<[http://dspace.idp.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/206/Monografia\\_M](http://dspace.idp.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/206/Monografia_M)

aria%20Filomena%20da%20Paix%C3%A3o.pdf?sequence=1>. Acesso em: 20 maio 2016.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação*. São Paulo: Summus, 1985.

\_\_\_\_\_. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas*. São Paulo: Summus, 1986.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo empresarial: teoria e prática*. São Paulo: Summus, 1987.

RELATÓRIO de Gestão 2015. Brasília. 2016. Disponível em: <[http://www.stj.jus.br/static\\_files/STJ/Transpar%C3%Aancia/RG\\_2015\\_consolidado\\_com\\_anexos\\_v7.pdf](http://www.stj.jus.br/static_files/STJ/Transpar%C3%Aancia/RG_2015_consolidado_com_anexos_v7.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2016.

RUSSI, Joyce Maria Magalhães. *Assessoria de comunicação, agendamento e newsmaking: um estudo sobre a evolução da comunicação do Supremo Tribunal Federal*. 2010. 108 f. Tese (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <<http://democratizastf.org.br/wp-content/uploads/2015/11/3.Assessoria-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-agendamento-e-newsmaking-um-estudo-sobre-a-evolu%C3%A7%C3%A3o-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-do-Supremo-Tribunal-Federal-Russi-Joyce-Maria-Magalh%C3%A3esUn.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

STJ. *Institucional*. Atribuições. Brasília. 2016. Disponível em: <[http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt\\_BR/Institucional/Atribui%C3%A7%C3%B5es](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Institucional/Atribui%C3%A7%C3%B5es)>. Acesso em: 20 maio 2016.

TORQUATO, Gaudêncio. *Tratado de comunicação organizacional e política*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TEIXEIRA, Sálvio de Figueiredo. A imprensa e o judiciário. *Revista do Instituto de Pesquisas e Estudos*, Bauru, n. 15, p. 15-20, ago./nov. 1996. Disponível em: <[http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/20397/imprensa\\_judiciario.pdf](http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/20397/imprensa_judiciario.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2016.

TV JUSTIÇA. *Conheça a TV Justiça*. Brasília. 2016. Disponível em: <<http://www.tvjustica.jus.br/index/conheca>>. Acesso em: 20 maio 2016.

VELLOSO, Carlos Mário da Silva. Do Poder Judiciário: organização e competência. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 200, p. 1-19, abr./jun. 1995. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/46524/46566>>. Acesso em: 01 jun. 2016.

ZAFFARONI, Eugenio Raúl. Poder judiciário: crise, acertos e desacertos. 12. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

ZÉMOR. Pierre. La Communication publique. Paris: PUF, 1995. Traduzido por Elizabeth Brandão. Disponível em: <<https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

## APÊNDICE A – Quadros de análise

A coluna da esquerda corresponde ao número do programa; a coluna “cabeça” indica as cabeças pertencentes ao respectivo programa. Os espaços preenchidos em amarelo representam o pertencimento àquela categoria.

**Figura 1 – Categorização dos programas de 1 a 9**

PROGRAMA	CABEÇA	Institucionais	De Gestão Pública	De Utilidade Pública	De Interesse Privado	Mercadológicas	De Prestação de Contas	Dados Públicos
1	1							
	1							
2	2							
	3							
	4							
3	1							
	2							
4	1							
	2							
5	1							
	2							
6	1							
	2							
7	1							
	2							
	3							
	4							
8	1							
	2							
	3							
9	1							
	2							
	3							
	4							
	5							
	6							

**Figura 2 – Categorização dos programas de 10 a 17**

PROGRAMA	CABEÇA	Institucionais	De Gestão Pública	De Utilidade Pública	De Interesse Privado	Mercadológicas	De Prestação de Contas	Dados Públicos
10	1							
	2							
	3							
	4							
	5							
11	1							
	2							
	3							
12	1							
	2							
13	1							
	2							
	3							
14	1							
	2							
	3							
15	0							
16	1							
	2							
	3							
	4							
17	1							
	2							
	3							
	4							
	5							

**Figura 3 – Categorização dos programas de 18 a 24**

PROGRAMA	CABEÇA	Institucionais	De Gestão Pública	De Utilidade Pública	De Interesse Privado	Mercadológicas	De Prestação de Contas	Dados Públicos
18	1							
	2							
	3							
19	1							
	2							
	3							
	4							
20	1							
	2							
	3							
21	1							
	2							
	3							
	4							
22	1							
	2							
	3							
	4							
	5							
23	1							
	2							
	3							
	4							
24	1							
	2							
	3							
	4							
	5							
	6							

**Figura 4 – Categorização dos programas de 25 a 29**

PROGRAMA	CABEÇA	Institucionais	De Gestão Pública	De Utilidade Pública	De Interesse Privado	Mercadológicas	De Prestação de Contas	Dados Públicos
25	1							
	2							
	3							
	4							
26	1							
	2							
27	1							
	2							
	3							
	4							
28	1							
	2							
	3							
29	1							
	2							
	3							

APÊNDICE B – Cabeças de matérias do programa

**Quadro 1 – Cabeças do programa n. 1**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 01</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
07/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
09:46 – 09:53	E olha só, você, que é advogado, já reparou que o site do STJ tem um espaço dedicado especialmente para você?

