



Linguagem Jornalística e Linguagem Jurídica: Mediações e Competências no TRT da Paraíba.¹

Rosa Dalva Cabral de Aguiar²
Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, PB

Resumo

Este trabalho pretende demonstrar como o processo de criação e aplicação do *Media Training* para Magistrados no Tribunal do Trabalho da Paraíba, e a atuação estratégica da Assessoria de Comunicação Social com o objetivo de trabalhar a imagem e a reputação da Instituição, contribuíram para a Comunicação Organizacional. Percebemos que os conceitos utilizados na ferramenta *Media Training* devem ser utilizados para melhor desempenho da Justiça diante da mídia, aumentando a competência dos magistrados e, assim, colaborando para a construção de uma sociedade mais transparente e cidadã.

Palavras-chave: *Media Training*; Imagem; Reputação; Justiça; Transparência.

Introdução

Segundo uma pesquisa contratada pela Associação dos Magistrados Brasileiros, feita em 2004, portanto, há cerca de dez anos, a imagem do Poder judiciário necessitava de modificações urgentes perante a sociedade. Foram organizados 16 grupos de discussão nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife. O resultado da pesquisa revelou que a imagem geral do Judiciário é de “uma entidade poderosa e distante, fechada em si mesma e estática (antiquada, morosa, extremamente burocrática e de muito pouca mobilidade) sendo predominantemente negativa”.

Pouca coisa mudou. Podemos relacionar tal diagnóstico, em parte, ao distanciamento que desembargadores e juízes mantem da imprensa. Enquanto os Poderes Legislativo e Executivo recheiam os noticiários nacionais e locais, o mesmo não ocorre com o Poder Judiciário. A sociedade vive um histórico distanciamento da Justiça. Outro elemento que contribui para esse distanciamento é a linguagem empregada por desembargadores, juízes e advogados. A linguagem jurídica promove a

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Comunicação Organizacional do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Mestranda em Jornalismo Profissional pela Universidade Federal da Paraíba, e-mail: rosa.jp@terra.com.br



segregação do conhecimento jurídico e do acesso à Justiça a todos que não fazem parte desse meio.

Não pretendemos investigar a fundo os motivos da utilização da linguagem jurídica. Pretendemos mostrar o quanto a sua não utilização, ou seja, o emprego de uma linguagem coloquial e seguindo as premissas da linguagem jornalística, pode contribuir para a construção de um canal mais claro de comunicação entre a Justiça e a imprensa. Nosso objetivo com esse trabalho é, também, trazer para a academia a discussão sobre a Comunicação Social dentro das corporações, no caso, uma experiência no Tribunal do Trabalho da Paraíba, uma instituição pública de muitos serviços e produtos dirigidos à sociedade - onde foi aplicado o *Media Training* para magistrados. O objetivo desse artigo é contribuir para o desenvolvimento da Comunicação Organizacional que deve ter um espaço mais adequado dentro das corporações.

A cobrança da sociedade em relação aos atos do Judiciário vem aumentando com o acesso mais fácil à informação. Vale ressaltar algumas iniciativas do Judiciário no que concerne a divulgação jornalística. Uma delas foi a instalação da TV Justiça, em canal fechado, em 2002, uma iniciativa do Supremo Tribunal Federal com o propósito de divulgar os direitos dos cidadãos e como ter acesso a eles.

O Planejamento Estratégico da Justiça Federal, realizado em 2009, também demonstrou que o Judiciário já percebeu que precisa melhorar sua imagem. Uma das metas sinalizadas no tema sobre atuação institucional é aprimorar a comunicação com o público externo. É através da divulgação dos fatos que a sociedade toma conhecimento deles e passa a emitir suas opiniões. A imprensa, é, assim, formadora de opinião.

Dentro desse contexto instituições públicas não podem ficar à margem. Elas, muito mais do que as privadas, tem peculiaridades ativas na atualidade com as mudanças sociais, garantias de direitos e desenvolvimento da democracia. Uma dessas peculiaridades é a necessidade de demonstrar transparência.

A transparência das ações e da produção das instituições públicas nunca foi tão cobrada pelo cidadão. A transparência até se transformou em lei, e está diretamente ligada a ética. A lei nº 12.527, de 18 de Novembro de 2011, em seu texto, afirma que “ todo cidadão tem o direito de receber informações dos órgãos públicos, inclusive ter acesso às folhas de pagamento e de ter conhecimento dos salários pagos ao funcionalismo público”.

