

Políticas públicas de comunicação da Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina¹

Carlo José Napolitano²
Universidade Estadual Paulista – UNESP

Resumo

As democracias ao redor do mundo têm sido alvo de ataques sistemáticos por parte dos movimentos populistas às instituições e ideais democráticos, como é o caso dos Tribunais Constitucionais. Diante desse cenário, esses Tribunais, além de reafirmar o seu poder decisório em ações judiciais, precisaram reagir na esfera comunicativa, para dialogar diretamente com a sociedade, com o objetivo de reforçar a sua autoridade e competência, desta vez, no âmbito comunicacional. Esta comunicação, baseada em análise documental e bibliográfica, visa apresentar e analisar a estrutura comunicacional da Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina, concluindo o trabalho que apesar dos esforços da Corte de aproximação com a sociedade argentina é possível identificar falhas na comunicação, como são os casos das não atualizações das páginas de mídias sociais.

Palavra-chave: Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina; políticas públicas de comunicação; defesa da democracia; populismo.

Introdução

As democracias ao redor do mundo têm sido alvo de ataques por parte dos movimentos populistas. Ataques generalizados e sistemáticos às instituições e ideais de um Estado Democrático de Direito como mídia, jornalismo, partidos, representação política, universidades, ciência, separação de poderes, parlamentos, sistema de justiça, dentre outros e, em especial, considera-se nesta comunicação, aos Tribunais Constitucionais.

A ascensão recente do populismo em âmbito mundial é um fato inconteste. Também é notório o ataque desses líderes populistas aos respectivos tribunais constitucionais de seus países, sendo essa uma estratégia de governos populistas. De

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Associado da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Departamento de Ciências Humanas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru/SP, Livre-Docente em Direito à Comunicação, Pós-Doutor pelo Departamento de Direito do Estado, da Faculdade de Direito, da Universidade de São Paulo, Doutor em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Ciências e Letras, UNESP/Araraquara, membro do grupo de pesquisa Mídia e Sociedade/CNPq, coordenador da linha de pesquisa Direito à Comunicação. e-mail: carlo.napolitano@unesp.br. CV: <http://lattes.cnpq.br/4413410311464411>. <https://orcid.org/0000-0002-6328-6398>

acordo com Arguelhes (2023, p. 238) os “Tribunais constitucionais estão sob ataques de líderes autoritários, mesmo quando apenas cumprem a função esperada”.

Os exemplos personificados são abundantes: Viktor Orbán (Hungria), Recep Tayyip Erdoğan (Turquia), Andrzej Duda (Polônia), Andrés Manuel López Obrador (México); Nicolás Maduro (Venezuela), Benjamin Netanyahu (Israel), Jair Messias Bolsonaro (Brasil)³ e mais recentemente Donald Trump, nos Estados Unidos e Javier Milei, na Argentina, dentre outros.

Diante desse cenário, os Tribunais Constitucionais, além de reforçar e reafirmar o seu poder decisório em ações judiciais posteriores, precisaram também agir e reagir na esfera comunicativa, para também dialogar diretamente com a sociedade, para além do âmbito restrito dos processos judiciais, com o objetivo de reforçar e reafirmar a sua autoridade e competência, desta vez, no âmbito comunicacional.

A presente comunicação, baseada em análise documental e revisão de literatura, visa apresentar e analisar as políticas e estratégias de comunicação da Corte Suprema de Justiça da Nação, o Tribunal Constitucional da Argentina e está assim estruturada: além desta introdução, apresenta, nas seções que seguem, as políticas e estratégias de comunicação dos tribunais constitucionais, apresenta e analisa as política de comunicação do tribunal argentino e, ao final, algumas considerações sobre a política de comunicação da Corte Suprema de Justiça da Nação são apresentadas, concluindo o trabalho que apesar dos esforços da Corte de aproximação com a sociedade argentina é possível identificar falhas na comunicação, como são os casos das não atualizações das páginas de mídias sociais.

