

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO SOCIAL E DESIGN
SACOD

DESIREE CRISTINE DA MOTTA

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO PROJETO PARANAENSE JUSTIÇA NO BAIRRO:
O CASO DA JUSTIÇA ITINERANTE**

CURITIBA
2016

DESIREE CRISTINE DA MOTTA

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO PROJETO PARANAENSE JUSTIÇA NO BAIRRO:
O CASO DA JUSTIÇA ITINERANTE**

Trabalho de Conclusão de Curso II, apresentado na Universidade Federal do Paraná como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas.

Profa. Dra. Claudia Irene de Quadros

CURITIBA
2016

*Ao Miguel, meu pequeno amor, que me fez grande
e capaz de chegar até aqui. Toda minha dedicação é por ele.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelas graças atendidas em minha vida.

A minha mãe e meu padrasto, Suely e Edilson, por todo o esforço para que eu conseguisse chegar até aqui com palavras de apoio e amor, nunca me permitindo desistir.

Aos meus irmãos, Letícia, Yara, Ubiratan e João Pedro, que me ajudaram muito, principalmente com o Miguel.

Ao meu amor Yago, pelo apoio, por acreditar no meu potencial e estar ao meu lado nos momentos mais difíceis.

Ao meu filho Miguel, que me deu toda a inspiração para nunca desistir da faculdade e tornar a minha vida mais bonita.

A toda minha família, que eu amo mais que tudo.

Aos amigos, que a UFPR me presenteou Douglas, Francieli, Júlio, Marcela e Mariana, com eles foi mais divertido chegar até aqui.

A minha orientadora, Cláudia Quadros, por toda paciência e ensinamentos passados. Um exemplo de conduta, dedicação e amor pela profissão.

A Dra. Joeci Machado Camargo, por permitir que estudar um projeto tão grandioso e fidedigno como o Projeto Justiça no Bairro.

A Jiovana, assessora da Dra. Joeci Machado Camargo, por toda ajuda para a construção desta pesquisa, suas contribuições foram valiosas.

A toda equipe do Projeto Justiça no Bairro, pela colaboração durante a produção da pesquisa.

A todos os professores, que passaram seus ensinamentos para minha formação.

A todos que passaram pelo meu caminho e de alguma forma contribuíram para eu conquistar mais essa vitória.

RESUMO

A comunicação desenvolvida pelo Projeto Justiça no Bairro, essa é a questão central deste Trabalho de Conclusão de Curso que analisa a comunicação do referido programa promovido pelo Tribunal de Justiça do Paraná, com foco na Justiça Itinerante. Dirigido às comunidades vulneráveis, o programa oferece uma série de serviços jurídicos gratuitos, como acordos na área de direito de família e casamento coletivo. Adotamos o estudo de caso e análise dos canais midiáticos como procedimentos metodológicos, utilizando as seguintes técnicas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas semi-estruturadas. Iniciamos com a conceituação sobre a comunicação pública a partir dos estudos de Elizabeth Brandão (2006) e Jorge Duarte (2009). Depois descrevemos a origem do Programa Justiça no Bairro e a sua importância para o desenvolvimento da cidadania. Nesse contexto, apresentamos o papel dos Relações Públicas nas ações de comunicação pública. Após o estudo foi possível concluir que o Projeto Justiça no Bairro utiliza mais ferramentas de informação do que ferramentas de diálogo, logo não prática Comunicação Pública.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Relações Públicas; Justiça no Bairro; Comunidades.

ABSTRACT

A communication development of the Projeto Justiça nos Bairros. This is the central question of this work completion of course that examines the communication of the program developed by the Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, focusing on Justiça Itinerante. Directed to vulnerable communities, the program offers a number of free legal services, as agreements in family law area and mass wedding. We adopted the case study as a methodological procedure, using the following techniques: literature, documentary research and interviews to analyze public communication in the Programa Justiça no Bairro. We started with the concept of public communication from studies Elizabeth Brandão (2006) and Jorge Duarte (2009). After describing the origin of the Programa Justiça no Bairro and its importance for the development of citizenship. In this context, we present the role of Public Relations in public communication activities. After the study it was concluded that the Projeto Justiça no Bairro uses more information tools than tools of dialogue , just not practical Public Communication .

Keywords: Communication Public; Public Relations; Justiça no Bairro; community.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – MODELO DE CAMPO DE COMUNICAÇÃO	16
FIGURA 2 – LOGO DO PROJETO JUSTIÇA NO BAIRRO	30
FIGURA 3 – JUSTIÇA ITINERANTE – PINHAIS 2016	31
FIGURA 4 – LINHA DO TEMPO – 2003/2015	33
FIGURA 5 – GRÁFICO – TOTAL DE AUDIÊNCIAS NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO	34
FIGURA 6 – GRÁFICO – AUDIÊNCIAS EFETIVADAS NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO	34
FIGURA 7 – AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO – JUSTIÇA ITINRANTE – PINHAIS 2016	37
FIGURA 8 – CASAMENTO COLETIVO 2016 – ARENA DA BAIXADA	38
FIGURA 9 – GRÁFICO – ABRANGÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO – JUSTIÇA NO BAIRRO	56

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	17
TABELA 2 – TOTAL DE AUDIÊNCIAS – NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO.....	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 A PRÁTICA DA CIDADANIA E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA	10
2.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CONSTRUINDO UM CONCEITO	12
2.2 INTERESSE PÚBLICO E ESFERA PÚBLICA	18
3 RELAÇÕES PÚBLICAS: AGENTE TRANSFORMADOR DA CIDADANIA	23
3.1 RELAÇÕES PÚBLICAS: ELO ENTRA MÍDIA, IDENTIDADE E IMAGEM	24
3. 2 AS NOVAS PRÁTICAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS SOB A ÓTICA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	27
4 JUSTIÇA NO BAIRRO: JUSTIÇA PARA TODOS	30
4.1 NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO DAS VARAS DA FAMÍLIA.....	33
4. 2 POLOS AVANÇADOS DE CONCILIAÇÃO	36
4. 2. 1 Polos de Conciliação nos Presídios	36
4. 3 JUSTIÇA ITINERANTE	37
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	40
5. 1 ESTUDO DE CASO	41
5. 1. 1 Protocolo	41
a) Visão Global do Projeto.....	42
b) Procedimento de Campo.....	42
c) Determinação das Questões	43
d) Guia para Elaboração do Relatório	43
5. 2 COLETA DE DADOS	44

5. 3 ANÁLISE: CANAS MUDIÁTICOS E DADOS.....	45
5. 3. 1 Análise dos Instrumentos.....	45
5. 3. 2 Análise dos Dados	53
a) Abrangência e Divulgação Espontânea	53
b) Identificação do Público	55
c) Eventos	56
d) Promoção da Cidadania.....	57
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS.....	62
ANEXOS	66
APÊNDICE.....	68

1 INTRODUÇÃO

Muniz Sodré (2014) defende a necessidade de compreender a comunicação de forma diferente da tratada pelos estudos desenvolvidos na área. Para ele, devemos deixar de focar a transmissão de mensagens e dar mais atenção à conexão, o laço coesivo da comunidade. Neste Trabalho de Conclusão de Curso – TCC pesquisamos a comunicação que visa o interesse público no exercício da cidadania: a comunicação pública.

O objetivo principal deste trabalho acadêmico é analisar a comunicação pública no Projeto Justiça no Bairro (JB), que atende famílias economicamente vulneráveis no Estado do Paraná. A ausência de políticas públicas e/ou da efetivação destas, a existência de um Tribunal de Justiça que não direciona seus recursos para a população, culmina na elaboração de programas que têm como objetivo dignificar e facilitar a vida dos cidadãos.

O estudo se justifica pela importância da comunicação estabelecida entre cidadãos e Estado. É necessário valorizar um programa que procura promover o direito à cidadania. Compreendemos que a comunicação pública pode ser um dos elos com esses cidadãos. O Relações Públicas pode contribuir para o desenvolvimento do Projeto Justiça no Bairro, atuando como mediador da comunicação. O profissional de relações públicas tem papel fundamental no processo comunicativo, pois pode promover as discussões de interesse público. Em benefício da coletividade, também pode aprimorar a comunicação já existente e utilizada pelo JB, ampliando sua divulgação e abrangência para salientar o compromisso do programa com a cidadania.

O Projeto Justiça no Bairro foi criado em 2003 por Joeci Machado Camargo, nomeada desembargadora do Tribunal de Justiça do Paraná em 2009. O JB foi criado para atender as demandas judiciais de comunidades de baixa renda, de maneira fácil e eficaz, sem qualquer custo. O programa possibilita a prestação imediata do serviço judicial, uma vez que propicia a desburocratização, descentralização e a aproximação da justiça do cidadão. O programa iniciou em Curitiba e depois se estendeu para o interior do Paraná. O JB subdivide-se em três partes: o Núcleo de Conciliação das Varas da Família, os Polos de Conciliação e o

Justiça Itinerante. Para o Projeto tornar-se um agente social transformador conta com a atuação efetiva de todo o Poder Público, entidades públicas e privadas, voluntários, estudantes e profissionais. Ao resgatar o histórico do Projeto Justiça no Bairro contribuímos para ressaltar a sua importância e o papel da comunicação pública na construção do cidadão.

O Estado é constitucionalmente responsável por atender e suprir as necessidades básicas da população, mas quando não consegue realizar seu dever outros atores sociais entram em cena. Esses atores podem trabalhar de forma separada ou conjunta para melhorar a qualidade de vida dos indivíduos. O Projeto Justiça no Bairro envolve muitas organizações (públicas e privadas), uma vez que só pode funcionar com o apoio de diversas entidades e pessoas.

Para o desenvolvimento teórico deste TCC procuramos refletir sobre diversos conceitos de comunicação pública. Heloiza Matos (2009), em seu artigo “A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais” descreve as dificuldades de conceituar a comunicação pública. Antes dela, Elizabeth Brandão (2007) já discutia esses desafios, destacando que as muitas definições da comunicação pública estão relacionadas aos autores, aos países e aos contextos. Ela argumenta que o significado está em construção, pois é uma nova área de estudos da Comunicação Social. Já Jorge Duarte (2009, pg. 2) entende que “a comunicação pública ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público”. Por meio de várias visões sobre a comunicação pública, neste TCC associamos o trabalho das relações públicas. Maria José da Costa Oliveira (2007) associa o profissional de relações públicas ao contexto organizacional e de práticas cidadãs.

Quanto à abordagem metodológica, optamos pelo de Estudo de Caso constituído por entrevistas semi-estruturadas. O foco deste TCC é no Justiça Itinerante, onde foram entrevistadas dez pessoas atendidas pelo JB, a fim de obter mais informações sobre seu conhecimento do projeto. Também compõem o estudo a análise de elementos midiáticos utilizados para a divulgação do projeto.

Este trabalho será composto por seis partes, iniciando por esta introdução. Logo após no primeiro capítulo, são discutidos os conceitos de comunicação pública e cidadania. Autores como Jorge Duarte (2009) e Elizabeth Brandão (2009) norteiam

este TCC, que também compreendem que a comunicação pública é fundamental para o desenvolvimento da cidadania. Ainda neste capítulo são debatidos conceitos os conceitos de esfera pública e interesse público.

No segundo capítulo, o foco é no profissional de relações públicas e seu papel na dinâmica da comunicação pública, observando como ele vem atuando no setor público como agente social no incentivo da cidadania.

O terceiro capítulo destaca o Projeto Justiça no Bairro e suas frentes de atuação, alinhando com o estímulo às práticas cidadãs. Neste capítulo também são apresentadas as estratégias de comunicação utilizadas para promover o JB. Para isso, analisamos como são estabelecidos vínculos com o público-alvo através de meios de comunicação: rádio, televisão, site, blog e mídias sociais.

No capítulo seguinte iniciamos a abordagem metodológica do presente trabalho, que será uma pesquisa exploratória, permitindo maior flexibilidade para a formulação do estudo de caso. Também utilizamos a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental, técnicas essenciais para a investigação do tema. O capítulo traz ainda o detalhamento sobre os procedimentos adotados na coleta de dados, análise de dados e o relatório do estudo de caso do projeto.

Nas considerações finais apresenta-se a resposta para a hipótese levantada na pesquisa. Corroborando algumas questões analisadas durante o processo e constatando que o Projeto Justiça no Bairro falha na criação e manutenção dos instrumentos de diálogo. Também apresentamos neste capítulo as análises de cada um dos instrumentos de comunicação do Projeto e dos dados pertinentes ao estudo de caso, apresentando em quais estão presentes elementos da comunicação pública. Propondo viabilidade para uma nova pesquisa relevante para a comunicação pública.

2 A PRÁTICA DA CIDADANIA E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A palavra democracia é de origem grega *demokratía* composta por *demos* (povo) e *kratos* (poder), o poder que emana do povo. No Brasil vivemos em um regime democrático, no qual a população elege seus representantes para que estes tomem decisões políticas em nome do povo. Com a implementação da Constituição Federal de 1988, o país vem passando por uma realocação dos papéis do Estado perante a sociedade. A participação da população na vida pública também mudou ao longo da história.

A cidadania vem do latim *civitas*, que quer dizer cidade. Segundo Dalmo Dallari (1998), a palavra cidadania foi empregada pela primeira vez na Roma Antiga. Foi a forma encontrada para classificar a situação política de um indivíduo e os direitos que ela poderia exercer.

A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social. (DALLARI, 1998, p.14).

No Brasil, a ideia de cidadania está bastante difundida, mas, normalmente, seu significado é distorcido ao ser associado apenas à garantia dos direitos de cada cidadão. Esquecem-se dos deveres que todo cidadão necessita cumprir.

Entende-se por cidadania o reconhecimento e a promoção, por parte do Estado, de certos direitos dos indivíduos que o integram, acrescidos de um conjunto de obrigações de cada cidadão para com os demais, devido ao princípio da solidariedade natural característico das sociedades. (SILVA, 2011, p. 1)

O sociólogo britânico T. H. Marshall desenvolveu três dimensões distintas da cidadania: a civil, a política e a social. Os direitos civis traduzem a condição da liberdade individual (direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei). Os direitos políticos concebem a interação do cidadão diante das decisões do Estado, como o poder de escolha dos representantes políticos, a participação da

vida pública como representante, a manifestação pública e a formação de partidos. A dimensão social da cidadania é caracterizada pelos direitos à educação, à saúde, ao lazer, ao trabalho e à moradia. Esses direitos requerem a igualdade entre os indivíduos, mas para isso ocorrer o Estado tem que ser atuante e eficiente. (SILVA, 2011)

Os direitos garantem que as pessoas possam agir como pessoas moralmente responsáveis e dignas de ser respeitadas. Contudo, a existência de direitos por si só não constitui um cidadão. Sentir-se cidadão e aparecer como tal diante do outro é algo que depende de uma construção, ao mesmo tempo, interior e relacional, que se desdobra constantemente, sobretudo em momentos em que os sujeitos se percebem capazes de participar de debates públicos sobre questões que lhes concernem e sobre as quais querem opinar e ter seus argumentos e pontos de vista considerados. (MARQUES, 2011, p. 132)

Na ação de desenvolvimento da cidadania plena, a comunicação pública é um dos principais colaboradores para que o avanço ocorra, já que ela gera um espaço público participativo, gerando discussões, deliberações e negociações de interesse coletivo.

A Comunicação Pública ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. (DUARTE, 2009, p. 2)

A comunicação pública precisa ser pensada em uma via de mão dupla, como afirma James Gruning (1992) no modelo simétrico de duas mãos. Percebemos, no entanto que a comunicação é pensada somente na divulgação e na emissão de informações. Segundo Duarte, “a comunicação de muitas instituições ainda tende a ser limitada à publicidade e à divulgação – ou seja, predomina o viés do emissor”. (DUARTE, 2009, p. 2). Abrir o diálogo com seus públicos é o caminho para instituições que devem dar atenção às demandas.

Reconhecer a necessidade do diálogo e da interatividade pode ser considerado um “bom começo”, pois o perfil de comunicação governamental voltada para a divulgação e publicidade das ações, não atende uma demanda atual ocasionada pela nova lógica de relacionamento do contexto contemporâneo, em que os atores sociais almejam uma interação mútua, que sejam ouvidos, possam se manifestar e tenham respostas capazes de estabelecer uma relação e não apenas um ato de troca de informações. (KEGLER, 2008, p. 6)

O termo comunicação pública ainda está em construção no Brasil, mas já existem vários estudiosos no assunto. Para Elizabeth Brandão (2009, citada por ROSSO *et. al.*, 2012, p. 17), a comunicação pública é um processo comunicativo que “(...) se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país”.

