

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O JORNALISMO COMUNITÁRIO NA GRANDE MÍDIA: UM
ESTUDO DE CASO DO RJTV 1ª EDIÇÃO.**

FERNANDO GOLDWASSER DAVID

RIO DE JANEIRO

2008

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O JORNALISMO COMUNITÁRIO NA GRANDE MÍDIA: UM
ESTUDO DE CASO DO RJTV 1ª EDIÇÃO.**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

FERNANDO GOLDWASSER DAVID

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Paiva de A. Soares
Co-orientação: Fernanda Pereira (mestranda PPGCOM ECO/UFRJ)

RIO DE JANEIRO
2008

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O jornalismo comunitário na grande mídia: um estudo de casos do RJTV 1ª Edição**, elaborada por Fernando Goldwasser David.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Paiva de Araújo Soares
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Eduardo Coutinho
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Mohammed ElHajji
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2008

FICHA CATALOGRÁFICA

DAVID, Fernando Goldwasser. O jornalismo comunitário na grande mídia: um estudo de casos do RJTV 1ª Edição. Rio de Janeiro, 2008.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares

DAVID, Fernando Goldwasser. **O jornalismo comunitário na grande mídia: um estudo de casos do RJTV 1ª Edição.** Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO.
Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O trabalho é uma análise da linha editorial comunitária adotada por alguns veículos de comunicação pertencentes à grande mídia e as implicações desta mudança. A partir dos anos 1990, observa-se que muitos dos grandes conglomerados de comunicação alteraram suas formas de fazer jornalismo para atender uma mudança na demanda do público, agora interessado em reportagens de prestação de serviço e de cobrança por melhorias nas comunidades carentes. A partir desta constatação, é feito um apanhado de definições de conceitos ligado ao comunitarismo. Por fim, é feita uma análise de como esta aproximação da comunidade se dá na TV Globo. Abordam-se as nuances as colunas comunitárias do telejornal RJTV 1ª Edição, que está em constante processo de transformação no sentido do comunitarismo.

Sumário:

1. Introdução

2. Comunicação Comunitária

2.1. Comunidade e vida comunitária

2.2. Comunidades: trincheiras contra-hegemônicas em busca de cidadania

2.3. Representação das comunidades nas rádios comunitárias

3. Jornalismo Cívico: mudança de atitude nas redações

4. Jornalismo Comunitário na Grande Mídia: o RJTV

4.1. RJTV: Abrindo a caixa-preta

4.2. Telejornalismo e Interatividade

4.2.1. Coluna Caixa-Postal

4.2.2. Coluna Disque-Reportagem

4.2.3. Coluna Você no RJTV

4.2.4. RJ Móvel e RJ nos Bairros

4.2.5. Coluna O Barato da Semana

5. Conclusão

1. Introdução

É comum ouvir a opinião pública e, principalmente, a esfera acadêmica repudiarem a possibilidade de grandes conglomerados de mídia trabalharem em prol da cidadania e da defesa dos direitos das classes menos favorecidas. Os veículos de comunicação da chamada grande mídia serviriam apenas aos interesses de conservação de uma lógica hegemônica, afastados de qualquer luta por mudanças. É possível perceber que as grandes emissoras de televisão são os principais alvos deste tipo de crítica. Afinal, arraigadas à ordem dominante e favorecidas com concessões oficiais de utilização do espectro eletromagnético, não poderiam contestar as instituições que garantem o seu funcionamento diário.

Neste trabalho pretende-se provar que esta afirmação está correta – mas apenas parcialmente. De fato, historicamente e até hoje, a grande mídia brasileira nunca pôde – e se pôde não o fez – contestar a existência de instituições e órgãos representantes do poder, mesmo quando estas instituições não contavam com o endosso da democracia ou da aprovação da maioria. Raramente se viu, por exemplo, a grande mídia contestando o sistema político ou a existência de determinados órgãos que têm pouca relevância para o funcionamento da máquina pública. Não se fomenta, por exemplo, a discussão sobre a (necessária) reforma política – um vespeiro no qual a mídia não ousa mexer.

Neste campo os grandes veículos de comunicação definitivamente não entram. Também não há contestação do sistema econômico e pouco se divulga as manifestações que propõem uma terceira ordem na macroeconomia. Pelo contrário, só é possível ver a política econômica contestada quando ela vai de encontro àquilo que se manifesta em escala global. Neste sentido, portanto, está mais do que correta a afirmação de que a grande mídia funciona na conservação da ordem hegemônica. Em poucas palavras: o *status quo* jamais é contestado.

Entretanto, como se pretende comprovar neste trabalho, ao mesmo tempo em que assina embaixo a ordem hegemônica do sistema político-econômico, a grande mídia também atua contestando o poder. E a maior demonstração de que é possível contestar sem ser panfletário – e sem necessariamente levantar uma bandeira de oposição – está nas matérias de cunho comunitário, o tema central deste trabalho. Esta contestação acontece em prol dos direitos humanos universalizados, como o direito ao acesso à saúde, informação, educação, habitação, entre outros.

O objetivo deste trabalho, portanto, é analisar justamente esta área insípida, tratada por alguns com desdém, desconhecida por outros, e curiosamente não abordada no discurso dos críticos tradicionais da área de comunicação social – percebe-se a academia, às vezes, pouco à vontade para rever as suas críticas tradicionais, muitas vezes anacrônicas. Pretende-se trabalhar neste assunto não para fazer uma defesa chapabranda das grandes redes de TV. Não se tem a finalidade de atuar como advogado de defesa da TV Globo. Talvez, mesmo se comprovada a atuação desta emissora no âmbito comunitário, as críticas feitas a ela continuem abafando os elogios. Afinal, são muitas as críticas – e não será vista aqui nenhuma efetiva tentativa de abafá-las. No entanto, é necessário ter malemolência – e humildade – para reconhecer as virtudes, quando há elogios a serem feitos.

Para embasar esta tese, então, será utilizada principalmente bibliografia de natureza crítica, que Umberto Eco chamaria de apocalíptica. A proposta é fazer um contraponto da idéia central de que grande mídia não combina com comunitarismo sem, no entanto, ser o que Eco chama de integrado.¹ Ou seja, ser crítico com aquilo que deve ser criticado e reconhecer os méritos de coberturas comunitárias que, de fato, são vistas diariamente na programação da emissora.

Para fazer este contraponto será necessário apropriar-se dos conceitos utilizados pela literatura crítica – afinal, não é possível criticar sem falar a mesma língua. O primeiro passo, portanto, será fazer um apanhado geral dos conceitos de comunitarismo, cidadania, hegemonia, discurso hegemônico, discurso contra-hegemônico, jornalismo comunitário e os veículos de comunicação considerados tradicionalmente comunitários. Esta explanação será feita no capítulo “Comunidade e comunicação comunitária”.

Antes, porém, neste mesmo capítulo, será exposta a explicação da importância do discurso comunitário nos dias atuais, contextualizando-o na lógica pós-moderna de exaltação ao individualismo e à capacidade do indivíduo em se adaptar às dificuldades. Neste contexto, mostrar-se-á que esta ordem neoliberal teve como consequência a decadência das instituições clássicas de aglutinação coletiva.

Será mostrada, em números, a “falência” de três destas instituições clássicas: os sindicatos, a Igreja Católica (expoente da decadência da religião e da fé, em geral) e a família. A decadência destas formas clássicas de coletividade pressupõe uma mudança na lógica de aglutinação popular. O momento pós-moderno, ao mesmo tempo em que

¹ ECO, U. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

liberta o indivíduo, cria uma estrutura individualizante. E esta tendência, como será visto, já fora prevista pela lógica filosófica de Nietzsche.

Com a decadência das organizações clássicas de coletividade, surge um vácuo de representação das necessidades coletivas. O surgimento do ideal comunitário acontece justamente para ocupar este vazio e representar as reivindicações dos indivíduos. Observam-se duas correntes: a primeira atribui o surgimento dos movimentos comunitários como uma resposta quase instintiva às mazelas da realidade; outra enxerga o fenômeno num viés menos pragmático e mais romantizado, exaltando as qualidades altruístas dos seres-humanos.

Também é preciso enfatizar o que esta pesquisa entende por cidadania. O conceito tomou uma abrangência muito grande. Há teóricos que, ao associar cidadania e consumo, concluem que no mundo contemporâneo a segunda é pré-requisito para a primeira. Isto também será desenvolvido neste mesmo capítulo, que se encerrará com uma rápida abordagem sobre as rádios comunitárias, veículos de comunicação tradicionalmente conhecidos por atuarem ao lado das comunidades em todo o processo de construção das notícias.

No capítulo seguinte, analisar-se-á de que maneira a preocupação com o jornalismo comunitário e de serviço nasce nas redações dos grandes jornais. A rigor, o movimento do jornalismo cívico – como foi chamado – surge nos Estados Unidos a partir de uma tendência de queda no número de tiragem dos diários. Concluiu-se, à época, que a população considerou a cobertura das eleições de 1988 era feita com excesso de frieza e pragmatismo, preocupada apenas com os números de pesquisas.

Parte-se do princípio de que a idéia central do jornalismo cívico é estimular a cidadania, o espírito público e a participação popular nas decisões que possam promover mudanças. Ao longo do século XX, a cobertura jornalística tornou-se demasiadamente objetiva, restringindo-se à mera descrição dos acontecimentos. As redações tornaram-se “oásis da grande sabedoria e cultura” dos jornalistas sabe-tudo. Desprezando-se, dessa maneira, o conhecimento de quem vive a realidade de questões, que podem ser jornalisticamente relevantes.

O jornalismo cívico, como será falado, pretende inverter esta lógica, colocando o leitor-telespectador-ouvinte-internauta no centro da questão – não apenas como mero receptor do produto final. A audiência vira parte da produção da notícia, propondo pautas, apontando lugares e sugerindo a “pegada” da matéria.

O excesso de objetividade transformou o jornalismo em mera atividade descritiva dos acontecimentos, isolando o jornalista do senso coletivo. Esta concepção entende que o leitor-telespectador é um receptor passivo que precisa obter informações. Desta forma, a missão do jornalista seria apenas a de transmitir as informações sem interpretar nem sugerir soluções para os eventuais problemas. A frieza das coberturas jornalísticas foi, aos poucos, fazendo com que o público se desinteressasse pelos noticiários.

A queda nos índices de audiência e no número de jornais e revistas vendidos motivou ares de mudança. Seria preciso alterar a lógica de produção jornalística para reassumir o posto de enunciador dos acontecimentos. Pesquisas de opinião constataram que o interesse do público também já não era o mesmo. As mudanças do estilo de vida da população – o advento da tecnologia, a urbanização, a velocidade dos novos meios de comunicação – impuseram a mudança. No telejornal da manhã, por exemplo, mais do que as notícias que estampam os jornais, interessam as notícias sobre o trânsito – é o que se chama de jornalismo de serviço. O jornalismo de serviço é um dos vieses desta mudança nas redações. Ofertas de emprego, atendimentos gratuitos de saúde, cursos sem custo – são muitas as faces do jornalismo de serviço.

Outra mudança é o começo de um pensamento comunitário na grande mídia – e com espaço destacado nos telejornais. Começa a ir ao ar situações de calamidade popular, denunciadas por quem sente na pele as conseqüências da ausência do poder público. São as reportagens sobre valões de esgoto, falta de água encanada, meio-ambiente, escolas sem professores ou infra-estrutura, falta de médicos nos hospitais. Enfim, matérias produzidas independentemente de acontecimentos factuais. Mas vale frisar: nesta pesquisa não se pretende analisar o nascente altruísmo dos grandes veículos de comunicação de forma “chapa-branca”.

Não se entende que, de uma hora para outra, jornalistas tenham virado bom-samaritanos. Esta mudança – destaque-se – teve como origem um momento de crise de identidade nas redações. O jornalismo está se redescobrendo. Começando a se redescobrir. Muito ainda está a se fazer. Há ainda muitas mudanças a serem feitas. Mas há de se reconhecer o que já é realizado. Diariamente.

2. Comunicação Comunitária

Neste capítulo, a pesquisa se concentra em definir teoricamente os conceitos que serão utilizados. Será analisado o significado e as diferentes formas de significação daquele termo que é a coluna vertebral deste trabalho: a comunidade. No centro da questão está a compreensão da idéia de comunidade e sua transformação no tempo até o sentido que tem no mundo atual, sobretudo em se tratando do contexto da sociedade brasileira e, ainda mais profundamente, a sociedade carioca.

Em relação à conceituação deste termo, expõem-se as diferenças entre os teóricos de visão mais pragmática – que, grosso modo, enxergam as “comunidades” como uma reação “mercadológica” de caráter paliativo efetuada nos momentos de crise pelos excluídos em favor deles próprios – e os teóricos que vêem a formação de laços comunitários sob um aspecto mais intimista, quase romantizada.

Este último grupo vê nas comunidades uma espécie de trincheira de resistência – pacífica, porém proativa – à ordem hegemônica. As comunidades, portanto, tanto na visão pragmática quanto na romantizada, funcionariam incentivando os seus membros a batalharem, através de redes de solidariedade, por melhores condições de vida.

Embora não se refute aqui por completo a teoria dita pragmática, entende-se a segunda definição como mais fiel à realidade. De fato, é possível perceber que a ajuda mútua é movida pelas más condições de vida dos próximos e também é acentuada em momentos de crises humanitárias.² Esta movimentação de ajuda, no entanto, certamente não aconteceria caso não houvesse o sentimento de solidariedade e afeto entre os próximos. E o mutismo desta relação não se restringe aos momentos de calamidade, sendo vistos também na prestação de serviços e estímulo a cidadania em outros momentos. No dia-a-dia.

