

Grazielle Albuquerque

Da lei aos desejos: o agendamento estratégico do STF

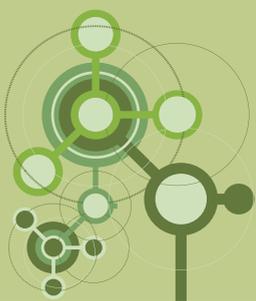
Editora Amanuense, 2023

204 páginas



Cláudia Lemos

- Doutora em Literatura Comparada, mestre em Teoria da Literatura e jornalista formada pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG);
- Professora no Mestrado Profissional em Poder Legislativo do Centro de Formação da Câmara dos Deputados;
- E-mail: claudiarflemos@gmail.com



Agendamento estratégico: política, justiça e comunicação no STF

Strategic scheduling: politics, justice and communication in the Supreme Court

Programación estratégica: política, justicia y comunicación en el Tribunal Supremo

Foi longe o tempo em que juiz falava apenas nos autos. Se não todos, ao menos uma parcela significativa dos juízes brasileiros, especialmente no Supremo Tribunal Federal (STF), optou nos últimos anos por ter uma voz na arena pública, para além dos documentos.

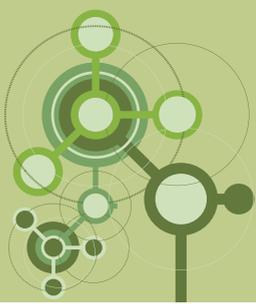
A mudança se deu porque no mundo de hoje nada mais acontece à vista de poucos. Ao contrário, tudo é mediatizado, mediado, exigindo de todos uma atuação profissional na comunicação. Esse é o tema de *Da lei aos desejos: o agendamento estratégico do STF*. A obra é uma versão atualizada da tese de doutoramento em ciência política defendida por Grazielle Albuquerque, na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Conserva da pesquisa a fundamentação, traduzida para uma linguagem menos rígida, mais sintética. A história bem contada, os quadros e gráficos elaborados e um belo projeto gráfico se juntam para facilitar a leitura.

O embasamento na confluência entre direito, política e comunicação é iluminador. A autora trata o STF como um ator político e argumenta que o Tribunal buscou estrategicamente agendar a mídia e o debate público à medida que seu papel foi ampliado. O conceito de agendamento, conhecido no campo da comunicação (Martino, 2014), é complementado pelo modelo estratégico buscado nos estudos de behaviorismo judicial (Epstein; Jacobi, 2010).

Para demonstrar seu argumento, Grazielle rememora a ampliação das competências do Tribunal efetuada pela legislação desde a Constituição de 1988 até a Reforma do Judiciário, em 2004. Paralelamente, comprova o aumento do interesse da mídia pelo STF por meio do número crescente de profissionais lotados no comitê de imprensa, mesmo quando as redações tendiam a reduzir pessoal e extinguir comitês em outros órgãos públicos de Brasília. No STF, a poucos jornais de alcance nacional, passaram a se juntar repórteres de sites noticiosos, de canais de televisão e de veículos especializados, como o *Consultor Jurídico*.

Ao mesmo tempo, o livro demonstra a mudança na atenção do Tribunal à comunicação pelo crescimento do número de profissionais lotados na assessoria de imprensa e nos veículos próprios, a TV e a Rádio Justiça, criadas respectivamente em 2002 e 2004. Eram três pessoas em 1988, um jornalista e dois servidores encarregados da clípage, trabalhando na mesma sala que os jornalistas da mídia. Em 1995 já eram dez profissionais, 15 em 1998, 27 em 2000 e 80 em 2004.

Não se trata só de números. O crescimento da área de comunicação do STF veio acompanhado pelo estabelecimento de rotinas que facilitavam a cobertura da imprensa e pela criação de uma cultura de maior abertura por parte dos ministros. O livro cita detalhes como a instalação, em 1995, de caixas de som que permitiam aos repórteres acompanhar, da sala do



comitê de imprensa, as sessões do Plenário, e a intensificação da publicação de notícias no site do Tribunal a partir de 2001, facilitando a cobertura de veículos que não contavam com setoristas no STF.

Para nomear essa maneira de atuar, Grazielle adota o conceito de política de comunicação de Wilson Bueno (2013), que considera não só documentos com diretrizes formais, mas também a cultura da organização. Entrevistas com jornalistas da imprensa e com profissionais da área de comunicação permitem reconstituir a evolução dessa política e configuram um registro histórico relevante.

Os depoimentos permitem à autora elaborar o que o livro traz de mais significativo do ponto de vista da comunicação: mostrar a evolução da relação do STF com a imprensa e com a opinião pública não como simples reflexo dos fatos políticos e jurídicos, mas como a construção de uma dinâmica comunicacional envolvendo diferentes atores em contextos que mudaram ao longo dos anos.