Cada vez mais, se verifica a importância da utilização das estratégias de comunicação organizacional para a formação da imagem das corporações junto à



sociedade. Nesse sentido, as empresas que possuem e põem em prática seus planos de comunicação tendem a aproveitar melhor os espaços de divulgação. A prática de Media Training nas empresas, por exemplo, orienta como os porta-vozes das empresas ou instituições devem atuar em frente a jornalistas.

A Justiça Trabalhista surgiu em 1932, com a criação das Comissões Mistas de Conciliação, vinculadas ao Ministério do Trabalho. A Justiça do Trabalho compreende o Tribunal Superior do Trabalho, os Tribunais Regionais do Trabalho e as Varas do Trabalho.

Cabe a Justiça do Trabalho julgar conflitos individuais e também instituir ou rever condições de trabalho nos processos de dissídios coletivos. As Constituições de 1967, 1969 e 1988 mantiveram a competência da Justiça do Trabalho, sendo que a última Carta Magna ampliou bastante as suas atribuições ao incluir os dissídios individuais e coletivos de empregados dos entes da administração pública direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Uma sentença proferida pela Justiça quase sempre desperta grande interesse da sociedade. É o juiz quem define quem é o dono de determinado bem, diz se alguém deve pagar determinada quantia, condena ou absolve o acusado de um crime, enfim, decide a questão central que lhe é apresentada em um processo. Na Justiça Trabalhista é o juiz quem zela e aplica as leis trabalhistas. Ele decide o quanto o trabalhador deve receber, caso esteja se achando injustiçado, se tem direito a horas extras, se a demissão foi preconceituosa, se ouve assédio moral ou sexual, entre inúmeras outras possibilidades.

Este artigo pretende contextualizar a importância da divulgação dos atos do Judiciário, aqui especificamente da Justiça do Trabalho, que envolvem trabalhadores e empregadores, ressaltando que o conhecimento – realizado numa experiência de curso *Media Training* pelos magistrados, pode contribuir para garantir um maior acesso da população à informação.

Este trabalho é resultado de reflexões à luz de autores como Teun Van Dijk, Luciane Lucas, Margarida Maria Kunsch, Eduardo Bittar, Joel Souza Dutra, Heródoto Barbeiro, que, com seus conhecimentos sobre imprensa e poder, comunicação organizacional, competências, linguagem jurídica, linguagem jornalística, media training contribuíram para a construção de uma investigação iniciada aqui e que não se propõe a ser conclusiva.



Imprensa e poder

Desde os primórdios da imprensa ela é utilizada pelo poder. No Brasil nasceu, de forma legal, aliada a chancela do Império e sob suas letras. A imprensa está entrelaçada com as elites até mesmo para cumprir o seu papel de informar, e teve o seu processo de desenvolvimento ligado ao poder.

A imprensa não só vive ligada ao poder, como também é um poder. É através da imprensa que partidos e facções políticas defendem suas ideias, que o Poder Executivo divulga seus feitos e que pessoas comuns denunciam suas necessidades. Seu poder é tanto e tão conhecido nas sociedades modernas que a imprensa é, ela própria, definida como “quarto poder“, indicando ser sua influência o quarto dos poderes do Estado democrático, com lugar entre o Poder Legislativo, Executivo e Judiciário.

Quando a sociedade se refere à imprensa como “quarto poder”, está usando a expressão para falar do poder da mídia, de um modo geral, quanto a sua capacidade de influir na opinião pública, a ponto de ditar regras de comportamento e nas escolhas dos indivíduos.

Van Dijk (2008, p. 43) afirma:

“Uma condição importante para o exercício do controle social por meio do discurso é o controle do discurso e da sua própria produção. Sendo assim, as perguntas centrais são: quem pode falar e escrever o que, para quem, em quais situações? Quem tem acesso aos vários gêneros e normas do discurso ou aos meios de comunicação?”

É a imprensa, através de seus jornalistas, que detém a dominação do meio. Ao ser entrevistado por um canal de televisão, um cidadão comum torna-se imediatamente foco, alvo da atenção de milhares de pessoas. A partir do momento em que aparece na televisão, ou no jornal impresso, torna-se público, foi o escolhido, representa uma categoria de pessoas, tem voz e todas as atenções estão voltadas para ele.