Ver-se-á adiante com mais profundidade como acontece esta prestação de serviço nas comunidades. De antemão, pode-se dizer que o simples acesso à informação é uma das formas pela qual a comunidade – o coletivo - serve ao indivíduo. Este exemplo é bem especificado, por exemplo, na figura das rádios comunitárias.

A partir da premissa de que o acesso à informação é necessário para a criação de redes de cidadania, percebe-se o poder – e a conseqüente obrigação – dos veículos de

² Isso ficou muito claro em várias ocasiões. Quando divulgadas massivamente pelos veículos de comunicação, as crises dão ainda mais evidência ao sofrimento das pessoas, compadecendo outras a fazerem doações. Observamos este movimento com muita força em nível mundial com as vítimas do tsunami de 2005. E mais recentemente na ajuda às vítimas da enchente de Santa Catarina.

comunicação da grande mídia em servirem às comunidades com notícias de relevância também para a parcela da população menos favorecida.

Nas rádios comunitárias é fácil perceber o papel dos próprios moradores da região na criação das matérias, dos programas, do critério de seleção de notícia, enfim, na produção da programação. Este é o desafio encontrado pelos jornais e telejornais da grande imprensa nos dias de hoje: primeiramente, perceber que o leitor-ouvinte-telespectador quer ter e deve ter participação na produção de notícias para, enfim, implementar de fato o jornalismo cidadão e participativo. O advento de novas mídias fez com que o interesse pelas mídias tradicionais – como o jornal, o rádio e a televisão – caísse, causando impacto no setor financeiro destas instituições³.

O relatório [do Ibope, divulgado em janeiro de 2008] ainda apontou queda de 4% na média de televisores ligados em todas as emissoras. A estatística comprova que os espectadores migraram para o consumo de informação em outras mídias como Internet e TV paga⁴.

O desafio, então, é aliar a tradição e o peso – e o conseqüente reconhecimento – de um renomado veículo de comunicação com uma radical revolução (que se mostra, portanto, empresarialmente necessária) no dia-a-dia de uma redação. É fazer entender que o telespectador, sim, muitas vezes tem um conhecimento maior de determinado assunto do que o jornalista. Principalmente no que diz respeito a seu entorno, à sua vida. Daí, entender que o telespectador deseja participar do jornal. E que, dessa maneira, cria-se a identificação e a fidelização do telespectador, que vê no jornalismo uma maneira de expor e mostrar seus problemas para uma imensa quantidade de pessoas e, assim, questionar as autoridades pela falta de alguns de seus direitos que deveriam ser garantidos, como segurança, educação, saúde, saneamento.

O poder que os veículos da grande mídia têm de escancarar estas situações mostra-se como uma força capaz de acelerar a solução destes problemas. Este potencial deve ser utilizado para garantir o bem estar social.

Um parêntese necessário: jornalismo participativo, neste caso, não deve ser confundido com aquele praticado em sites da internet, em que os internautas podem dar “pitacos” sobre as notícias. Os comentários, em geral, ficam perdidos no meio de tantos outros. O verdadeiro jornalismo comunitário pressupõe efetiva participação da “voz” da comunidade. O líder comunitário deve ser co-autor da reportagem. Esta é a principal

³ <http://revistaonline.wordpress.com/2008/01/09/ibopenovas-midias-roubam-audiencia-da-tv-aberta/>
Acesso em 15/09/2008

⁴ Idem.

mudança necessária para implementar a revolução nas telas de TV e páginas de jornais: a mudança de mentalidade.

Por exemplo: caso se esteja fazendo uma matéria para denunciar a falta de bueiros em uma localidade, é preciso entrar em contato com representantes da área para apurar comunitariamente quais os casos mais preocupantes, aquele que põe em maior risco os moradores – bueiro aberto perto de uma creche ou de um posto de saúde, por exemplo.

Esta reflexão dá pano para manga. Mas também é importante ficar claro, neste capítulo, os diferentes significados do conceito de cidadania. Será apresentada uma corrente teórica que usa a cidadania para justificar a sociedade do consumismo. Associa-se a criação de elos coletivos à identificação nos padrões de consumo. O mexicano Canclini é um bom expoente desta corrente. Ele atesta que uma nação, atualmente, se explica menos pela sua história e pelas suas fronteiras territoriais, e sobrevive mais como uma sociedade hermética de consumidores⁵.

Embora se reconheça certa veracidade nesta posição, não é correto dizer que padrões de consumo ou o simples ato de consumir bastam para definir cidadania. Em poucas palavras, cidadania é tomar ciência e lutar pelo que é de direito. As comunidades, portanto, funcionariam para dar mais legitimidade à luta pelos direitos coletivos de um determinado grupo de pessoas. O consumo e as relações de consumo, embora criem (escassos) laços de identificação, por si só não são capazes de garantir estes direitos.

2.1. Comunidade e vida comunitária

Antes de falar nas aplicações e na força transformadora do jornalismo comunitário, é necessário estabelecer a definição do que vem a ser esta comunidade. O sociólogo alemão Ferdinand Tönnies⁶ via três possibilidades de vida comunitária: a consanguínea, aquela calcada de laços de parentesco; a de proximidade, existente pelo convívio de dois vizinhos, por exemplo; e a espiritual, baseada em sentimentos e afetos em comum. Quando um indivíduo assimila o sentimento de pertencimento no grupo – e

⁵ CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p.86

⁶ Tönnies *apud* Paiva, 2007, p.135.

entende que tem o imperativo moral de ajudar quem também faz parte dele – ele desenvolve o senso de comunidade.

Para Raquel Paiva, vida comunitária na atualidade é aquela a partir da qual se tem a possibilidade da experimentação dos laços e vínculos entre seres humanos, entre seres humanos e o território, entre seres humanos e sua história, entre seres humanos e a natureza e entre seres humanos e o cosmo⁷.

Talvez o viés mais evidente desta vinculação se mostre em toda área conectada com a comunicação comunitária. A presença física da proposta de veículos e processos comunicacionais comunitários tem sido revisitada amplamente, e sempre fazendo cada vez mais sentido, especialmente em países oligárquicos como o Brasil, onde a questão fundiária se conjuga com favores estatais e negócios privados nos setores que poderiam e deveriam ser de acesso público. Vide saúde, educação e, por que não, também a mídia.

Neste trabalho, não se pretende como proposta negar a última afirmação da última sentença transcrita acima, porém, tentar-se-á demonstrar a possibilidade da prática da comunicação comunitária também num programa televisivo da TV Globo, uma emissora de grande porte, associada à questão “fundiária” do espectro televisivo e aos favores estatais, como citado por Paiva.

Entretanto, como se pretende demonstrar a seguir, por mais paradoxal que seja, esta mesmo emissora tem profissionais que trabalham diariamente em telejornais que contestam – até certo ponto – o funcionamento de determinadas instituições ligadas ao poder público e órgãos vinculados ao poder hegemônico. Em certas situações questiona até mesmo a figura pública de autoridades. Antes de aprofundar esta questão, é preciso continuar a desmembrar o que é comunidade e os conceitos decorrentes deste termo.

Quando se lê um pesquisador como Muniz Sodré dizer que “um espectro ronda a sociedade”, a primeira conclusão é que vem pela frente um amontoado de pregação marxista. Quando Sodré elucida que o espectro de que fala, na verdade, é o da comunidade, percebe-se que pode haver luz no fim do túnel para o ceticismo da sociedade contemporânea⁸. Há uma esperança de que a lógica do cada um por si esteja sendo pela primeira vez contestada no mundo, desde a derrubada do muro de Berlim. É a contestação do sistema que vem de dentro do próprio sistema, expondo os pontos falhos. É incontestável a constatação de que a derrocada da União Soviética e a

⁷ PAIVA, R. (org) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p.136

⁸ SODRÉ, M. in: PAIVA, R (org) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p.7

flexibilização das economias de países como a China, que incorporam modelos comunistas no âmbito político, contribuiu para a disseminação deste pensamento cético.

A falência do modelo socialista clássico fez com que muitas pessoas deixassem de crer nas formas modernas de associações humanas. Os partidos políticos são um bom exemplo. A descrença nas associações políticas é um fenômeno mundial que também atinge o Brasil. Pouco mais de duas décadas depois da redemocratização brasileira, a maior parte dos brasileiros afirma não confiar nos partidos políticos.

Em pesquisa feita pela Associação Brasileira de Magistrados (AMB), divulgada em 10 de junho de 2008, 72% dos 1,5 mil entrevistados disseram não ter confiança nas legendas⁹.

Outra destas instituições tradicionais que caiu na descrença foram os sindicatos. Local de resistência dos trabalhadores no início do século XX, essencial nas revoluções socialistas que aconteceram em todo o mundo, sobretudo na Rússia, o sindicato passou a ser visto também com desconfiança.

É emblemática a diminuição dos números de sindicalizados nas ex-repúblicas soviéticas após o colapso do regime. Entre 1985 e 1995, as maiores quedas (número de afiliados em porcentagem do total de trabalhadores formais) ocorreram nos países de transição do Centro-Leste europeu, como Estônia (71,2), República Checa (50,6%), Polônia(45,7%), Hungria (38%), Alemanha Oriental (21,8%)¹⁰.

O número de trabalhadores sindicalizados apresentou uma efetiva diminuição na década de 80 e principalmente na de 90 no Brasil. O país foi submetido às políticas públicas neoliberais, que implementaram e incentivaram a flexibilização nas relações clássicas de trabalho entre empregador e empregado. As novas regras das cooperativas, dos terceirizados e dos autônomos – mais individualistas do que as organizações tradicionais, diga-se – contribuíram para o declínio do número de sindicalizados.

Uma pesquisa feita pelo Sindicato dos Empregados em Empresas de Prestação de Serviços a Terceiros (Sindeepres), coordenada pelo economista Marcio Pochmann, com base em dados da Organização Internacional do Trabalho (OIT), mostrou que entre 1992 e 2002 a taxa de sindicalização no país caiu 17,8%. Estudos indicam que este percentual apresentou leve melhora nos últimos anos, principalmente por causa do

⁹ <http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2008/06/10/materia.2008-06-10.1695587283/view>. Acesso em 15 de agosto de 2008.

¹⁰ <http://www.sindeepres.com.br/pt/sala-de-imprensa/sindeepres-na-midia/monopolio-sindical-desmobiliza-trabalhador>. Acesso em 15 de agosto de 2008.

aumento do emprego formal, mas a recuperação não compensa as perdas. O enfraquecimento da representatividade dos sindicatos é uma tendência.

Nos Estados Unidos, os números se repetem. Como o governo Bush incentivou o confronto aos sindicatos, o índice de sindicalização dos trabalhadores naquele país, atualmente, não passa dos 9%¹¹.

Se econômica e politicamente é possível explicar a variação negativa dos percentuais de sindicalizados, como nos casos citados acima, o colunista do Jornal o Globo Ricardo Noblat enxerga a queda de afiliações, ainda, pelo aspecto cultural. Noblat crê que a recuperação nos números de sindicalizados não significa que o operário esteja voltando a se mobilizar para a prática da luta de classes (lógica contra-hegemônica do período pré-queda do muro de Berlim). Porém, para obter benefícios pontuais e individuais, com o objetivo de, num segundo momento, tornar-se o patrão ou um autônomo.

A maioria vê a sua situação de operário como transitória. Deseja fazer uma faculdade para virar um “white collar”, ao contrário dos operários dos anos 70 (pré-queda do muro de Berlim), que acreditavam na redenção por meio da luta de classes.¹²

Os exemplos expostos acima – a descrença com os partidos políticos e com os sindicatos – formam não a totalidade, mas só a ponta do iceberg da falência de instituições clássicas de coletividade da sociedade ocidental judaico-cristã pós-helênica. Um iceberg que derrete com o tempo.

O começo deste processo de individualização se localiza no início do niilismo e tem seu marco fundamental na “morte de Deus”. Isto é, a chegada do niilismo ao intocado campo dos dogmas da Igreja Católica.¹³

O mais importante dos recentes acontecimentos – o fato de “que Deus está morto”, de que a fé no Deus cristão está enfraquecida, começa já a projetar na Europa suas primeiras sombras (...) – para que possa saber o que vai afundar, agora que está minada essa fé, tudo que se erigia, se apoiava, se vivificava: por exemplo, toda nossa moral européia. (...) Com efeito, nós, filósofos e “espíritos livres” frente à nova de que “o Deus antigo está morto” sentimo-nos iluminados por uma nova aurora, nosso coração transborda de reconhecimento, de espanto, de apreensão, de expectativa... Enfim o horizonte nos parece livre, admitindo mesmo que não esteja claro – ... O mar

¹¹ <http://www.sindeepres.com.br/pt/sala-de-imprensa/sindeepres-na-midia/monopolio-sindical-desmobiliza-trabalhador> Acesso em 15 de agosto de 2008

¹² http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod_Post=69674&a=112. Acesso em 27 de agosto de 2008

¹³ NIETZSCHE, F. *A Gaia Ciência*, São Paulo: Hemus, 1981. p. 125.

abre-se novamente diante de nós e talvez nunca tenha havido um mar tão “pleno”.¹⁴

Nietzsche foi o primeiro a perceber que o niilismo era a “doença do século” XIX. A própria definição de niilismo do filósofo alemão considera o niilismo como uma “impossibilidade de avaliar as coisas, o que dá a impressão de que nenhuma avaliação é possível.”¹⁵ A impossibilidade, portanto, de se responder aos milhões de “porquês” que antes a simples fé respondia – Por que o homem existe? Porque Deus o criou. Por que o mundo existe? Porque Deus quis. Por que a gente morre? Para encontrar Deus no céu, ou o “coisa feia” no inferno – detonou a “audiência” da Igreja Católica.