2.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CONSTRUINDO UM CONCEITO

O estudo relacionado à comunicação pública no Brasil tomou força a partir do processo de redemocratização do país, pós Constituição Federal de 1988. Neste período foi retirada a exclusividade da comunicação no campo governamental, pois outras áreas públicas e privadas também tinham necessidade de se comunicar com seus públicos.

A comunicação pública não é uma nova área; no entanto, o que está sendo usualmente praticado com essa denominação não é o buscado pela maioria dos pesquisadores e dos profissionais da comunicação pública. Salienciamos que a comunicação pública não deve ser confundida com comunicação governamental, pois a comunicação pública diz respeito ao Estado e não ao Governo. (KEGLER, 2008, p. 7)

Entende-se a comunicação pública como comunicação voltada para o interesse público, visando atender as demandas surgidas nas esferas públicas, legitimada pelo interesse dos cidadãos.

(...) dentre os múltiplos significados da expressão comunicação pública, é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é 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. É com este significado que no Brasil o conceito vem sendo construído. (BRANDÃO, 2009, p. 9)

Heloiza Matos (1999) classificou a comunicação pública como um tipo de comunicação governamental. De acordo com a autora, a comunicação governamental pode ser classificada em dois tipos: comunicação política e comunicação pública. Porém, a comunicação governamental pode ser entendida como comunicação pública, conforme Brandão destaca:

[...] na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma, provoca o debate público. (BRANDÃO, 2007, p.5)

Jorge Duarte (2009) elenca quatro eixos centrais da comunicação pública, esses eixos são fundamentais para as instituições que atendem ao interesse público: 1) a transparência, 2) o acesso à informação de interesse público, 3) a interação e 4) a ouvidoria social.

A transparência está relacionada ao “compromisso com a atuação responsável no trato com as questões públicas, incluindo a oferta de informações, estímulo ao acesso, facilitação da fiscalização e a prestação de contas” (DUARTE, 2009, p. 7). O acesso à informação de interesse público promove a reflexão e a ação do indivíduo por meio de interpretação própria e consciente dos dados apresentados. A interação estabelece o envolvimento “com a criação de produtos, serviços, ambientes e situações que permitam estimular e viabilizar o acesso, a compreensão, cooperação, participação e crítica”. (Idem). A ouvidoria social está ligada ao interesse em manter contato com a opinião pública, procurando atender às expectativas e demandas da sociedade.

Para garantir o sucesso do empreendimento, a comunicação deve, necessariamente, ser assumida com visão global, papel estratégico, planejamento, ação integrada, e visão de longo prazo. É obrigação

dos agentes públicos, em particular dos profissionais de comunicação, encontrar as maneiras adequadas de fazer a informação circular e chegar aos interessados. (DUARTE, 2009, p. 5)

Para conseguir êxito no processo prático da comunicação pública é preciso seguir alguns passos. Segundo Pierre Zémor (1995), todas as instituições que almejam fazer uso da comunicação pública devem desenvolver as seguintes ações: informar a sociedade sobre todos os fatos; ouvir as demandas dos cidadãos; incitar o debate e a participação política da população; fortalecer as relações sociais; acompanhar as mudanças; alimentar o conhecimento cívico. Essas ações procuram estabelecer o diálogo com a sociedade sobre assuntos de interesse coletivo.

Partindo da mesma premissa, Juan Camilo López (2011) adverte que a comunicação só pode ser avaliada como pública se for inclusiva e participativa. Ele divide a comunicação pública em cinco dimensões:

1. Política: quando está demarcada por processos comunicativos relacionados com a construção de bens públicos e propostas políticas. É conhecida como “comunicação política”, mas se inscreve claramente no marco mais amplo da comunicação pública.
2. Midiática: quando ocorre no cenário dos meios, mesmo que seja para desencadear processos culturais por meio do entretenimento, mas, sobretudo, quando está orientada para a gestão de informação e criação de agenda pública. O jornalismo de advocacia, o jornalismo público, o jornalismo cívico são propostas de comunicação pública no plano midiático, como ocorre também com o amplo panorama que se descortina com a irrupção das redes sociais no mundo contemporâneo (...).
3. Estatal: quando tem a ver com interações comunicativas entre governo e sociedade. Esta é a dimensão que costuma predominar no imaginário coletivo ao se utilizar a expressão “comunicação pública”, devido ao lugar comum que supõe ser público somente aquilo que se relaciona com as instituições públicas ou governamentais. A comunicação estatal é comunicação pública não porque se dá a partir de uma instituição pública, mas porque, pela própria definição, corresponde ao que envolve todos os atores sociais e remete ao interesse comum representado pelos governos.
4. Organizacional: contrariamente à suposição de que “público” somente diz respeito ao governo, se entendemos que uma organização privada é um cenário no qual circulam mensagens e interesses de grupos que lutam por predominar e impor seus sentidos, é claro que em seu interior há uma “esfera pública” particular. A população e uma organização é o conjunto de integrantes, sendo ela marcada por compreensões, imaginários, códigos de comportamento, práticas, instâncias e benefícios de interesse coletivo. (...)

5. Da vida social: são todas aquelas interações comunicativas, espontâneas ou não, dos movimentos e das organizações sociais, nos quais interagem grupos ou coletividades e se jogam apostas de interesse público e coletivo. (JARAMILLO LÓPEZ, 2011, *apud* ROSSO *et al.*, 2012).

Brandão divide a comunicação pública em cinco concepções diferentes: 1) Comunicação Organizacional, 2) Comunicação Científica, 3) Comunicação Estado e/ou Governamental, 4) Comunicação Política e 5) Estratégias de Comunicação da sociedade civil organizada. (BRANDÃO, 2009).

A Comunicação Organizacional está relacionada à comunicação realizada nas organizações, possibilitando a construção positiva da identidade e imagem da empresa frente aos seus públicos de interesse. A Comunicação Científica feita pelos órgãos científicos procura aproximar a ciência do cidadão, garantindo o acesso às informações relevantes para o exercício efetivo da cidadania. A Comunicação Estado e/ou Governamental serve para o governo, de modo legítimo, prestar contas para a opinião pública sobre todos os projetos, ações e atividades políticas desenvolvidas. A Comunicação Política também chamada de marketing político se comunica a partir de táticas publicitárias para alcançar a opinião pública de forma rápida. As estratégias da Comunicação da sociedade civil organizada são desenvolvidas pela própria comunidade e movimentos populares. Segundo Elizabeth Brandão, também podemos chamar essas estratégias de Comunicação Comunitária ou Alternativa.

São práticas e formas de comunicação desenvolvidas pelas comunidades e pelos membros do Terceiro Setor e de movimentos populares e que também são denominadas por Comunicação Comunitária ou Alternativa. Nesta acepção, entende-se a prática da comunicação a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade. (BRANDÃO, 2009, p. 8)

Os principais sujeitos do processo da comunicação pública são apontados no modelo desenvolvido por Jorge Duarte (2011). Os agentes voltados unicamente para o interesse público são relacionados pelo autor: Poder Executivo, Poder Legislativo, Poder Judiciário, organizações não governamentais – ONGS, partidos

políticos e governo. Duarte também considerou os sujeitos que estão direcionados tanto ao interesse público como ao interesse privado: os cidadãos, a imprensa, as empresas e as entidades representativas.

A Comunicação Pública ocorre no espaço formado (veja quadro) pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. (DUARTE, 2006, p. 2)

A ilustração de Duarte foi adaptada (FIGURA 1) para visualizar o objeto deste estudo. Nele é possível compreender o Programa Justiça no Bairro como parte integrante do Poder Judiciário, uma vez que o programa faz parte do Tribunal de Justiça do Paraná.

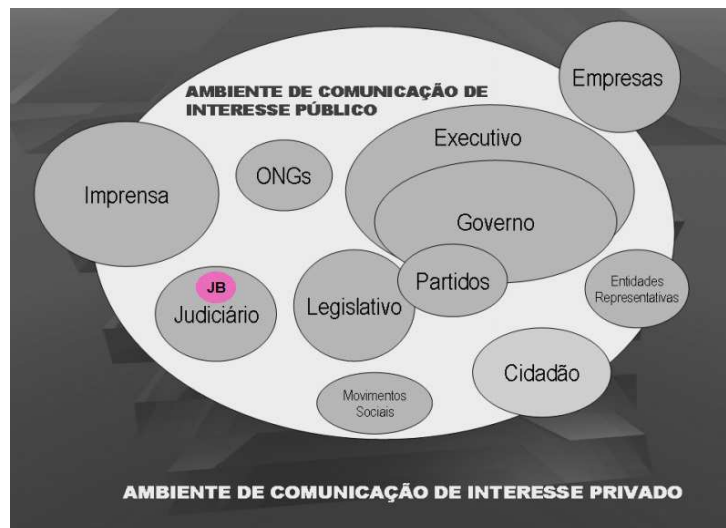


FIGURA 1 – MODELO DE CAMPO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA. ADAPTAÇÃO DA AUTORA.

FONTE: DUARTE (2011)

O JB, como parte do Tribunal de Justiça do Paraná, está localizado dentro do círculo, que é regido pelo interesse coletivo.

A comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionados a temas de interesse coletivo. O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em

certas circunstâncias, às ações privadas. A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública. (DUARTE, 2006, p. 3)

Embora não haja consenso sobre o conceito de comunicação pública, reproduzimos o quadro (TABELA 1) de conceitos desenvolvido por Gisele Rosso (2012). O quadro ajuda a refletir sobre as diversas definições e perceber que em todas elas o elemento principal é o interesse público.

Autor	Comunicação pública: conceitos
Pierre Zémor (1995)	Aquele legitimada pelo interesse público, centrada no cidadão.
Jorge Duarte (2011)	Deve viabilizar o direito social individual e coletivo à informação, à expressão, ao diálogo e à participação. O desafio da comunicação pública é colocar a perspectiva, sobretudo, no interesse público, na sociedade.
Maria José da Costa Oliveira (2004)	(...) assume o desafio de promover a educação com fim social, aproximar os diferentes setores, e desenvolver instrumentos de prestação de contas, informação e conscientização junto à sociedade. (...) tem o papel de servir de interlocutora entre os diferentes entes sociais, em prol do interesse público. (OLIVEIRA, 2004, p. 199)
Graça França Monteiro (2009)	A singularidade não está no emissor, mas na mensagem transmitida: de interesse público. Além disso, o objetivo não é apenas informar, mas "(...) qualificar o cidadão para exercer seu poder de voto e de veto nas questões que dizem respeito à coletividade".
Heloiza Matos (2009)	Os cidadãos são vistos como "produtores ativos no processo". Para que a interlocução entre esses atores aconteça "é preciso criar espaços de discussão e deliberação sobre temas políticos e

	sociais, espaços capazes de viabilizar a formulação de demandas e sua consequente repercussão no governo, na sociedade e na mídia” (MATOS, 2011, p. 45).
João Roberto Vieira da Costa (2006) e Ricardo Mello (2004)	Adotam a expressão comunicação de interesse público, contextualizando de forma mais abrangente o sentido de “público”, muito além da comunicação governamental, incluindo o universo estatal, privado e o terceiro setor.
Costa (2006)	As ações de comunicação têm como beneficiário direto a sociedade ou parte dela. O objetivo principal é “levar uma informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo” (COSTA, 2006, p. 20).
Mello (2004)	Estabelecer, fortalecer e consolidar mecanismos e espaços de participação. O autor integra interesse público às noções de espaço público e cidadania, e questiona a comunicação governamental realizada para construção da imagem e divulgação de informações oficiais. Aponta a necessidade de ir além e ampliar a visão instrumental da comunicação.

TABELA 1 – RESUMO DOS CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA. FONTE: GISELE ROSSO (2012)

2.2 INTERESSE PÚBLICO E ESFERA PÚBLICA

Quando se trata de comunicação pública, existem algumas conceituações chaves para compreender todas as questões pertinentes à cidadania. Dentre essas conceituações está o interesse público e a esfera pública, que serão brevemente abordados nesse subcapítulo.

Para alguns estudiosos, como Celso Antônio Bandeira de Mello (2005), o interesse público pode ser entendido como interesse comum. Ele define interesse público como:

O interesse resultante do conjunto de interesses que os indivíduos pessoalmente têm quando considerados em sua qualidade de membros da sociedade e pelo simples fato de o serem. (MELLO, 2005, p. 51).

Pensar em interesse público remete ao Direito, já que o termo tem suas raízes no Direito Administrativo, que classifica como:

O interesse público primário é o verdadeiro interesse a que se destina a Administração Pública, pois este alcança o interesse da coletividade e possui supremacia sobre o particular, já no que diz respeito ao interesse público secundário este visa o interesse patrimonial do Estado. Este interesse secundário, explica, por exemplo, a demora do Estado no pagamento dos precatórios uma vez que ele (Estado) está defendendo seu próprio interesse. (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988, artigo 100)

Como apontado anteriormente, o interesse público (primário) não caracteriza necessariamente como interesse do Estado (secundário), uma vez que o interesse público é um instrumento de realização para o Estado. Tampouco, pode ser entendido como o interesse da maioria, já que essa afirmação vai contra o princípio do Estado democrático, colocando sob ameaça o interesse das minorias, que ficariam marginalizadas.

Em 1960, foi realizado um projeto de pesquisa sobre o interesse público patrocinado pela Associação Filosófica Americana. O estudioso Wayne Leys (*apud* FRIEDRICH, 1964, p. 141) compilou em dois principais conceitos as conclusões alcançadas pela pesquisa:

- Sentido formal, qualquer que seja o objetivo de uma ação governamental devidamente autorizada, o interesse público manifesta-se nas decisões geradas pela intenção ou vontade do governante. Trata-se de uma concepção utilitária ou agregativa que, nos efeitos, eleva ao máximo os interesses particulares.

- Sentido substantivo, localizado no objeto que deve ser procurado na ação governamental.

Nas duas conceituações o poder público destaca-se como principal construção. Quando apreendemos que o mesmo Estado que representa o povo e as informações que circundam o interesse público, é também o que menospreza tais informações. Marçal Justen Filho (2005) aponta que o interesse público envolve uma questão ética, não técnica.

Há demandas diretamente relacionadas à realização de princípios e valores fundamentais, especialmente a dignidade da pessoa humana... O ponto fundamental é a questão ética, a configuração de um direito fundamental. Ou seja, o núcleo do direito administrativo não reside no interesse público, mas nos direitos fundamentais. (FILHO, 2005, p. 43-44)

O conceito de esfera pública foi elucidado pelo filósofo alemão Jürgen Habermas (1962). Ele propõe o conceito de esfera pública deliberativa, que não tem uma definição única por estar em uma constelação de conceitos correspondentes envoltos no contexto histórico e social. Podemos compreender a esfera pública a partir da visão de sua função sociológica das práticas sociais. (LUIZ REPA, 2013)

Esfera ou espaço público é um fenômeno social elementar do mesmo modo que a ação, o ator, o grupo ou a coletividade; porém, ele não é arrolado entre os conceitos tradicionais elaborados para descrever a ordem social. A esfera pública não pode ser entendida como uma instituição, nem como uma organização, pois ela constitui uma estrutura normativa capaz de diferenciar entre competências e papéis, nem regula o modo de pertença a uma organização, etc. Tampouco ela constitui um sistema, pois mesmo que seja possível delinear seus limites internos, exteriormente ela se caracteriza através de horizontes abertos, permeáveis e deslocáveis. A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e *opiniões*; nela os fluxos comunicativos são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em *opiniões públicas* enfeixadas em temas específicos. Do mesmo modo que o mundo da vida tomado globalmente, a esfera pública se reproduz através do agir comunicativo, implicando apenas o domínio de uma linguagem natural; ela está em sintonia com a *compreensibilidade geral* da prática comunicativa cotidiana. Descobrimos que o mundo da vida é um reservatório para intenções simples; e os sistemas de ação e de saber especializados, que se formam no interior do mundo da vida, continuam vinculados a ele. Eles se ligam a funções gerais de reprodução do mundo da vida (como é o caso da religião, da escola e da família), ou a diferentes aspectos de validade do saber

comunicado através da linguagem comum (como é o caso da ciência, da moral e da arte). Todavia, a esfera pública não se especializa em nenhuma destas direções; por isso, quando abrange questões politicamente relevantes, ela deixa ao cargo do sistema político a elaboração especializada. A esfera pública constitui principalmente uma estrutura comunicativa do agir orientado pelo entendimento, a qual tem a ver com o *espaço social* gerado no agir comunicativo, não com as *funções* nem com os *conteúdos* da comunicação cotidiana (HABERMAS, 1992, p. 435-36).