O poder do jornalismo não é tema novo de estudos e pesquisas no campo da teoria. No livro *Opinião Pública*, o jornalista americano Walter Lippman já defendia que os media eram a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens que as pessoas tem sobre os acontecimentos. Mais tarde, o conceito do agendamento também acrescenta mais observações ao tema. Foi num artigo de 1972 que Maxwell McCombs e Donald Shaw afirmavam que os media podem não dizer às pessoas o que pensar sobre os acontecimentos, mas dizem no que pensar. E numa retrospectiva sobre essa teoria, os dois pesquisadores sustentaram mais tarde que “os media não só nos dizem no que



pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar”.

Segundo Nogueira (2007) “o avanço da democracia exige cada vez mais das pessoas, entidades, órgãos públicos e empresas se exponham permanentemente ao julgamento público. E a mídia é fundamental nesse processo”.

Acreditamos que é fundamental, não apenas para empresas e organizações privadas, mas, principalmente para instituições públicas, entender a dinâmica da Comunicação e do Jornalismo, e sobretudo, sua importância no processo de formação da opinião pública.

“A imprensa pode contribuir para que sua organização obtenha o atributo de credibilidade. Não é o único caminho, mas é um dos mais percebidos pela sociedade. Ela ajuda a construir a admirabilidade da marca, porque tem grande influência na opinião pública. (BARBEIRO, 2008 p. 13)

Linguagem Jurídica, Linguagem Jornalística e competências

A atividade jurídica detém grande importância no mercado simbólico da cultura brasileira. O Poder Judiciário exerce influência na estrutura de poderes do Estado brasileiro. Temos uma Constituição escrita, com mais de trezentos artigos, milhares de leis que requerem uma interpretação especializada. E o acesso a esse universo não é para qualquer um. Juízes sabem que fazem parte de um mundo específico, especial, poderoso, e agem cotidianamente, para manter as diferenças.

Juízes usam vestes específicas no exercício de sua profissão; proclamam ritos formais, utilizam tratamentos diferenciados. Todas essas diferenças retificam a imagem de que o universo jurídico é uma realidade à parte. Tais elementos contribuem para forçar a manutenção da barreira que existe entre o mundo jurídico e a sociedade.

Um dos elementos mais significativos da representação dessas diferenças é a linguagem jurídica, uma forma específica que magistrados, advogados e promotores utilizam entre eles, e, muito comumente, com a sociedade, e que em nada contribui para a acessibilidade das pessoas “comuns”.

“Normalmente, na circulação de textos jurídicos, dá-se a intervenção de operadores jurídicos, e não profanos, o que pressupõe conhecimento técnico e faculdade de manipulação de uma linguagem estrita, precisa, técnica. Quando isso ocorre, tem-se a formação de discursos jurídicos normalmente carregados de um vocabulário jurídico.” (BITTAR, 2010,p. 200)

Foucault analisa e revela o papel do discurso na reprodução da dominação entendida como o exercício do poder pelas elites, instituições ou grupos e de que



resulta, dentre outras coisas, a desigualdade social. Já Bordieu vislumbrou o direito e a linguagem jurídica como uma forma de manifestação de poder e constatou que simples limitações às diversas formas de interpretação jurídica, representam, por si só, forma de controle social.

O que constatamos é que para compreender a linguagem jurídica seria necessário que a sociedade obtivesse conhecimento específico, o que não é possível tratando-se de uma linguagem de classe. Seria mais apropriado que a Justiça, através de seus representantes, possa se comunicar com a sociedade, através de um conhecimento da Comunicação social e do jornalismo.

O Poder Judiciário passa por transformações e seria de grande contribuição analisar a questão da linguagem para a democratização do acesso à Justiça. A linguagem tem como objetivo supremo comunicar. Entretanto, a linguagem jurídica delimita a sua compreensão, deixando de fora toda a sociedade e incluindo apenas indivíduos que pertencem ao meio jurídico. Pareceres, petições e sentenças não são compreensíveis ao público. A linguagem jurídica é moldada e ornamentada como um código cuja compreensão é para poucos. Utiliza termos em latim, palavras rebuscadas, linguagem técnica.