A morte de Deus é a constatação do niilismo na modernidade, é o diagnóstico da ausência cada vez maior de Deus no pensamento e nas práticas do Ocidente moderno. Ao substituir a teologia pela ciência, o sonho teológico pelo sonho antropológico, o ponto de vista de Deus pelo ponto de vista do homem, provocou uma ruptura com os valores absolutos, com as essências, com o fundamento divino.

É aqui que se percebe que toda verdade que se acreditou até então não passava de uma ilusão. E a morte de Deus implicava, irremediavelmente, na queda de todos os valores morais dogmáticos da Igreja. O fim do Deus cristão, portanto, é o fim da moral por ele sancionada e de todos os substitutos secularizados do cristianismo. Para Nietzsche, o homem, portanto, matou Deus pela segunda vez em menos de dois mil anos!

Deus morreu! Deus continua morto! E nós o matamos!! Como nos consolaremos, nós, os assassinos dos assassinos? O que o mundo possui de mais sagrado e possante perdeu seu sangue sob a nossa faca. O que nos limpará deste sangue? (...) Este evento enorme [a associação da morte de Deus ao fim dos valores morais da Igreja] está a caminho, aproxima-se e não chegou ao ouvido dos homens (...) É preciso tempo para as ações, mesmo quando foram efetuadas, serem vistas e entendidas.¹⁶

Em termos de Brasil, podemos dizer que a morte do Deus judaico-católico, piedoso porém punitivo, ainda está em processo. O país continua concentrando a maior população católica do mundo. São 126 milhões de pessoas que dizem seguir a religião (aproximadamente 74% da população). Porém, percentualmente, o número de católicos no universo total da população está menor. Entre 1940 e 2000 a parcela de católicos na população brasileira caiu 20%. Curiosamente, o Rio de Janeiro é o estado do país com

¹⁴ NIETZSCHE, F. *A Gaia Ciência*, São Paulo: Hemus, 1981. p. 343

¹⁵ _____. *Fragments finais*, tradução Flávio Kothe, Editora UNB, 2002. p. 49. In MATTOS, G. C. Nietzsche e a Morte de Deus, Revista Ética & Filosofia Política Volume 8, 2005.

¹⁶ NIETZSCHE, F. *A Gaia Ciência*, São Paulo: Hemus, 1981. p. 125

menor percentual de católicos – 56%.¹⁷ É certo que parte da “fatia” de católicos foi absorvida por novas manifestações do cristianismo, como as igrejas pentecostais.

Conclusão: também no Brasil o estrago já está feito. Percebe-se que o veneno da morte de Deus – e da conseqüente revisão geral dos preceitos morais – já aportou também em terras brasileira.

O fim dos conceitos de moral é um motivador da ordem do cada um por si também no âmbito da sociedade brasileira.

Além da Igreja Católica, outra instituição em decadência é a família. O pesquisador Robert Putman aponta que a frequência de americanos que jantam diariamente com a família caiu drasticamente. Entre 1975 e 2000, seria 33% menor o número de americanos que se mantêm fiéis a esta tradição. As amizades também entram na lista. De acordo com Putman, o número de americanos que foram visitados por amigos no mesmo período de tempo foi 45% menor¹⁸.

O próprio conceito de pós-modernidade – atrelada à lógica capitalista e à base da sociedade ditada pelo consumo – do americano Francis Fukuyama¹⁹ dá a entender que não há mais espaços para mudanças e revoluções no mundo, e que, portanto, o único caminho viável é pensar em si próprio. O que existe, de acordo com Fukuyama, se apresenta como imutável, em última instância, como inevitável. Logo, às pessoas caberia se adaptar ao seu entorno - imutável realidade.

A conseqüência da lógica do “cada um por si” seria a formação de indivíduos perdidos em sociedades complexas, psicologicamente afetados, incapazes de encontrar alternativas que dêem sentido à suas vidas burguesas.

A resposta à tese do fim da história talvez não esteja em procurar traços de recuperação naquelas instituições modernas, atualmente anacrônicas, porém em encontrar sinais de formação de novas formas de associações. Muniz Sodré observa que os apelos a propostas coletivas carregam em si uma idéia de um “espírito comum” ou uma “comunidade global dos espíritos”²⁰.

¹⁷ Pesquisa “Retrato das Religiões no Brasil”, da Fundação Getúlio Vargas, divulgada em 20 de abril de 2005, feita com base no censo de 2000.

¹⁸ PUTMAN, R Putman. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. In: MACEDO, M.A. *O Comunitarismo na Configuração das Novas Políticas Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: Revista Em Debate, Fascículo nº 1. 2007.

¹⁹ FUKUYAMA F. *O fim da história e o último homem*, trad. Aulyde Soares Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 1992

²⁰ PAIVA, R. (org.) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p.8-9

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman, professor da Universidade de Leeds, explica o retorno ao pensamento comunitário associado ao crescimento do que denomina sociedade de risco, “que se formam a partir da precarização dos arranjos institucionais da existência humana”²¹. Acontece a desagregação de grupos sociais e práticas sociais antes unificados a partir da proteção social do “Welfare State”. Bauman aponta os temores contemporâneos como o desemprego, as perspectivas incertas na velhice e os infortúnios da vida urbana como as principais fontes de ansiedade relativa ao momento presente, ao futuro próximo e ao futuro distante.

Uma vez que perdem força e representatividade as instituições clássicas, que garantiam este conforto psicológico ao indivíduo, crescem as dinâmicas de associação típicas do mundo pós-moderno: o comunitarismo, a possibilidade em confiar e contar com terceiros, é o que garante a segurança necessária para o dia-a-dia.

Semeraro dialoga com Bauman neste sentido. Ele considera que o comunitarismo, hoje, se dirige à sociedade civil com um discurso que visa a recuperar as relações humanas e incentivar a integração social das pessoas. Pode-se dizer que se trata de uma visão pragmática, que se distancia de concepções abstratas e universalistas.

Semeraro observa, ainda, uma profunda contradição na sociedade atual. De um lado, dividida entre a realização da subjetividade dos indivíduos livres e emancipados, e de outro, na busca da unidade baseada numa tentativa de apoio do terceiro como um modo de enfrentar as mazelas da vida contemporânea.

A onda comunitarista se apresenta como uma crítica ao individualismo, à dissolução dos vínculos familiares, comunitários e nacionais, bem com a toda visão contratualista e mercantilista introduzida na sociedade atual pelo projeto da modernidade²².

A professora do departamento de serviço-social da PUC-RIO, Myrtes de Aguiar Macedo, doutora em política social pela Universidade de Manchester, também observa a mesma contradição vista por Semeraro. Ela vê na busca por novos significados de vida comunitária uma tentativa do homem pós-moderno em se blindar dos temores típicos da vida pós-moderna. Ela diferencia o cidadão individualista dos daquele visto

²¹ BAUMAN, Z. *Em Busca da Política*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2000. In: MACEDO, M.A. *O Comunitarismo na Configuração das Novas Políticas Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: Revista Em Debate, Fascículo nº 1. 2007. p. 1

²² SEMERARO, G. *Gramsci e a Sociedade Civil*. Petrópolis: Editora Vozes, 2001, 2ª ed. P. 259. In: MACEDO, M.A. *O Comunitarismo na Configuração das Novas Políticas Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: Revista Em Debate, Fascículo nº 1. 2007. p. 2

sob a ótica dos neo-comunitaristas. Myrtes observa que para os comunitaristas, “o ‘eu sem vínculo’ é antes de tudo um indivíduo destituído de dimensão moral e comunitária e não um sujeito livre e autônomo como defendem os liberais”.²³

Mas este trabalho se propõe a sugerir uma visão mais abrangente – e portanto, menos pragmática e objetiva – do conceito de comunidade. Pode-se afirmar que, além de uma reação ao liberalismo, o pensamento do “bem comum” é uma resposta das comunidades pela real necessidade de solidariedade e valorização das pessoas para anular os impulsos do anonimato e, sobretudo, ao desinteresse quanto aos acontecimentos sociais, daquilo que altera a vida das pessoas. O anonimato e o desinteresse são os motores da desintegração da vida coletiva na sociedade atual.

Para evitar esta desintegração, então, os homens se associariam em comunidades. Muniz Sodré enxerga a formação de comunidades como algo além da idéia pragmática de ajuda mútua frente às dificuldades mundanas. Ele observa que para se associar é necessário que os homens tenham vínculos de pensamentos, desejos, anseios, afeto. Sodré dissocia o vincular-se do pôr-se em contato. Criar vínculos, na visão de Sodré, é mais do que um mero processo interativo, uma vez que pressupõe a inserção social e existencial do indivíduo, desde a dimensão imaginária até as deliberações frente às orientações práticas de conduta. Neste sentido, Sodré considera que o pensamento das comunidades transcende “qualquer racionalismo instrumental ou qualquer funcionalidade societária”²⁴.

Para que as novas comunidades não terminem como as falidas instituições de representatividade citadas acima, é necessário que elas tenham função maior do que este caráter meramente funcional e pragmático. Sodré considera necessário, portanto, haver uma vinculação simbólica do indivíduo com o próximo.

Entretanto, para que estes atores sociais obtenham sucesso nesta campanha, é necessário levarem em conta o fato de que vivem em uma sociedade guiada pela ordem midiática, que forma opiniões atingindo numericamente mais pessoas do que através das tradicionais formas de protestos, como passeatas, panfletagem e abaixo-assinados. Não significa que estas formas de reivindicar não produzam resultados. Porém, pode-se

²³ MACEDO, M.A. *O Comunitarismo na Configuração das Novas Políticas Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: Revista Em Debate, Fascículo nº 1. 2007. p. 2.

²⁴ SODRÉ, M. in: PAIVA, R. (org) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p.9

afirmar que estes esquemas tradicionais que recusam a ordem midiática acabam por produzir resultados tênues, incapazes de envolver os novos atores sociais.²⁵

2.2. Comunidades: trincheiras contra-hegemônicas em busca de cidadania

Inicialmente, é preciso compreender que a comunicação comunitária é aquela que trata dos anseios das minorias – grupos sociais que, representados por associações, emergem contra-hegemonicamente. Torna-se quase impossível delimitar o significado de minoria sem antes especificarmos o que entendemos como seu princípio gerativo por exclusão: o conceito de hegemonia.

Minorias, a priori, são grupos sociais que não fazem parte de uma ordem hegemônica.

Inicialmente, é importante ressaltar que o termo hegemonia deriva do grego *eghestai*, que significa conduzir, guiar, liderar ou ainda o verbo *eghemoneuo* do qual deriva estar à frente, comandar, ser o senhor. Por *eghemonia*, o antigo grego entendia a direção do exército. Trata-se portanto de um termo militar. Hegemônico era o chefe militar, o comandante do exército. Também é possível notar a utilização do termo na Grécia antiga para designar a supremacia de uma cidade frente às demais²⁶

O conceito de hegemonia atinge a modernidade com um significado levemente modificado, de aceitação e consentimento do dominado. Mas é com Gramsci que o conceito de hegemonia é mais adequadamente compreendido. Para o pensador italiano, a hegemonia não devia ser vista apenas no âmbito político. A hegemonia seria mais abrangente, incluindo a cultura, a ideologia e a direção moral. A idéia de hegemonia a partir de Gramsci permite vislumbrar a coexistência de outros fatores, como a arte, a religião, a filosofia, a ciência e a formação de fantasia – tão comum nos veículos de comunicação da mídia tradicional²⁷.

Assim, após definir hegemonia, é possível compreender os outros esquemas minoritários, que se mantêm como formas menores sem grandes referencialidades na estrutura social. Estas forças tenderiam a entrar em fricção com a força dominante, conseguindo, eventualmente, obter os objetivos almejados. Contudo, levar em conta

²⁵ PAIVA, R. *Os media alternativos como parte dos novos processos de mobilização popular no Brasil*. Revista Eco-Pós: 2003.

²⁶ Paiva, R., 2003.

²⁷ Gramsci, A. *apud* Paiva, R., 2003. p. 2.

apenas esta perspectiva na atualidade significa desconhecer a entrada em vigor de outras possibilidades de criar mudanças no ambiente social.

Pode-se afirmar sem relutância que, entre estas possibilidades, a mídia é o instrumento que mais influencia as mudanças nas estruturas da sociedade de forma definitiva. A mídia, inclusive, foi uma das forças de alteração nas outras formas de representações coletivas clássicas, como a família, a escola ou os templos religiosos. A partir desta compreensão, é necessário rever e reanalisar a utilização da mídia na atualidade.

Isto significa, portanto, reconhecer que todas as atividades e relações, mesmo aquelas que historicamente definiam a existência do indivíduo, como a personalidade, o trabalho, a educação, a política ou a religião, são modificadas pela estrutura midiática²⁸

Raquel Paiva define, em termos gerais, a estrutura da mídia como o esquema de produção e representação comprometido com as forças ordenadoras do mercado, também excessivamente comprometido com a estetização da vida, desprovido de qualquer intenção de modificação da situação atual, responsável direto pelo incentivo e geração do consumo. Há controvérsias. Atualmente, é possível se observar alguns telejornais da grande mídia preocupados em estimular a cidadania e as boas práticas em defesa dos direitos dos cidadãos.