**Quadro 2 – Cabeças do programa n. 2**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 02</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
14/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
0:37 – 00:49	Pela primeira vez, o STJ admitiu a aplicação da Lei Maria da Penha em uma ação civil de forma preventiva. Até então, ela só era aplicada quando havia o inquérito policial ou um processo penal contra o suposto agressor.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
03:18 - 03:31	Olha, desde segunda-feira, 30 alunos de Direito de todo o país estão aqui no Tribunal para conhecer o dia-a-dia da Corte e a estrutura também que nós temos. A visita faz parte do programa STJ, que já está na nona edição.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
20:43 – 20:57	Olha, e o STJ foi uma das 30 instituições selecionadas do quinto prêmio A3P do Ministério do Meio Ambiente, que reconhece as melhores práticas de sustentabilidade na Administração Pública, viu? 88 projetos de 71 instituições foram inscritos.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
23:14 – 23:25	Olha, e nessa semana, teve mais novidade, viu? A presidente Dilma Rousseff indicou o desembargador

	federal Nefi Cordeiro do Tribunal Regional da 4ª Região para o cargo de ministro aqui do STJ.
--	---

**Quadro 3 – Cabeças do programa n. 3**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 03</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
21/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
03:19 – 03:26	E olha, a Segunda Turma trouxe uma decisão que repercutiu bastante, principalmente com os concurreiros de plantão, viu? O caso aconteceu em Goiás.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
07:54 – 08:03	E a ENFAM, a Escola Nacional de Formação e Aperfeiçoamento de Magistrados, promoveu, nesta terça-feira, o evento Ombudsman dos Bancos Privados.

**Quadro 4 – Cabeças do programa n. 4**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 04</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
28/02/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
18:22 – 18:42	A Sexta Turma anulou provas obtidas durante a Operação Negócio da China, da Polícia Federal. Realizada em 2008, a Operação envolvia interceptações de ligações de telefone e e-mails para investigar suspeitas de contrabando, sonegação de impostos e lavagem de dinheiro por parte de ex-executivos e ex-funcionários da empresa Casa&Vídeo no Rio de Janeiro.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
22:37 – 22:45	Vamos agora, olha só: Atenção advogados. Tem novidade no nosso portal. Ficou mais fácil fazer consultas processuais. Veja como funciona esse novo sistema.

**Quadro 5 – Cabeças do programa n. 5**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 05</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
07/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
00:34 – 00:49	Sempre que falamos em decisões que envolvem concursos públicos, a repercussão é muito grande. Hoje, a gente traz um outro caso. A Primeira Turma reconheceu que o exame psicotécnico do concurso da Polícia Militar aqui do Distrito Federal não pode ser eliminatório.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
20:50 – 21:08	Nós lembramos aqui durante o programa que amanhã é 8 de março, Dia Internacional da Mulher, né? Você reparou que todas as nossas repórteres hoje foram mulheres? Então, para fechar hoje com chave de ouro, você acompanha agora uma matéria especial da repórter Larissa Trevisan, que mostra a presença feminina aqui no Tribunal da Cidadania.

**Quadro 6 – Cabeças do programa n. 6**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 06</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
14/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
6:58 – 6:11	Agora, você acha que a instalação de escutas em sanitários de presídios configura violação aos direitos dos presos? Nessa semana, a Quinta Turma analisou um caso relacionado a este assunto. Veja o que foi decidido.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
25:33 – 25:44	Em julgamento de um recurso especial, a Primeira Turma entendeu que, quando não há pedido administrativo, a aposentadoria por invalidez deve ser paga a partir da citação no INSS.

**Quadro 7 – Cabeças do programa n. 7**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 07</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	

21/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
6:01 – 6:17	E olha, na semana passada, você se lembra? Nós falamos aqui do caso de uma consumidora que diz ter encontrado lagartixa no refrigerante. O caso de hoje é outro: dessa vez, uma mulher ingeriu metal junto com achocolatado. O caso também veio parar aqui no STJ.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
7:43 – 8:12	Bom, e o Banco do Brasil deve indenizar em 130 mil reais uma vítima de sequestro, conforme decisão da Terceira Turma. Vamos ver aqui a repercussão, olha só, a gente tem aqui: Banco do Brasil pagará 130 mil de indenização à vítima de sequestro. 120 pessoas curtiram essa publicação e foram 108 compartilhamentos. Mas afinal por que será que o Banco do Brasil vai ter que pagar esses 130 mil reais? Larissa Trevisan.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
09:36 – 10:00	Bom, e amanhã é o Dia Mundial da Água, um recurso essencial que requer a atenção e o cuidados de todos. Você sabia que, do total de água doce presente em todo o mundo, quase 70% se encontram em geleiras; cerca de 30% estão no solo e apenas 0,4 disponível para consumo na superfície da Terra. Confira o que o STJ faz para ajudar a preservar esse bem tão precioso.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
14:18 – 14:33	E por falar em Twitter, você sabia que a rede social completa 8 anos hoje? E para comemorar essa data, foi lançada uma ferramenta que permite ver qual foi a primeira mensagem postada no microblog. E a gente, claro, foi relembrar o nosso primeiro tweet. Olha só.

**Quadro 8** – Cabeças do programa n. 8

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
# 08	Programa na Íntegra
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
28/03/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
6:17 – 6:26	Agora olha essa outra notícia: a Caixa Econômica Federal vai ter de indenizar, a preço de mercado, uma cliente que teve as joias leiloadas indevidamente.