Os avanços tecnológicos e o ambiente globalizado provocaram profundas alterações no comportamento das pessoas em relação ao mundo, e a interação das organizações e instituições com o público não é mais fechada. As empresas e instituições estão sendo impulsionadas na busca do desenvolvimento e criação de recursos que lhes confira diferenciais. Esses diferenciais podem contribuir para uma melhor imagem da Instituição. Competências organizacionais e conhecimento despontam como principais recursos de vantagem.

Para Le Boterf (2003) a competência não é um estado, mas uma ação que resulta da combinação de recursos pessoais (conhecimentos, habilidades, qualidades, experiências, capacidades cognitivas, recursos emocionais, etc) e recursos do meio (livros, tecnologia, banco de dados, etc). O contexto ideal para o desenvolvimento do conhecimento organizacional inclui a disseminação de informações e do conhecimento individual para o grupo

Uma prática realizada nos anos 90 por Dutra (2011) empregou o conceito de competência em trabalhos de intervenção em empresas brasileiras e multinacionais. Nos anos de 1996 a 1997 foi aplicado o conceito em um sistema integrado de pessoas em uma empresa do setor de telecomunicações. Os conceitos foram, então, transformados



em instrumentos de gestão e os gestores participaram da construção desses instrumentos. A experiência possibilitou discutir aspectos relevantes na gestão de pessoas, como a entrega exigida pela organização. Foram questionadas as abordagens metodológicas para a determinação das entregas requeridas das pessoas. A origem dessas entregas deveria estar no objetivo estratégico da empresa. A forma de escrever a entrega requerida deveria ser facilmente identificável e objetiva. Havia ainda o desafio de criar uma escala para mensurar a entrega.

A conclusão foi de que é fundamental integrar a gestão de pessoas ao objetivo estratégico da empresa ou instituição através da discussão das competências organizacionais. No caso do Tribunal do Trabalho, objeto do estudo, já existe um Planejamento Estratégico cuja meta é melhorar a comunicação com o público externo. Dutra (2011) propõe a utilização do conceito de competência para a construção de um sistema integrado e estratégico de gestão de pessoas. Ele inicia analisando que a competência pode ser atribuída a diferentes atores. A organização e seu conjunto de competências – que decorrem do processo de desenvolvimento da organização e são concretizadas em seu patrimônio de conhecimentos, e as pessoas – com seu conjunto de competências que pode ou não serem aproveitadas pelas empresas.

“Ao colocarmos organização e pessoas lado a lado, podemos verificar um processo contínuo de troca de competências. A organização transfere seu patrimônio para as pessoas, enriquecendo-as e preparando-as para enfrentar as novas situações profissionais e pessoais, na organização ou fora dela. As pessoas, ao desenvolverem sua capacidade individual, transferem para a organização seu aprendizado, capacitando-a a enfrentar novos desafios” (DUTRA, 2011, p. 24)

O Estado está se redesenhando do ponto de vista de seu papel social. Isso decorre pelo fato do público passar a se afirmar como patrimônio coletivo e, assim, exigir uma democracia participativa. Nessa nova configuração as instituições precisam compreender que é necessário se inserir na lógica de ação do ambiente. E a mídia é um parceiro estratégico tanto da sociedade quanto das organizações e instituições.

A maior complexidade das arquiteturas organizacionais e das relações entre as empresas e instituições com a sociedade, aliado ao processo de globalização, tem demonstrado que as organizações necessitam buscar um modelo de gestão de maior flexibilidade e que ofereça respostas mais ágeis para o público, tanto em situações rotineiras como também de maior complexidade.

A forma como as empresas e instituições efetuam a gestão de pessoas passa por



grandes transformações no mundo. O que se observa é que os modelos tradicionais de gestão de pessoas no atendimento às necessidades das empresas, instituições e da sociedade, está inadequado. Estamos vivendo um tempo onde as organizações necessitam de perfis com novas competências, que não se enquadram mais nas de outrora.

Um dos primeiros aspectos que podemos relatar, dentro desse novo contexto, é a necessidade um maior comprometimento das pessoas para criar e manter diferenciais competitivos por parte das organizações. As pessoas ganharam voz dentro das empresas e instituições, se tornaram mais autônomas e com maior iniciativa. Aquelas que não deixaram para trás o modelo obediência e submissão e que ainda atuam com o processo decisório centralizado, estão à margem do seu tempo.