Políticas e estratégias de comunicação dos tribunais constitucionais⁴

As políticas⁵ e estratégias de comunicação dos tribunais constitucionais impactam profundamente o interesse midiático e social por esse poder.

³ Como exemplo, no Brasil, o governo Jair Messias Bolsonaro (2019/2022) foi pautado por ataques ao Supremo Tribunal Federal (Recondo e Weber, 2023), suas funções e a seus membros. Esses ataques ao tribunal, suas funções, decisões e membros, invariavelmente, foram proferidos nas redes sociais do ex-presidente. Durante a pandemia da Covid-19 (2020/2022), Bolsonaro, inclusive, “acusou” o STF de não deixar o seu governo agir, ao reafirmar na ADI 6341 que o enfrentamento da pandemia devia ser uma tarefa tanto do governo federal, como dos estaduais e municipais.

⁴ Esta parte da comunicação já foi utilizada em outros trabalhos acadêmicos/científicos do autor.

⁵ O conceito de política de comunicação que está sendo empregado no presente trabalho consiste nas “ações e iniciativas de instituições estatais de todo tipo que, de acordo com as concepções e legitimação de cada

Russi (2010), em trabalho que trata da influência da assessoria de comunicação do Supremo Tribunal Federal, através da mídia das fontes, no agendamento da mídia comercial e da produção de notícias sobre o STF por esses veículos, indica que na estrutura de comunicação do Supremo, o Portal do STF, exerce a função de agência de notícias do órgão e que seria uma forma do STF influenciar a mídia comercial na produção de notícias sobre as suas atuações.

Essa percepção é a mesma de Borges e Romanelli (2016, p. 221) para quem, essa “agência de notícias do STF” estaria “encarregada de produzir diariamente releases contendo informações sobre os julgamentos, sobre a agenda dos ministros e sobre os debates ocorridos”.

Na Argentina, a Corte Suprema de Justiça da Nação segue a mesma linha de raciocínio. O Centro de Información Judicial (<https://www.cij.gov.ar/inicio.html>) é considerado também uma agência de notícias. De acordo com o juiz constitucional argentino Ricardo Lorenzetti⁶, “Finalmente, chegamos à fase de transformar o CIJ em uma Agência de Notícias do Poder Judiciário, que se comunica por meio do site ... e que está em constante evolução.” (CSJN/CIJ, p. 10, 2016).

A teoria da comunicação define essas ações como *agenda setting*, entendida como sendo a agenda da mídia tornando-se “conversa do dia a dia” (Ferreira, 2015, p. 111) das pessoas, ou ainda, como ações alteradoras da “estrutura cognitiva das pessoas” em que o “modo de cada indivíduo conhecer o mundo que é modificado a partir da ação dos meios de comunicação de massa – ação esta que passa a ser compreendida como um ‘agendamento’, isto é, a colocação de temas e assuntos na sociedade” ao longo do tempo. (Araújo, 2015, p. 129).

Considera-se que a comunicação estabelecida pelos Tribunais Constitucionais com a sociedade civil está relacionada ao conceito de comunicação pública, conceito que não é unívoco e claro, possuindo, conforme Brandão (2012, p. 1), “múltiplos significados”. Tal conceito pode estar atrelado à (1) comunicação organizacional, (2) à

sociedade e de contextos históricos específicos, orientam e influenciam os processos de criação, produção, difusão e consumo de produtos comunicativos e culturais, em diferentes sistemas, plataformas, suportes, meios, redes e tecnologias. Na atualidade, políticas de comunicação também podem ser associadas a proposições e práticas de segmentos da sociedade civil e do setor privado”, conforme Moraes (2015, p. 777).

⁶ Neste período Lorenzetti presidia a CSJN.

comunicação científica, (3) à comunicação política, (4) à comunicação da sociedade civil organizada e (5) à comunicação do Estado/Governo, por exemplo.