	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
7:58 – 08:17	Vamos agora ao nosso Twitter. Teve uma decisão que deu o que falar: um advogado foi condenado a indenizar os sócios de uma empresa que foram colocados em polo passivo de uma ação executiva. As contas bancárias deles chegaram a ser bloqueadas. Com tantos transtornos, eles ajuizaram uma ação de indenização contra esse advogado. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
15:45 – 16:08	Agora imagina outra situação com seu carro: imagina que ele foi roubado treze dias depois de você assinar um contrato com o seguro. Sorte, né? Nem sempre. Olha só: um homem de São Paulo só descobriu problemas no contrato com a seguradora ao solicitar o pagamento do seguro. A empresa se recusou a pagar porque havia problemas com o CPF de um dos condutores. Esse caso veio parar aqui no STJ.

**Quadro 9 – Cabeças do programa n. 9**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
# 09	Programa na Íntegra
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
04/04/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
3:52 – 4:25	Agora tem mais decisão polêmica, viu? Imagina que um pai e um filho fizeram um acordo para acabar com a obrigatoriedade do pagamento da pensão alimentícia. Isso sem que a mãe soubesse. O jovem, ao completar 18 anos, aceitou um carro usado no valor de 31 mil reais em troca da pensão e do pagamento das parcelas que o pai devia. Agora a mãe, que é advogada, atuou em causa própria para invalidar esse acordo, alegando que a quitação de débitos passados não pode ser dada pelo filho, já que os valores não o pertencem. A Segunda Instância negou provimento.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
7:44 – 8:13	Vamos voltar aqui para o Facebook: porque quando a gente fala em futebol, pode saber que tem polêmica, né? Olha só: teve mais uma questão aqui para falar do Sport e do Flamengo. Decisão: Sport vira placar em disputa por título de 87 com Flamengo. Vamos ver quantas curtidas esse caso teve? Quantos

	compartilhamentos? Mas antes de mostrar isso aqui, vamos ver, na verdade, o que aconteceu com essa história. Vamos rodar uma matéria aqui para saber qual foi a decisão, o que os juízes disseram.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
11:05 – 11:20	Agora olha esse caso: um ex-pastor terá de desocupar um imóvel da igreja que pertencia após ser excluído do quadro de obreiros da instituição. Mesmo com a exclusão, ele continuou no terreno e fundou uma nova comunidade religiosa no local.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
23:50 – 23:55	Vamos ver agora então como é que foi essa edição do prêmio Innovare aqui no STJ.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 5</b>
26:02 – 26:11	E o STJ tem um novo integrante. O desembargador federal Nefi Cordeiro tomou posse ontem como o mais novo ministro aqui do STJ.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 6</b>
32:12 – 32:35	Agora eu quero te propor uma viagem na imaginação: onde você acha que vai estar daqui a 25 anos? Em comemoração aos 25 anos do Superior Tribunal de Justiça, foi criada uma cápsula do tempo, onde todos poderão depositar mensagens sobre o que esperam do Tribunal nos próximos 25 anos. As mensagens só serão lidas em 7 de abril de 2039, quando a urna será aberta.

**Quadro 10 – Cabeças do programa n. 10**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
# 10	Programa na Íntegra
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
11/04/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
4:54 – 5:11	E olha: na segunda-feira, nós comemoramos os 25 anos do STJ. Ele foi criado com a Constituição de 88. O Tribunal da Cidadania é um marco na redemocratização do país e também do Poder Judiciário brasileiro. As comemorações se estenderam durante toda semana. Veja.

	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
9:27 – 9:49	E olha: você tem ideia de quantos processos já foram julgados pelo STJ nesses 25 anos? Arrisca um palpite. Olha são mais de 3 milhões e meio. Para se ter uma ideia, cerca de 1.200 ações chegam ao Tribunal a cada dia. Só no ano passado foram julgados 350 mil processos. E olha, e é tanto caso, que alguns até parecem mentira. Dá uma olhada.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
29:25 – 29:43	Vamos agora ao Twitter: a Terceira Seção negou os recursos do ex-senador Luiz Estevão e dos empresários José Eduardo Correia e Fábio Monteiro. Eles e o juiz aposentado Nicolau dos Santos Neto foram acusados de fraudar licitação e superfaturar a construção de um fórum trabalhista em São Paulo. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
31:50 – 31:59	E atenção, advogados: já está valendo a segunda fase do peticionamento eletrônico obrigatório aqui no STJ. Ele passa a ser obrigatório para novas classes processuais.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 5</b>
36:09 – 36:26	Bom, você já sabe que o STJ é o Tribunal da Cidadania, né? Então, para confirmar ainda mais nosso dever de cidadãos, lembramos, de um jeito bem ousado, o Dia Mundial do Combate ao Câncer. Que tal cortar pelo menos 10 centímetros de cabelo e doar para fazer uma peruca? Olha a mulherada nesse desafio.