Para a filósofa Hannah Arendt (1978) a esfera pública é a condição e possibilidade de apropriação por parte do homem na realidade das coisas. Dois fenômenos correlatos surgem, mas não necessariamente idênticos. Ou seja, tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível, desde que esses fenômenos sejam transformados, desprivatizados e desindividualizados, de modo a se tornarem adequadas as divulgações e aparições públicas. (ADEODATO, p. 116 *apud* VALLADARES, *et al.* 2009)

A esfera pública pode ser melhor descrita como uma rede para comunicar informações e pontos de vista; os fluxos de comunicação são, no processo, filtrados e sintetizados de tal forma que se aglomeram em feixes de opiniões públicas tematicamente especificadas. Do mesmo modo que o mundo da vida como um todo, a esfera pública também reproduzida por meio da ação comunicativa, para qual o domínio da língua natural é suficiente; esta é configurada para a compreensão geral na prática comunicativa cotidiana. (HABERMAS, 1984, p. 92)

Uma das definições de Hannah está relacionada com a esfera pública e a mídia. Para ela as mídias de massa são palanque para a esfera pública se manifestar, sendo capaz de atingir toda a sociedade por meio dos canais de comunicação. No entanto, para Hannah, esta relação também se apresenta como uma esfera das aparências.

Arendt (1978) propõe uma diferenciação entre esfera pública e esfera privada. Colocando a esfera pública como o espaço da palavra e da ação. E esfera privada como as necessidades do indivíduo no que tange sua sobrevivência, suas necessidades biológicas.

Se o mundo deve conter um espaço público, não pode ser construído apenas para uma geração e planejado somente para os que estão vivos: deve transcender a duração da vida de homens mortais. Sem essa transcendência para uma potencial imortalidade terrena, nenhuma política, no sentido restrito do termo, nenhum mundo

comum e nenhuma esfera pública são possíveis. Pois diferentemente do bem comum tal como o cristianismo o concebia, a salvação da alma do indivíduo como interesse comum a todos, a esfera pública é aquilo que adentramos ao nascer e que deixamos para trás quando morremos. Transcende a duração de nossa vida tanto no passado quanto no futuro (ARENDR, 1995, pg 65)

A questão levantada por Arendt vai servir como suporte para entendermos melhor como o profissional de relações públicas está ligado diretamente ao desenvolvimento do bem comum, fazendo uma relação com nosso objeto de pesquisa, o Projeto Justiça no Bairro.

3 RELAÇÕES PÚBLICAS: AGENTE TRANSFORMADOR DA CIDADANIA

Ao partir da discussão a cerca dos conceitos de cidadania e comunicação pública, este capítulo pretende destacar o papel fundamental do profissional de relações públicas nesse cenário. O referido profissional está capacitado a interagir com diversos públicos, adaptando-se às condições de cada um e construindo soluções diante de impasses.

A organização (pública, privada ou do terceiro setor) é um sistema aberto que interage no ambiente onde está inserida, atuando, influenciando e, paralelamente, reagindo e sendo influenciada, provocando mudanças, mas ao mesmo tempo se adaptando a elas. Para isso, precisa adquirir a mobilidade, a flexibilidade e a competência necessárias ao relacionamento com os diversos públicos que emergem ou se reestruturam no novo cenário. (OLIVEIRA e NADER, 2006, p. 101).

As relações públicas são importantes para a promoção de práticas cidadãs, mas para Oliveira e Nader (2006) a profissão ainda está muito voltada para a área operacional, restringindo-se a uma análise do microambiente das organizações. Os autores ainda destacam que há uma resignação profunda ao macro ambiente social, político, econômico e ambiental. (OLIVEIRA e NADER, 2006).

A busca dessa solidariedade em contraponto às normas rígidas e burocratizadas justifica-se quando Matos (1999) afirma que há um abismo entre o círculo de tomada de decisões políticas e o homem comum, um afastamento entre profissionais de comunicação, os políticos e as elites do resto da sociedade, não apreendendo o funcionamento da vida democrática. Esse abismo descrito por Matos está claro em seu artigo (2007), quando a autora defende que a comunicação pública é uma vertente da comunicação política com natureza política e de mercado. Mesmo que consideremos inegável essa “natureza”, entendemos que essa visão continua agregando valores instrumentais e de persuasão a um conceito em construção que emerge justamente no sentido de transpor essas fronteiras. (KEGLER, 2008, p. 11)

No entanto, a estrutura atual das organizações assume importantes posições no estabelecimento do relações públicas para a manutenção da cidadania. Ao intensificar o diálogo entre os diferentes setores e a preocupação em estimular questões que norteiam o interesse público aumenta o clamor por debates na esfera

pública. Atualmente, percebemos um maior consenso sobre a necessidade da condução para esse tipo de debate. O empenho em analisar o aumento do diálogo entre os diferentes setores da esfera pública representa uma abertura para a ampliação da cidadania.

O olhar linear, cada vez mais e passa a se comportar o processo de análise dos sistemas dinâmicos e abertos que são as organizações de hoje. Sabemos que as práticas profissionais de Relações Públicas, muitas vezes, são representadas por ações rotineiras e lineares de comunicação. Porém, a nosso ver, o atual momento é de muitas reflexões para a área de RP sobre seus próprios conceitos e teorias. Esse tencionamento pode indicar inovações e apropriações do papel que se espera do profissional e da comunicação pública atualmente, de modo que ambas cumpram com o seu verdadeiro papel social: o de envolver emissor e receptor em um diálogo aberto e democrático, em que a estratégia de gestão da organização pública seja aberta e construída com base em princípios sociais e éticos. (KEGLER, 2008, p. 14-15)

A prática cotidiana prova que a mídia tem crescente influência nas discussões de interesse público. Mas o que acontece quando o relações públicas assume como um dos principais agentes na propagação midiática da comunicação pública?

Para Hélio Matar (2003), presidente do Instituto Akatu, a grande mudança está em sair da era do produto para a era das relações: 'A grande mudança é sair da época do paradigma do produto e entrar na época do paradigma das relações – com funcionários, fornecedores, consumidores, meio ambiente, comunidade, governo, concorrentes, sindicatos e a sociedade. Isso tem muito a evoluir para todas as portas do mundo'. (NADER E OLIVEIRA, 2006, p. 102)

3.1 RELAÇÕES PÚBLICAS: ELO ENTRE MÍDIA, IDENTIDADE E IMAGEM

Para Jorge Duarte, “um dos principais atores no campo da comunicação pública é a imprensa. Ela estabelece espaço público indispensável de informação, debate e formação da opinião na democracia contemporânea”. (DUARTE, 2009, p. 4)

Ainda que exerça esse papel indispensável para o desenvolvimento da comunicação pública, os meios de comunicação de massa não têm capacidade de introduzir o debate na sociedade. Seu impacto, principalmente devido ao formato, é superficial e limitado.

[...] a amplitude do direito à comunicação muitas vezes é reduzida à tese de que “o cidadão precisa ser informado”, assumindo-o simples receptor e não reconhecendo sua capacidade de ser emissor, produtor de informações e agente ativo na interação”. (DUARTE, 2009, p. 4)

E para mudar perspectiva superficial que existe na relação mídia-sociedade, o relações públicas trabalha para estabelecer um contato mais profundo.

Logo entendemos que um primeiro passo seria construir uma cultura de relacionamento, na qual os cidadãos se entendam como sujeitos comunicantes no processo de comunicação pública. Após esse passo inicial, buscar construir ações estratégicas de diálogo que visassem o interesse público, de forma que o que foi debatido transcendesse os limites dos meios técnicos e, como uma ambiência, aos poucos se transformasse em políticas públicas. (KEGLER, 2008, p. 14)

Portanto, é evidente que não podemos colocar a comunicação pública em um patamar de simples disseminadora de informação. O diálogo com a sociedade é primordial e os meios utilizados para que esse diálogo ocorra e possa ser absorvido ao máximo por ambos os lados é imprescindível.

Reduzir a comunicação aos canais de distribuição de informação tem sido insuficiente de forma geral, mas é especialmente problemático para o campo da comunicação pública. O desafio é viabilizar a esfera pública ampla, isto é, o desafio é implementar vias materiais e imateriais de troca de informação que sejam, ao mesmo tempo, acessíveis, amigáveis e universais. Isto não deveria incluir apenas os suportes tecnológicos e midiáticos, mas igualmente outros compatíveis e abertos ao ambiente da comunicação pública. (MATOS, 2007, p.52-53).

No empenho em analisar os objetivos da comunicação pública dentro esfera pública não se pode dissociar da postura das organizações (Estado, empresas e ONGs) com relação às suas atribuições. Na lógica de trabalho

do relações públicas com a mídia diversos fatores são fundamentais para o desenvolvimento da cidadania, como a compreensão de significados de identidade e de imagem, suas nuances e suas peculiaridades.

Para além de uma manifestação visual, Justo Villafañe (1999) defende a identidade de uma organização por uma concepção dinâmica baseada em três eixos: 1) Eixo vertical: a história da organização é a primeira propriedade definidora da identidade corporativa. De caráter permanente, o histórico é fundamental para a compreensão de uma organização; 2) Eixo horizontal: o projeto empresarial corresponde ao segundo componente estrutural. De natureza mutável, determina as metas que a organização deve seguir para satisfazer suas necessidades e convém adaptar-se conforme as circunstâncias envolvidas; 3) Eixo transversal: a cultura organizacional é o terceiro componente estrutural de identidade, ligada ao passado e ao presente simultaneamente. (KLAFKE, 2008)

Para Jorge Sousa (2004), uma imagem resultante de ações espontâneas pode resultar positivamente para organização. No entanto, esse tipo de construção pode ser perigosa. Sousa acredita que a imagem deve ser controlada por meio de práticas comunicacionais, e que isso não denota uma imagem maquinada. Por esse motivo essa imagem deve ser um reflexo real do que é a organização realmente, sua identidade.

Jaqueline Kegler (2008) aponta duas questões pertinentes à atividade dos Relações Públicas e a mídia:

Vamos ao primeiro ponto: a visão predominante de comunicação nas instituições públicas é realmente a midiática, pois o objetivo geral é a persuasão. Essa comunicação sempre existirá; porém, não tem atendido à demanda atual dos cidadãos e das próprias instituições em busca de legitimidade. No entanto, as mídias hoje não se limitam às técnicas unidirecionais de comunicação e podem abarcar a relação de comunicação entre o Estado e cidadãos.

O segundo ponto que nos chama atenção é a realização de eventos como atividade tradicional, das Relações Públicas nas instituições. Porém, o que não é reconhecido é que os eventos, por terem a participação física dos cidadãos, poderiam ser a primeira ação a ser explorada estrategicamente com vistas a uma efetiva comunicação pública. Mas, os próprios profissionais, assim como as atribuições do cargo de RP e a citação acima se contentam em “construir imagem”.

A “construção da imagem” ocorre, muitas vezes, em detrimento do interesse público, pois é inegável a influência e o direcionamento dos

conteúdos e das formas de dar visibilidade que deixam o interesse institucional superar o interesse público. (KEGLER, 2008, p. 9)

Entende-se que imagem é como percebemos as coisas, não como elas são de fato. A maneira como um público enxerga uma organização, não é necessariamente a realidade. Segundo Kunsch (1997) para uma organização ter uma imagem positiva precisa manter alinhado diante de seus públicos os valores, a missão e os conceitos bem caracterizados. Todas essas características juntas vão definir a identidade e conseqüentemente a imagem real que os públicos terão das organizações. "Não se pode dissociar a imagem do produto do conceito da empresa" (GIANGRADE, 2003, p.142).

No próximo subcapítulo faremos uma abordagem sobre a atuação do relações públicas na comunicação pública e como esse profissional pode transformar e contribuir com a sociedade.

3. 2 AS NOVAS PRÁTICAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS SOB A ÓTICA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O profissional de relações públicas inserido no ambiente público vai além das questões de imagem e reputação. À luz da Comunicação Pública o foco é no cidadão, promovendo uma readequação dos discursos dos órgãos públicos para atender as demandas da sociedade, que por sua vez, está mais atenta à comunicação dos órgãos públicos.

Com a mudança no foco da comunicação dos órgãos públicos, agora, voltada para os cidadãos, podemos perceber uma crescente valorização do rp no setor público. Que irá articular o diálogo com todos os interessados, a partir da comunicação integrada, fazendo com que as ações pretendidas não se atenham apenas a um nicho.

A atuação do relações públicas no primeiro setor nunca foi tão importante quanto na atualidade. Estabelecer um elo de comunicação eficiente com a sociedade é de suma importância para

qualquer área governamental [...]. Informações quanto aos deveres e direitos dos cidadãos são imprescindíveis. [...] É o profissional mais bem preparado para trabalhar a comunicação dirigida à sociedade como um todo e a cada indivíduo em particular. Se por muito tempo a atuação do profissional não foi devidamente valorizada, hoje se reconhece sua grande importância. A oportunidade se apresenta única e cabe a todos nós, profissionais da área, buscarmos nosso espaço, mostrando que fazemos a diferença. (SANCHES, Relações Públicas do IPMet – Unesp de Bauru, 2012, entrevista)

Como apontou Sanches, o relações públicas é o profissional capacitado para desempenhar uma função estratégica dentro de uma organização pública, a fim de articular informações e mensagens para o desenvolvimento da cidadania e articular o diálogo na esfera pública.

Nesse sentido infere-se que a atividade de Relações Públicas se projeta numa ação refletida, consciente e transformadora, na medida em que aplicada a interdisciplinaridade, dentro do suporte comunicacional, na relação organização-público e seus intrínsecos conflitos. No desempenho de suas funções e atividades específicas, esse profissional coopera para o cumprimento dos objetivos e comprometimento social das organizações. Pois na sociedade global contemporânea as organizações possuem metas e obrigações que vão além da sua posição mercadológica e de obtenção de lucro. (OLIVEIRA, 2011, p. 7).

Segundo Kunsch (1997) as organizações podem ser chamadas de *unidades sociais*, onde o relações públicas exerce papel estratégico para o desenvolvimento da cidadania. Ao ultrapassar os limites organizacionais podemos praticar técnicas comunicacionais para mudar a sociedade, podemos chamar essa teoria de Relações Públicas Comunitárias. (OLIVEIRA, 2011)

Deixemos claro, de início, que relações públicas comunitárias autênticas são muito mais do que um trabalho “para” a comunidade, nos moldes tradicionais, por meio de ações sociais paternalistas. Elas pressupõem uma atuação interativa, em que o profissional é, antes, um articulador e um incentivador, mais do que um simples transmissor de saberes e aplicado de técnicas aprendidas na universidade. Ele não deve ser um mero “consultor”, que não vivencia as necessidades da comunidade. As relações públicas comunitárias implicam sua participação “na” comunidade, dentro dela e em função dela. Melhor ainda será se ele for um “agente orgânico” surgido no seio da própria comunidade (KUNSCH, M; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007, p. 173).

O relações públicas pode contribuir para a transformação social a partir da promoção da cidadania, fomentando discussões sobre questões de interesse público, levando essas demandas aos órgãos competentes, utilizando instrumentos de comunicação.

Havendo cidadania, haverá desenvolvimento social. Cidadania quer dizer participação, nos seus múltiplos sentidos e dimensões, incluindo a cidadania cultural, que garante o direito á liberdade de expressão e de acesso aos bens culturais. (PERUZZO, 2007, p. 52)

O fenômeno comunicacional indica envolvimento da comunidade, onde eles são como protagonistas do conteúdo. Até mesmo aquela comunicação de mão única pode ser eficaz no desenvolvimento social, mesmo que os resultados não sejam tão satisfatórios. Na concepção de Peruzzo (2007), toda mídia possui papel central no avanço da democratização da informação e no debate sobre questões contemporâneas.

O poder de comunicação, até há pouco tempo extremamente centralizado e controlado pelos setores dominantes da sociedade, passa a ser democratizado, embora não represente ruptura na estrutura de grande mídia. A inclusão de novos atores e novas mídias representa uma mudança relevante. (PERUZZO, 2007, p. 53)

Os órgãos institucionais e a sociedade civil na busca do bem comum, como uma sociedade mais justa e igualitária, deverão trabalhar juntos para que as demandas sociais sejam atendidas.

Neste Trabalho de Conclusão de Curso, a intenção é mostrar que o Projeto Justiça no Bairro, por meio das atividades desenvolvidas, traz atendimento digno e de qualidade a população de baixa renda e excluídos dos círculos sociais, inserindo esses indivíduos no contexto social, dando-lhes a condição de cidadãos.