Para endossar esta tese, este trabalho se utiliza do mesmo argumento utilizado por Paiva: o objetivo de todo veículo de comunicação é a audiência, no caso dos audiovisuais, e a tiragem ou circulação, no caso dos impressos. Acrescente-se que a maioria destes veículos, ao definir a sua linha editorial (e as eventuais mudanças), baseia-se em pesquisas de opinião de mercado.

Por meio destas pesquisas, eles descobrem qual é o público para o qual estão falando e quais as vontades e anseios deste público. Caso contrariem as pesquisas, a aceitação perante o público-alvo – é óbvio - declina. Conseqüentemente, cai a audiência – a força motriz dos veículos de comunicação. Também por conseqüência da queda de audiência, diminuem-se o número de anunciantes interessados no espaço publicitário – as preocupações mercadológicas às quais Raquel Paiva se refere com propriedade.

²⁸ PAIVA, R., 2003. p. 3.

Portanto, pode-se completar este raciocínio da seguinte forma: os veículos de comunicação baseiam-se em pesquisas de opinião para descobrir qual é o seu público-alvo e quais são as preferências deste; a linha editorial destes jornais vão se basear nas conclusões destas pesquisas. Ora, se for constatado que a preocupação do público-alvo de um determinado jornal forem as questões de ordem comunitária, pode-se esperar que este mesmo jornal utilize este tipo de reportagem para agradar o leitor-telespectador e, em última instância, os anunciantes – a fonte de renda.

Como este trabalho pretende mostrar a seguir, percebe-se que se enquadra neste perfil comunitário o telejornal local do Rio de Janeiro da TV Globo – o RJTV, sobretudo a primeira edição, que vai ao ar ao meio-dia. Pesquisas de opinião constataram que o telespectador-padrão do telejornal – em geral, pessoas na faixa-etária até 29 anos ou com mais de 60 anos, pertencentes às classes A, B e C – deseja assistir a matérias que tratem do seu dia-a-dia, com prestação de serviço. O diretor-regional do Rio de Janeiro da TV Globo, Renato Ribeiro, resume:

O RJTV tem como objetivo gerar assunto para a hora do almoço, fazer o telespectador conversar sobre as matérias do jornal, por isso, temos que focar na prestação de serviços para a população, em gerar cidadania²⁹

Diante da constatação de que este telejornal se preocupa em gerar cidadania, torna-se de suma importância conceituar o que vem a ser cidadania. Afinal, uma das finalidades da formação de laços comunitários é assegurar aos que pertencem às comunidades as garantias do conjunto de direitos adquiridos historicamente para os cidadãos.

Cidadania é a qualidade social de uma sociedade organizada sob a forma de direitos e deveres majoritariamente reconhecidos. Trata-se de uma das conquistas mais importantes na história. Do lado dos direitos, repontam os ditos direitos humanos, cuja conquista demorou milênios. No lado dos deveres, aparece, sobretudo, o compromisso comunitário de cooperação e co-responsabilidade. Cidadania pressupõe o Estado de direito, que parte, pelo menos na teoria, da igualdade de todos perante a lei e do reconhecimento de que a pessoa humana e a sociedade são detentores inalienáveis de direitos e deveres³⁰

²⁹ Entrevista dada por Renato Ribeiro em 3 de setembro de 2008.

³⁰ DEMO, P. *Participação é conquista*, 1988, p. 70. In: PERUZZO, 1998, p.279

A origem do conceito de cidadania remete à república antiga da história clássica. Em Roma, a cidadania era representada por meio de um estatuto que garantia a todos os cidadãos igualdade no acesso ao conjunto de normas e leis que formavam o direito civil.

Eram o direito à residência, ao voto, ao matrimônio, ao patrimônio, à herança, o direito de ir e vir, entre outros. Portanto, percebe-se que desde o seu surgimento, o conceito de cidadania está vinculado aos direitos individuais e à participação na vida política. Na Grécia Antiga, por exemplo, os cidadãos atenienses eram todos aqueles que podiam participar das assembléias; os que tinham plena liberdade da palavra e votavam as leis que determinavam o futuro das *polis*. Esta cidadania, entretanto, era restrita, não se aplicando a todos. Ficavam de fora os escravos, estrangeiros e mulheres. A igualdade dos cidadãos e o grau de acesso às escolhas do poder diferenciam e, portanto, representam a passagem dos conceitos clássico e moderno de cidadania.

A construção da cidadania teve que enfrentar três problemas que irão diferenciá-la da cidadania antiga. O primeiro é a edificação do Estado, a separação das instituições políticas e da sociedade civil no interior dos territórios mais vastos, com população muito mais numerosa do que a das repúblicas antigas. (...) O segundo problema é o regime de governo. O ideal republicano retomado pelo renascimento é inseparável da isonomia e da igualdade. (...) O terceiro problema é que a sociedade pagã, politeísta e escravagista da Antiguidade nunca inscreveu o Homem no direito: os direitos humanos são inexistentes. (...). Em face da incompatibilidade de princípios entre monarquia absoluta e cidadania, a idéia republicana de cidadania se inspirou na democracia grega e república romana, buscando a liberdade civil dos antigos: liberdade de opinião, de associação e também de decisão política³¹

O conceito de cidadania é formado por três formas de direitos. Os direitos civis, cuja conquista data do século XVIII: remetem aos direitos individuais de liberdade, igualdade, propriedade, de ir e vir, do direito à vida, segurança, etc – sendo responsáveis pela garantia deles o poder judiciário. Já os direitos políticos – conquistados no século XIX – se referem à liberdade de associação, de formação de partidos políticos, à organização de sindicatos, à participação política universal, do direito à expressão das opiniões políticas, do direito ao voto. Finalmente, cidadania é complementada pelos direitos sociais, conquistados no século XX, decorrentes do acesso da população aos direitos políticos citados acima. Foram, principalmente, frutos das lutas sindicais, dos movimentos operários, e demais movimentos sociais. São os direitos ao trabalho, à

³¹ VIEIRA, L. *Cidadania e Globalização*. Rio de Janeiro: Record, 1997. p.28-29

educação, à saúde, à aposentadoria, à regulamentação trabalhista. Enfim, à garantia de acesso aos meios de vida e bem-estar social.

Neste ponto, é preciso abrir um parêntese sobre a dificuldade da república moderna em admitir que o conceito de pessoa inclui homens e mulheres. Foi apenas em meados do século XX que aconteceu o chamado sufrágio universal, que estendeu ao sexo feminino os mesmos direitos já adquiridos pelos homens. O simbólico momento em que as sufragistas queimaram seus sutiãs foi um emblemático ponto de luta por direitos políticos. Em pleno ano de 2008, ainda há muitos países em que as mulheres seguem à margem da sociedade de cidadãos, por exemplo, em algumas nações de influência da religião muçumana.

Se o mundo árabe ainda tem muito a evoluir no sentido das liberdades individuais, também no mundo ocidental a cidadania enquanto conceito ainda sofre transformações. Desde o final do século XX, a aceleração do processo de globalização, ao mesmo tempo em que relativiza as fronteiras, expõe as diferenças e as mazelas de algumas regiões do globo.

Questões como o comércio, migrações, doenças endêmicas, pobreza, miséria, danos ambientais, desemprego, renda per-capita, enfim, grandes questões econômicas e sociais passaram a ser motivo de discussões transnacionais. O crescente número de desempregados, por exemplo, pode ser computado como um dos fatores que tem propiciado o surgimento de movimentos em prol da cidadania.³²

A postura econômica, a forma de apropriação do capital, vai definir a maneira como as regiões elaboram a sua cultura, sua língua, suas formas de expressão, a política, a religião e as relações com outros povos. (...) Neste caso, o consumo passa a assumir contornos até então impensáveis, desvinculando-se da sua ordem originária: a necessidade³³

Ao analisar o conceito de cidadania por este âmbito, Raquel Paiva trata com sutil ironia os autores que vêem no consumo o “através” pelo qual as pessoas conseguem os títulos de cidadãos na contemporaneidade. O mexicano Nestor Canclini, por exemplo, enxerga no consumo o acesso à cidadania e a possibilidade de formação de comunidades. Canclini concorda que o consumo, atualmente, está desvinculado da sua ordem originária, da necessidade. Ele estabelece que a lógica que rege a apropriação dos

³² PAIVA, R. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 128

³³ _____ . p. 26

bens enquanto objetos de distinção não é a da satisfação da necessidade, mas sim a da escassez desses bens e da impossibilidade de que outros os possuam³⁴.

Logo, devemos admitir que no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade (...) Quanto mais custosos sejam esses bens, mais forte será o investimento afetivo e a ritualização que fixa os significados a eles associados (...) Por isso, além de serem úteis para a expansão do mercado e a reprodução da força de trabalho, para nos distinguirmos dos demais e nos comunicarmos com eles, como afirmam Douglas e Isherwood, “as mercadorias servem para pensar”.³⁵

Na ótica da obra “Consumidores e Cidadãos” do mexicano, padrões semelhantes de consumo seriam suficientes para a formação de comunidades. Desta maneira, por exemplo, formariam uma comunidade o conjunto de mulheres que compram bolsas da mesma marca, por exemplo. Uma mulher brasileira, de 45 anos, moradora de uma região nobre do Rio de Janeiro teria muito mais identificação – na visão de Canclini – com uma mulher que mora na Rússia e consome o mesmo produto do que com uma brasileira que reside a 30 metros de sua residência, porém, de outra natureza sócio-econômica, portanto, com outros hábitos de consumo.

Este fenômeno é chamado por Canclini de “comunidades transnacionais de consumidores”. A bolsa seria o elo comunitário mais do que a proximidade, a consangüinidade, entre outros fatores clássicos do conceito de comunidade citados aqui.

Uma nação, por exemplo, a esta altura é pouco definida pelos limites territoriais ou por sua história política. Sobrevive melhor como uma comunidade hermenêutica de consumidores, cujos hábitos tradicionais fazem com que se relacione de um modo peculiar com os objetos e a informação circulante nas redes internacionais. Ao mesmo tempo encontramos comunidades internacionais de consumidores – já mencionamos as de jovens e de telespectadores – que dão sentido de pertencimento quando se diluem as lealdades nacionais³⁶

Neste processo de formação de comunidades e de busca pela cidadania através e com um fim no consumo, Canclini ressalta a importância dos processos de comunicação de massa na interação e possibilidade de contato entre as pessoas nas distantes localidades da Terra.

... os consumidores populares são capazes de ler as citações de um imaginário multilocalizado que a televisão e a publicidade reúnem: os ídolos

³⁴ CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p.80

³⁵ DOUGLAS, M apud CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p.83 Douglas apud Canclini, 1999, p. 83.

³⁶ CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p.86

do cinema hollywoodiano e da música pop, os logotipo de jeans e cartões de crédito, os heróis do esporte de vários países e os do próprio que jogam em outro compõem um repertório de signos constantemente disponível. Marilyn Monroe e os animais jurássicos, Che Guevara e a queda do muro, o refrigerante mais bebido no mundo e Tiny Toon podem ser citados ou insinuados por qualquer desenhista de publicidade internacional confiando em que sua mensagem terá sentido ainda para aqueles que nunca saíram do seu país³⁷

Para esta linha retórica, portanto, seria através do consumo que as pessoas assumiriam seus postos de cidadãos na contemporaneidade – o que é tratado com relativa positividade pelo autor. De acordo com Canclini, o “desejo de comunidade” se relaciona cada vez menos a entidades macrossociais, como a nação, e mais a grupos religiosos, conglomerados esportivos e círculos de consumidores de comunicação de massa. Embora seja muito atraente, esta linha de raciocínio esconde o cerne da questão da comunidade: a importância da criação de elos de solidariedade com o objetivo de se atuar na melhora da condição de vida dos menos favorecidos pela lógica do consumo.

Raquel Paiva afirma que aderir a esta linhagem de pensamento é como “brincar de Pollyanna”, a personagem-título da autora americana Elleonor Porter que diante de situações críticas, sempre procura ver o lado dos acontecimentos, pensando que, de alguma forma, poderiam acontecer coisas piores. Paiva pondera que isto seria o mesmo que dizer “não é tão ruim assim”³⁸.

A título de jogo infantil ou fórmula de auto-ajuda, isso pode ter algum valor, mas certamente distancia-se do que se pode compreender por cidadania e participação social. Como estratégia, revela-se não apenas pertinente à estratégia de infantilização do mundo, mas propicia a adoção de um projeto social-econômico-político bastante definido, a partir do qual se fundamenta, em bases sólidas, o “apartheid” social³⁹

Neste trabalho, embora o objetivo seja elaborar a tese de que é possível vislumbrar o amadurecimento de uma efetiva comunicação comunitária nos veículos da grande mídia – abastecidos financeiramente pelo estímulo ao consumo –, refuta-se a tese de que a formação de redes comunitárias atualmente esteja vinculada a processos de consumo estimulados pela comunicação de massa. A grande mídia pode, sim, emergir comunitariamente, apoiando as reivindicações das minorias civis, das chamadas forças não-hegemônicas, a despeito de, simultaneamente, vender a idéia do

³⁷ I CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p.87.

³⁸ PAIVA, R. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 26-27

³⁹ Id., *Ibid.*, p. 27.

consumismo, que é intrínseca – e paradoxal, como já se disse – à atividade jornalística destes veículos de comunicação.