**Quadro 11 – Cabeças do programa n. 11**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
# 11	Programa na Íntegra
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
25/04/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
00:34 – 0:47	Olha: a mineradora Vale não terá de pagar imposto sob o lucro de 13 empresas controladas no exterior. O Brasil é signatário de acordos internacionais que

	evitam a bitributação. Essa decisão é da Primeira Turma.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
05:09 – 05:25	E a Sexta Turma rejeitou um recurso em habeas corpus em favor do empresário Thor Batista. Ele é acusado de homicídio culposo depois de atropelar e matar o ciclista Wanderson Pereira dos Santos, em março de 2012, em uma rodovia da Baixada Fluminense.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
18:42 – 18:56	Bom, vamos ao Twitter agora: muitas pessoas retuitaram a decisão que considerou que a manifestação feita em juízo por um advogado na defesa de seu cliente só é configurada como calúnia se for comprovada a intenção de ofender. Veja na reportagem.

**Quadro 12 – Cabeças do programa n. 12**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 12</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
02/05/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
1:19 – 1:35	Então, vamos lá agora às decisões: a gente começa com uma decisão da Primeira Turma que entendeu, olha só, que municípios que têm instalações de gás apenas para a distribuição do produto não devem receber pagamentos de royalties. O recurso é do município de Pedra de Fogo, na Paraíba.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
5:02 – 5:17	Agora olha esse caso: uma viúva vai ter de devolver o apartamento em que morava com o marido antes de ele morrer para os irmãos dele, que eram co-proprietários. Segundo a Ministra Nancy Andrichi, para a Justiça, não há elo de solidariedade entre os cônjuges e parentes. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
18:24 – 18:42	De volta ao Twitter: a Quinta Turma anulou uma decisão do Tribunal de Justiça da Bahia que quebrou

	o sigilo bancário de duas testemunhas de uma ação penal. Elas foram investigadas pelo Ministério Público baiano por envolvimento de uma suposta prática de corrupção. Um dos motivos: a venda de imóveis a um dos denunciados.
--	--

**Quadro 13 – Cabeças do programa n. 13**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 13</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
09/05/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
4:58 – 05:17	E olha: nós já mostramos aqui no STJ Notícias que a contribuição previdenciária incide sobre adicionais noturnos de periculosidade e também sobre as horas extras. Agora, nessa semana, a Segunda Turma entendeu que o FGTS não incide sobre o benefício de assistência médica, porque o benefício não tem natureza salarial. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
6:20 – 6:55	Você já passou por uma situação desagradável de encontrar coisas estranhas na sua comida? Vários casos já chegaram aqui no STJ. Teve gente que diz ter encontrado lagartixa, metal. Nessa semana, a Terceira Turma julgou o caso de uma consumidora que achou fio de cabelo no pão de forma. Vamos ver aqui no Facebook como é que foi a repercussão desse caso. Olha a decisão: consumidora que encontrou corpo estranho em pão será indenizada por dano moral. 273 pessoas curtiram essa postagem e foram quase 300 compartilhamentos. Agora, vamos entender melhor esse caso.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
10:58 – 11:14	Vamos voltar direto para o nosso Facebook, porque tem decisão importante para quem está comprando imóvel. Olha só: promitente comprador não é obrigado a pagar cotas condominiais antes da imissão na posse. Vamos ver melhor os detalhes desse caso.

**Quadro 14 – Cabeças do programa n. 14**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 14</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
16/05/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
04:14 – 04:26	Bom, e olha só: foi negado o habeas corpus a um homem preso em flagrante por furto qualificado. O acusado queria ficar em liberdade e alegava que os atos infracionais em seu currículo não caracterizariam maus antecedentes. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
12:43 – 12:59	E olha: um outro caso julgado pelo STJ mostra uma criança, que vivia com a mãe em Limeira, no interior de São Paulo, foi levada pelo pai para Montalvânia, em Minas Gerais. Em cada local, foi aberto um processo para julgar quem deve ficar com a guarda da menina. E agora? Veja o que foi decidido.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
21:25 – 21:42	Agora, olha essa história: um fabricante de cachaça que utilizava garrafas de outra marca de bebidas vai poder continuar vendendo o produto. Na decisão, foram levados em conta dois aspectos: de um lado, o direito de utilização e proteção da marca; e de outro, o abuso de poder econômico e concorrência desleal. Veja.

**Quadro 15 – Cabeças do programa n. 15**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 15</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
23/05/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
	Nenhuma cabeça.

**Quadro 16 – Cabeças do programa n. 16**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 16</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
30/05/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>

3:51 – 3:59	<p>Agora, filhos que renunciaram a herança não conseguem anular a venda de uma chácara feita pela mãe. A Terceira Turma considerou válida a venda do imóvel.</p>
<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>	
6:15 – 6:24	<p>Agora, sabe a Maria Bonita, a mulher de Lampião? Pois é, até ela veio parar aqui no STJ. Ou melhor, o nome dela que gerou um pedido de indenização. Olha só.</p>
<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>	
9:47 – 9:55	<p>Olha, a gente volta com mais novidades. A partir de setembro, o STJ terá novos presidente e vice. Tem também mudanças no CNJ.</p>
<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>	
13:08 – 13:14	<p>Nessa semana, também teve homenagem a três ministros aposentados que fazem parte da história aqui do STJ.</p>