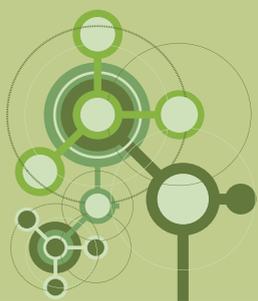
Para mostrar esse contexto, o livro não só acompanha a alteração das competências do STF, mas também recupera a evolução da comunicação nas instituições públicas no Brasil de maneira breve e precisa. Traz os dados de Chaparro (2011) para descrever o modelo adotado no período do regime militar, e recorre a Sant'Anna (2005) para relatar o surgimento das "mídias das fontes" na virada para o século 21, chegando à concepção atual de comunicação pública na perspectiva da transparência e do estímulo ao diálogo próprias da democracia.

A pesquisa divide a nova dinâmica comunicacional intensificada que o STF estabelece em duas fases principais, que têm como marcos, ou *turning points* (pontos de virada), como a autora chama, o impeachment do presidente Fernando Collor de Mello (1992) e a Reforma do Judiciário (2004). A primeira etapa, ao longo dos anos 1990, é a abertura do Tribunal, quando os ministros "começam a falar", e quando se adotam práticas jornalísticas. Na segunda etapa, correspondente aos anos 2000, o conceito de jornalismo dá lugar à ideia de comunicação, que inclui a intenção de falar diretamente a um público amplo, por meio de iniciativas como a TV Justiça.

A opção metodológica pelas entrevistas provavelmente favoreceu outra característica do livro. Ao falar de contextos que oferecem constrangimentos e oportunidades à atuação do STF, de leis e de estratégias políticas e comunicacionais, com análises de longo prazo, a autora não deixa de lado o papel dos indivíduos.

Aparecem em primeiro plano dois assessores, responsáveis por mudanças que traduziram as visões dos presidentes que os escolheram, além de imprimirem marcas próprias de suas trajetórias e estilos. Em 1995, o ministro Sepúlveda Pertence nomeou o jornalista Irineu Tamanini para chefiar a assessoria de imprensa. Tendo a experiência de coordenar a comunicação do Tribunal Superior Eleitoral em 1989, nas primeiras eleições diretas para presidente da República depois da redemocratização, Tamanini iniciou a profissionalização do setor no STF no biênio 1995-1997, guiado pela ideia de que o STF deveria se abrir para a imprensa.

Já em 2001, o ministro Marco Aurélio convidou o publicitário Renato Parente para chefiar a assessoria de comunicação. Parente era servidor de carreira e coordenava a comunicação do Tribunal Regional do Trabalho em São Paulo quando estourou, em 1998, o escândalo do desvio de recursos na construção do fórum trabalhista pelo desembargador Nicolau dos Santos Neto. A crise foi um dos estopins para a CPI do Judiciário que, em 1999, gerou um dos picos da cobertura sobre o STF. No Supremo, a gestão de Parente, que durou até 2004, incluindo o mandato do ministro Maurício Corrêa, avançou na profissionalização da comunicação, orientando-se pela visão de que era necessário prestar contas por meio da imprensa e para além dela, dirigindo-se diretamente à sociedade.



Ainda que dê destaque ao papel dos presidentes e dos chefes da assessoria, a autora ressalva que as estratégias estão mais ligadas à relação da instituição com o contexto do que às pessoas. Observa, ainda, que, uma vez introduzidas, novas práticas acabam por se institucionalizar e dificilmente são alteradas até que uma nova demanda impulsione sua substituição. Como exemplo, ela cita a transmissão de sessões pela TV Justiça, iniciada em 2002. Apesar de ter sido uma iniciativa do ministro Marco Aurélio e de ter sido alvo de críticas desde o começo, a transmissão se consolidou de tal forma que é difícil imaginar que deixe de ser feita.

A autora conclui que o crescente poder político conferido ao Supremo Tribunal Federal pela legislação impulsionou o aprendizado sobre como se colocar na arena pública. O resultado foi uma estratégia ativa de agendamento, que alterou, ao longo dos anos, a dinâmica comunicacional entre uma assessoria cada vez mais profissionalizada e veículos de comunicação mais interessados na cobertura da instituição.

Como deixa explícito no livro, Grazielle Albuquerque foi motivada a fazer a pesquisa por sua experiência pessoal e profissional. Foi um bom impulso. Combinado com a formação em jornalismo, direito e comunicação, permitiu elaborar uma interpretação valiosa não só para quem se interessa pela comunicação da Justiça, mas das instituições de modo geral. Se diz respeito especialmente aos órgãos públicos, vale para compreender a dinâmica comunicacional de quaisquer organizações em sua relação com o contexto externo a elas.

Devo registrar que fui uma das entrevistadas na pesquisa, por haver trabalhado no STF entre 2001 e 2003. Ter participado da história que é contada torna a leitura do livro de Grazielle Albuquerque ainda mais preciosa, uma vez que a obra joga luz sobre o que foi vivido.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Graziela. *Da lei aos desejos: o agendamento estratégico do STF*. [S.l.]: Amanuense Livros, 2023.

BUENO, Wilson. *Política de comunicação do IFSC*. Florianópolis: IFSC, 2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2011. p. 33-51.

EPSTEIN, Lee; JACOBI, Tonja. The strategic analysis of judicial decisions. *Annual Review of Law and Social Science*, [s. l.], v.6 p.341-358, 2010. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev-lawsocsci-102209-152921>

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis: Vozes, 2014.

SANT'ANNA, Francisco. *Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo*. [S. l.]: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2024.