4 JUSTIÇA NO BAIRRO: JUSTIÇA PARA TODOS

Criado em 2003 por Joeci Camargo, como destacado anteriormente, o Projeto Justiça no Bairro surgiu para promover entre cidadãos com baixo poder aquisitivo o acesso à justiça. A partir da necessidade de atender o referido público, bem como a de aliviar as quatro Varas de Família existentes em Curitiba no ano de 2003, surgiu a ideia do Justiça no Bairro, proporcionando de forma digna assistência judicial necessária.

Em entrevista com a desembargadora Joeci Machado Camargo, ela explanou sobre o significado da logo (FIGURA 2) do Projeto Justiça no Bairro:

Primeiro, não existe diferença entre as pessoas, todos são iguais perante a lei, por isso os bonecos não têm rosto, definição de raça ou de credo. Segundo, fazer justiça com amor, com alegria e construir a felicidade das pessoas, percebe como os bonecos estão felizes, altivos. E isto pode ser feito de diversas maneiras! Através dos casamentos, unindo duas pessoas que se amam; do divórcio, permitindo que aqueles indivíduos sigam suas vidas com dignidade; no reconhecimento de paternidade, dando a criança a felicidade e o direito de ter o nome do pai na sua certidão de nascimento. Enfim, são inúmeras formas que nós temos de construir a felicidade. Nosso mote é proibido dizer não, temos que arranjar uma solução. (CAMARGO, 2016)



FIGURA 2 – LOGO DO PROJETO JUSTIÇA NO BAIRRO. FONTE:SITE TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ

O JB foi criado dentro do Tribunal de Justiça do Paraná a partir do *Decreto Judiciário Nº 039 – D.M*, publicado em 25/03/2003, conforme anexo 1, e um aditamento para o Núcleos de Conciliação em 25/11/2015, conforme anexo 2¹.

A primeira atuação do Projeto foi no dia 29 de março de 2003, quando é comemorado o aniversário da cidade de Curitiba. Na época o JB contou com a parceria da Prefeitura de Curitiba, Ministério Público do Paraná, Defensoria Pública do Paraná², instituições de ensino superior e instituições privadas. No ano da sua implementação o Justiça no Bairro realizou 14 dias de eventos, com 1.822 audiências consensuais e um total de 20.000 atendimentos. Em 2005, o projeto expandiu-se para o interior do Estado. O primeiro evento foi em Piraquara, Região Metropolitana de Curitiba e o segundo em Foz do Iguaçu.

Os serviços prestados são dirigidos para a população com renda máxima de 3 salários mínimos por pessoa, por isso é necessário apresentar comprovante de renda. Também são solicitados outros documentos, como comprovante de endereço, RG, CPF, certidão de nascimento, de casamento e atestados que comprovem determinada doença para casos de interdição.

O JB é um projeto de Responsabilidade Social do Poder Judiciário do Estado do Paraná, que em parceria com empresas públicas e privadas, prefeituras locais, Cartórios de Registro Civil, Exército Brasileiro, Instituto de Identificação, Laboratório DNALab, Copel e ICI, atende a população vulnerável economicamente, trazendo solidariedade e garantia da cidadania.



FIGURA 3. JUSTIÇA NO BAIRRO – JUSTIÇA ITINERANTE PINHAIS 2016. FOTO: AUTORA

O Justiça no Bairro desde a sua criação conseguiu atingir o seu objetivo, desburocratizando, descentralizando e aproximando a justiça do cidadão. Para somar esforços, também foram criados em 2003 o Núcleo de Conciliação das Varas de Família e os Polos de Conciliação, além do Justiça Itinerante.

O Projeto Justiça no Bairro proporciona a conciliação à demanda reprimida, desde que os casos sejam consensuais e com a presença das partes envolvidas com imediata solução para os assistidos. Quando se trata de questões litigiosas são concedidas informações jurídicas e/ou propositura de ação.

Os atendimentos prestados pelo projeto são na área de Família: divórcio, pensão alimentícia, guarda e responsabilidade, reconhecimento de paternidade e maternidade, DNA, reconhecimento e dissolução de união estável, regulamentação de visitas, entre outros. Também são realizados atendimentos quanto a registros públicos em ações de retificação de registro civil e interdição no âmbito cível. Todos os serviços prestados pelo JB são gratuitos, com exceção do exame de DNA, cujo valor é R\$220,00.

O projeto é dividido em três frentes distintas, Núcleo de Conciliação das Varas de Família, Polos Avançados de Conciliação e Justiça Itinerante, mas neste

trabalho de conclusão de curso tem como objeto de pesquisa o Justiça Itinerante (Eventos).

Segundo levantamento realizado pela coordenadora do projeto, a desembargadora Joeci Machado Camargo e seus colaboradores, em 2015 foram em todo Estado do Paraná 351.622 atendimentos; 1.951 casamentos; 12.529 audiências.



FIGURA 4. LINHA DO TEMPO 2003/2015 – ABRANGÊNCIA/ATENDIMENTOS. FONTE: RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2015 JUSTIÇA NO BAIRRO

4. 1 NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO DAS VARAS DE FAMÍLIA

O Núcleo de Conciliação foi instalado em 20 de maio de 2003 pelo Poder Judiciário do Paraná (decreto judiciário 39/2003), situado no prédio das Varas de Família de Curitiba. Com o propósito de incentivar a conciliação das questões judiciais, é possível encontrar uma solução para o conflito. Quando acordos são concretizados, a demanda dos processos em trâmite na justiça convencional diminui consideravelmente.

De acordo com o Relatório de Atividades – 2015 o Núcleo de Conciliação das Varas de Família, no ano de 2015, realizou 5.750 audiências, já excluídas

aquelas em que as partes não compareceram, obtendo como resultado com mais de 70% de acordo formalizados (TABELA 2).

AUDIÊNCIAS NÚCLO	
AUSÊNCIA DAS PARTES	1918
AUDIÊNCIAS INFRUTÍFERAS	792
DNA	64
REDESIGNADA	1013
ACORDOS	1914
EXTINÇÃO	49
TOTAL	5750

TABELA 2. TOTAL DE AUDIÊNCIAS NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO. FONTE: RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2015 – JUSTIÇA NO BAIRRO.

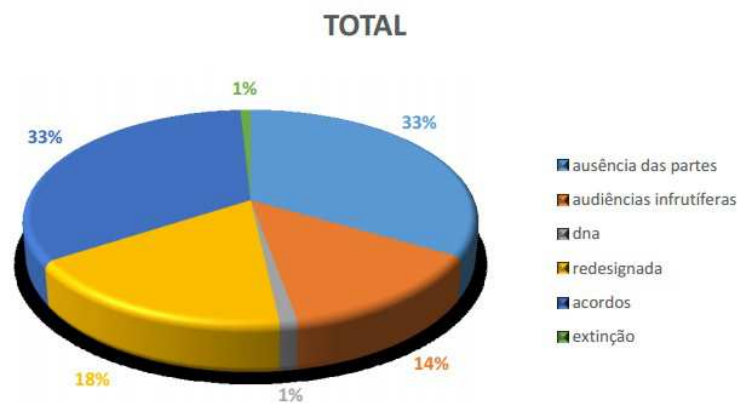


FIGURA 5. GRÁFICO DO TOTAL DE AUDIÊNCIAS NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO. FONTE: RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2015 – JUSTIÇA NO BAIRRO.

O Gráfico 5 apresenta a totalidade dos atendimentos realizados pelo Núcleo de Conciliação no ano de 2015 (audiências das partes, audiências infrutíferas, DNA, resignadas, acordos e extinção). Resultando em 5.750 atendimentos.



FIGURA 6. GRÁFICO DAS AUDIÊNCIAS EFETIVAS NÚCLEO DE CONCILIAÇÃO. FONTE: RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2015 – JUSTIÇA NO BAIRRO.

O Gráfico 6 apresenta a soma dos itens Audiências das Partes e Audiências Infrutíferas, desta soma foram divididas entre Acordos, Infrutíferas e DNA. Corroborando na porcentagem que expõe o gráfico.

Juntamente ao Núcleo de Conciliação está também o Centro de Atendimento e Conciliação, estrutura permanente do JB. O Centro de Atendimento e Conciliação atende a população antes de ingressar em um processo litigioso para tentar, amigavelmente, estabelecer seus interesses com a homologação do acordo pelo Judiciário. O Centro conta com a atuação de juízes, promotores, psicólogos e peritos que viabilizam a entrega da prestação jurisdicional.

Segundo o Relatório de Atividades 2015, os atendimentos no Centro de Atendimento e Conciliação culminaram em 3.528 sentenças.

De acordo com o relatório “Justiça em Números 2015”, no ano de 2014 a Justiça Estadual do Paraná teve um total de despesas de R\$1.884.504.300,00 e um total de 4.086.878 processos, sendo 1.117.735 novas ações distribuídas durante aquele ano, e 2.969.143 de ações represadas. Extrai-se de tais dados que cada ação representa ao Poder Judiciário um custo anual médio de R\$461,11. (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Justiça em números 2015: ano-base 2014, 2015, p. 62, 146 e 147).

Analisando os dados relatados acima, podemos concluir que as 3.528 sentenças homologatórias de acordo realizadas no Justiça no Bairro evitaram o dispêndio de R\$1.626.796,08 pelo Poder Judiciário, já que cada processo teria o

custo anual de R\$ R\$461,11. Isto, claro, considerando que cada uma das ações tramitaria apenas por um ano.

4. 2 POLOS AVANÇADOS DE CONCILIAÇÃO

O Polo de Conciliação funciona junto aos Núcleos de Prática Jurídica das universidades de Direito como forma do judiciário participar do despertar da solidariedade, com responsabilidade na formação do bacharel em Direito.

O primeiro Polo foi instituído na Universidade Federal do Paraná, em agosto de 2003, mais de estava presente em outras universidades da capital. A iniciativa teve como proposta a utilização da estrutura dos escritórios modelos ou Núcleo de Prática Jurídica.

É importante destacar que os Polos realizam uma oficina de conhecimento para que o aluno possa construir, passo a passo, o Direito. Atualmente funcionam os Polos de Conciliação da Unicuritiba e Promotoria das Comunidades.

4. 2. 1 Polos de Conciliação nos Presídios

O JB atua desde 2003 no sistema prisional, devolvendo ao preso sua dignidade ao atender a sua família e acompanhar sua inserção novamente no seio familiar.

Nos Polos de Conciliação nos Presídios são realizados procedimentos como: reconhecimento de paternidade, guarda, divórcio e lavratura de registro tardio ou retificação. Também é feito um prévio diagnóstico da situação do preso pelo Serviço Social da Unidade Penal.

Em 2011, a Vara de Execuções Penais começou a integrar o projeto, acompanhando a situação prisional e possibilitando a liberação dos detentos para o regime aberto ou semiaberto.

Devido o caráter social e humanitário do JB e a parceria com o Sistema Fecomércio – SESC – Senac, foi possível implementar cursos de empregabilidade e de arte no sistema prisional para melhorar a formação de seus detentos.

4.3 JUSTIÇA ITINERANTE

Foco da presente pesquisa, a Justiça Itinerante é a essência do Projeto Justiça no Bairro. Os eventos deste projeto são realizados em Curitiba e no interior do Estado. A cidade que desejar receber o JB deve formalizar o pedido por meio da prefeitura do município ou pelo juiz da Comarca.

Para organizar o evento são necessários 90 dias, pois é preciso entrar em contato com os parceiros e, assim, facilitar o atendimento ao público-alvo. A estrutura do evento é cedida pela cidade e/ou empresas privadas. Quem coordena a organização é a idealizadora do projeto, a desembargadora Joeci Camargo, que procura atender a demanda dos juízes e da comunidade local.

Para ser atendido pelo JB, o cidadão recebe uma senha que começa a ser entregue às 8 horas para iniciar o atendimento às 9 horas. A equipe de voluntários do Justiça no Bairro atende a população na comarca. O público também é atraído pela participação de todos os envolvidos, como médicos e voluntários do Exército Brasileiro. Os médicos fazem o laudo pericial e avaliação no momento do evento, com a imediata entrega da prestação jurisdicional por meio das audiências de conciliação.



FIGURA 7: AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO – JUSTIÇA ITINERANTE PINHAIS 2016. Foto: Autora.

Participam do Justiça nos Bairros magistrados, membros do Ministério Público do Estado do Paraná, servidores do TJPR e MP-PR, advogados e demais voluntários para orientar as partes envolvidas nas audiências. A dinâmica agiliza os processos em trâmite e os de demanda espontânea. O evento termina, normalmente, às 18 horas, com a celebração do casamento civil coletivo. Os casais são devidamente habilitados em cartórios de registro civil, e recebem a benção em uma cerimônia ecumênica.



FIGURA 8: CASAMENTO COLETIVO NA ARENA DA BAIXADA EM 29/04/2016. Foto: Ivo Lima

Orquídea e Lírio, ambos com 21 anos, se casaram no dia 29 de abril de 2016 no Casamento Coletivo, promovido pela Justiça no Bairro, na Arena da Baixada, em Curitiba. Os noivos se conhecem desde 2005, mas o relacionamento começou no só em 2011. O casal conta que optou pelo casamento coletivo, pois o cartório é muito caro. Com o dinheiro que gastariam com o cartório fizeram uma festa para a família e amigos. A noiva ouviu falar do casamento na televisão e foi buscar mais informações no site do SESC – PR. Para Orquídea, faltou organização na entrada dos noivos. Ela conta que ficou um pouco confusa sobre como deveria proceder. No entanto, acrescenta que ela e o noivo ficaram satisfeitos com a cerimônia e indicariam para outras pessoas.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE

Neste Trabalho de Conclusão de Curso optamos pela pesquisa exploratória, “que tem como objetivo o aprimoramento de ideias ou descoberta de instituições” (GIL, 2009). Esse tipo de pesquisa permite a flexibilidade durante este estudo de caso. Além disso, pesquisa bibliográfica e pesquisa documental para analisar a comunicação pública no Programa Justiça no Bairro.

Antes de descrever o método Estudo de Caso, descreveremos brevemente a pesquisa bibliográfica e a documental – importantes técnicas para investigar o tema selecionado.

Para fundamentar este TCC utilizamos a Pesquisa Bibliográfica, que inicialmente aborda os conceitos de democracia e cidadania, básicos para o embasamento teórico da pesquisa.

Posteriormente, cunharam-se as definições de Comunicação Pública a partir da análise dos principais autores que elucidam sobre o tema. O trabalho adentra também os conceitos de Relações Públicas e suas atividades no setor público, estabelecendo qual é seu papel enquanto agente transformador e suas contribuições para a mudança dos princípios sociais.

Após as análises dos conceitos feitos na Pesquisa Bibliográfica, propusemos a Pesquisa Documental, a fim de obter informações sobre o objeto deste estudo, o Projeto Justiça no Bairro – Justiça Itinerante. Um recurso adotado na obtenção de dados das fontes primárias, como decretos e portarias e fontes secundárias, como Relatório de Atividades, releases e normas da instituição. O acesso livre à sede do Projeto Justiça no Bairro, no Núcleo de Conciliação, permitiu que estes dados fossem coletados e analisados para aplicação no estudo.

5. 1 ESTUDO DE CASO

O Estudo de Caso dá-se a partir da definição das etapas a serem seguidas. Segundo Gil (2009), não existe um consenso por parte dos pesquisadores quanto às etapas para o desenvolvimento da pesquisa, porém alguns autores, como Robert Yin (2005), tornaram mais acessível um conjunto de etapas para tais pesquisas.

A partir das etapas sugeridas por Yin (2005) para trabalhar com o estudo de caso, analisamos neste TCC a Comunicação Pública no Projeto Justiça no Bairro, que atende famílias economicamente vulneráveis no Estado do Paraná.

A principal questão que permeia este estudo é de que maneira através da Comunicação Pública podemos analisar o Projeto Justiça no Bairro. O estudo é justificado pela importância da comunicação estabelecida entre cidadãos e Estado, pois a comunicação pública pode ser um dos elos com esses cidadãos.

Nas análises de estudo de caso quando definimos a unidade-caso nos deparamos com três modalidades distintas: intrínseco, instrumental e coletivo.

Para a elaboração deste trabalho utilizaremos o estudo de caso intrínseco, uma vez que, o caso constitui o próprio objeto de pesquisa (GIL, 2009). O Projeto Justiça no Bairro trabalha em três frentes: o Núcleo de Conciliação das Varas de Família; os Polos Avançados de Conciliação e o Justiça Itinerante.

Nossa unidade de estudo é o Justiça Itinerante, a essência do JB. O Justiça Itinerante é basicamente a realização de eventos em Curitiba, Região Metropolitana e no interior do Estado que contam com diversos atendimentos na área jurídica, perícia médica, entre outros, como mencionado no item 4.3.

Do número de casos a serem utilizados para nosso estudo, contaremos com um universo de dez pessoas beneficiadas pelo Projeto Justiça no Bairro, com os quais foram realizadas entrevistas semi-estruturadas.

