

JUDICIÁRIO MUDIATIZADO: O USO DE MEIOS MASSIVOS NA DIVULGAÇÃO DE ATOS OFICIAIS.

Hermundes Souza FLORES DE MENDONÇA (Unileste)

Introdução: O Ministério Público ajuizou Ação Civil Pública em benefício de segurados do Instituto de Previdência do Paraná requerendo a revisão de pensões por morte. O MP obteve êxito na ACP. O resultado do julgamento foi divulgado através do Diário Oficial em 10 e 11/04/2002. Contudo, somente em 13/04/2010 a sentença foi divulgada em meios massivos, quando o prazo para execução já estaria prescrito, o que levou a beneficiários questionarem o conceito legal de publicidade. A discussão chegou ao STJ. **Objetivo:** Entender o modo como os usos que o Poder Judiciário, profissionais do direito e partes – e também os usos pressupostos pelo legislador – têm feito dos meios de comunicação (seja oficiosa, seja inoficiosamente) tensionou, neste caso, o sentido da norma jurídica sobre publicidade de atos oficiais. **Metodologia:** Fizemos uma busca na página inicial do sítio eletrônico do Superior Tribunal de Justiça, www.stj.jus.br, no dia 10/08/2018. Utilizamos como ferramenta o campo para inscrição de termos de busca por meio do qual se tem acesso à coletânea de julgados do Tribunal. O julgamento de recurso repetitivo foi escolhido tendo em vista a sua representatividade. Fizemos análises empíricas do julgado em busca de inferências abduativas para compreensão das tensões em torno do sentido da publicidade dos atos oficiais no judiciário em midiatização. **Resultados:** Dois ministros do STJ (votos vencidos) chegaram a sustentar que o marco temporal inicial para contagem do prazo prescricional para o pedido de execução da sentença que beneficiou uma coletividade não seria a publicação da sentença no Diário Oficial, mas a data da divulgação da decisão em meios de comunicação de massa. Nos votos vencedores se sustenta que não há previsão legal para divulgação ampla do trânsito em julgado da sentença. Neste caso, o CDC só determina a publicação em diário oficial (diferentemente do início do processo, que deve ser divulgado de forma massiva). Tendo em vista a finalidade da norma, que é proteger o consumidor, e da possibilidade do uso de meios midiáticos para dar conhecimento aos beneficiários de que têm um direito, o voto do Ministro indica uma lógica de midiatização para suprir a lacuna legal identificada no julgamento. Ou seja, na falta de uma norma que determine a ampla divulgação da sentença o julgador indica uma lógica da sociedade midiatizada para suprir essa lacuna. **Conclusão:** Ainda que o CDC tenha sido concebido em momento anterior à massificação do uso da internet e relativamente distante do fenômeno das redes sociais digitais, já vemos uma lógica de midiatização. Na disputa judicial estudada essa lógica teve seus limites tensionados em seus aspectos jurídico e comunicacional.

Palavras-chave: Judiciário. Midiatização. Publicidade.

Agências de fomento: Sem fomento.