Neste sentido, portanto, é procedente o tratamento irônico dado por Raquel Paiva à tese de Canclini. A associação entre cidadania e consumo não estimula os processos de transformações sociais, não atendendo aos anseios da grande massa excluída dos padrões de consumo.

É necessária, entretanto, a ponderação de que até estes excluídos têm a intenção de poder atingir padrões mais requintados de consumo. Porém, não é este o principal objetivo de vida destas pessoas, tampouco, o principal desejo desta grande parcela da população brasileira e mundial. Antes de poderem comprar óculos *Ray Ban*, os integrantes das comunidades carentes, decerto, optariam pelo asfaltamento das ruas de terra, por uma iluminação pública de mais qualidade, pela presença ostensiva das forças de segurança oficiais – sobretudo em épocas de milícia e gangues de traficantes – entre outras vontades comuns às comunidades carentes.

A visão de Cicilia Peruzzo elucida bem o conceito de cidadania no qual este trabalho se apóia.

... ser cidadão é ter o direito de ver-se protegido legalmente, de locomover-se, de interferir na dinâmica política, de votar e ser votado, de expressar-se. É também ter o direito de morar em uma casa digna, de poder estudar e trabalhar. É, por fim, ter o direito de participar, com igualdade, na produção, na gestão e na fruição dos bens econômicos e culturais⁴⁰

Refutar a associação entre consumo e cidadania não significa tapar os olhos para as influências das mudanças do mundo contemporâneo, chamado multipolar, dos processos de formação de comunidades. Muito pelo contrário. É preciso entender que compete ao mundo atual a diminuição das intervenções do Estado nas questões sociais, inclusive, naquilo que deveria ser de sua obrigação: assegurar aos cidadãos condições dignas de moradia, saúde, educação, saneamento, segurança.

O modelo econômico neoliberal, ao mesmo tempo em que prega a desoneração tributária da população, tira do Estado algumas de suas atribuições clássicas. Há países como o Brasil em que se caminha para o Estado-Mínimo sem, no entanto, desonerar o

⁴⁰ PERUZZO, C.M.K. *Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania*. 2ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1999. p 286

cidadão. Este afastamento do Estado da cena pública leva populações a se descobrirem sem respaldo para resolver suas mais corriqueiras atividades.⁴¹

Raquel Paiva observa que este alheamento do Estado – notado a partir do desmantelamento e leilão de suas instituições e órgãos – afeta principalmente a parcela majoritária, excluída da ordem do capital, que não tem recursos para financiar os serviços que foram citados acima, tradicionalmente de responsabilidade do próprio Estado.

Diante deste enfraquecimento do Estado – não como instituição, mas no tocante à questão social – as populações buscam alternativas capazes de suprir suas necessidades expostas nestas lacunas abertas pela retirada dos órgãos estatais da cena pública. Percebe-se, então, que muitas funções referentes às instituições públicas acabam sendo assumidas pela sociedade civil.

Quanto a isso, Raquel Paiva pondera sobre até que ponto estes projetos alternativos não propiciam uma acomodação e até mesmo a criação de uma situação satisfatória e cômoda para o Estado. Afinal, na opinião de Paiva, é possível enxergar este fenômeno como um fator que contribui para o amadurecimento, legitimação e, num momento posterior, perpetuação da configuração atual do Estado.

Esta ponderação é legítima. De fato, a criação de redes comunitárias muitas vezes acolhe os mais necessitados, aqueles menos respaldados pelos serviços públicos. É por causa do sentimento de carinho da comunidade que eles conseguem, por exemplo, ter refeições ou habitação provisória. Contudo, há um limite para a ação das comunidades no sentido de garantir cidadania a seus membros.

Por isso, as formações destas redes comunitárias, tendo um limite de ação, conseguem atenuar, porém não substituir o Estado em suas atribuições. É possível observar que, quando a atuação das comunidades começa a não ser suficiente para garantir os direitos essenciais de uma parcela significativa de seus membros, o efeito para o Estado pode ser o contrário da acomodação. Afinal, muitas vezes, observamos que é por causa da reivindicação – organizada ou não organizada, muitas vezes até não pacífica – de uma determinada comunidade que o Estado age.

Pode-se, então, definir como comunidade não apenas um conjunto, grupo ou sistema de indivíduos num lugar determinado; porém uma relação entre indivíduos, caracterizada pela presença de sentimentos de solidariedade, identificação, união,

⁴¹ PAIVA, R. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998. p.127

altruísmo e integração; uma relação social onde existe a possibilidade de cooperação e participação.

A comunidade pode ser, do ponto de vista sociológico, encarada como o menor grupo social e o primeiro nível de organização completo e auto-suficiente, onde o interesse comum é aceito como agregador. A proposta comunitária, portanto, é a comunhão e a partilha entre indivíduos, é a capacidade de colocar os sujeitos em comunhão. Raquel Paiva acrescenta que falar de comunidade significa, obrigatoriamente, eleger uma postura política:

Eleger a possibilidade comunitária significa, necessariamente, opor-se, ou pelo menos não aceitar incondicionalmente o ideal societário, no qual a globalização traz como lógica os princípios de hegemonia e exclusão⁴²

2.3. Representações das comunidades nas rádios comunitárias

Sob o aspecto de resistência ao ideal societário, Raquel Paiva ressalta a importância do papel do veículo de comunicação. O acesso à informação é considerado elemento primordial e imprescindível ao funcionamento democrático. Mesmo sendo este trabalho relativo à representação das comunidades na grande mídia, é imprescindível abordar a questão da representação das comunidades nos veículos de comunicação criados pelas próprias comunidades.

A primeira constatação – até certo ponto óbvia – que deve ser feita é que o surgimento de veículos a partir das comunidades reforça os laços comunitários. É marcante, como assevera Raquel Paiva, o momento em que surge uma estrutura comunitária de comunicação cujo propósito é o resgate da cidadania. O surgimento de um veículo de comunicação comunitário tem como justificativas desde a necessidade de promover a circulação de informação entre os membros de uma comunidade até a divulgação de propostas e reivindicações. Paiva acrescenta que muitas vezes estes veículos de comunicação chegam a substituir as freqüentes reuniões e assembleias decisórias.⁴³

⁴² PAIVA, R. *O acampamento comunitário*. Revista de Pós-Graduação da ECO-UFRJ.p.232

⁴³ _____. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998. p.187

Esta visão de veículo de comunicação comunitária trata, principalmente, das rádios comunitárias. Cicília Peruzzo afirma que é possível identificar uma rádio comunitária pelo trabalho que desenvolve:

... transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas. A emissora radiofônica comunitária permite ainda a participação ativa e autônoma das pessoas residentes na localidade e de representantes de movimentos sociais e de outras formas de organização coletiva na programação, nos processos de criação, no planejamento e na gestão da emissora. Enfim, baseia-se em princípios da comunicação libertadora que tem como norte a ampliação da cidadania. Ela carrega, aperfeiçoa e recria o conhecimento gerado pela participação popular, comunitária e alternativa no contexto dos movimentos sociais na América Latina desde as últimas décadas do século XX⁴⁴.

Peruzzo salienta ainda uma possibilidade que vai endossar o que pretendemos comprovar neste trabalho – a possibilidade de programas de cunho comunitário em canais de TV comerciais. “Há programas de conteúdo comunitário dentro de emissoras comerciais que se valem da participação autônoma de cidadão e de organizações locais”⁴⁵

Este trabalho tenta sustentar que alguns programas da TV Globo também têm um claríssimo viés comunitário, dialogando com as comunidades, tentando atender às suas reivindicações e resolver as suas necessidades – embora sejam veiculados numa rede de televisão hegemônica. Pretende-se mostrar que isto não é necessariamente um paradoxo. Crê-se que o elemento diferenciador entre os veículos de comunicação tradicionais e os veículos comunitários é a vinculação com a comunidade, sua capacidade de prestar serviços, sua proposta social e seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania.⁴⁶

Para se entender a possibilidade deste jornalismo também ser visto na grande mídia – adaptado às transformações que são intrínsecos à grande mídia – abordar-se-á outra possibilidade de compreensão do conceito de cidadania. Trata-se do conceito de cidadania para si – o “civismo”, conceito essencial para a compreensão das modificações pelas quais passaram o jornalismo mundial no século XX, movimento chamado de jornalismo cívico, nascido nos Estados Unidos no início da década de 90. O

⁴⁴ PERUZZO, C.M.K. Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento. Apud PAIVA, R. (org) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p.69-70

⁴⁵ Id., *Ibid.*, 2007, p. 70.

⁴⁶ PAIVA, R. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 160

civismo seria composto por três traços principais. O primeiro seria a compreensão do mundo político pelo cidadão; o segundo, a capacidade de se colocar no lugar de outros cidadãos para entender os interesses alheios; e o terceiro, a civilidade que se refere ao reconhecimento individual, possuindo um caráter mais civil no que diz respeito à escolha coletiva. “Estes elementos se combinariam de maneira instável e contraditória, ou complementar, deslocando-se em diferentes eixos”⁴⁷.

⁴⁷ LECA, J. *apud* VIEIRA, L. Cidadania e Globalização. Rio de Janeiro: Record, 1997. p.26

3. Jornalismo cívico: mudança de atitude nas redações

Para não deixar dúvidas sobre o que se propõe neste trabalho, é preciso afirmar de início que o jornalismo cívico é o embrião da entrada da comunicação comunitária na grande mídia, acontecimento explicado sobre o ponto de vista mercadológico. Aconteceu num momento de crise de confiança do público com as grandes emissoras de televisão no início da década de 1990, nos Estados Unidos.

A partir de então, deu-se uma mudança na mentalidade das redações: jornalistas perceberam que não poderiam se manter isolados e distantes do público para o qual as notícias são voltadas. Perceberam, ainda, que este mesmo público pode e deve ser não apenas o destino da notícia, porém o ponto de partida para uma reportagem: tinha início o jornalismo participativo, tão badalado atualmente com a massificação da internet.

Cabe ressaltar que o jornalismo cívico não é uma idéia que surgiu na década de 90. Trata-se de um conceito que andava em baixa, meio esquecido, mas cuja idéia central havia sido expressa antes mesmo do século XX. No ano de 1875 – portanto no século XIX – Joseph Pulitzer, ao apresentar ao público o jornal *St. Louis Post*, decretara que o objetivo do jornal não era servir a nenhum partido político, porém às pessoas⁴⁸.

Os pioneiros da imprensa estadunidense, portanto, entendiam ser o objetivo da imprensa estimular a cidadania e o espírito público - a participação popular nas decisões que teriam como efeito alterar, de qualquer forma, suas vidas.

No decorrer do século XX o excesso de objetividade transformou o jornalismo em mera atividade descritiva dos acontecimentos, isolando o jornalista da coletividade. Esta concepção entende que o leitor-telespectador é um receptor passivo que precisa obter informações. Desta forma, a missão do jornalista seria apenas a de transmitir as informações sem interpretar nem sugerir soluções para os eventuais problemas.

Prova do descontentamento do público com os órgãos da imprensa está nos dados divulgados pelo *Yankelovich Monitor*, que mede a aceitação do público com o que é veiculado na imprensa. O índice de confiabilidade dos jornais norte-americanos caiu de 51% em 1988 para 21% em 1995. O mesmo fenômeno afetou as revistas, que baixaram de 38% para 14% no mesmo período. O *Yankelovich Monitor* afirma também que a perda de credibilidade dos jornais foi tão intensa quanto à da televisão, em que o

⁴⁸ Swanberg, W.A., Pulitzer, New York, Scribner, 1967, p.96. In: *The Historical and Philosophical Roots of Civic Journalism*. www.pewcenter.org/doingcj/speeches/index.html.

número de pessoas que confiam plenamente nos noticiários passou de 55% para 23% entre 1988 e 1995.

Notou-se também um curioso paralelismo entre a queda de credibilidade dos órgãos de imprensa com a queda de confiança nas instituições democráticas, mais precisamente, nos governantes. O professor Robert Putnam, diretor do Centro de Assuntos Internacionais da Universidade de Harvard, afirma que nos anos 50, cerca de 75% dos norte-americanos acreditavam que o governo agia corretamente a maior parte do tempo, enquanto hoje, apenas 19% têm a mesma opinião.⁴⁹

Foi neste contexto, de desinteresse com a imprensa e descrença na vida política, que os jornalistas perceberam que precisavam se aproximar das comunidades. Afinal, ao mesmo tempo em que se mostravam insatisfeitos com a política, os cidadãos mostravam-se afeitos às questões locais.

Surgiram, então, por volta de 1990, os termos jornalismo cívico, jornalismo de interesse público e, ainda, jornalismo de contato com a comunidade. Os adeptos da nova tendência concordavam que os jornais precisavam retomar o diálogo com as comunidades, descobrindo aquilo que era de interesse para os leitores e, conseqüentemente, abrindo espaço para discussão de temas de interesse público.

O movimento ganhou ainda mais representatividade quando o *Pew Charitable Trust Fund* criou um centro para aprofundar as bases teóricas da proposta, estimular trocas de idéias e desenvolver projetos sobre jornalismo de interesse público. Tudo isso para ajudar a estimular os telejornais a prepararem pautas adequadas ao novo momento vigente no jornalismo.