5. 1. 1 Protocolo

Após a definição do Justiça Itinerante como nossa unidade-caso e da determinação de um universo de dez casos para pesquisar, partiremos para elaboração do protocolo. O protocolo é um documento que registra como foi realizada a coleta de dados e qual procedimento adotado para sua aplicação. Por aumentar a confiabilidade do estudo, seguimos seções indicadas por Yin (2005) para elaboração deste protocolo.

a) Visão Global do Projeto

O Projeto Justiça no Bairro foi criado em 2003, pela então juíza Joeci Camargo. Seu objetivo era facilitar o acesso à justiça, principalmente na área da família, para a população menos favorecida, bem como aliviar o trabalho nas Varas de Família existentes em Curitiba. O JB é um projeto de responsabilidade social do Poder Judiciário do Estado do Paraná, com o objetivo de desburocratizar, descentralizar e aproximar a população da justiça.

O primeiro evento contou com o apoio da Prefeitura de Curitiba, Ministério Público, Defensoria Pública, instituições de ensino superior e instituições privadas. Para unir esforços em 2003 também foram criados o Núcleo de Conciliação das Varas de Família e os Polos de Conciliação, além do Justiça Itinerante. Neste trabalho analisamos o Justiça Itinerante.

No que tange o profissional de relações públicas implantado no setor público tem que ter como foco principal o cidadão, incentivando discursos mais aprimorados nos órgãos públicos. Margarida Kunsch (1997) entende que o relações públicas tem função estratégica na promoção do bem-estar social, incentivando a busca pela cidadania.

b) Procedimento de Campo

O acesso às informações necessárias para dar início ao estudo sobre o Justiça no Bairro foi solicitado junto à assessora da Dra. Joeci Machado Camargo, que após deliberação com a Desembargadora, encaminhou documentos e material midiático utilizado pelo Projeto, acesso livre aos eventos do Justiça Itinerante e ao Núcleo de Conciliação das Varas da Família, além dos materiais disponíveis no site do Tribunal de Justiça do Paraná e no blog do Sesc em parceria com o JB.

Como citado no item 5.3, foram entrevistadas dez pessoas atendidas pelo JB. Optamos pela entrevista semi-estruturada, no qual seguimos um roteiro de perguntas, mas deixamos o entrevistado à vontade, como em uma conversa informal, para dar seus pareceres pessoais sobre o Projeto. Também realizamos uma entrevista com a criadora do projeto, a Desembargadora Joeci Machado Camargo, que destacou questões importantes do objeto de estudo.

c) Determinação das Questões

Nosso objetivo é analisar de que forma a comunicação pública pode contribuir para o aprimoramento do Projeto Justiça no Bairro, entendendo a importância que existe na relação da comunicação instituída entre Estado e cidadãos. Nesse contexto inserimos o relações públicas como mediador dessa comunicação, já que o profissional é capaz de promover discussões dentro da esfera pública. Essa atuação traz benefícios para a sociedade, ampliando e aprimorando a comunicação já realizada pelo Projeto.

Sabendo destes objetivos, as questões pertinentes utilizadas na pesquisa são:

- Identificar quais meios de comunicação têm maior abrangência junto ao público do Projeto.
- Identificar se há relação de empatia entre público e Projeto.
- Verificar se o alcance pretendido pelas propagandas do Projeto é concretizado. Ainda, se há pontos positivos nas mensagens.
- Quanto à organização dos eventos, constatar se o objetivo de oferecer atendimento de qualidade e desburocratizado foi concretizado.

- Averiguar se eficiência da comunicação pré e durante o evento gera divulgação espontânea.
- Compreender como a participação no Projeto modificou a conjuntura social do indivíduo.

d) Guia para Elaboração do Relatório

Este estudo de caso será relatado para fins acadêmicos, tendo em vista essa informação, o público-alvo para o qual se destina o relatório é para a banca de monografia e colegas acadêmicos.

O guia para elaboração do relatório da pesquisa propõe que o relatório consista na estrutura analítica linear. A sequência de subtópicos inclui o tema ou problema que está sendo estudado e uma revisão da literatura importante existente (YIN, 2005).

O relatório do estudo de caso deve apresentar parte da literatura utilizada na fundamentação teórica, os procedimentos metodológicos, coleta de dados, análise dos dados e resultados encontrados que confirmam ou não a hipótese do estudo.

5. 2 COLETA DE DADOS

A coleta de dados para este trabalho acadêmico, deu-se a partir de dez entrevistas semi-estruturadas com indivíduos beneficiados pelo Projeto Justiça no Bairro. Esclarece que cada entrevistado foi abordado pessoalmente pela autora, após uma breve elucidação sobre o estudo, foi solicitada a colaboração voluntária e anônima dos participantes, com a garantia da confidencialidade das informações pessoais. As entrevistas ocorreram no dia 12 de março de 2016, durante o Justiça Itinerante, na cidade de Pinhais, região metropolitana de Curitiba. Ademais, foi realizada, dia 07 de junho de 2016, entrevista com a desembargadora Joeci Machado Camargo, criadora do Projeto Justiça no Bairro, no Núcleo de Conciliação.

Do tipo de entrevista utilizado para este trabalho, optamos pela entrevista semi-estruturada ou focada.

Nesses casos, as entrevistas ainda são espontâneas e assumem o caráter de uma conversa informal, mas você, provavelmente, estará

seguindo um certo conjunto de perguntas que se originam do protocolo de estudo de caso. (YIN, 2005, p. 117-118)

Um dos principais objetivos deste tipo de entrevista é confirmar, a partir das respostas dadas pelos respondentes, fatos que acreditamos já estarem estabelecidos.

5. 3 ANÁLISE: CANAIS DE COMUNICAÇÃO E DADOS

Quanto à análise do presente estudo, separamos em duas partes, a primeira é a análise dos canais de comunicação utilizados pelo Projeto Justiça no Bairro como instrumento de informação e diálogo da Comunicação Pública (DUARTE, 2009). Não existe nenhuma norma definida para este tipo de análise. Logo, a técnica criada visa estar de acordo com os objetivos pretendidos. Para servir de base na análise dos instrumentos de comunicação e corroborar ou não as hipóteses levantadas durante a pesquisa, serão utilizadas quatro eixos centrais da Comunicação Pública (DUARTE, 2009), fundamentais para instituições que atendem o interesse público: a transparência; o acesso à informação de interesse público; a interação e a ouvidoria.

A segunda parte será a análise das respostas extraídas a partir das entrevistas realizadas com a amostra. As perguntas foram divididas em quatro categorias (Abrangência e Divulgação Espontânea; Identificação do Público; Eventos; Promoção da Cidadania), dessa forma será possível responder as questões desenvolvidas no protocolo do estudo de caso.

5. 3. 1 Análise dos Instrumentos

O Projeto Justiça no Bairro utiliza o release como uma das formas de divulgação das informações de interesse público para a imprensa. Os releases produzidos são direcionados para a Associação dos Magistrados do Paraná –

Amapar – e para Rede Paranaense de Comunicação – RPC, responsáveis pela divulgação dos eventos. Fazer parte da agenda da mídia e por consequência, estar na pauta do dia do cidadão é o principal objetivo do uso de releases. (ROSSO, 2011). Também são enviados a assessoria de imprensa do Tribunal de Justiça e da Amapar informativos para que sejam divulgados os resultados dos eventos.

No ano de 2015 foram enviados à imprensa cerca de vinte releases e em 2016, até o momento, foram enviados oito. O número de informativos é idêntico ao de releases.

O release e o informativo são instrumentos de informação do Projeto Justiça no Bairro, tendo como principal objetivo chamar atenção da mídia para determinada questão de relevância social e assim torná-la visível para os cidadãos (ROSSO, 2012). Os releases são enviados para a divulgação do evento e os informativos são apresentados para os resultados do evento.

A imprensa, por sua vez, coloca os dados apresentados no release em pauta para a discussão na esfera pública, concebendo assim a discussão dos assuntos pertinentes a sociedade. Logo, quando a imprensa divulga informações sobre um evento que ocorrerá em uma determinada região do Estado, ela está contribuindo para que o Justiça Itinerante seja de conhecimento público. Abaixo o exemplo de um release para o Tribunal de Justiça do Paraná e para a Rede Paranaense de Comunicação:

TJPR por meio do Projeto Justiça no Bairro acolhe o direito dos pescadores em Paranaguá nos dias 23 a 25 de abril de 2015

O Projeto Justiça no Bairro/SESC Cidadão se deslocou mais uma vez até o litoral com toda sua estrutura à Comarca de Paranaguá atendendo ao pedido do juiz da 1ª Vara Cível, Dr. Guilherme Moraes Nieto que nos dias 23 e 24 de abril realizou xxx audiências de instrução nos processos dos pescadores no envolvimento aos acidentes ambientais. O alcance do evento abarcou não só a celeridade dos processos como também a prestação de esclarecimentos necessários e indispensáveis a pessoas simples que buscam unicamente o seu direito. Para a agilização das respectivas audiências, o evento contou com a ativa participação dos juízes designados, Dra. Pamela Dalle Grave Flores, de Cascavel/PR, Dra. Renata Bolzan Jauris, de Apucarana/PR, Dr. Thiago Flores Carvalho, de Matelândia/PR, Dra. Chélida Roberta Soterroni Heitzmann, de Cornélio Procópio/PR e Gabriel Kutianski Gonzalez Vieira, de Bela Vista do Paraíso/PR, **Louise Nascimento e Silva, Emanuela Costa Almeida Bueno** e Christiano Camargo, de

Antonia/PR, bem como dos juízes da Comarca Dr. Guilherme Moraes Nieto, Dra. Mércia Nascimento Franchi, Dra. Débora Cassiano Redmond, Dra. Cíntia Graeff de Luca e Dra. **Giovana Ehlers Fabro Esmanhotto**, bem como com a imprescindível participação do representante do Ministério Público na pessoa do Dr. Regis Rogerio Vicente Sartori.

No dia 25 – sábado – na área de Família foram realizadas mais de xx audiências de conciliação, sob a coordenação da Dra. Débora Cassiano Redmond, Juíza da Vara de Família de Paranaguá, com o auxílio dos colegas magistrados Renata Bolzan Jauris Baracho, Chélida xxxx, Gabriel xxxx e Cíntia Graeff de Luca e **Giovana Ehlers Fabro Esmanhotto**, bem como xx atendimentos da demanda reprimida, com a efetiva entrega da prestação jurisdicional.

Como sempre o resultado foi extremamente proveitoso no que diz respeito da realização das perícias de interdição, realizadas pelos médicos Dr. Ivan Pinto Arantes, do Complexo Médico Penal e do Dr. José Nilton Marcus Flauzino, do Exército Brasileiro, importante parceiro do Projeto Justiça no Bairro, trazendo satisfação à população que ansiosa esperava a resposta, além dos atendimentos realizados junto ao Asilo São Vicente de Paulo cujos idosos há muito tempo esperavam a regularização de sua situação junto ao Asilo.

Além da equipe de servidores do Poder Judiciário e demais voluntários do Projeto, saliento aqui a participação da FAE e de seus alunos, coordenados pela professora Tania Francisca dos Santos, da PUC, na pessoa da Professora Regina Cardoso de Almeida Andrade Costa, que se deslocaram até o litoral para o atendimento da população, houve também a colaboração dos advogados da APPA – Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina que juntamente com os professores da Isulpar atenderam a demanda litigiosa.

O sucesso do evento somente foi possível com admirável participação da Faculdade ISULPAR, que além de ceder suas instalações físicas, disponibilizou o corpo acadêmico, alunos e funcionários, que receberam a movimentação das partes e advogados, permitindo a garantia da cidadania à população, trabalhando com comprometimento nesse programa de responsabilidade social.

Ainda, colaboraram com o evento os parceiros Sistema Fecomércio, Prefeitura Municipal, o Instituto Curitiba de Informática – ICI, Copel, Instituto de Identificação, DNALAB, Hospital Erasto Gaertner e Cartório de Registro Civil.

O evento teve seu encerramento com a celebração do casamento coletivo, de xxx casais, destacando, como de costume, a imperiosa organização, do Sistema Fecomércio - SESC/SENAC, não só no casamento, mas do evento como um todo.

O informativo a seguir foi passado à assessoria do TJ e da Amapar, nota-se que há relevância no assunto para grupos sociais específicos.

O Projeto Justiça no Bairro prestou atendimento à população de Piraquara

O Projeto Justiça no Bairro esteve em Piraquara, Região Metropolitana de Curitiba, no último domingo para o atendimento da população. Foram concluídos 51 processos da demanda reprimida, inclusive interdição e 35 litigiosos. Também foram realizadas inscrições para o casamento coletivo e coletas para perícias de DNA.

O atendimento à saúde foi feito pelos médicos voluntários Vanessa Barros, Ivan Pinto Arantes, do Complexo Médico Penal, Eduardo Camargo Rebolho e José Nilton Marques Flauzino, do Exército Brasileiro, um dos parceiros do Projeto Justiça no Bairro.

O evento contou ainda com a participação dos juízes André Carias de Araújo e Camila Scheraiber, além do representante do Ministério Público, Regis Rogério Vicente Sartori, que realizaram os atendimentos de audiências à população, da Prefeitura Municipal, do ICI - Instituto Curitiba de Informática, Copel, Laboratório Dnalab, alunos da PUC, coordenados pela professora Regina Cardoso Costa, da FAE, com o professor Karlo Messa Vettorazzi, da UFPR e da FAPI, com os professores, Mariel Muraro, Nelio Benito e Denise Canova, auxiliaram o Projeto Justiça no Bairro a trazer, mais uma vez, uma resposta efetiva de solidariedade e garantia da cidadania.

No entanto, como explana Duarte (2009), “a comunicação de muitas instituições ainda tende a ser limitada à publicidade e à divulgação – ou seja, predomina o viés do emissor” (DUARTE, 2009, p. 2). Ou seja, mesmo que o release atenda uma demanda social pela necessidade da informação, ele não deixa de ser apenas um meio de divulgação, ocorre uma comunicação assimétrica, do qual só o emissor tem voz. Abrir o diálogo aos seus públicos é o caminho para instituições que pretendem dar atenção às demandas.

Reconhecer a necessidade do diálogo e da interatividade pode ser considerado um “bom começo”, pois o perfil de comunicação governamental voltada para a divulgação e publicidade das ações, não atende uma demanda atual ocasionada pela nova lógica de relacionamento do contexto contemporâneo, em que os atores sociais almejam uma interação mútua, que sejam ouvidos, possam se manifestar e tenham respostas capazes de estabelecer uma relação e não apenas um ato de troca de informações. (KEGLER, 2008, p. 6)

Um dos mecanismos usados pelo Projeto Justiça no Bairro é o site institucional (www.justicanobairro.wix.com/justicanobairro), com o objetivo de apresentar o projeto ao público digitalmente incluído. No site é possível encontrar as seguintes abas:

- Início
- Sobre Nós
- Parceiros
- Sistema
- Contato
- Relatório 2015
- Eventos
- Fotos

Também encontramos informações sobre o JB no site institucional do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná (www.tjpr.jus.br), na aba “Programas e Projetos”. Além de informações gerais sobre o projeto, são publicados os resultados pós-eventos.

O site do Sesc Paraná – Cidadania “Justiça no Bairro e Sesc Cidadão” (www.sescpr.com.br/cidadania/), traz principalmente notícias e fotos sobre todos os eventos realizados pelo Justiça no Bairro desde 2012 e banners informando os próximos eventos.

O *site* institucional do JB oferece uma série de ferramentas para facilitar a navegação. É possível encontrar informações sobre o histórico do Projeto, quais as frentes de atendimento, os Eventos, instituições parceiras, aba para entrar no sistema interno do Projeto, contato telefônico, e-mail e endereço. Oferece também uma aba exclusiva para contato, onde pode ser preenchido um formulário específico com dúvidas e sugestões, este é o único instrumento de diálogo que o JB possui.

Para melhor aproveitamento do *site*, seria interessante a opção de encaminhar reclamações e sugestões por uma Ouvidoria on-line, criando um canal de interação com a sociedade, cumprindo assim a visão de Duarte (2009), discutida no capítulo 2:

A Comunicação Pública ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. (DUARTE, 2009, p. 2)

Mesmo o *site* institucional possuindo diversas facilidades e aditamentos originários do ambiente on-line, uma parte considerável da população não possui acesso à internet. É importante ressaltar que a comunicação do Justiça no Bairro não é focada na mídia on-line. Por tratar-se de uma população de baixa renda e moradora das zonas periféricas da capital e do interior do Estado, esse tipo de canal de comunicação não é tão eficiente para estes casos.