Tornou-se imprescindível para todos os tipos de organizações que elas ofereçam uma resposta rápida e de qualidade para o seu público, tanto as empresas privadas quanto instituições públicas.

No caso das instituições públicas a resposta rápida é o próprio serviço de qualidade, em todas as suas instâncias. Dentro do campo da comunicação organizacional torna-se fundamental a preparação dos porta-vozes. Essa preparação passa obrigatoriamente pela compreensão da importância do uso da linguagem com o objetivo de se fazer compreender, característica da linguagem jornalística.

Le Boterf afirma que a competência não é um estado ou um conhecimento, nem é resultado de treinamento. Para ele competência é colocar em prática o que se sabe em determinado contexto, marcado geralmente pelas relações de trabalho, cultura da empresa, imprevistos, limitações de tempo e de recursos.

Há autores que procuram pensar a competência como a união dessas duas linhas. MacLagan (1997) e Parry (1996) associam o conceito de competência tanto com a entrega quanto com as características da pessoa. Outra abordagem, de Shein, (1990); Derr, (1988) discute a competência associada à atuação das pessoas em áreas de conforto profissional, usando seus pontos fortes e tendo maiores possibilidades de realização e felicidade às suas realizações e à aquilo que elas produzem, entregam.

Ruas e Antonello (2003) e Antonello (2004) propõem formas de acompanhamento das ações de desenvolvimento de competências específicas. Segundo os autores os cursos que oferecem maior proximidade com a realidade profissional dos alunos são mais efetivos no desenvolvimento de competências. Antonello (2004) ressalta a importância, para a organização e para os profissionais, de criar e aproveitar



diferentes formas de aprendizagem, não se fixando somente nas tradicionais.

Essa abordagem vem de encontro a nossa proposta de trabalho e produção. Contribuir, através da teoria da competência, para a construção de uma nova competência para magistrados do Trabalho através do conhecimento das rotinas e teorias jornalísticas a serem aplicadas no relacionamento com a mídia local. Quanto mais as organizações necessitam de agilidade e de oferecer respostas satisfatórias à sociedade, mais elas dependem de seus profissionais. E esses profissionais estão, constantemente, requerendo maior espaço para desenvolvimento profissional e exercício da cidadania organizacional. Neste sentido, as organizações estão sendo pressionadas a se estruturarem para oferecerem essas condições emergentes. É essa pressão que, desde os anos 80, está provocando uma revisão de conceitos, técnicas e ferramentas.

Segundo Dutra (2011) elas não foram acompanhadas pelos conceitos e ferramentas que dão suporte à gestão de pessoas. O resultado disso é que a forma de gerir as pessoas não condiz com a realidade.

“No Brasil as empresas que estão obtendo bons resultados na gestão de pessoas tem aplicado os conceitos de competência, complexidade e espaço ocupacional, de forma a permitir que o gestor avalie riscos e acompanhe os resultados de suas decisões” (DUTRA, 2011, p. 18)

Le Boterf (1994, 2000, 2001 e 2003) e Zarifian (1996 e 2001) exploram o conceito de competência associado a ideia de agregação de valor e entrega a determinado contexto de forma independente do cargo, isto é, a partir da própria pessoa. Segundo Dutra (2011) essa definição de competência explica de forma mais adequada a realidade das empresas. Outros autores contribuíram para o aprofundamento do conceito de competência e realizaram revisões bibliográficas importantes, entre eles, Parry (1996), McLagan (1997) e Woodruffe (1991).

Uma prática realizada nos anos 90 por Dutra (2011) empregou o conceito de competência em trabalhos de intervenção em empresas brasileiras e multinacionais. Nos anos de 1996 a 1997 foi aplicado o conceito em um sistema integrado de pessoas em uma empresa do setor de telecomunicações. Os conceitos foram, então, transformados em instrumentos de gestão e os gestores participaram da construção desses instrumentos. A experiência possibilitou discutir aspectos relevantes na gestão de pessoas, como a entrega exigida pela organização. Foram questionadas as abordagens metodológicas para a determinação das entregas requeridas das pessoas. A origem dessas entregas deveria estar no objetivo estratégico da empresa. A forma de escrever a entrega requerida deveria ser facilmente identificável e objetiva. Havia ainda o desafio de criar



uma escala para mensurar a entrega.