**Quadro 17 – Cabeças do programa n. 17**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 17</b>	<b>Programa na Íntegra</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
06/06/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
00:38 – 01:01	<p>A gente começa o programa de hoje com um assunto que divide opiniões. Afinal, internar uma pessoa à força é legal ou não? E se ela for dependente química ou deficiente mental e não tiver condições de responder por seus atos? Em uma situação excepcional, o STJ autorizou a internação compulsória de um doente mental sem perícia média. Confira na reportagem de Judith Aragão e Rogério Silva.</p>
<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>	
6:59 – 7:09	<p>Agora, olha essa: no Rio Grande do Sul, uma mulher foi acusada de furto após pegar um par de óculos esquecido no balcão de uma lotérica. O caso veio parar aqui no STJ e foi julgado nessa semana.</p>

	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
11:00 – 11:14	A presidente Dilma Rousseff escolheu o nome do novo ministro do STJ que deverá ocupar a vaga deixada pela Ministra Eliana Calmon, que se aposentou em novembro do ano passado. O escolhido foi o desembargador Luiz Alberto Gurgel, do TRF da 5ª Região.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
11:42 – 11:56	Olha, e enquanto uns chegam, outros se despedem. Após quase 10 anos de STJ, o Ministro Arnaldo Esteves Lima foi homenageado na Corte Especial após o anúncio de sua aposentadoria. Durante a sessão, não faltaram elogios a ele.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 5</b>
15:05 – 15:16	E olha, já está disponível o anuário da Justiça referente à 2013. São mais de 300 páginas de informações sobre os Tribunais e traz também as principais decisões que foram tomadas pelo Judiciário brasileiro. Olha só.

**Quadro 18 – Cabeças do programa n. 18**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 18</b>	<b>Peticionamento Eletrônico</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
13/06/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
08:38 – 9:01	Olha, vamos falar de sustentabilidade, preservação do meio ambiente. Olha essa decisão: uma fabricante de bebidas terá de recolher garrafas pet's jogadas em ruas, córregos ou qualquer outro lugar impróprio por seus consumidores. Além disso, terá de fazer campanhas educativas para conscientizar os cidadãos da importância de se jogar o lixo no local correto. Essa decisão é da Quarta Turma.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
15:11 – 15:31	E olha, tem mais decisão curiosa: a Toyota foi condenada a pagar uma indenização milionária a um motorista que se envolveu em um acidente com o carro da fabricante por um suposto defeito em uma peça. Aqui, no STJ, a defesa da montadora questionava o

	fato de o motorista ter apresentado dois embargos de declaração seguidos, o que seria um erro processual.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
16:54 – 17:23	Desde 2007, o STJ usa um sistema de peticionamento, que nada mais é do que dar entrada em ações aqui no Tribunal pela <i>internet</i> . Na era da velocidade, do dia-a-dia corrido, essa é uma medida que tem impacto direto, não só com quem precisa do serviço, mas também aqui no Tribunal. Isso sem falar na sustentabilidade. Mas por que será que muitos ainda resistem a essa mudança? A repórter Camila Xavier foi conferir como funciona todo esse processo do peticionamento e nos mostra a importância dele. Confira.

**Quadro 19 – Cabeças do programa n. 19**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 19</b>	<b>Direito do Consumidor</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
20/06/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
0:42 – 01:14	No programa de hoje, vamos falar sobre Direito do Consumidor, um tema que tem ganhado mais espaço porque o próprio cidadão está mais consciente de seus direitos. Olha, no primeiro semestre desse ano, chamou a atenção a quantidade de casos de pessoas relatando na internet que encontraram coisas estranhas na comida ou na bebida. Afinal, de quem é a responsabilidade se isso acontecer? Você sabe? Gera indenização? E será que o fato de ter visto o objeto estranho antes de consumir o produto muda alguma coisa? A repórter Judith Aragão nos conta, olha só.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
07:24 – 7:48	Olha, e outra dúvida muito comum é com relação à venda de produtos que só apresentam defeitos após o uso. Agora, se esse produto for um carro ou um outro que possa colocar a vida em risco. De quem que é a responsabilidade se acontecer alguma coisa com o seu carro, por exemplo, se ele estiver parado no estacionamento de uma empresa ainda que seja gratuito? Será que muda se esse estacionamento for

	gratuito ou pago? A repórter Kátia Gomes foi atrás dessas respostas.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
24:11 – 24:31	Você sabia que a sua parte na herança pode ser usada para pagar dívidas da pessoa que lhe deixou os bens? Essa decisão teve a maior repercussão no nosso Facebook nessa semana. Olha só “STJ permite adjudicação de direito hereditários do devedor de alimentos”. Foram mais de 300 curtidas e quase 400 compartilhamentos. Entenda o caso.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
26:04 – 26:20	E olha, a Terceira Turma entendeu que a Justiça brasileira pode incluir, em uma partilha de bens, o valor do patrimônio mantido pelo cônjuge no exterior. No caso em questão, uma brasileira, após se divorciar do marido que era estrangeiro, cobrava parte de um imóvel localizado no Uruguai, que era o país do ex-companheiro.

**Quadro 20 – Cabeças do programa n. 20**

Nº DO PROGRAMA	NOME DO PROGRAMA
# 20	Direito ao esquecimento
DATA DO PROGRAMA	
27/06/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
0:33 – 1:06	Você sabia que, segundo uma pesquisa da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, o brasileiro passa, em média, quase quatro horas por dia conectado à <i>internet</i> ? Ou que nove em cada dez assistem televisão diariamente? Agora, imagine o efeito que uma informação tem nesses meios. Será que um criminoso, por exemplo, tem direito a ser esquecido pela imprensa e também pela opinião pública após determinado tempo? Casos assim começam a chegar nos tribunais. O repórter Rafael Porfírio nos conta como funciona o direito ao esquecimento.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
15:15 – 15:24	Olha, algumas turmas já divulgaram balanço parcial das suas atividades durante este primeiro semestre de 2014. Foram pelo menos 100 mil processos julgados só nas turmas.