Apesar de não ser o meio de maior expressão no JB, o *site* institucional também contribui para a divulgação do Projeto nas comunidades digitalmente incluídas.

Uma dessas ferramentas é divulgar os eventos por meio de cartazes espalhados pelo mobiliário urbano em toda a cidade como: pontos de ônibus; transporte coletivo; prédios do setor público; escolas; associação de moradores; entre outros locais onde há grande circulação de pessoas. Os mesmos cartazes também estão presentes nos sites citado acima.

Por se tratar de um projeto voltado para a comunidade vulnerável economicamente, que em sua maioria não possui acesso à internet, o Justiça no Bairro foca sua comunicação em ferramentas que terão um apelo mais efetivo junto ao seu público.

Se colocarmos a comunicação pública em um patamar de apenas disseminadora de informação, estaremos inviabilizando o diálogo da instituição com a sociedade e os meios utilizados para que esse diálogo ocorra e possa ser absorvido pelo público:

Reduzir a comunicação aos canais de distribuição de informação tem sido insuficiente de forma geral, mas é especialmente problemático para o campo da comunicação pública. O desafio é viabilizar a esfera

pública ampla, isto é, o desafio é implementar vias materiais e imateriais de troca de informação que sejam, ao mesmo tempo, acessíveis, amigáveis e universais. Isto não deveria incluir apenas os suportes tecnológicos e midiáticos, mas igualmente outros compatíveis e abertos ao ambiente da comunicação pública. (MATOS, 2007, p.52-53).

Segundo a desembargadora Joeci Machado Camargo, o rádio é o mais importante canal de comunicação utilizado pelo Projeto Justiça no Bairro. Afinal, o Projeto atende todo o Estado do Paraná, principalmente o interior. Nessas regiões, a maior parte do público atendido pelo JB não possui acesso a outros meios de comunicação midiáticos. Logo, divulgar durante os programas de maior audiência nas rádios é a principal ação para essas regiões. No entanto, não é o meio de comunicação mais eficiente na capital do Estado, pois o acesso à estas mídias é muito mais diversificado do que nas regiões interioranas.

Ainda, segundo a desembargadora, há também o uso de carros de som na divulgação do evento, sendo esse meio bastante eficaz, pois chama a atenção de quem está passando na rua, atraindo um público que provavelmente não tenha acesso à outra forma de comunicação midiática.

Nesta conjuntura a imprensa entra como canal para a comunicação pública promover a cidadania, pautando a agenda pública, principalmente em comunidades onde o rádio é o único existente, conforme vimos com Brandão (2007) no capítulo 2:

[...] na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma, provoca o debate público. (BRANDÃO, 2007, p.5)

O instrumento com mais penetração social utilizado pelo Projeto Justiça no Bairro é a televisão, também é uma das principais plataformas utilizadas pelo Projeto Justiça no Bairro, pois nos três meses que antecedem os eventos começam a ser veiculadas chamadas, a partir dos releases enviados à imprensa. Importante esclarecer que as chamadas ocorrem nos intervalos comerciais e na programação jornalística da RPC.

Basicamente, as ações comunicacionais tomadas são o envio dos releases a imprensa que, por sua vez, passa os dados dos eventos de forma engessada e pouco atrativa, deixando uma lacuna na perspectiva de interação com o público. Além das chamadas nos intervalos comerciais que são pouco persuasivas.

Mesmo sendo imprescindível para a comunicação pública, os meios de comunicação de massa, devido ao seu formato, têm um impacto limitado e superficial.

[...] a amplitude do direito à comunicação muitas vezes é reduzida à tese de que “o cidadão precisa ser informado”, assumindo-o simples receptor e não reconhecendo sua capacidade de ser emissor, produtor de informações e agente ativo na interação. (DUARTE, 2009, p. 4)

Para alterar a perspectiva superficial que existe na relação mídia-sociedade, o relações públicas trabalha para estabelecer um contato mais profundo. A autora Hannah Arendt (1978) caracteriza a esfera pública e a mídia. Para ela, as mídias de massa são o palanque para a esfera pública se manifestar, sendo capaz de atingir toda a sociedade por meio dos canais de comunicação, neste caso, a televisão.

O Facebook é a plataforma menos utilizada para a divulgação do JB. A página foi criada recentemente por uma das voluntárias do Projeto e é atualizada conforme os eventos ocorrem, como um diário dos eventos. A página tem um pouco mais de 520 curtidas.

O público-alvo do Projeto é pouco familiarizado com este instrumento, levando em consideração que a maioria do público do JB não está no ambiente online. Mesmo assim, é uma maneira de interagir com aqueles que estão conectados e de divulgar o projeto em outras esferas, já que o Facebook consegue abranger de indivíduos.

Conceber um ambiente propício as interações sociais, possibilita a troca de informações de interesse público e se torna uma plataforma de diálogo com a população.

Após a análise dos instrumentos utilizados pelo Projeto Justiça no Bairro, observamos que o referido projeto, disponibiliza ao público diversas plataformas

para divulgação de informações. Possibilita ainda a abrangência em todos os grupos sociais, utiliza mecanismos de divulgação visual e auditiva, permite que indivíduos analfabetos, por exemplo, também tenham acesso aos serviços do JB. No entanto, os instrumentos de diálogo precisam ser incluídos e aprimorados, já que sem esse instrumento o retorno do público é inviabilizado.

Com base nas premissas da Comunicação Pública propostas como parâmetros para esta análise, o JB atende os requisitos da transparência e do acesso à informação de interesse público. Desempenhando seu papel de informar e possibilitar o acesso das pessoas aos serviços prestados. Porém, entende-se necessária a reformulação do plano de comunicação, para que haja adequação quanto à interação e a ouvidoria.

5. 3. 2 Análise dos Dados

Nesta etapa será realizada a análise das entrevistas semi-estruturadas feita com a amostra. Com base nas observações cometidas em campo, concluímos que o número de respondentes para a realização deste estudo é suficiente, entendo que o perfil dos participantes do Projeto é semelhante. Muito se deve aos critérios impostos pelo próprio JB, levando em consideração a renda e se a questão pode ser resolvida de forma consensual, por exemplo, uma espécie de triagem para que o indivíduo possa receber o atendimento. Sendo assim, mesmo se tratando de um projeto muito abrangente, não houve necessidade de analisar uma amostra maior.

Esclarecemos que as entrevistas foram realizadas no dia 12 de março de 2016, durante o Justiça Itinerante em Pinhais, região metropolitana de Curitiba. Por este motivo, a pesquisa não contempla participantes do Projeto no interior do Estado, tendo em vista que algumas respostas podem variar por conta da regionalidade.

As entrevistas foram divididas em quatro categorias, facilitando a investigação e comparação dos dados com as questões levantadas para a

realização desta análise, são: Abrangência e Divulgação Espontânea; Identificação do Público; Eventos; Promoção da Cidadania.

As categorias foram divididas de acordo com as questões de pesquisa que se pretende responder.

a) Abrangência e Divulgação Espontânea

Para esta categoria foram analisadas as perguntas 1, 3 e 8 do questionário. Com o objetivo de averiguar a partir de quais meios os respondentes conheceram o JB e conseqüentemente qual deles é o mais amplo, além de verificar se os participantes indicam o Projeto para pessoas do seu círculo social.

O gráfico abaixo (GRAFÍCO 9) é referente à pergunta “1) Como conheceu o projeto Justiça no Bairro? TV, RÁDIO, INTERNET, MOBILIÁRIO URBANO, AMIGOS, FAMILIARES, ETC” aponta que a maioria dos entrevistados sabe do projeto por meio da Família.

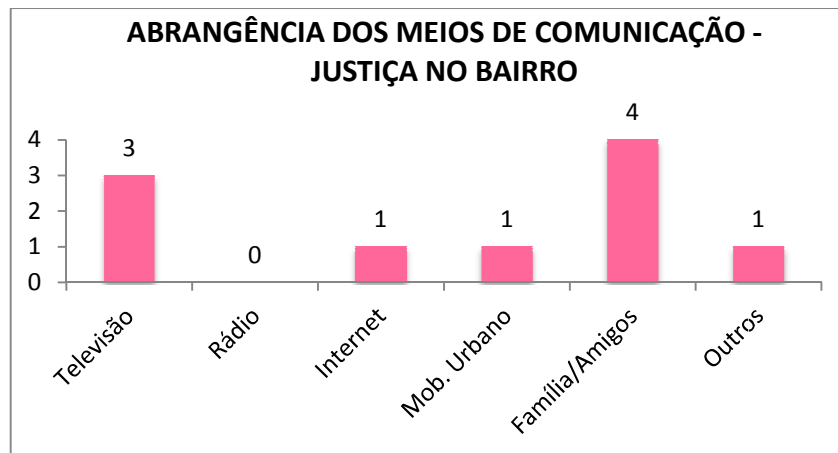


GRÁFICO 9. ABRANGÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO – JUSTIÇA NO BAIRRO. Fonte: Autora

Quanto à questão “3) Acredita que a propaganda é bem veiculada e chama a atenção das pessoas?”, seis respostas afirmavam que a propaganda não é bem veiculada e quatro disseram que o que é veiculado já suficiente.

Quando perguntados se indicariam o Projeto Justiça no Bairro para outras pessoas, questão “8) Você indicaria o projeto para outras pessoas? (familiares, vizinhos, amigos, entre outros)”, todos os entrevistados responderam que indicariam.

Após analisarmos todas as respostas pertinentes à categoria *Abrangência e Divulgação Espontânea*, podemos admitir que o Projeto Justiça no Bairro tem como principal forma de divulgação a dita espontânea, em que os participantes difundem informações positivas sobre o Projeto, atraindo mais pessoas interessadas.

A sociedade civil desenvolve as próprias estratégias de comunicação, a partir da iniciativa da comunidade e movimentos populares. Segundo Elizabeth Brandão (2009), essas estratégias são denominadas Comunicação Comunitária ou Alternativa.

São práticas e formas de comunicação desenvolvidas pelas comunidades e pelos membros do Terceiro Setor e de movimentos populares e que também são denominadas por Comunicação Comunitária ou Alternativa. Nesta acepção, entende-se a prática da comunicação a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade. (BRANDÃO, 2009, p. 8)

b) Identificação do Público

Foram selecionadas para a análise desta categoria as questões 2 e 4 na tentativa de encontrar indícios que atribuam à propaganda do Justiça no Bairro o sentimento de identificação com as propostas indagadas pelo Projeto. Serão evidenciados alguns apontamentos dos entrevistados em relação a este processo de identificação do público com o Projeto.

Questão 2: As propagandas em geral têm como objetivo promover um produto e/ou instituição a partir da identificação com seu público. Para você, as propagandas do Justiça no Bairro cumprem esse papel, de fazer o público se identificar com o projeto?

Questão 4: O que lhe chamaria mais atenção? Daria alguma sugestão?

Entrevistado 4

“Olha, eu nunca havia visto propagandas na televisão, não sabia da existência do projeto e que aqui faziam vários atendimentos para o povo mais humilde.”

Entrevistado 7

“Eu senti que falta um pouco mais de empenho nas propagandas, mais coisa na televisão e no rádio. Mas o projeto é, com certeza, muito importante, está ajudando muita gente.”

Entrevistado 8

“Eu vi algumas vezes chamada na televisão, mas não prestei muita atenção. Não sei, acho que falta uma divulgação melhor, eu consegui resolver meus problemas e tem tanta gente pobre que não pode pagar advogado, sabe.”

Analisando as respostas citadas acima e as demais, notamos que a maioria dos entrevistados não se identifica com o Projeto, em um primeiro momento. É justamente nesse contexto de carência na comunicação, que o relações públicas se apresenta como mediador deste conflito de interesse. Intensificando diferentes diálogos e estímulos para abordar as questões que pertencentes à esfera pública e ao interesse público. A prática cotidiana acentua que a mídia tem crescente influência nas discussões de interesse público.

O empenho em analisar o aumento do diálogo entre os diferentes setores da esfera pública representa uma abertura para a ampliação da cidadania, com um maior consenso sobre a necessidade de abertura para esses debates.

c) Eventos

A análise da categoria *Eventos* está relacionada com a produção e organização do Justiça Itinerante em si, apurando a qualidade do atendimento e a desburocratização.

Todos os entrevistados pontuaram que a organização e o atendimento são rápidos e organizados.

Usamos as seguintes perguntas do questionário: “5) Como é a organização do atendimento das partes?” e “6) Tem algo que desagrada?”.

Entrevistado 8

Rápido, muito eficiente.

Não, absolutamente, todas as pessoas que me atenderam foram muito gentis e educadas. A impressão que temos quando algo é de graça o atendimento vai ser horrível, mas aqui foi completamente diferente do que eu esperava, me surpreendeu muito.

Entrevistado 10

Gostei bastante. Peguei uma senha e não demorou a me chamarem, todos muito educados e atenciosos.

Com base nas respostas dos participantes e fazendo uma ligação entre a organização dos eventos e a prática do relações públicas na lógica de trabalho com a mídia diversos fatores são fundamentais para o desenvolvimento da cidadania, como a compreensão de significados de identidade e de imagem, suas nuances e suas peculiaridades. O desenvolvimento de um evento demanda tempo e disposição para que ele obtenha um resultado considerável.

d) Promoção da Cidadania

A última categoria para ser analisada se configura pela visão que o Projeto Justiça no Bairro sustenta de promover a cidadania do indivíduo, através do atendimento jurídico gratuito.

Em entrevista realizada com a criadora do Projeto, a desembargadora Joeci Machado Camargo apontou as motivações para a criação do JB e por que ele é tão importante para a sociedade:

Atender a população de forma desburocratizada, uma maneira de garantir cidadania às pessoas que não conseguem chegar ao judiciário. A maioria da população não tem acesso a núcleo de praticada de jurídica, defensoria pública. E por todas essas dificuldades acabam perdendo o interesse em resolver suas pendencias, culminando na irregularidade da sua situação, pela falta de acesso. O JB consegue agregar inúmeros serviços, principalmente atendimentos na área da família". (CAMARGO, 2016)

Buscando junto às respostas dadas, um dos pontos que mais se destacou foi que dos dez entrevistados, sete já haviam procurado ajuda em outro lugar, principalmente auxílio de advogados. Por tratar-se de serviços muito caros as pessoas acabam desistindo do processo.

Partiremos para a análise de algumas respostas para entender os desdobramentos sociais, sob a ótica do participante do JB. A questão usada nesta categoria é 7) Já havia procurado outras instituições para conseguir resolver a mesma questão? O Justiça no Bairro foi essencial para a resolução do seu caso?.

Entrevistado 7

Com certeza, lá na Unicuritiba o processo seria muito longo. Quando eu procurei por eles, meu interesse era também na pensão alimentícia para meu filho, pois desde 2011 ele não recebe a pensão do pai. Procurei também um advogado, mas iria sair R\$ 2.300,00 reais, muito caro, eu não tenho condições de arcar com uma despesa tão alta.

Entrevistado 4

Fui procurar o fórum da Vila Caiuá, mas demorava muito o procedimento, fora os erros nos atendimento. Aqui foi bem mais rápido, trouxe os documentos pedidos e já resolvemos tudo.

Logo entendemos que um primeiro passo seria construir uma cultura de relacionamento, na qual os cidadãos se entendam como sujeitos comunicantes no processo de comunicação pública. Após esse passo inicial, buscar construir ações estratégicas de diálogo que visassem o interesse público, de forma que o que foi debatido transcendesse os limites dos meios técnicos e, como uma ambiência, aos poucos se transformasse em políticas públicas. (KEGLER, 2008, p. 14)

Após a verificação das respostas dadas pelos entrevistados na categoria *Promoção da Cidadania*, compreendemos o Projeto Justiça no Bairro como agente transformador da realidade social e na garantia dos direitos dos cidadãos, por meio do atendimento jurídico consensual. Colaborando com a sociedade na diminuição das demandas, impossibilitadas de serem atendidas pelo processo jurídico comum.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar os estudos bibliográficos a cerca da comunicação pública, do relações públicas dentro das instituições públicas e da análise dos dados coletados, é possível concluir que o Projeto Justiça no Bairro não cumpre todas as premissas da comunicação pública. Os coordenadores do Projeto utilizam com mais proeminência os instrumentos de informação, negligenciando os de diálogo. Desse modo, é necessário aprimorar a sua comunicação para manter relacionamento ativo com seu público.

Após analisar os instrumentos de comunicação utilizados pelo JB, observamos que a variedade de instrumentos do Projeto tem amplo alcance, capaz de atingir todas as camadas da sociedade. O JB atende desde o indivíduo incluso digitalmente até aquele que possui como único meio de comunicação o rádio. Porém, há falhas quanto aos instrumentos de diálogo, que não são identificados facilmente. Além disso, a maior parte tem pouco acesso à internet por não possuir computador ou telefone com conexão.