A conclusão foi de que é fundamental integrar a gestão de pessoas ao objetivo estratégico da empresa ou instituição através da discussão das competências organizacionais. No caso do Tribunal do Trabalho, objeto do estudo, já existe um Planejamento Estratégico cuja meta é melhorar a comunicação com o público externo. Dutra (2011) propõe a utilização do conceito de competência para a construção de um sistema integrado e estratégico de gestão de pessoas.

“Ao colocarmos organização e pessoas lado a lado, podemos verificar um processo contínuo de troca de competências. A organização transfere seu patrimônio para as pessoas, enriquecendo-as e preparando-as para enfrentar as novas situações profissionais e pessoais, na organização ou fora dela. As pessoas, ao desenvolverem sua capacidade individual, transferem para a organização seu aprendizado, capacitando-a a enfrentar novos desafios” (DUTRA, 2011, pg 24)

São as pessoas que, ao colocarem em prática o patrimônio de conhecimentos da organização, concretizam as competências organizacionais e fazem sua adequação ao contexto. Ele acredita que exista uma relação íntima entre as competências organizacionais e individuais. Sendo assim, o estabelecimento das competências individuais deve estar vinculado à reflexão sobre as competências organizacionais já que há influência mútua entre elas.

Fleury (1995) defende que as competências impulsionam as organizações e seu uso constante as fortalece, na medida em que se aprendem novas formas para seu emprego ou utilização mais adequada.

As pessoas eram encaradas nas organizações como um tipo de recurso na construção de competências. Barney (1991) classificou os recursos organizacionais em três categorias: físicos – planta, equipamentos, ativos -; humanos – gerentes, força de trabalho, treinamento; e organizacionais – imagem, cultura. Atualmente considera-se como recursos os conhecimentos e as habilidades que a organização adquire ao longo do tempo. As pessoas são inseridas em todos os tipos de recursos na geração e sustentação das competências organizacionais. São fundamentais para a contínua transformação das empresas e instituições.

Dutra (2011) afirma que não se pode pensar em competências individuais de forma genérica, mas sim atreladas às competências essenciais para a organização. Parâmetros e instrumentos de gestão de pessoas devem ser direcionados para o objetivo estratégico da organização. Para Fleury e Fleury (2000) existe uma relação íntima entre



o objetivo estratégico da organização, as competências organizacionais e as competências individuais.

A competência é um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para que um profissional desenvolva suas atribuições e responsabilidades. Entretanto tais características não garantem que pessoas que as possuem irão agregar valor a organização. Essa teoria é defendida por Le Boterf (1994) e Zafirian (1996). Le Boterf afirma que a competência não é um estado ou um conhecimento, nem é resultado de treinamento. Para ele competência é colocar em prática o que se sabe em determinado contexto, marcado geralmente pelas relações de trabalho, cultura da empresa, imprevistos, limitações de tempo e de recursos.

Media Training: uma experiência no TRT da Paraíba

O *Media Training* para Magistrados foi resultado das minhas inquietações durante o exercício de assessoria de imprensa para o Tribunal do Trabalho da Paraíba. Os juízes, tanto de primeira quanto de segunda instância, não conheciam os objetivos da linguagem jornalística e frequentemente insistiam em alterar os textos dos jornalistas da Assessoria de Comunicação do órgão com palavras da linguagem jurídica. Também observamos que eles não se sentiam à vontade em receber jornalistas dos veículos de comunicação locais e pouco esforço faziam para falar à imprensa. Quando finalmente isso acontecia, utilizavam-se de linguagem rebuscada e técnica e mostravam-se despreparados para a missão.

Diante de tal realidade produzimos e aplicamos um treinamento de mídia para os magistrados do Trabalho na Paraíba, que obteve o Prêmio Nacional de Educação Corporativa do Judiciário, em 2010. O curso, aplicado em dois formatos, de um ou dois dias, a critério dos juízes, foi promovido três vezes no Tribunal do Trabalho da Paraíba, e à convite, duas vezes no Tribunal de Justiça da Paraíba, duas vezes no TRT de Pernambuco, uma vez no TRT do Rio de Janeiro, no TRT de Goiás, no TRT do Pará, no TRT do Maranhão, no TRT do Ceará.