	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
19:58 – 20:13	Sabe aquele período de fidelização que você deve seguir quando contrata uma empresa de telefonia? Geralmente ele dura um ano. Você não pode trocar de operadora. Garanto que você já se perguntou se ele é legal, não é? Pois saiba que é sim, viu? A decisão da Primeira Turma mostrou isso, olha só.

**Quadro 21 – Cabeças do programa n. 21**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 21</b>	<b>Aposentadoria, INSS e poupança</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
03/07/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
0:41 – 1:06	No primeiro semestre deste ano, o STJ teve um dos seus mais importantes julgamentos envolvendo planos econômicos. Coube à Corte Especial definir se os juros de mora deve incidir a partir da citação na ação civil pública ou se a partir da citação em cada execução individual. Ao todo, são mais de 50 mil processos desse tipo que tramitam na Justiça. O repórter Rafael Porfírio relembra esse julgamento e nos conta o que pode mudar a partir de agora.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
07:51 – 8:06	E olha, nós também pedimos para que você deixasse suas dúvidas sobre aposentadoria e INSS. Mas antes de respondê-las, a gente vai ver uma reportagem da repórter Judith Aragão. Ela nos mostra as principais decisões sobre esses temas e nos dá algumas dicas sobre aposentadoria. Confira.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
23:11 – 23:27	Você sabe o que é perdão judicial? Nessa semana, a Sexta Turma julgou uma ação que foi destaque no nosso Twitter. Solta pra gente: “Perdão judicial por sofrimento psicológico em crime de trânsito exige vínculo afetivo entre os envolvidos. Entenda esse caso.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
24:36 – 24:46	

	<p>Agora olha essa história: um médico processou uma de suas pacientes por atentado violento ao pudor. Segundo ele, a mulher assediava moral e sexualmente. Olha só.</p>
--	--

**Quadro 22 – Cabeças do programa n. 22**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 22</b>	<b>Concursos Públicos</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
11/07/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
00:39 – 1:07	<p>Nós começamos o programa de hoje com uma decisão do Ministro Rogério Schietti que foi um destaque no nosso Twitter nessa semana. Olha só: “Suspenso o mandado de segurança que discute denúncia sobre fraudes no metrô paulista. Segundo o Ministro, como a decisão da Primeira Instância extinguiu a punição dos envolvidos, o Ministério Público do Estado não poderia entrar com recurso ao mesmo tempo para que fosse afastada a prescrição dos delitos e também para que a denúncia fosse recebida de imediato. Veja.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
2:24 – 2:40	<p>Olha, a Copa do Mundo ainda é um assunto nos Tribunais, viu? Proprietários de cadeiras cativas no Maracanã entraram na Justiça após a Fifa se negar a dar ingressos da Copa para eles. Os donos alegavam que sempre tiveram acesso aos eventos no Estádio e que na Copa não deveria ser diferente.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
04:44 – 5:02	<p>E olha, concurso público é um assunto que sempre que a gente toca aqui no programa tem boa repercussão. Talvez por não ter uma legislação específica, o tema ainda chega com frequência ao STJ. Neste semestre, foram tomadas várias decisões envolvendo os certames. Quem nos mostra algumas delas é a repórter Kátia Gomes.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
22:08 – 22:24	<p>E a Quarta Turma julgou um recurso da massa falida do banco do Progresso que pedia para não ter de restituir à Agência Especial de Financiamento Industrial – a FINAME – valores que recebeu após a</p>

	decretação da liquidação extrajudicial. Somados, eles ultrapassam os nove milhões de reais.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 5</b>
23:22 – 23:46	E olha, uma concessionária do Distrito Federal vai ter de devolver a um cliente o valor que ele pagou por uma camionete zero. Dias depois da compra, a caminhonete começou a apresentar defeitos provocados pelo combustível usado, diferente do que consta nas especificações. O detalhe é que, na hora da venda, ninguém disse para esse cliente que tipo de diesel usar. Ele usou o que tinha na cidade dele e se deu mal. O caso veio parar aqui no STJ.

**Quadro 23 – Cabeças do programa n. 23**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 23</b>	<b>Imóveis</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
18/07/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
00:42 – 1:29	Quem não sonha com a casa própria hein? Ter tudo arrumadinho, um lugar para chamar de seu, sem dor de cabeça. Mas será que quem consegue realizar esse sonho realmente se livra dos problemas? Para se ter uma ideia: só no primeiro semestre deste ano, o Tribunal de Justiça de São Paulo proferiu 150 decisões sobre atraso na entrega de imóveis. São mais de 20 por mês. E a maior parte delas foi favorável ao comprador. E quem compra um imóvel novinho e ele começa a apresentar defeitos? É o caso da Elisangela Barboza que escreveu no nosso Facebook, olha só: “Comprei uma casa financiada, a mesma está apresentando vários defeitos com acabamento, forro. O que devo fazer?” Olha, Elisangela, a repórter Ana Carla Mourão foi atrás da resposta e nos conta, nos mostra casos parecidos como o seu.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
09:43 – 10:05	Vamos aos destaques do Twitter agora, solta para gente: Caixa Econômica Federal indenizará homem baleado na rua durante tentativa de roubo de malotes. A Quarta Turma reconheceu a responsabilidade da Caixa Econômica Federal e da Protege – uma empresa de segurança – pelos danos morais, estéticos e materiais pelo homem. Veja.