Todos os instrumentos de comunicação do Projeto (release, informativo, *site* institucional, mobiliário urbano, rádio, televisão e Facebook) estão de acordo com os dois primeiros eixos fundamentais da comunicação pública (DUARTE, 2009) a transparência e o acesso à informação de interesse público, pois contém dados relevantes sobre o Projeto e a divulgação dos eventos. Na barra de menu, a aba “Contato” do *site* institucional e a página no Facebook atendem alguns aspectos das premissas interação e ouvidoria. No entanto, estas duas ferramentas não são suficientes para suprir a necessidade do diálogo e do espaço para sugestões e reclamações.

Como aponta Jorge Duarte (2009), a comunicação pública não pode ser resumida apenas ao ato de informar, indo por este viés ela se torna insuficiente. Para que haja comunicação pública é necessário suplantando a informação, tornando as ações públicas. Uma instituição que respeita e compreende a importância da comunicação pública precisa entender que a comunicação, a informação e o diálogo são direitos dos cidadãos.

Ao categorizar as questões referentes à entrevista semi-estruturada, foi possível obter respostas suficientes para analisar as hipóteses levantadas durante o estudo de caso. Na categoria *Abrangência e Divulgação Espontânea* é possível confirmar que o maior e mais eficiente meio de divulgação do Projeto Justiça no Bairro é a divulgação espontânea. Esta divulgação ocorre com a promoção do projeto pelos participantes, que convidam seus familiares, amigos, colegas de trabalho para conhecer os atendimentos jurídicos concedidos pelo JB.

A segunda categoria conta com o tema *Identificação do Público*, onde nota-se que as propagandas do Projeto não geram nos respondentes identificação com o trabalho realizado no JB. É importante ressaltar que essa realidade e a dificuldade de identificação torna a atuação do relações públicas imprescindível. Afinal, como mediador deste conflito pode propor a manutenção da esfera pública a partir dos interesses públicos.

Na categoria *Eventos*, todos os respondentes disseram que estão muito satisfeitos com o atendimento e a organização dos eventos. Essa atividade demanda um longo período de organização. Nesta etapa do projeto, o relações públicas deve ser o responsável estratégico para organizar o evento e promover as ações do Projeto JB.

Para a quarta categoria foi proposto o tema *Promoção da Cidadania*. O intuito principal era verificar em qual medida a participação no Projeto Justiça no Bairro modificava a realidade social daqueles indivíduos e se encontraram o mesmo aporte em outras instituições. Todas as respostas foram positivas e significativas para mensurar a transformação do *status* social que o Projeto consegue promover. Quando tem seus direitos garantidos, os entrevistados se sentem pertencentes a um grupo social.

Este trabalho tinha como propósito apresentar a comunicação pública aplicada no Projeto Justiça no Bairro, especialmente na Justiça Itinerante – principal frente de atuação do JB. A partir dos instrumentos de comunicação utilizados no Projeto e a análise das entrevistas com a amostra foi possível constatar algumas premissas da comunicação pública presentes no JB e aspectos que precisam ser aprimorados, como os instrumentos de diálogo. A proposição de uma Ouvidoria e outros meios para que os públicos tenham formas de contatar o Projeto com mais

facilidade. O estudo foi realizado em Curitiba e na região metropolitana, local onde reside a autora. No entanto, o Projeto atinge o interior do Estado do Paraná. Nessas cidades do interior seria interessante realizar novas pesquisas, pois o contexto e a realidade são diferentes.

Para finalizar, a partir da deliberação promovida pela comunicação pública o indivíduo passa a entender seu papel na sociedade, permitindo o exercício da cidadania. É preciso compreender as dificuldades desse processo. No entanto, esse mesmo processo é fundamental para a consolidação da esfera pública e do cidadão como agente promotor do interesse público, pautando na agenda pública as demandas que afetam o convívio social.

REFERÊNCIAS

AMAPAR. Blog: Justiça no Bairro. Disponível em: <<http://amapar3.tumblr.com/>>
Acessado em: 30/10/2015.

ARENDT, H. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro. Forense Unive. 1995.

ARENDT, H. **A Esfera Pública – O Bem comum**, Rio de Janeiro. Forense Unive. 1978.

BANDEIRA DE MELLO, C. A. **Curso de Direito Administrativo**. 19. ed. São Paulo: Malheiros, 2005.
Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/42480/para-um-conceito-de-interesse-publico-no-estado-constitucional-de-direito/2#ixzz3sYl2JoTD>> Acessado em: 23/11/2015.

BRANDÃO, E. P. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. VI Intercom, 2006. Disponível em:
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>> Acessado em: 13/11/2015.

BRANDÃO, E. P. **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, J. (Organizador). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. **Justiça em números 2015: ano-base 2014**. Brasília. 2015. p. 62, 146 e 147.

DALLARI, D. **Direitos Humanos e Cidadania**. São Paulo: Moderna, 1998.

DUARTE, J. **Comunicação Pública**. Jforni. 2011. Disponível em:
<<http://jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartev.pdf>> Acessado em: 04/11/2015.

_____. **Instrumentos de Comunicação pública**. In: DUARTE, J. (Organizador). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse Público**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, J. VERAS, L. (Org). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006.

FRIEDRICH, C. **O Interesse Público**. Rio de Janeiro. O Cruzeiro, 1964.

GIANGRANDE, V. In: KUNSCH, M. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo. Summus, 2003.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projeto de Pesquisa**. São Paulo. Atlas, 4ª ed. 2009.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma Categoria da Sociedade Burguesa**. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, J. **Direito e Democracia entre Facilidade e Validade**. Volume II. Tradução: Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1997.

HASWANI, M. **Comunicação Pública e as novas dimensões para as Relações Públicas**. São Paulo. Summus, 2007.

JARAMILLO, J. C. L. **Advocacy: uma estratégia de comunicação pública**. In: KUNSCH, M.M.K. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1ª Edição. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. (Série Pensamentos e Práticas; v. 4)

JUSTEN FILHO, M. **Curso de Direito Administrativo**. São Paulo. Saraiva, 2005. Disponível em: <<http://goo.gl/N2vohD>> Acessado em: 23/11/2015.

Justiça no Bairro. Tribunal de Justiça do Paraná. Disponível em: <<https://goo.gl/Uh0m6q>> Acessado em: 30/10/2015.

KEGLER, J. Q. S. **A Comunicação Pública no Brasil: conceito e prática em construção**. Abracorp, Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2008/gt6_quincozes.pdf> Acessado em: 11/11/2015.

KEGLER, J. Q. S. **Relações Públicas na Comunicação Pública**. Conferência Nacional de Comunicação. Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<https://conferenciafw.wordpress.com/>> Acessado em 19/06/2016.

KLAFKE. A. B. **A Contribuição das Relações Públicas na Construção e Manutenção dos Relacionamentos Organizacionais e seu Reflexo na Reputação das Organizações**. Monografia (Bacharelado em Relações Públicas) – Faculdade Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/viewFile/4156/3146>>

KUNSCH, M. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo. Summus, 1997.

KUNSCH, M. KUNSCH, W. **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo. Summus, 2007.

KUNSCH, M. **Planejamento de Relações Públicas**. São Paulo. Summus, 1986.

LUBENOW, J. A. **SciELO**. Belo Horizonte. vol.51 nº.121, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-512X2010000100012&script=sci_arttext> Acessado em: 24/11/2015.

MARQUES, A. C. S. **A ausência de reconhecimento social de cidadãos destituídos no Brasil e na França**. In: MARQUES, A. C. S. (Org.); MATOS, H. (Org.) In: Comunicação e Política: capital social, reconhecimento e deliberação pública. 1ª Edição. São Paulo. Summus Editoria, 2011

NADER, S. e OLIVEIRA, M. J. C. **Relações Públicas na gestão da responsabilidade social: desafio e oportunidade**. Organicom, São Paulo, a. 3, n.5, 2006. Disponível em:<<http://goo.gl/EZfFsBf>> Acessado em: 11/11/2015.

OLIVEIRA, A. **Comunicação Pública e Relações Públicas: Sintonia a favor do cidadão**. Bauru. 2011. Disponível em:<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-aline-comunicacao-publica-e-relacoes-publicas.pdf>> Acessado em: 25/03/2016.

OLIVEIRA, M. J. C. **Relações públicas e as questões sociais nos três setores da sociedade**. In: KUNSCH, M. M e KUNSCH, W. L. RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS: A comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo, 2007. P. 181-193. E-book. Disponível em: <<https://goo.gl/2XkKNz>> Acessado em: 04/11/2015.

O que é Cidadania? DHnet . Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/sos/textos/oque_e_cidadania.html> Acesso 17/11/15.

O que é Democracia. Significados. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/democracia/>> Acesso em: 17/11/15.

PERUZZO, C. **Cidadania, comunicação e desenvolvimento social**. São Paulo. Summus, 2007

REPA, L. **Sobre o Conceito Habermasiano de Esfera Pública**. Fórum Permanente. São Paulo, v. 2, n. 3, 2013. Disponível em: <<http://www.forumpermanente.org/rede/numero/rev-numero6/seisluizrepa>> Acessado em: 25/11/2015.

ROSA, V. C. **As contribuições de Jürgen Habermas para a construção do sentido substancial de democracia**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XVII, n. 127, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/BliqRi>> Acessado em: 25/11/2015.

ROSSO, G. **Processos Comunicativos Na Perspectiva Da Comunicação Pública: O Caso Do Ministério Público Do Trabalho No Paraná**. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação) – Departamento de Comunicação Social, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/EZfFsB>> Acessado em: 04/11/2015.

SANCHES, S. Relações Públicas do IPMet – Unesp de Bauru. Depoimento 24 de abril, 2012. Blog Espaço RP. Entrevista concedida a Mirian Roque. Disponível em:

<espacorp.wordpress.com/2012/04/24/comunicacao-e-relacoes-publicas-no-primeiro-setor/> Acessado em: 31/03/2016.

SILVA, M. R. S. N. **Os caminhos da cidadania brasileira**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XIV, n. 87, abr 2011. Disponível em:<<http://goo.gl/zq45GO>> Acessado em: 17/11/15.

SODRÉ, M. **A Ciência do Comum: Notas para o método comunicacional**. 1 ed. Vozes, 2014.

SOUSA, J. P. **Planificando a comunicação em relações públicas**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

VALLADARES, C. **A Esfera Pública e a Política segundo Hannah Arendt**. Monografia (Pós-graduação CEFOR) - . Brasília, 2009.

VILLAFANE, J. **La gestión profesional de la imagen corporativa**. Madri. Ediciones Pirámide, 1999.

YIN. R. K. **Estudo de Caso – Planejamento e Métodos**. Porto Alegre. Bookman, 3ª ed. 2005.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995. Tradução resumida do livro: Profª. Drª. Elizabeth Brandão. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/38276509/ComunicacaoPublicaPierreZemor-traducao>> Acesso em: 10 de setembro de 2015.

ANEXO

ANEXO 1 – DECRETO JUDICIÁRIO Nº 039-D.M.

DECRETO JUDICIÁRIO Nº 039-D.M.

Publicado no DJ de 25.03.03

O PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ, no uso de suas atribuições legais e CONSIDERANDO o contido nos autos protocolados sob nºs 10.471/98 e 63.282/02, que demonstra a necessidade de aproximar o Poder Judiciário dos jurisdicionados economicamente carentes, oferecendo-lhes condições dignas de acesso à Justiça, resolve

DECRETAR

Art. 1º. Ficam criados na comarca de Curitiba os Núcleos de Conciliação das Varas de Família.

Art. 2º. Os Núcleos de Conciliação destinam-se a atender as pessoas economicamente carentes, assim consideradas na forma da Lei Federal nº 1.060/50, para a homologação judicial de acordos relativos à matéria de competência das Varas de Família.

Art. 3º. Os Núcleos de Conciliação funcionarão nas Faculdades de Direito, nas Ruas da Cidadania criadas pela Prefeitura Municipal de Curitiba ou em qualquer outro local adequado à prestação da tutela jurisdicional específica prevista no art. 2º deste Decreto.

§ 1º. Para o funcionamento dos Núcleos de Conciliação, deverá ser celebrado convênio, aprovado pelo Presidente do Tribunal de Justiça e sem qualquer ônus para o Poder Judiciário, por intermédio do qual deverá a entidade conveniada fornecer toda a estrutura funcional para tanto necessária.

§ 2º. Os Núcleos de Conciliação também poderão funcionar em unidades volantes, mediante a utilização de ônibus destinados a essa finalidade.

Art. 4º. Nas datas aprazadas, o magistrado comparecerá ao Núcleo de Conciliação para, ouvido o Ministério Público, homologar os acordos previamente entabulados pelos procuradores das entidades conveniadas na forma do art. 3º, § 1º, deste Decreto.

§ 1º. Após a homologação do acordo e havendo concordância do Ministério Público, será dispensado o prazo recursal, ocasião em que poderão ser expedidos os ofícios e mandados necessários à efetivação da tutela jurisdicional homologatória.

§ 2º. O magistrado ficará incumbido de trazer ao Fórum a petição inicial e documentos que a acompanham para a necessária distribuição no Ofício Distribuidor competente.

§ 3º. Formalizada a distribuição, o material será remetido à Vara de Família destinatária, para ser efetuado o registro, a autuação e o posterior arquivamento dos autos.

Art. 5º. Para prestar a tutela jurisdicional específica prevista no art. 2º deste Decreto, será designado um magistrado que, para essa única finalidade, atuará auxiliando os demais juizes das Varas de Família da comarca de Curitiba.

Art. 6º. Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação.

Curitiba, 20 de março de 2.003.

OTO LUIZ SPONHOLZ

Presidente

ANEXO 2 – DECRETO JUDICIÁRIO Nº 472-D.M.

Detalhes do documento**Número:** 472-D.M**Assunto:** 1. Núcleo de Conciliação 2. Vara de Família 3. Serviço de Registro Civil das Pessoas Naturais**Data:** 28/11/2014**Diário:** 1466**Ementa:****Anexos:** 4741561assinado.pdf ;**Referências:** Não há referências**Documento****DECRETO JUDICIÁRIO Nº 472-D.M**

O PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei e considerando o contido no protocolado sob nº 238.738/2013

D E C R E T A

Art. 1.º O art. 2º do Decreto Judiciário nº 039-D.M., de 20 de março de 2003, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 2.º Os Núcleos de Conciliação destinam-se a atender as pessoas economicamente carentes, assim consideradas na forma da Lei Federal nº 1.060/50, para a homologação judicial de acordos relativos à matéria de competência, das Varas de Família; os pedidos referentes a retificação de assentamento no Registro Civil de Pessoas Naturais com fundamento nos artigos 109 e 110 da Lei Federal nº 6.015/1973, quando necessária atuação judicial; ações de interdição (art. 1.767 do Código Civil); e indenizações fundadas no DPVAT ou previdenciária, em que a avaliação das condições físicas e mentais do postulante seja imprescindível para o deferimento ou não do benefício.

Art 2.º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, ficando convalidados os atos praticados na vigência do Decreto Judiciário nº 039-D.M, de 2003.

Curitiba, 25/11/2014.

Desembargador **GUILHERME LUIZ GOMES**
Presidente do Tribunal de Justiça

APÊNDICE

APÊNDICE 1 – Entrevista – Beneficiados pelo Projeto Justiça no Bairro.

- 1) Como conheceu o projeto Justiça no Bairro? (TV, RÁDIO, INTERNET, MOBILIÁRIO URBANO, AMIGOS, FAMILIARES, ETC).
- 2) As propagandas em geral têm como objetivo promover um produto e/ou instituição a partir da identificação com seu público. Para você, as propagandas do Justiça no Bairro cumprem esse papel, de fazer o público se identificar com o projeto?
- 3) Acredita que a propaganda é bem veiculada e chama a atenção das pessoas?
- 4) O que lhe chamaria mais atenção? Daria alguma sugestão?
- 5) Como é a organização do atendimento das partes?
- 6) Tem algo que desagrada?
- 7) O Justiça no Bairro foi essencial para a resolução do seu caso? Já havia procurado outras instituições para conseguir resolver a mesma questão?
- 8) Você indicaria o projeto para outras pessoas? (familiares, vizinhos, amigos, entre outros).

RESPOSTAS:

ENTREVISTADO 1

- 1) Eu conheci o projeto através da indicação de um amigo que já resolveu seu problema por aqui.
- 2) Já vi pela televisão, mas a propaganda não chamou atenção.
- 3) Acredito que sim, mesmo que não tenha prestado atenção num primeiro momento.
- 4) Acho que o que tem já é suficiente.
- 5) Atendimento é bom, rápido, mas quando veio o sistema estava travando e demorou muito tempo para ir embora.
- 6) Nada me desagradou, fui muito bem atendida.