No presente trabalho o termo está relacionado à comunicação do Estado/Governo compreendida como

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. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público. (Brandão, 2012, p. 5).

A comunicação pública estatal/governamental também pressupõe, de acordo com Brandão (2012), uma relação dialógica, um diálogo com a sociedade civil organizada sobre questões e temas de interesse coletivo.

O relatório McBride (1983) já apontava, no início dos anos 1980, a necessidade dessa relação dialógica, de interações. Indicava na oportunidade, que "é mais indispensável que nunca considerar que a utilização ótima da comunicação consiste num intercâmbio ao qual cada um possa trazer a sua contribuição" o que permitiria, de acordo com o documento, "ao indivíduo desempenhar um papel ativo na comunicação" (1983, p. 186). Seria, conforme aponta mais adiante no relatório "o direito de discutir", que consiste na necessidade da comunicação ser um "processo aberto de resposta, reflexão e debate", e que permitiria, ao indivíduo/cidadão, "influir nas decisões que tomam os responsáveis" (1983, p. 187).

Bercholz (p. 15, s/d), baseado na teoria do agir comunicativo de Habermas, afirma que os tribunais constitucionais devem

salvaguardar um processo deliberativo-discursivo de legitimação política e normativa, consistente na ação comunicativa intersubjetiva entre todos os cidadãos, o que implica uma relação estritamente comunicativa com os atores sociais, em pé de igualdade, para se influenciarem mutuamente por meio da comunicação dialógica.

Para fins deste trabalho, adota-se aqui essa definição de comunicação pública, pois trata-se da tentativa de construção, através das políticas de comunicação social dos

tribunais constitucionais, de uma agenda pública, provocando-se o debate público, em uma relação dialógica.

Essa forma de comunicação, tendo em vista o grande público que pretende atingir, é efetivada pelo Estado/Governo através da grande mídia, visando à participação política “para a construção da cidadania”. (Brandão, 2012, p. 9).

Os documentos referentes às políticas de comunicação do tribunal argentino e a literatura consultada, indicam que a comunicação da Corte Suprema de Justiça da Nação se enquadra dentro dessa forma de comunicação pois, como será visto na próxima seção, tem o cidadão como foco de suas ações.

A política de comunicação da Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina: apresentação e análise⁷

A Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina é precursora na utilização das tecnologias da informação para divulgação de notícias. De acordo com a própria corte

Pela primeira vez na história da Argentina, e como uma instituição sem precedentes entre os poderes judiciários do mundo, a Corte Suprema de Justiça da Nação lançou o Centro de Informação Judicial (CIJ) em 2009 como Agência de Notícias do Poder Judiciário, um site dedicado a cobrir completamente a atividade dos tribunais locais online. (CSJN/CIJ, p. 13, 2016).

Essa agência de notícias é “um dos pilares da política de comunicação do Judiciário, entendida como uma política de Estado” (CSJN/CIJ, p. 13, 2016), consistindo na “externalização de um intenso trabalho no Judiciário para gerar novos elos de comunicação com a sociedade” (CSJN/CIJ, p. 14, 2016), em um “modelo de política de comunicação de ‘portas abertas’ (CSJN/CIJ, p. 15, 2016). Nesse sentido, o CIJ “possibilitou um espaço de diálogo e opinião” (CSJN/CIJ, p. 16, 2016).

A CSJN, já nos anos 2000, previa a utilização de diversos canais de comunicação *online* com a sociedade argentina. Além do portal, considerado como a agência de notícias da corte, também havia a previsão de uso das redes sociais (Twitter/X e Facebook), canal

⁷ A presente comunicação decorre de pesquisa mais ampla que visa investigar as políticas de comunicação de quatro tribunais constitucionais, o argentino, objeto deste trabalho, o alemão, o brasileiro e o estadunidense.

do YouTube e transmissões ao vivo, dentro outras estratégias de comunicação (CSJN/CIJ, 2016).