	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
14:36 – 14:55	Olha, falando nisso, olha só: essa história de um homem que morava há 16 anos em um imóvel e foi convencido pela uma imobiliária a comprá-lo. Ele chegou a pagar 216 parcelas, só que ele não sabia que tinha direito de permanecer no local justamente pelo usucapião. Como ele não conhecia esse direito, o contrato de compra e venda foi anulado. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
20:12 – 20:27	E se conseguir comprar um imóvel é difícil, imagine se desfazer dele quando um casal se separa. E preste atenção: bens adquiridos após a separação de fato, aquela em que não foi necessário recorrer à Justiça, não devem entrar na partilha. Rafael Porfírio.

**Quadro 24** – Cabeças do programa n. 24

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 24</b>	<b>Planos de saúde</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
25/07/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
00:40 – 1:04	Você sabe o que é alienação fiduciária? O nome parece estranho, mas nada mais é que passar a posse de um bem a outra pessoa para garantir o cumprimento de uma obrigação, como pagamento por exemplo. É muito comum com imóveis e carros. Quem recebe o bem não pode negociá-lo com terceiros, mas pode utilizá-lo. Caso a obrigação não seja cumprida, o bem pode até ser leiloado. O STJ julgou um caso sobre esse assunto. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
05:59 – 06:13	Olha, e o franco-argelino Lamine Fofana, um dos suspeitos de integrar aquela quadrilha internacional acusada de desviar ingressos para jogos da Copa do Mundo, teve o pedido de liberdade negado pelo presidente aqui do STJ, o Ministro Felix Fischer. Olha só.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>

07:49 – 08:23	<p>Agora, o assunto é saúde, um direito de todo o cidadão. Agora, mesmo sendo garantido pela Constituição, cerca de 25% dos brasileiros tem plano de saúde, seja por segurança ou receio de utilizar a rede pública. O problema é que nem sempre os planos de saúde dão essa segurança aos consumidores. Segundo dados do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – o Sindec –, de 2011 a maio deste ano, foram mais de 84 mil reclamações, uma média de 68 por dia. Quem nos mostra quem já passou por um aperto com planos de saúde é a repórter Judith Aragão.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
18:00 – 18:14	<p>Nós continuamos com as dúvidas que foram deixadas no nosso Facebook. Muita gente também perguntou sobre garantias de tratamento de fornecimento de medicamentos, esses assuntos que acabam parando na Justiça, porque, na prática, não são cumpridos.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 5</b>
26:53 – 27:02	<p>E olha, nós estamos em ano de eleições e teve decisão aqui do STJ sobre uma queixa-crime motivada por uma divergência política. O caso foi julgado pela Terceira Sessão.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 6</b>
28:15 – 28:35	<p>E olha, muita gente acha que o trabalho escravo acabou há muito tempo, né? Mas o Ministério Público do Trabalho tem uma relação de empresas que foram fiscalizadas e que ficou provado que elas utilizavam mão-de-obra escrava, é chamada a famosa lista suja. O STJ julgou o caso de uma empresa que buscou a Justiça para pedir que seu nome fosse excluído dessa lista.</p>

**Quadro 25 – Cabeças do programa n. 25**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
# 25	Perdão judicial
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
01/08/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>

01:21 – 1:41	Agora, você já viu algum culpado ser perdoado? É mais ou menos isso que acontece quando é concedido o perdão judicial. Mas é claro que isso só existe em casos excepcionais, situações previstas em lei. E muitas vezes o sofrimento do réu é tão forte que já se torna praticamente uma condenação maior do que qualquer pena aplicada pela Justiça.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
09:26 – 09:42	A Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça negou o recurso de um fiador que teve um imóvel penhorado na execução de uma dívida por falta de pagamento de aluguel. Esse fiador alegava que o imóvel é um bem de família e protegido por lei. O acórdão recorrido é do Tribunal de Justiça de São Paulo.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
15:00 – 15:33	Entre os vários tipos de processos julgados pelo Superior Tribunal de Justiça, alguns estão relacionados à criminalidade. Por exemplo, neste ano, a Terceira Turma já reconheceu a responsabilidade civil de uma instituição bancária pelos prejuízos sofridos por uma vítima de sequestro. Ela foi libertada quando o banco já tinha liberado 90 mil reais como foi exigido para resgate. O STJ entendeu que houve uma falha no serviço prestado pela instituição bancária. Nesse caso, a vítima ainda conseguiu sair ilesa, mas, em outras situações de perigo, nem todo mundo consegue ter a mesma sorte. Veja na reportagem.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
20:32 – 20:48	E tem sabatina marcada para a próxima terça-feira. O desembargador federal Luiz Alberto Gurgel de Faria, do Tribunal Regional Federal da 5ª Região, vai responder a uma bateria de perguntas na Comissão de Constituição e Justiça do Senado Federal. O repórter Rafael Porfírio tem os detalhes.