- 7) Não tinha procurado outros lugares, o Justiça no Bairro foi o primeiro lugar, pois foi indicação de um amigo vir até o Justiça no Bairro.
- 8) Sim, indicaria, foi muito rápido e bom pra mim.

ENTREVISTADO 2

- 1) Assisti a propaganda na televisão e quando falou no Paraná TV.
- 2) Chamou minha atenção a propaganda, já participei de outros eventos. Casei duas vezes no casamento comunitário do JB e me divorciei pelo projeto também.
- 3) Acredito que a propaganda passa segurança para as pessoas virem conhecer o projeto e resolver seus problemas.
- 4) Eu vejo que o projeto é muito conhecido nos bairros, porque também ocorre atendimento nos principais bairros e muitas pessoas acabam conhecendo assim.
- 5) Bem organizado, atendimento bom, o pessoal que atende é muito atencioso.
- 6) Com certeza, foi essencial. Pois se eu fosse procurar outro lugar seria muito caro para pagar.
- 7) Meu ex-marido foi em um advogado particular, mas estava muito caro, então a gente resolveu vir aqui no JB.
- 8) Indicaria, na verdade já indiquei bastante para amigos e familiares.

ENTREVISTADO 3

- 1) Eu conheci através de amigos que já foram atendidos pelo JB.
- 2) Nunca viu nada sobre o projeto na televisão, nem em outros meios de comunicação. Não sabia que existia esse atendimento.
- 3) Na minha opinião, precisa ter mais divulgação, mas não só pela televisão. Tem ter no rádio, panfleto, nos pontos de ônibus também.
- 4) Seria muito interessante ter uma página no facebook com maior interação com as pessoas, porque todo mundo está ligado na internet, também que outros órgãos públicos informem as pessoas sobre o projeto. Sou moradora da Fazenda Rio Grande, e se houvessem esses atendimentos na minha

região seria muito melhor, pois não precisaria me deslocar tanto para conseguir resolver meu problema, o atendimento que nós temos lá é muito ruim e demorado, bem diferente daqui.

- 5) Ainda estou aguardando para ser atendida, mas me parece muito bom, pois várias pessoas vêm procurar o projeto.
- 6) Nada me desagrada.
- 7) Não tinha procurado outro lugar, como havia sido indicação de um amigo.
- 8) Com certeza indicaria, a agilidade é uma das melhores coisas aqui.

ENTREVISTADO 4

- 1) Conheci através do meu filho, pois a guarda do meu neto estava com a avó materna, mas agora foi feita uma alteração e a guarda está conosco. E uma amiga também me falou que fez o divórcio dela por aqui, então vim fazer o meu também.
- 2) Olha, eu nunca havia visto propagandas na televisão, não sabia da existência do projeto e que aqui faziam vários atendimentos para o povo mais humilde.
- 3) Não, pois eu nunca vi nada.
- 4) Colocar mais na televisão e no rádio, falando sobre o projeto e os atendimentos que eles fazem aqui, pois eu não conhecia. Eu conheci faz mais ou menos 15 através de uma amiga.
- 5) Excelente, não tenho nada do que reclamar. Foi tudo rápido e sem enrolação.
- 6) Não, foi tudo ótimo. Isso é uma benção, eu achei excelente!
- 7) Fui procurar o fórum da Vila Caiuá, mas demorava muito o procedimento, fora os erros nos atendimentos. Aqui foi bem mais rápido, trouxe os documentos pedidos e já resolvemos tudo.
- 8) Indicaria, com certeza. Já fiz isso, com amigos que precisavam resolver questões de guarda.

ENTREVISTADO 5

- 1) Conheci quando minha filha decidiu fazer o divórcio. Meu genro foi procurar mais informações, pois a gente já havia ouvido falar sobre o projeto, mas não sabia todos os atendimentos que eram feitos.
- 2) Eu nunca tinha visto nada na televisão. Acho que deveria ter um pouco mais de informação sobre o assunto. Ouvi uma vez no rádio, que havia um limite de salário só.
- 3) Deveria ter mais propaganda falando sobre isso, o cartório, por exemplo, não informa nada sobre o projeto, acho que não é do interesse deles também, pois estão interessados em ganhar.
- 4) Eu acabei não pesquisando muito sobre o Justiça no Bairro. Mas acho que informações na internet, algum site, pra gente saber melhor.
- 5) Foi muito legal, todos que nos interessaram foram bem atenciosos.
- 6) Não! Achei que fosse mais burocrático, mas estava errada, foi muito rápido.
- 7) Foi sim, se fosse pra fazer no cartório teria que pagar R\$ 240,00 reais e mais o honorário do advogado. Fora toda à custa do processo, que são muito caras.
- 8) Com certeza, aqui atendem outras coisas além de divórcio né, é muito interessante.

ENTREVISTADO 6

- 1) Vi uma chamada no jornal e resolvi conhecer o projeto. Pois era próximo a minha casa. Não fomos fazer nenhum atendimento jurídico, mas levei meus filhos para a recreação e fizemos exames médicos que estavam disponíveis. Eles se divertiram muito.
- 2) A propaganda que eu assisti foi bem rápida, não foi bem uma propaganda sabe, o apresentador falou o que ia ter e onde, ai coloquei na internet pra saber mais coisa.
- 3) Deveria ter mais coisa na televisão, pra chamar mais atenção das pessoas, achei muito simples e mais coisa nas ruas também.
- 4) Não sei o que sugerir, é difícil pensar agora.
- 5) Eu gostei muito dos atendimentos nos stands e da organização do evento.

- 6) Nada, apesar de estar bem cheio, foi agradável e muito proveitoso.
- 7) Não fiz nenhum atendimento específico, mas ficamos contentes em ter aproveitado o dia de uma forma divertida, principalmente para as crianças.
- 8) Com certeza, dá pra resolver muitos problemas.

ENTREVISTADO 7

- 1) A caminho do trabalho, tinha um cartaz no ônibus, tirei uma foto, porque na hora não tinha como anotar. Eu precisava entrar com o pedido de pensão alimentícia para os meus filhos. Vi o cartaz na hora certa!
- 2) Eu senti que falta um pouco mais de empenho nas propagandas, mais coisa na televisão e no rádio. Mas o projeto é, com certeza, muito importante, está ajudando muita gente.
- 3) Foi legal ver que tinha cartaz no ônibus, porque as pessoas mais pobres só andam de ônibus, mas quando eu fui procurar na internet as informações estavam mais difíceis de encontrar, tive que procurar em vários sites.
- 4) Com certeza ter mais propaganda na televisão, eu acho que muitas pessoas assistiriam.
- 5) Ótima, fui atendida rápido e muito bem. A moça que me atendeu foi atenciosa e me explicou todas as dúvidas.
- 6) Não, gostei de tudo.
- 7) Não tenho dúvida! Eu fui ver um advogado, mas estava muito caro e infelizmente eu não tenho condições de pagar.
- 8) Claro, só me ajudou conhecer esse projeto.

ENTREVISTADO 8

- 1) Na verdade eu conheci através da Unicuritiba, porque eu comecei meu processo de divórcio com eles e depois de alguns problemas eles com meu ex-marido acabei desistindo de dar continuidade. Agora consegui uma procuração dele e me indicaram para vir aqui dar continuidade no processo.
- 2) Não me lembro de ter visto nenhuma propaganda.
- 3) Não vi nada, então não sei te responder.

- 4) Já que é algo tão útil para a população, poderia ter uma divulgação melhor. O atendimento é muito simples e o acesso é fácil.
- 5) Rápido, muito eficiente.
- 6) Não, absolutamente, todas as pessoas que me atenderam foram muito gentis e educadas. A impressão que temos quando algo é de graça o atendimento vai ser horrível, mas aqui foi completamente diferente do que eu esperava, me surpreendeu muito.
- 7) Com certeza, lá na Unicuritiba o processo seria muito longo. Quando eu procurei por eles, meu interesse era também na pensão alimentícia para meu filho, pois desde 2011 ele não recebe a pensão do pai. Procurei também um advogado, mas iria sair R\$ 2.300,00 reais, muito caro, eu não tenho condições de arcar com uma despesa tão alta.
- 8) Com certeza! Foi muito bom mesmo. É uma alegria imensa, eu estou extasiada foi um alívio muito grande pra mim.

ENTREVISTADO 9

- 1) Conheci através de uma amiga, que foi se divorciar no evento que aconteceu ano passado. Ela me falou que foi tudo feito no dia e de graça.
- 2) Eu vi algumas vezes chamada na televisão, mas não prestei muita atenção. Não sei, acho que falta uma divulgação melhor, eu consegui resolver meus problemas e tem tanta gente pobre que não pode pagar advogado, sabe.
- 3) Eu acho que poderia ser melhor, moça. Assim, mas gente iria conhecer o projeto, eu vim aqui hoje e fiz várias coisas.
- 4) Ter mais propagandas na televisão e no rádio também. Eu procurei algumas coisas na internet e achei meio esquisito, se tivesse um site só deles ia ser bem legal. Bastante gente iria ver.
- 5) Muito bom, eu gostei de tudo. Foi mais rápido do que eu esperava.
- 6) Nada, tudo ótimo.
- 7) Eu estava com um processo desde 2014 na justiça e nada resolvia, muito demorado. Então, depois que essa amiga me indicou o Justiça no Bairro, consegui resolver tudo na hora, conversei com meu ex-marido e ele aceitou vir até aqui para acabarmos de vez com tudo isso.

- 8) Sem dúvida, me ajudou muito e tenho certeza que pode ajudar muitas outras pessoas.

ENTREVISTADO 10

- 1) Conheci vendo um comercial na televisão avisando que teria o evento aqui em Pinhais, depois procurei mais coisas na internet.
- 2) Acho que sim, o projeto é muito bom né. Fiquei bem feliz.
- 3) Sim, mas foi um pouco rápido, acabei perdendo informações que fui buscar na internet, mas nem todo mundo tem esse acesso. Então deveria ter mais vezes e mais longos.
- 4) Não ter só propaganda quando tem esses eventos. Hoje fiquei sabendo que podemos ser atendidos onde era as Varas de Família, se eu soubesse disso antes teria ido há muito tempo resolver meu caso. Tinha que ter mais coisa falando das outras coisas que eles fazem.
- 5) Gostei bastante. Peguei uma senha e não demorou a me chamarem, todos muito educados e atenciosos.
- 6) Nada!
- 7) Sim! Porque eu demorei a ir ver esse divórcio, nunca tinha dinheiro e o advogado é muito caro, menina. Não dá! Aqui não gastei um centavo e resolvi tudo na hora.
- 8) Já indiquei, chamei uma amiga que precisa reconhecer a paternidade do filho e já passaram para ela tudo o que precisa para entrar com o procedimento.

APÊNDICE 2 – Entrevista com a Desembargadora Joeci Machado Camargo.

1) Qual foi o propósito ao criar o Projeto Justiça no Bairro?

Atender a população de forma desburocratizada, uma maneira de garantir cidadania às pessoas que não conseguem chegar ao judiciário. A maioria da população não tem acesso a núcleo de praticada de jurídica, defensoria pública. E por todas essas dificuldades acabam perdendo o interesse em resolver suas pendências, culminando na irregularidade da sua situação, pela falta de acesso. O JB consegue agregar inúmeros serviços, principalmente atendimentos na área da família.

2) O projeto tem 13 anos, ao longo desse período quais foram às mudanças mais significativas que ocorreram?

A mudança é constante, principalmente porque hoje nós atendemos grande parte da demanda reprimida que existia em Curitiba, além de que os cidadãos aqui tem acesso ao JB pelas Ruas da Cidadania e Núcleo de Conciliação das Varas da Família. Hoje a principal atuação está no interior do Estado, onde o fluxo de atendimentos é muito maior. Uma vez que no interior os habitantes não tem acesso ao Núcleo, nem a outros órgãos que façam esse atendimento desburocratizado. Nós não atendemos apenas uma Comarca, mas toda região metropolitana daquele município, logo o número de casos é enorme.

3) Tinha noção das proporções que o JB tomaria?

O Justiça no Bairro foi um projeto que teve um início grande, não começou de forma acanhada. Nossa atuação foi diretamente para a massa, abranger o maior número de pessoas.

4) Qual o significado da logo do JB? Acredita que ela abrange todos os públicos atendidos pelo projeto?

Primeiro, que não existe diferença entre as pessoas, todos são iguais perante a lei, pois os bonecos não tem rosto, não tem definição raça e credo. Segundo, fazer justiça com amor, com alegria, construir a felicidade das pessoas, devolver o status de cidadão aquele indivíduo. Isso pode ser feito de diversas maneiras, através dos casamentos, unindo duas pessoas que se amam, do divórcio, permitindo que aqueles indivíduos sigam suas vidas com dignidade, no reconhecimento de paternidade, dando a criança a felicidade e o direito de ter o nome do pai na sua certidão de nascimento. Enfim, são inúmeras formas que nós temos de construir a felicidade. **Nosso mote é proibido dizer não, temos arranjar uma solução.**

5) Sobre a comunicação, quando o projeto foi desenvolvido, ocorreu o planejamento de alguma estratégia de comunicação e divulgação do projeto?

Houve divulgação aberta nas rádios e na televisão. Sem dúvidas, o veículo que mais gera comoção popular é o rádio, principalmente no horário do

almoço e no final da tarde. No interior também ocorre a divulgação com carro de som.

6) E hoje, como funciona a comunicação?

Hoje a comunicação é igual quando o projeto foi criado. Na televisão, rádio – principal veículo –, mobiliário urbano, folders nas escolas, agentes comunitários, líderes das associações dos bairros, líderes de associações, entre outros.

7) Vi que recentemente foi criada uma página no Facebook para o Projeto. Por que não havia nada nas mídias sociais antes?

A página foi criada por uma das nossas servidoras, que também faz as postagens. Não foi criada, porque eu realmente não tive tempo, pois as atividades desenvolvidas para o Justiça no Bairro são desvinculadas das atividades que eu tenho no meu gabinete no Tribunal de Justiça.

8) Sentiu alguma repercussão após a criação da página?

Realmente não sei te informar, pois não estou atualizada sobre como está a página no Facebook.

9) Acredita que o conteúdo é suficiente para divulgar o JB amplamente e trazer mais visibilidade?

Idem resposta 8.

10) O Justiça no Bairro visa atingir uma parte da sociedade menos favorecida, onde a comunicação precisa ser pensada para esses indivíduos especificamente. A dra acredita que a comunicação realizada hoje supri as necessidades desses públicos?

Acredito que sim, hoje a maioria da população sabe da existência do JB, tem livre acesso ao Núcleo de Conciliação e aos eventos que organizamos, seja na capital ou no interior, a abrangência é extensa.

11) Considera importante o Projeto ter uma comunicação própria? Sem depender da assessoria de imprensa do Tribunal de Justiça?

Não é o Tribunal de Justiça que faz a comunicação para o Justiça no Bairro, eles apenas divulgam no site os resultados dos eventos do Justiça Itinerante. O contato é direto com os veículos de comunicação – TV e rádio.

12) Acredita que o relações públicas pode ajudar na otimização da comunicação do JB, trabalhando a identidade/imagem do projeto com a sociedade?

Com certeza, sem comunicação é impossível fazer alguma coisa. Ela é essencial para o andamento do projeto, pois se as pessoas não soubessem da sua existência, como saberiam as facilidades que existem em participar. Publicidade é o principal.

13) A comunicação pública hoje é feita para atender as demandas sociais junto dos órgãos, garantindo que sejam sanadas as dúvidas dos indivíduos, o que produz um efeito de pertencimento e cidadania. O Justiça no Bairro com a comunicação que faz hoje consegue produzir esse sentimento?

Produz, com certeza. No começo do projeto houve interesse do TJ de que o Justiça no Bairro não atuasse mais. E para nossa surpresa o povo foi para frente do Fórum exigir a volta do JB, foram 24h que o Paraná esteve no noticiário nacional, foi veiculado em diversas plataformas, inclusive na Voz do Brasil. E conseguimos que a decisão fosse revogada. Toda essa mobilização foi feita pelo povo, que se identifica com nosso projeto.

14)O foco deste Trabalho de Conclusão de Curso é, principalmente, o Justiça Itinerante. Para ele são utilizadas quais plataformas de comunicação e divulgação dos eventos?

A comunicação para o Justiça Itinerante é a mesma utilizada nas demais frentes do JB (rádio, televisão, carro de som, entre outros).