Inicialmente, cerca de 20 veículos de comunicação entre jornais, rádios e emissoras de TV locais, aceitaram a proposta do *Pew Charitable Trust Fund*. Eles se aproveitaram da apatia dos leitores às vésperas das eleições de 1992 para propor – e implementar – uma nova agenda jornalística. A pauta era formada por questões levantadas por cidadãos comuns, decepcionados com os rumos da política, preocupados com temas de interesse geral, como segurança pública, desemprego, saúde, educação, previdência, entre outros. O jornal *The Virginian Pilot*, por exemplo, distribuiu para todos os candidatos um formulário que imitava um currículo, no qual os candidatos

⁴⁹ PUTMAN, R. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, Princeton University Press, 1993. In: Castilo, C. Jornalismo Público *Boletim N° 15, Maio-Junho de 1997 do Instituto Gutenberg*. www.igutenberg.org/casti15.html Acesso em 17 de setembro de 2008

deveriam simular que se tratava de um processo de seleção como fazem as grandes empresas. Neste currículo deveriam constar os planos de governo, o que pretendiam fazer durante a gestão e como conseguiriam implementar as mudanças. O mesmo impresso convocou, mais tarde, uma série de sabatinas entre candidatos e eleitores para discutir a agenda levantada entre os leitores a partir de pesquisas de opinião.

Procedimento semelhante foi adotado por jornais como o Orange County Register, St Petersburg Times e até por jornais maiores como o Boston Globe e o Seattle Times. Muitos deles procuraram acordos com emissoras de TV para aumentar o alcance e a participação popular.⁵⁰

Assim, o conceito de jornalismo cívico, alterou radicalmente a concepção clássica dos papéis exercidos pelo jornalista e pelo “consumidor” das notícias. Tradicionalmente, quem vê os noticiários não participa do processo de produção jornalística, função esta até então destinada exclusivamente aos profissionais da imprensa. A revolução nas redações aproximou a mídia do público, dando nova vida à teoria de que o jornalista e o público dependem um do outro.

Esta linha jornalística tem como objetivo fazer com que os conglomerados da comunicação “sirvam” melhor às comunidades com as quais dialogam no dia-a-dia. Como consequência, surgem notícias que estimulam discussões e debates, abordando tanto os membros de comunidades quanto as autoridades responsáveis pelas políticas públicas que interessam àquele leitor, telespectador ou ouvinte.

A multiplicação de iniciativas locais e a aceitação do público geraram uma grande discussão entre os jornalistas acerca da independência da atividade jornalística. Os críticos supunham que o jornalismo de interesse público ia de encontro ao pressuposto de isenção dos profissionais – um dos pontos mais sensíveis no discurso da imprensa norte-americana. O debate pulou para as páginas de opinião de grandes jornais, como o *Los Angeles Times*, *The Washington Post* e *New York Times*, além de centros de estudos da mídia, como a Fundação Neuman, da Universidade Harvard, o *Freedom Forum Media Studies Center* e a famosa escola de jornalismo da Universidade de Columbia, em Nova Iorque. A conclusão dos “jornalões”, em geral, não foi positiva.

⁵⁰ CASTILHO, C. Jornalismo Público *Boletim Nº 15, Maio-Junho de 1997 do Instituto Gutenberg*. www.igutenberg.org/casti15.html. Acesso em 17 de setembro de 2008

A crítica era que, ao guiar o debate daquelas eleições, os jornalistas estariam pensando pelos leitores-teleespectadores. Desta forma, estariam alterando a sucessão natural dos fatos, a essência e o “livre-arbítrio” dos acontecimentos. Outro ponto era de que este tipo de cobertura escolheria as prioridades. E as prioridades dos jornalistas não necessariamente são as mesmas da maioria.⁵¹

A essência da crítica, portanto, era que o jornalismo cívico fazia com que seus adeptos abandonassem a isenção e a distância em relação aos processos políticos, sobretudo, o eleitoral. O colunista Jonathan Yardley, do *Washington Post*, classificou a idéia de “insidiosa e irresponsável”. Segundo Yardley, o jornalismo cívico na política “era um projeto cabal de organizar as notícias para controlar a agenda política mais do que noticiar os candidatos, com o objetivo de dar ao jornalismo a impressão de ser essencial para os anseios do público e massificar uma base de compradores de jornal”.⁵²

Michael Kelly taxou, numa coluna no *The New Yorker*, a cobertura política do jornalismo cívico de anti-democrática, desonesta e uma fraude que limitava perigosamente até onde ia o debate público. O *New York Times*, em editorial, advertiu que o jornalismo de interesse público poderia “significar a morte da isenção e independência, os dois pilares da imprensa norte-americana.”⁵³

O auge da discórdia foi a mudança feita por alguns veículos de comunicação de inverter a lógica da cobertura política: cobrir os eleitores em vez dos candidatos.

Jornais como o *Orange County Register* junto com uma emissora local de televisão passaram a organizar reuniões comunitárias para questionar os candidatos desde a postos municipais até ao Congresso. Em Seattle, estado de Washington, o *Seattle Times* organizou debates, chamados de Conversa de Varanda, transmitidos ao vivo pela TV. E na Carolina do Norte, o *Charlotte Observer*, junto com seis outros jornais municipais, cinco emissoras de TV e três de rádio, criou um sistema pelo qual todos os candidatos que visitassem cidades da região para buscar votos teriam de, antes dos comícios, debater com um fórum formado por leitores, ouvintes e espectadores que preencheram um formulário distribuído previamente.⁵⁴

A experiência mais emblemática neste sentido eleitoral é a do *Charlotte Observer* nas Eleições de 1992. Trata-se do projeto “*Your Voice, your vote*”, em português, algo como “sua palavra, seu voto”. Os resultados em termos de vendagem

⁵¹ Instituto Columbia Journalism Review, 1993. In: <http://backissues.cjrarchives.org/year/97/1/civic.asp>
Acesso em 17 de setembro de 2008

⁵² Id., Ibid.

⁵³ CASTILHO, C. Jornalismo Público *Boletim Nº 15, Maio-Junho de 1997 do Instituto Gutenberg*. www.igutenberg.org/casti15.html. Acesso em 17 de setembro de 2008.

⁵⁴ Id., Ibid.

podem ser considerados sensacionais. A tiragem aumentou 46% e a audiência das emissoras envolvidas no projeto deu saltos de até 70% durante debates ao vivo sobre assuntos locais.

Em função da percepção desta necessária mudança na “pegada” das matérias jornalísticas, surgem diversas associações voltadas ao estímulo do jornalismo cívico. O *Pew Center for Civic Journalism* é um exemplo. Criado em 1993, a instituição atua como fonte de recursos para que os grandes conglomerados e também os pequenos jornais programem linhas editoriais voltadas para a prestação de serviço e a criação de elos com as representações comunitárias situadas nas regiões onde funcionam.

A grande imprensa norte-americana ainda torce o nariz para os chamados "jornalistas cívicos", mas o influente American Press Institute (API) - uma espécie de ANJ - reconheceu em abril (de 1997), que os donos de jornais que aderiram à nova moda não têm queixas sobre queda de circulação, ao contrário do que acontece com os jornalões.⁵⁵

Este trabalho entende que o fato de os jornalistas participarem mais ativamente da formação da agenda de políticas públicas debatidas nos períodos eleitorais, ao contrário do alegado, não os torna nem mais, nem menos isentos na atividade da cobertura jornalística. Não é peculiar ao jornalismo noticioso emitir opiniões sobre os acontecimentos. Isso pressupõe um preconceituoso conceito de que o telespectador não é preparado para criar um juízo de valor próprio.

O simples ato de dar a informação com isenção e respeitando os acontecimentos, por si só, já é capaz de formar a opinião de quem lê ou quem assiste televisão ou quem ouve rádio. O ato de informar o fato de que um órgão governamental está superfaturando obras, por exemplo, torna desnecessária a emissão de opiniões. Não é preciso atribuir ao acontecimento os atributos de vergonhoso ou absurdo – como foi comum durante algum tempo no telejornalismo brasileiro, sobretudo com Boris Casoy. A simples informação já é mais do que suficiente para que o telespectador entenda todos estes atributos citados.

Entretanto, há determinados valores que são universais, sobre os quais o jornalismo cívico se apóia para cobrar mudanças, partindo de um pressuposto de que são valores necessários para o estabelecimento de condições básicas de cidadania para a população. Trata-se, então, de defender direitos históricos adquiridos, como, por

⁵⁵ CASTILHO, C. *Jornalismo Público Boletim Nº 15, Maio-Junho de 1997 do Instituto Gutenberg*. www.igutenberg.org/casti15.html. Acesso em 17 de setembro de 2008.

exemplo, a liberdade de reunião ou o direito de ir e vir, ou o direito à saúde. Enfim, nestes casos, é possível ver jornalistas fazendo juízos de valor numa situação de calamidade pública, por exemplo.

Devemos nos manter isentos, temos que ter repugnância à opinião nas notícias. Não podemos deixar a paixão influenciar na hora em que estivermos escrevendo textos jornalísticos. A definição de paixão no dicionário é de que é uma doença. No entanto, há valores universais, compreendidos como essenciais por várias civilizações que devemos defender.⁵⁶

⁵⁶ KAMEL, A. diretor de jornalismo da TV Globo, em palestra sobre cobertura de eleições na emissora no dia 11 de setembro de 2008.

4. Jornalismo comunitário na grande mídia: o RJTV

Conceituados os significados de comunidade e cidadania, compreendidas as formas pelas quais a vivência comunitária estimula o cidadão na busca por aquilo que lhe é de direito, e entendida a transformação que o *civic journalism* impôs nas redações pelo mundo, é hora de entender de que maneira setores da grande mídia se apropriaram, no sentido positivo da palavra, da causa comunitária.

Parte-se do princípio, então, que as matérias de viés comunitário são frutos da percepção de que o telespectador (no caso das TVs) não absorve acriticamente tudo que vê, achando as matérias primorosas e os jornalistas expoentes da intelectualidade – como até então se acreditava. O *civic journalism* criou um furacão nas redações: grandes repórteres tiveram que “se rebaixar” e dialogar, de igual para igual, com líderes comunitários, muitas vezes sem instrução, porém dotados de conhecimento específico sobre as necessidades das áreas em que vivem.

Vale lembrar que esta transformação foi a maneira encontrada pela grande imprensa de recuperar a audiência perdida, voltando a atrair um público desiludido. A mudança esteve, portanto, muito mais relacionada a uma crise no setor financeiro dos conglomerados de mídia do que com uma efetiva mudança de estado de espírito dos jornalistas. É claro que sempre houve bons profissionais, preocupados com o bem estar social. Mas não é incorreto afirmar que foi a conta bancária com alguns dígitos a menos do dono do jornal que levou estes ares de “bonança” para as redações.

Em outras palavras: o telespectador desliga a televisão, os índices de audiência caem, os preços das inserções publicitárias ficam mais baratos, há menos retorno, o lucro fica menor. Então, pesquisas de opinião são feitas, constata-se mudança no perfil do público, que já não se identifica com aquele noticiário frio e com pouca relação com seu cotidiano, e as redações se adaptam para acompanhar a tendência – é esta a equação que cria a legião dos jornalistas bons samaritanos! Se há males que vêm para o bem, este pode ser um bom exemplo...

No contexto brasileiro, onde boa parte da população vive sem condições de exercer sua plena cidadania, o *civic journalism* encontrou um vasto terreno para se procriar. É possível vê-lo expresso de diferentes maneiras. A mais explícita são as que fazem cobranças dos órgãos públicos que não asseguram à população aquilo que é seu dever. São as muitas matérias feitas – com a ajuda e em prol – das Donas Jucélias,

moradora de Realengo que tem um vazamento de esgoto em frente ao portão de casa, que já ligou diversas vezes para a Cedae, mas que fica mais de seis meses à espera dos técnicos da companhia. A Dona Jucélia, que conhece os seus direitos, depois de desistir de esperar a Cedae, entra em contato com o jornalismo da TV Globo, que vai ao local, mostra o problema e consegue que o vazamento que incomodava a vizinhança seja consertado na mesma semana.⁵⁷

Segue um padrão parecido das matérias sobre falta de saneamento ou que tratam de ruas esburacadas e não asfaltadas.

O asfalto da Avenida Rodrigues Alves é todo desnivelado e volta e meia surgem armadilhas perigosas. Um buraco apareceu há duas semanas. Está na pista da direita logo depois da curva, quase na esquina com a Rua Rivadávia Correa.

Pelo tamanho e pela profundidade do buraco, o motorista que cair nele pode ter muito prejuízo. Ao lado, há um bueiro aberto. Outro problema é que, ao fazer a manobra, ônibus e carros invadem a pista central e por pouco não provocam acidentes.

A Cedae prometeu mandar, ainda hoje, uma equipe à Avenida Rodrigues Alves para verificar se o buraco foi provocado por um vazamento de água ou de esgoto.⁵⁸

Também é possível observar outro tipo de prestação de serviços em matérias sobre situações em que há buracos nas ruas, além da cobrança pela própria existência deles. Como estes buracos costumam complicar o tráfego de veículos, os repórteres informam como está o trânsito e qual o caminho mais indicado para o motorista. Com este objetivo, em 2007 foi criado o Radar-RJTV. Não é o caso de um jornalismo que trate de calamidades e anseios por melhoras da população, mas consegue atrair de volta um público que estava afastado, que buscava na internet as informações do trânsito. A prova do sucesso é que a coluna, criada para orientar os motoristas sobre as mudanças diárias do trânsito na cidade durante a realização dos Jogos Pan-Americanos de 2007, agora tem uma versão durante a programação da editora. Trata-se de um híbrido que ganhou vida própria e saiu de dentro do horário do telejornal para ganhar o seu espaço na grade de programação da emissora.