**Quadro 26 – Cabeças do programa n. 26**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
# 26	Reconhecimento de Paternidade
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
08/08/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>

00:53 – 1:02	O Senado aprovou o nome do desembargador federal Gurgel de Faria para a vaga de ministro aqui no Superior Tribunal de Justiça. Ele vai entrar na vaga da Ministra aposentada Eliana Calmon.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
05:58 – 6:17	Olha, hoje em dia, é muito comum uma pessoa não saber quem é o próprio pai, não sabe nem o nome e muitas vezes até sabe quem é, mas nunca viu, nunca teve um contato maior. Preparamos uma reportagem especial sobre esse assunto, afinal muitos casos como este chegam ao Judiciário, e o reconhecimento de paternidade é um direito de qualquer pessoa. Veja.

**Quadro 27 – Cabeças do programa n. 27**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 27</b>	<b>Mudança de Nome</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
15/08/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
5:18 – 5:34	Agora, mudando de assunto: imagine ter aquele nome que você não gosta, fica até com vergonha quando chega em algum lugar e tem que se identificar. É horrível, né? Parece que não existe nenhum nome estranho a esse ponto, mas, olha, existe nome esquisito sim, viu? Veja na reportagem.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
23:57 – 24:11	Olha, e a queda na procriação de leitões acabou em ação indenizatória. O caso foi julgado pela Quarta Turma do STJ. Uma grande firma do setor de produção de alimentos entrou com um pedido na Justiça contra uma agroindústria. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
28:34 – 28:50	Comercializar ou entregar cigarro para uma pessoa menor de 18 anos é crime, está previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente. E foi justamente por isso que um agente penitenciário teve que arcar com as consequências no Mato Grosso do Sul. Veja.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>

30:38 – 30:48	<p>Agora, uma questão julgada aqui pelo STJ de reconhecimento de paternidade, mas é um caso um pouquinho mais complicado, um pouquinho diferente, porque, nesse caso, o pai é falecido. Veja.</p>
---------------	---

**Quadro 28 – Cabeças do programa n. 28**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 28</b>	<b>Desaposentação</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
22/08/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
02:27 – 2:47	<p>Agora, preste atenção neste caso julgado aqui no STJ: um casal estava com uma dívida e transferiu o único imóvel residencial para o filho. Mas essa doação foi feita três dias depois deles terem sido intimados ao pagamento de quase 380 mil reais, valor referente a uma cobrança de aluguel. E como será que ficou o credor neste processo? Acompanhe na reportagem.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
4:09 – 04:34	<p>Olha, e agora o Twitter do STJ, né? Porque um dos assuntos mais comentados, mais retuitados, foi o das Súmulas. Vamos ver, olha só: “Primeira Seção aprova novas súmulas sobre FGTS e execução fiscal. Foi um dos assuntos mais retuitados e o que significa isso? Foram aprovadas súmulas que resumem um conjunto de interpretações das leis sobre temas de interesse da sociedade. Veja mais detalhes na reportagem.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
06:54 – 7:10	<p>E falando em aposentadoria, o que você acha de parar de trabalhar e dar uma descansada? É difícil, mesmo para quem já tem esse direito. Mas quem permanece no mercado de trabalho por muito mais tempo pode se desaposentar. Não entendeu o que é isso? Então confira na reportagem de Kátia Gomes e Rogério Silva.</p>
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 4</b>
23:49 – 24:03	<p>O Superior Tribunal de Justiça cassou a decisão do Tribunal Federal da 1ª Região que considerou inviável a tramitação de denúncia contra um ex-diretor da empresa de Correios e Telégrafos. Com esse entendimento do STJ, ele pode ser processado por corrupção.</p>

**Quadro 29 – Cabeças do programa n. 29**

<b>Nº DO PROGRAMA</b>	<b>NOME DO PROGRAMA</b>
<b># 29</b>	<b>Racismo</b>
<b>DATA DO PROGRAMA</b>	
29/08/2014	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 1</b>
08:13 – 08:32	Olha, em 1951, foi criada a lei conhecida como Afonso Arinos, que proibia a discriminação racial no país. Mas faltava mais rigor nas punições. O tempo foi passando, as leis foram sendo aprimoradas. Hoje, racismo é crime e não existe, ou pelo menos não deveria existir, fiança para que o agressor consiga liberdade.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 2</b>
22:38 – 23:15	Agora, você sabe o que é o Score? É um sistema que avalia o consumidor por meio de pontuação, independentemente de estar ou não com o nome no Cadastro de Inadimplência. É desta forma que muitas vezes o cartão de uma loja, por exemplo, acaba sendo negado, porque o consumidor pode estar neste cadastro com uma alta probabilidade de se tornar um mal pagador. E o que você acha? É uma invasão de privacidade? Um caso desse chegou ao Superior Tribunal de Justiça e o relator, Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, solicitou uma audiência pública, a primeira da história do Superior Tribunal de Justiça. Na audiência, foram ouvidos os prós e os contras nessa história.
	<b>CABEÇA DA MATÉRIA 3</b>
26:15 – 26:27	Os ministros da Terceira Seção do Superior Tribunal de Justiça decidiram manter a pena aplicada a um servidor público aposentado. Ele perdeu o benefício por ato de improbidade administrativa. A pena foi considerada proporcional pelos magistrados.