O treinamento teve o objetivo de contribuir para uma melhor qualificação dos magistrados para lidar com a mídia. No programa foram abordados os temas: linguagem jornalística, direito à informação, cidadania, acessibilidade na comunicação, especificidades do jornalismo e critérios de noticiabilidade, inclusive com exemplos verídicos de reportagens exibidas na mídia sobre a Justiça. Foram abordados conceitos como opinião pública, credibilidade, a notícia como representação da realidade, a



informação como direito, diferenças entre reportagem e anúncio, o discurso de quem fala para a imprensa, a acessibilidade na linguagem.

Os magistrados também obtiveram informações sobre a importância de divulgar as decisões julgadas como forma de colaborar para a construção de uma sociedade mais informada e conhecedora de seus direitos, além de contribuir com princípios como a transparência pública.

O *Media Training* para magistrados propôs a convergência da experiência profissional com o conhecimento teórico, formatando para tal uma ferramenta de conhecimento específico sobre jornalismo direcionada para a Justiça com objetivo de quebrar paradigmas da própria Justiça, como a utilização de linguagem jurídica, e também em relação à imprensa. Nossa proposta teve o objetivo de referendar a teoria de que os jornalistas são, na nossa atualidade, profissionais comprometidos com a informação e que é possível manter um relacionamento com a imprensa e ter a divulgação correta dos fatos do Judiciário do Trabalho, desde que os porta-vozes, ou seja, os juízes, estejam preparados para tal.

Observamos que os juízes submetidos ao treinamento tinham dificuldades em se expressar sem utilizar termos jurídicos e palavras técnicas. Durante os exercícios de entrevistas gravadas em vídeo elas repetiam palavras do universo jurídico que não são compreensíveis para a sociedade, mesmo depois do conteúdo teórico. Vários magistrados solicitaram outras oficinas para melhorar a prática de uma linguagem acessível. Acreditamos que a disseminação do conhecimento jornalístico, suas práticas, linguagens e especificidades podem contribuir para diminuir a distância entre a Justiça e a sociedade.

Quem fala à imprensa, no caso da Justiça, são os juízes, acerca dos processos trabalhistas. Portanto, é fundamental que eles conheçam a realidade do jornalismo e saibam se colocar perante as necessidades dos profissionais da imprensa.

Uma outra contribuição que um relacionamento profissional de competência garantida pode trazer é um bom relacionamento entre eles. Nesse sentido, tal relacionamento adquire caráter estratégico. Nos tempos atuais, a democratização das novas tecnologias, a convergência de mídias e a rapidez da propagação das notícias trouxeram vantagens, como a possibilidade de interação com a mídia com maior facilidade e a democratização da informação nas redes sociais. Entretanto, essa nova realidade também pode dar proporções gigantescas a uma notícia falsa e provocar uma crise grave numa instituição.



Qualquer cidadão, de posse de um celular, pode disseminar uma informação para milhares de pessoas. São bilhões de contas nas redes sociais pelo mundo. Uma crise que envolve divulgação jornalística geralmente acontece por algo que deveria ter sido feito, e não foi, ou algo que não deveria, e foi. Todas as instituições estão no risco eminente de protagonizarem uma crise, seja por uma informação errada, uma publicação equivocada, até mesmo sem autor.

Dentro desse processo, verificamos que as Assessorias de Comunicação das instituições estão, cada vez mais, atuando na área estratégica. Situações inesperadas envolvendo a divulgação podem surgir a qualquer momento. Geralmente quando uma crise se instala, com a divulgação de fatos negativos ou errôneos, os assessores de comunicação dos órgãos são imediatamente chamados para intermediar um possível direito de resposta ou uma nova notícia esclarecendo o fato.

Gerenciar uma crise de informação na imprensa se torna menos difícil quando a instituição em questão tem uma boa imagem perante os jornalistas dos veículos de comunicação e mantém um relacionamento de produção com eles.

Uma carta privada publicada dentro de um processo judicial eletrônico gerou uma crise que teve que ser administrada pela Assessoria de Comunicação do TRT PB. Uma frase escrita por uma juíza num processo público desencadeou grande divulgação local e até no maior site jurídico do país. Decerto que se ambos tivessem conhecimento do risco que estavam passando ao publicar tais mensagens, não o teriam feito.