⁵⁷ O exemplo citado é fictício. Mas casos como este, especificamente os que tratam de esgoto e saneamento básico em geral, são vistos quase diariamente no jornalismo desta emissora.

⁵⁸ RJTV 1ª Edição, 8 de julho de 2008. In: <http://rjtv.globo.com/Jornalismo/RJTV/0,,JJB0-9105,00.html> Acesso em 15 de setembro de 2008

A partir de segunda-feira, antes de sair de casa, você vai poder conferir as informações do trânsito aqui na Globo. O Radar RJ terá uma edição pela manhã, logo depois do Bom Dia Brasil. Equipes de reportagem e câmeras estarão espalhadas por todo o Rio para ajudar você a escolher o melhor caminho. E ainda, as condições dos aeroportos e a previsão do tempo. Não perca o Radar RJ, de segunda a sexta, logo depois do Bom Dia Brasil⁵⁹

Outro tipo comum de matéria comunitária trata de problemas causados pela má prestação de serviços da alçada dos órgãos de governo, além do saneamento. São as matérias de saúde e educação. É onde se vê as cobranças pelas longas filas nos hospitais, pela falta de especialista ou de medicamentos nos hospitais públicos. A edição de 22 de agosto de 2008 do RJTV trouxe uma matéria que ilustra bem a cobrança pelo caos na saúde pública.

Nossos repórteres vêm acompanhando o drama dos pacientes nos hospitais públicos e hoje falamos da falta de ortopedistas, um problema que se arrasta há bastante tempo. Para muitos pacientes da rede pública de saúde, a falta de médicos é um problema antigo: unidades de saúde são inauguradas, mas a carência de profissionais continua. Nesta manhã, na Unidade de Pronto-Atendimento de Irajá, no subúrbio, o drama se repetiu.

Às 8h, a maioria dos pacientes precisava de uma consulta na ortopedia (...) Segundo os enfermeiros da UPA, o único ortopedista de plantão teve que sair para resolver um problema particular e só voltaria às 13h. (...)

Clarita Versiane é empregada doméstica e teve que faltar ao trabalho por causa de uma torção no tornozelo. “Isso aqui deveria ser 24 horas, mas não é” (...) ⁶⁰

É possível perceber certo padrão neste tipo de matéria. Além de constatar o problema (no caso, a falta de ortopedistas numa unidade da rede estadual de saúde do Rio de Janeiro), a reportagem mostra o drama de “personagens” escolhidos para “humanizar” a matéria. O objetivo deste personagem é criar laços de identificação com o tal telespectador que estava afastado do telejornal. Em tese, o telespectador fica insatisfeito por causa da má prestação do serviço público que um dia ele próprio poderá precisar utilizar. O personagem também cria laços de solidariedade com os telespectadores.

No dia em que as matérias são exibidas, produtores do RJTV “cobram” nota oficial dos órgãos atingidos pelas denúncias – neste caso, as secretarias municipal e

⁵⁹ RJTV 2ª Edição, 1ª de dezembro de 2007. In: <http://rjtv.globo.com/Jornalismo/RJTV/0,,MUL200849-9099,00.html> Acesso em 15 de setembro de 2008

⁶⁰ RJTV 1ª Edição, 22 de agosto de 2008. In: <http://rjtv.globo.com/Jornalismo/RJTV/0,,MUL733257-9097,00.html> Acesso em 15 de setembro de 2008.

estadual ou o ministério da Saúde - que são lidas, ao vivo, pelos âncoras do telejornal. Além de justificarem os problemas, as notas normalmente estabelecem prazos para a solução. Quando não há prazos, o dano à imagem da instituição é ainda maior, pois fica sentenciado que, apesar do problema mostrado, a população vai continuar recebendo um atendimento pouco digno por um período indeterminado.

... A Secretaria Estadual de Saúde informou que uma auditoria no Hospital Rocha Faria vai investigar se houve omissão no atendimento ao paciente que morreu na ambulância. Não há data prevista para reabertura da maternidade.⁶¹

As matérias que falam sobre o problema na rede pública de educação não são muito diferentes. Em geral, os problemas constatados são relacionados à falta de profissionais nas unidades ou à infra-estrutura inadequada para as aulas. Também costumam se basear na lógica do “personagem” da matéria: uma garotinha que quer ir para o colégio, mas é impedida por motivos maiores. No caso do Ciep Maria Paula, em São Gonçalo, o problema da reforma demorada impede o retorno às aulas. O RJTV já mostrou o drama dos alunos deste Ciep várias vezes.

O Ciep estava abandonado havia 12 anos e servia de residência para moradores de rua. Em março de 2007, o governador recém-eleito Sérgio Cabral foi à unidade acompanhando a equipe de reportagem do RJTV. Ele fez uma promessa de inaugurar a escola em seis meses. Quase um ano e meio depois, o RJTV voltou ao local para constatar que a obra seguia inacabada, numa forte crítica ao governador, que teve a sua declaração repetida. Da mesma maneira da matéria sobre caos na saúde pública, percebe-se que depois da exibição da reportagem sobre educação também há a leitura das notas oficiais.

A matéria de quatro de agosto de 2008 é emblemática. Ela faz a cobrança pela deficiência da lentidão das obras no Ciep, expõe uma promessa não cumprida feita por um governador de estado, cria os elos de identificação com o telespectador e estabelece prazos para a solução do problema:

Mais um semestre de aulas está começando e as crianças e jovens da localidade de Maria Paula, em São Gonçalo, ainda não têm escola perto de casa. O Ciep do bairro está em reforma há mais de um ano. (...) O RJTV denunciou a situação do CIEP Maria Paula em fevereiro do ano passado.(...) Em março de 2007, o governador Sérgio Cabral esteve na escola:

⁶¹ RJTV 2ª Edição, 1º de dezembro de 2005. In: <http://rjtv.globo.com/Jornalismo/RJTV/0,,MUL124970-9099,00.html>. Acesso em 15 de setembro de 2005.

“Eu posso garantir que daqui a seis meses, em setembro, outubro, estaremos aqui inaugurando”. (...) No olhar de Stéfanie, de 11 anos, uma pergunta: por que o Ciep, com cara de novo, não recebeu os alunos em mais um início de semestre?

“Eu não entendo, por que não ficou pronto ainda, meu sonho é estudar ali, eu moro aqui perto, mas ele não fica pronto”

A Secretaria Estadual de Educação prometeu que o Ciep estará funcionando no próximo ano e que serão abertas também vagas para o Ensino Médio. Segundo a Empresa de Obras Públicas do Estado, houve problemas com a firma responsável pela reforma e uma outra licitação teve que ser feita. As obras devem recomeçar em setembro e terminar em dezembro. Nós vamos ficar de olho para ver se esse prazo desta vez será cumprido.⁶²

4.1. RJTV: Abrindo a Caixa-Preta

O RJTV é um jornal local responsável pela cobertura dos acontecimentos dos municípios da Região Metropolitana do Rio de Janeiro: Niterói, São Gonçalo, Itaboraí, Guapimirim, Mangaratiba, Belford Roxo, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, Mesquita, Paracambi, Japeri, Magé, Nilópolis, Queimados, São João de Meriti, Tanguá, Itaguaí e Seropédica, além da capital.

O telejornal é apresentado em duas edições. A primeira tem 45 minutos de duração – entra no ar ao meio-dia e termina às 12h45. O RJTV 2ª Edição, com 20 minutos de duração, vai de 18h50 às 19h10. Em linhas gerais, pode-se traçar algumas diferenças entre o conteúdo dos dois telejornais. Enquanto o primeiro tem um cunho mais comunitário e prestador de serviços, com matérias produzidas no dia anterior à exibição, o RJTV 2ª Edição tem como proposta fazer a cobertura dos factuais diários, sobretudo, com matérias sobre política e noticiário policial. Neste trabalho, o enfoque é no RJTV 1ª Edição, uma vez que a proposta é analisar a prática do jornalismo que “dialoga” com as comunidades.

O RJ1 recebe matérias, eventualmente, das emissoras afiliadas da TV Globo no Estado do Rio de Janeiro. As afiliadas diminuem o custo da cobertura de matérias no interior do estado, uma vez que tornam desnecessário o deslocamento de equipes de reportagem da capital. São quatro afiliadas funcionando no estado: a TV Rio Sul (responsável pela cobertura de Resende e de outras cidades do Vale do Paraíba); a InterTV Planície (que cobre Campos, Macaé e outras cidades do Norte Fluminense); a

⁶² RJTV 1ª Edição, 4 de agosto de 2008. In: <http://rjtv.globo.com/Jornalismo/RJTV/0,,MUL711111-9097,00.html>. Acesso em 15 de setembro de 2008.

InterTV Serra+Mar (instalada em Friburgo, responsável pela cobertura da região serrana); e a InterTV Alto Litoral (instalada em Cabo Frio, responsável pela cobertura da Região dos Lagos).

Mas a imensa maioria do que é produzido e veiculado no telejornal sai da *Editoria Rio*, o conjunto de jornalistas – produtores, editores, repórteres de vídeo, repórteres cinematográficos e operadores de áudio – que trabalham na sede da emissora, na Rua Lopes Quintas, no Jardim Botânico, Rio de Janeiro. São cerca de 100 profissionais trabalhando no RJ1 e RJ2, e nos outros jornais da praça, como o Bom Dia Rio, o Globo Cidade e o Globo Comunidade.

A estrutura da Editoria-Rio é formada por um diretor-regional, cargo ocupado atualmente por Renato Ribeiro; pela chefe-de-redação, Márcia Monteiro; o chefe de reportagem, Juarez Passos. O RJ1 tem como editora-chefe Cecília Mendes. São cinco editores de texto, cinco editores de imagem, dois coordenadores de produção, três subchefes de reportagem, cerca de oito produtores (número que varia de acordo com as necessidades diárias dos telejornais locais) e 20 repórteres de vídeo.

Apresentam o jornal Márcio Gomes e Renata Capucci. Os apresentadores substitutos são Ana Luisa Guimarães e Ana Paula Araújo, ou os repórteres Hélder Duarte e Vandrey Pereira. Vale ressaltar que esta equipe não é monolítica – ela muda de acordo com as necessidades e demandas que, eventualmente, surgem no dia-a-dia.

A rotina básica do RJ1 começa às 8h15, com a primeira reunião do dia, onde a editora-chefe discute com os editores de texto e com o responsável pela *produção do dia* (cujas atribuições, basicamente, são pegar *notas-pé* de órgãos prestadores de serviço e desmarcar matérias previamente agendadas) se haverá mudanças no que fora programado no dia anterior. Na maior parte das vezes, os acontecimentos factuais da manhã, da noite ou da madrugada alteram o que foi programado no dia anterior. Nesta reunião defini-se qual editor será responsável por quais matérias.

Os repórteres ficam em constante contato com os editores responsáveis por suas matérias. Por volta de 10h, caso a equipe de reportagem não esteja de volta, são enviados moto-boys para “resgatar” o disco onde a matéria foi gravada, já que é comum haver engarrafamentos neste horário. As matérias costumam estar prontas para exibição por volta de 11h30.

Após o telejornal, por volta de 13h15, acontece a reunião de pauta, que vai definir o que será produzido para o telejornal do dia seguinte. Participam desta reunião a editora-chefe, os apresentadores, os coordenadores de produção, os editores de texto e

os produtores. É onde são sugeridas as pautas e onde é definido o “esqueleto” do jornal a ser exibido no dia seguinte. Encerrada a reunião, os coordenadores de produção distribuem as pautas para os produtores, que devem entregá-las apuradas e batidas até as 20h.

Nem sempre, no entanto, a estrutura destes telejornais foi assim. A história do RJTV começou em 1983, com a reformulação da grade de horários de jornalismo da TV Globo. Estreavam em três de janeiro daquele ano os noticiários locais, chamados internamente de *Praça TV*, por tratar dos noticiários locais. No início, o tempo de exibição era de 10 minutos e eles antecederiam o Jornal Nacional, indo ao ar às 19h45.

Inicialmente, havia noticiários apenas de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Minas Gerais e Distrito Federal – onde há estruturas próprias de transmissão da TV Globo, já que o resto do país é coberto pelas 116 emissoras afiliadas. O formato do *Praça TV* era bem diferente. Em vez ler as *cabeças* das matérias – texto que antecede a exibição das matérias ou de entradas ao vivo nos telejornais. Diferentemente do lide, a cabeça não tem como objetivo elucidar, em resumo, as principais informações. O objetivo da cabeça é manter o telespectador “curioso” quanto ao que será exibido.

Ao repórter cabia a apresentação efetiva do que seria mostrado e as entrevistas de cunho analítico com comentaristas de assuntos de política e de economia. Invariavelmente, os telejornais encerravam dando a previsão do tempo para a cidade. Eram divididos em três blocos com, aproximadamente, três minutos de duração e, além do factual, também davam espaço para esportes e boletim do trânsito.

O sucesso dos jornais locais fez com que a emissora inserisse a segunda edição do *Praça TV*, que ia ao ar às 12h40 – pode-se dizer que foi o nascimento do que hoje é o RJTV 1ª Edição. Esta edição tinha uma dinâmica levemente diferente: além do noticiário factual, também dava espaço para entrevistas no estúdio e um boletim do que acontecia na agenda de artes e espetáculos da cidade.