Também, a título de exemplificação, no início de 2016, a Corte Suprema de Justiça da Nação, de acordo com o portal da própria corte⁸, criou, através da Acordada⁹ 42/15, a Secretaria de Comunicação e Governo Aberto, que tinha sob sua órbita as seguintes áreas: Centro de Informação Judicial, Imprensa, Governo Aberto e Comunicação Internacional. Essa estrutura comunicacional foi alterada ao longo dos anos. Como exemplo, a Secretaria de Comunicação e Governo Aberto, foi extinta em 2018, pela Acordada 33/2018.

Segundo a Acordada 42/15, “é objetivo deste Tribunal aprofundar a política de comunicação baseada na transparência da informação e na participação social, alcançando uma estratégia uniforme que continue a garantir à população o acesso à informação e à publicidade dos atos do governo”.

Apona ainda que o CSJN “tem promovido uma política de comunicação aberta, visando dar transparência e divulgação das decisões judiciais para aproximar a Justiça da sociedade, permitindo-lhe ter acesso à informação e controlar e opinar sobre a administração dos justiça e tornar efetivo seu direito à informação pública”.

A nota diz ainda que “Essa política de Estado em matéria de comunicação elaborada nestes anos pelo Tribunal tem sido reconhecida pela sociedade, no país e no exterior”. Essa iniciativa

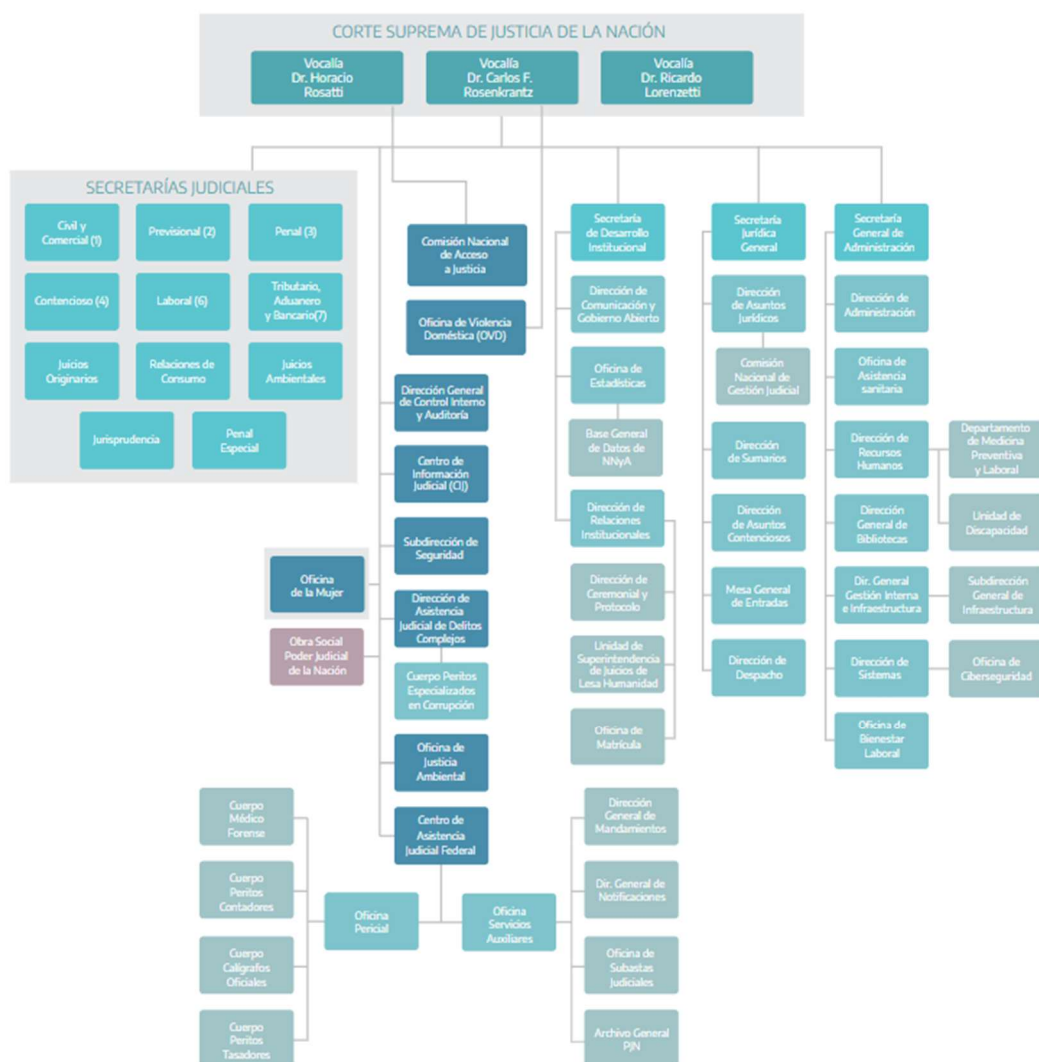
insere-se numa **política de Estado** apoiada por este Tribunal que visa fomentar a **participação cidadã** na administração da justiça através da Internet, promover a transparência dos atos governamentais e intensificar o trabalho que o Tribunal tem vindo a desenvolver procede à divulgação e acesso à informação, ao mesmo tempo que são disponibilizadas ao cidadão as ferramentas digitais adequadas para que este possa enviar as suas dúvidas, sugestões e opiniões às diversas áreas envolvidas na prestação do serviço. (destaques meus).