Considerações finais

Jornalistas das Assessorias de Comunicação dos Tribunais enfrentam a dificuldades para fazer os juízes falarem à imprensa. Como já afirmamos antes, o Poder Judiciário, dentro os outros, é o que menos se relaciona com a mídia. A Justiça Federal, que inclui os Tribunais do Trabalho, já reconheceu a necessidade de melhorar sua imagem institucional através da imprensa. Como já afirmamos, estabeleceu em seu Planejamento Estratégico, na meta referente a desempenho institucional, melhorar a imagem institucional.

O porta-voz, para representar bem a empresa ou instituição, dever ser munido de informações, estatísticas, históricos e, sobretudo, ter conhecimento sobre a linguagem a ser utilizada com a imprensa. Os representantes da Justiça, por utilizarem a linguagem jurídica em sua prática cotidiana, tentam se comunicar, através da imprensa, utilizando tal linguagem. O resultado disso é um ruído na comunicação para todos



aqueles que não fazem parte do universo jurídico.

Uma empresa ou instituição pública que decide treinar os porta-vozes para falarem a imprensa está atuando de forma proativa, em consonância com a atualidade, construindo um relacionamento baseado no interesse de divulgação de serviços e esclarecimentos dos fatos.

Na contramão desse processo, instituições que não tem em seus quadros porta-vozes preparados para um relacionamento com a mídia perdem uma grande oportunidade de contribuir para a cidadania.

Quando magistrados adquirem conhecimentos sobre a produção jornalística podem contribuir para disseminação dos direitos fundamentais do cidadão, com a utilização eficaz dos meios de comunicação e a formação de uma boa reputação da Justiça Para que isso se torne uma realidade é necessário que os porta-vozes se capacitem e adquiram essa nova competência, e é necessário também que jornalistas das instituições sejam estimulados a capacitarem esses porta-vozes.

Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel da Justiça em relação à sociedade sob a luz da divulgação das informações e os ruídos existentes nesse processo, observados através de uma prática de oito anos na Assessoria de Comunicação do tribunal do Trabalho da Paraíba. São reflexões iniciais poderão ser aprofundadas para contribuir com a divulgação científica no campo da Comunicação Organizacional.

Referências Bibliográficas

ANTONELLO, Cláudia S. **Alternativa de articulação entre programas de formação gerencial e as práticas de trabalho: uma contribuição no desenvolvimento de competências.** 2004. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

BARBOSA, Henrienne. **Poder Judiciário e Comunicação Democrática.** Disponível em: <http://www.comtexto.com.br/artigoHenriannepoderjudiciario.htm>. Acesso em 25 de março de 2014.

BENEVIDES, R. **Uma nova proposta para a comunicação dirigida nas empresas.** São Paulo : Summus, 2004. p.169-191

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias.** 1. Ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2009.

DUTRA, Joel Souza. **Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna/** Joel Souza Dutra. – 1.ed.- 9. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2011



FREITAS, R. **A assessoria de imprensa e o gestor público: atenção à orquestra midiática.** In: LUCAS, L. (Org) *Media Training: Como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa.* São Paulo : Summus, 2007. p.81-100.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional : Histórico, fundamentos e processos, volume 1** / São Paulo: Saraiva, 2009

LOPES, Edward. **Discurso, Texto e Significação.** Uma teoria do interpretante. São Paulo: Cultrix: Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, 1978.

LUCAS, L. (Org) **Com Credibilidade não se Brinca!: A identidade corporativa como diferencial nos negócios.** São Paulo: Summus, 2004.

MACCALÓZ, Salette M. **O Poder Judiciário, os meios de comunicação e opinião pública.** Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2002.

RUAS, Roberto. **Gestão de competências gerenciais e aprendizagem nas organizações.** Documento preliminar preparado como material de apoio aos Cursos de Extensão do Programa de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da UFRGS, 2002

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1977.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo volume II A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa e transnacional,** Editora Insular 2.ed.2008

VAN DIJK, Teun A.. **Discurso e Poder.** São Paulo: Contexto, 2008.

ASSOCIAÇÃO DOS MAGISTRADOS BRASILEIROS. Pesquisa Qualitativa "**Imagem do Poder Judiciário**". Brasília, julho de 2004.