Atualmente a estrutura comunicacional da CSJN está prevista no organograma que segue:

⁸ <https://www.cij.gov.ar/nota-19641-La-Corte-Suprema-cre--una-Secretar-a-de-Comunicaci-n-y-Gobierno-Abierto.html>)

⁹ Acordadas são normas internas da CSJN e vinculantes ao sistema judicial argentino.

Organograma da Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina



Fonte: <https://www.csjn.gov.ar/institucional/organograma>

Conforme o organograma atual (extraído em maio de 2025 do Portal do CSJN) a comunicação da corte está assim estruturada:

A responsabilidade pela política de comunicação compete à Secretaria de Desenvolvimento Institucional, que tem, entre outras missões, as seguintes:

- Promover o desenvolvimento das políticas de comunicação do Supremo Tribunal Federal.
- Desenvolver o engajamento institucional do Tribunal com os cidadãos e demais partes interessadas na esfera pública.

As bases regulatórias para as competências da Secretaria são as Acordadas 33/18, 5/2019, 42/2024 e 45/2024.

À esta Secretaria, está vinculada à Diretoria de Comunicação e Governo Aberto, que, por sua vez, tem as seguintes missões:

- Conceber e desenvolver a estratégia integral de comunicação do Tribunal e gerir a divulgação das atividades não jurisdicionais do Tribunal.
- Desenvolver e gerir a política de governo aberto do Tribunal.

As competências da Diretoria estão previstas nas Acordadas 33/18 e 5/19.

O Centro de Información Judicial, conforme já mencionado, foi criado em 2009 e tem, atualmente, como funções as estabelecidas pelas Acordadas 17/06 e 42/15.

A análise dos documentos e da literatura consultada permitem apontar que houve e há uma preocupação da CSJN em aproximar-se do cidadão argentino, tendo o cidadão como o foco de suas ações.

No entanto, “navegando” pelo portal, pelas redes sociais e pelo canal do YouTube da CSJN/CIJ, verifica-se que somente o portal do CIJ e o Portal do CSJN, aba novidades (<https://www.csjn.gov.ar/novedades/noticias>) têm publicações atualizadas.

De todo modo, as atualizações não são diárias, em especial no CIJ (<https://www.cij.gov.ar/informacion-corte-suprema.html>), o que sugere que a função de agência de notícias não está sendo cumprida em sua integralidade.

As redes sociais (Twitter/X e Facebook), o canal do YouTube e as transmissões ao vivo não estão sendo atualizados, o que sugere uma falha nessas estratégias de comunicação da corte.

A última transmissão ao vivo ocorreu há oito meses (<https://www.youtube.com/@cijargentina/streams>), o último vídeo foi postado há dois anos (<https://www.youtube.com/@cijargentina/videos>), a página do Facebook não está disponível (<https://www.facebook.com/pages/Centro-de-Informacion-Judicial/113649671174>) e a última publicação no Twitter/X é de novembro de 2022 (@cijudicial).

Pela análise das Acordadas, pode ser sugerido que há constantes alterações na estrutura organizacional da comunicação da corte, o que pode favorecer essa falta de continuidade de ações.

Conclusões

A presente comunicação, lastreada em análise documental e bibliográfica, teve por objetivo apresentar e analisar a estrutura comunicacional da Corte Suprema de Justiça da Nação Argentina.

Infere-se com os documentos e material bibliográfico investigados que a corte argentina é precursora em relação ao uso das tecnologias da informação em sua estrutura comunicacional.

Também verifica-se que houve e há constantes mudanças nessa estrutura, sugerindo-se que essa falta de continuidade pode impactar negativamente nas ações de comunicação da corte, como é o caso da falta de atualização das páginas das mídias sociais.

A própria corte considera o CIJ como a sua agência de notícias. Se não há atualizações diárias, essa agência perde a sua função de transformar as ações da corte em conversa do dia a dia da sociedade argentina, não presta contas e não leva ao conhecimento público as suas ações, logo não há diálogo e consequentemente não favorece para a construção da cidadania, sendo esses os objetivos da política de comunicação da corte argentina, de acordo com o material analisado, sugerindo-se que há espaços para aperfeiçoamentos na comunicação deste tribunal constitucional.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz. C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópoles: Vozes, 2015.

ARGENTINA. Corte Suprema de Justicia de la Nación / Centro de información Judicial. **Justicia argentina online**. La mirada de los jueces. Buenos Aires, 2016. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://todosobrelacorte.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/07/justicia-argentina-on-line-la-mirada-de-los-jueces.pdf

ARGENTINA. Corte Suprema de Justicia de la Nación. Acordadas. Disponíveis em: <https://www.csjn.gov.ar/decisiones/acordadas>

ARGUELHES, Diego Werneck. **O Supremo**: entre o direito e a política. Rio de Janeiro: História Real, 2023.

BERCHOLC, Jorge Omar. **La división de poderes**. Cuestiones actuales sobre el rol del poder judicial. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/bercholg-la_division_de_poderes.pdf

BORGES, Fernanda da Silva; ROMANELLI, Sandro Ballande. Supremo espetáculo: aproximações sobre as imagens públicas do STF. **Mediações**, Londrina, v. 21, n. 1, p. 199-235, 2016.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012.

FERREIRA, Giovandro Marcus. As origens recentes: meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2015.

MCBRIDE, Sean. **Um mundo e muitas vozes**: comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1983.

MORAES, Denis de. Verbete Políticas de Comunicação, In: DI GIOVANNI, Geraldo; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Orgs). **Dicionário de Políticas Públicas**. 2 ed. São Paulo: Editora Unesp; Fundap, 2015.

RECONDO, Felipe; Weber, Luiz. **O Tribunal**: como o Supremo se uniu ante a ameaça autoritária. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

RUSSI, Joyce Maria Magalhães. **Assessoria de comunicação, agendamento e newsmaking**: um estudo sobre a evolução da comunicação no Supremo Tribunal Federal. Brasília. 108 p. Dissertação em Comunicação. Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2010.