Em setembro do mesmo ano, estreou a terceira edição do noticiário local – nos mesmos estados citados das outras duas edições – que ia ao ar após o Jornal da Globo, por volta de meia-noite. Não tinha relevantes alterações no conteúdo em comparação com a segunda edição. Tinha como preocupação “atualizar” o que havia sido exibido anteriormente, além de eventualmente mostrar os fatos novos que aconteciam neste intervalo de tempo. Esta versão dos Praças TV tinha uma novidade. Colunistas ligados às mais diversas áreas do jornalismo – cultura, política, economia, esportes, entre outras

– eram convidados para comentar as notícias. Cada estado tinha os seus colunistas, que não cumpriam um esquema fixo. Eles eram chamados para participarem do telejornal de acordo com a relevância dos acontecimentos de suas áreas de atuação.

O sucesso inicial dos jornais locais foi perdendo força, com o declínio dos índices de audiência. Os diretores de jornalismo decidiram manter apenas a edição noturna. Apenas em 1992, consolidaram-se novamente as primeiras edições do Praça TV, começando antes do Jornal Hoje. Ele era responsável pelas notícias da manhã, inclusive com o estímulo das entradas ao vivo. A primeira “praça” a contar com a novidade foi São Paulo. O RJTV 1ª Edição surgiu no mesmo ano, com duração de 25 minutos. Desde então, o objetivo do telejornal é se aproximar do telespectador, com mais entradas ao vivo (afastando-se da suposta frieza do estúdio).

Mas é correto afirmar que esta meta – de se aproximar do telespectador – não foi satisfatoriamente alcançada. Prova disso é que o telejornal viria ser reformulado mais uma vez nos anos de 1998 e 1999. Na época, havia muitas reclamações dos telespectadores em relação aos telejornais locais, fazendo com que a direção geral de jornalismo fizesse mudanças. A maior parte das reclamações era sobre o excesso de matérias policiais. De acordo com as reclamações, o RJTV apenas reportava os acontecimentos de violência, não discutindo e propondo sugestões para a situação da segurança pública. Concluiu-se então que o telespectador estava descontente com o distanciamento do telejornal com as causas das comunidades.

Em janeiro de 2000, vieram as mudanças mais substanciais. Trocaram-se os apresentadores, o processo de produção, a “pegada” das matérias e o tempo de duração, que passaria a 40 minutos diários. As primeiras mudanças surgiram em São Paulo, implantadas pelo então diretor de jornalismo, Amauri Soares.

Segundo Amauri Soares, a mudança também envolveria conceitos modernos de jornalismo participativo, aquele em que o telespectador contribui com a produção e com a pauta do telejornal, sendo “recompensado” com matérias sobre os problemas de sua região. Este assunto de interatividade entre jornalistas e telespectadores será melhor abordado à frente.

A conclusão dos diretores responsáveis pela mudança é que o jornal não deve se restringir a mostrar a realidade friamente. Pois o telespectador teria o desejo de estar junto do jornal na discussão daquilo que é importante e nas escolhas, conseqüentemente, do que merece ter mais ou menos destaque. Levando-se em consideração esta constatação e sabendo-se que o objetivo de qualquer produção

jornalística, sobretudo as da grande mídia, é a audiência e, em segunda instância, o aumento de receita vinda de anunciantes, pode-se justificar as inúmeras matérias comunitárias veiculadas na TV Globo desde então.

A partir de janeiro de 2000, o RJ1 passou a ter produção de véspera, isto é, pautas pensadas e produzidas no dia anterior por editores, coordenadores de produção e produtores. Além disso, as mudanças envolveram o lado estético do jornal, com a troca do cenário do logotipo e do tema de abertura. Houve contratação de 12 novos profissionais para viabilizar a produção do telejornal. Pouco antes das transformações, o jornal ia ao ar às 12h23 com 20 minutos de exibição. Atualmente, o tempo é de cerca de 45 minutos, com o jornal indo ao ar ao meio-dia.

Apesar de todas estas mudanças, pode-se dizer que a parte burocrática da produção pouco foi alterada ao longo dos anos. A escalada continua sendo gravada a poucos minutos de o jornal ir ao ar, normalmente complementada por *teasers* – quando o repórter apresenta na escalada a matéria por ele feita. Os VTs são editados em cima da hora do jornal. Muitas vezes, o telejornal vai ao ar sem que todas as matérias tenham sido editadas. Isto faz com que, eventualmente, o RJ1 tenha que ser repaginado enquanto está no ar.

Além de matérias comunitárias, outra estratégia do telejornal para se aproximar com o espectador foi a implementação do ideal do jornalismo de serviço, que consiste em veicular a oferta de empregos disponíveis (um mercado pouco falado, a abertura de algum concurso público, entre outras manifestações) e discussões acerca de direito do consumidor.

Pode-se afirmar que atualmente o RJTV é um dos expoentes desta nova filosofia da TV Globo. Com esta finalidade de se aproximar do telespectador, são feitas matérias diariamente de cunho comunitário. Além destas matérias, foram criadas colunas – algumas exibidas diariamente, outras uma vez por semana. Vamos falar de cada uma delas e explicar como funcionam no contexto da comunicação comunitária praticada na grande mídia.

4.2. Telejornalismo e Interatividade

Na grande imprensa, sobretudo na televisão, e falando ainda mais especificamente na TV Globo, o jornalismo comunitário é acompanhado da lógica de interatividade entre telespectador e a equipe de produção de jornalismo. Funciona, em

linhas gerais, da seguinte forma: 1) o primeiro passo é dado pelo telespectador participativo, que entra em contato com a redação por telefone, por email ou por correspondência; 2) os jornalistas avaliam se a sugestão pode gerar uma boa pauta de acordo com o apelo que a matéria terá junto às comunidades e com a viabilidade televisiva daquela produção; 3) caso seja avaliado como uma possível matéria, os produtores entram em contato com o espectador que fez a denúncia (no caso do RJTV, chamado de “Amigo do RJ”); 4) produtor e telespectador trabalham juntos na produção da matéria, cabendo ao segundo a convocação de outros moradores da comunidade para dar mais “força” à denúncia; 5) exibida a matéria, a produção do RJTV entra em contato com o órgão público responsável pela situação e cobra soluções e prazos; 6) caso o problema não tenha sido solucionado dentro do prazo estipulado, volta-se ao tema.

Antes de destrinchar as nuances de produção das matérias e colunas comunitárias do RJTV e tendo observado que a imensa maioria delas é oriunda da interatividade, deve-se fazer uma observação: a conexão entre o telespectador e o jornalista é potencializada conforme se desenvolvem e se tornam acessíveis para a maioria da população as tecnologias de registro e de comunicação.

Desde a correspondência até o email. Desde as máquinas de fotografias rudimentares até estas atuais, que cabem na palma da mão e podem fazer gravações de vídeos. O advento da tecnologia, portanto, joga no time do jornalismo participativo, já que muitas situações que viram matérias são relatadas aos jornalistas por meio de fotografias ou vídeos e enviadas por email ou telefone.

Antes de começar a dissecar os aspectos das matérias comunitárias do RJTV, vale outra observação. Uma característica pertinente a todas as colunas do telejornal é o auto-abastecimento delas. Isto é, quanto mais são feitas as matérias comunitárias que se utilizam de denúncias de moradores comunidades, mais os telespectadores denunciam situações parecidas, deixando mais cheio o “banco de pautas” comunitárias do telejornal, estimulando os editores e produtores a sugerirem mais matérias comunitárias. Forma-se, portanto, um ciclo virtuoso.

4.2.1. Coluna Caixa-Postal

Trata-se de uma coluna que preza pela simplicidade e que traduz muito bem a essência do jornalismo comunitário praticado na TV Globo. Nesta coluna não há exibição de matérias sobre o assunto denunciado pelo telespectador. Não há imagens. O

jornalista sequer vai ao local de onde partiu a denúncia para constatar se a situação é mesmo verídica.

Os leitores denunciam situações de ausência do poder público através do telefone do RJTV (exibido periodicamente durante o telejornal), por e-mail ou por correspondência. Os produtores fazem um apanhado de quatro ou cinco denúncias e entram em contato com estes *Amigos do RJ* para confirmar se a situação delatada permanece inalterada. No dia seguinte, as denúncias enviadas pelos telespectadores são lidas no ar pelos apresentadores do RJTV, Márcio Gomes e Renata Capucci, no estúdio do telejornal. Não há nem mesmo as imagens, tão cobradas nas redações de TVs. As denúncias são lidas em primeira pessoa, como se o apresentador estivesse literalmente dando voz ao apelo da comunidade.

No dia de exibição da coluna, os produtores buscam com os órgãos responsáveis pelo serviço (abastecimento de água, asfaltamento de ruas, poda de árvores, entre outros) a resposta para a denúncia. E as respostas destes são lidas imediatamente após a denúncia. Geralmente, as respostas dão conta que uma equipe de técnicos irá ao local “ainda hoje” para avaliar e resolver o problema.

A Coluna Caixa-Postal foi exibida pela primeira vez em 11 de novembro de 2006. Até o dia 19 de agosto de 2008, havia sido exibida 28 vezes. Este trecho do espelho do RJTV é bem esclarecedor quanto à forma e ao conteúdo da Coluna Caixa-Postal:

VAMOS LER AS MENSAGENS DOS AMIGOS E AMIGAS DO R-J QUE
ESCREVEM OU LIGAM PARA A NOSSA REDAÇÃO.//

COMEÇAMOS COM UMA RECLAMAÇÃO QUE VEM DE
GUADALUPE.//

"Há mais de um mês um cabo de telefone está solto no meio da rua
engenheiro almeida, trazendo riscos para motoristas e pedestres que passam
pelo local".

ESSA É A RECLAMAÇÃO DO MARCOS NOBRE.//

MARCOS, NÓS LIGAMOS PARA A EMPRESA "OI TELEMAR"/
SEGUNDO ELES, A RUA ENGENHEIRO ALMEIDA GOMES, EM
GUADALUPE, ESTÁ NUMA REGIÃO DE RISCO, POR ISSO OS
TÉCNICOS DA EMPRESA TEM DIFICULDADE PARA FAZER OS
CONCERTOS.// A OI-TELEMAR INFORMA QUE JÁ COMUNICOU A
SITUAÇÃO AOS ÓRGÃOS DE SEGURANÇA PÚBLICA
COMPETENTES.//

DA PAVUNA, VEM A RECLAMAÇÃO DO THIAGO MACHADO.//

"Moro na Rua Volta Redonda e estamos há 26 dias sem água. Parte da rua está sem água, não são todos os moradores. Já ligamos para a Cedae e a única coisa que nos respondem é que já estão cientes do problema".

OLHA, A CEDAE DISSE QUE AINDA NÃO FEZ O REPARO PORQUÊ EXISTEM OUTRAS OBRAS DA EMPRESA SENDO FEITAS NA REGIÃO.//

A PREVISÃO É QUE ATÉ QUARTA-FEIRA DA SEMANA QUE VEM O CONSERTO SEJA FEITO AÍ NA SUA RUA.//

CARRO EM CIMA DA CALÇADA TEM NA CIDADE INTEIRA, INFELIZMENTE - A QUEIXA, DESTA VEZ, VEM DE SANTA CRUZ.//

"Na Av. Areia Branca tem dias que não dá para passar nas calçadas, porque ficam cheias de carros e caminhões. Idosos e moças com crianças de colo correm o grave risco de serem atropelados ao ter que passar pela rua. Uma VERGONHA!!"

TODA ESSA INDIGNAÇÃO É DA VANESSA MOURA.//

VANESSA, A GUARDA MUNICIPAL DISSE QUE AINDA HOJE VAI ENVIAR UM MOTOCICLISTA PARA PERCORRER TODA A AVENIDA PARA MULTAR QUEM ESTIVER EM CIMA DA CALÇADA.//

A GUARDA TAMBÉM DEIXOU UM TELEFONE QUE FUNCIONA 24 HORAS POR DIA.// DISQUE GUARDA: 0800-211-532.//⁶³

4.2.2. Coluna Disque-Reportagem

Nesta coluna, as pessoas ativas das comunidades ligam para a redação com o objetivo de denunciar eventuais situações de ausência do poder público. O telespectador é estimulado a ligar para o telefone do RJ (2461-2030).

Caso a sugestão seja aceita, os produtores entram em contato com o autor da denúncia e uma equipe de reportagem é deslocada para o local no dia seguinte. São feitas imagens do que foi denunciado e entrevistas com moradores prejudicados pelo problema.

No dia em que a matéria é exibida, a produção do telejornal entra em contato com os órgãos responsáveis pelo serviço, para perguntar o que será feito para contornar o problema. Assim como na Coluna Caixa-Postal, as respostas em geral são que técnicos irão ao local dentro de um prazo estipulado.

⁶³ RJTV 1ª Edição de 15 de agosto de 2008.

Um detalhe curioso que vale uma observação é a determinação para que só se entre em contato com o órgão responsável no mesmo dia em que a matéria for exibida, depois de a equipe de reportagem ter ido ao local constatar a existência do problema. Isso porque, como se trata de um veículo da grande mídia cujas matérias geram repercussão negativa, caso sejam contatados com antecedência, os órgãos públicos responsáveis enviam uma equipe de técnicos para solucionar o problema. Quando a equipe de reportagem chega ao local, o problema já está solucionado ou está em vias de o ser.

No bairro Vista Alegre, em São Gonçalo, a situação é muito complicada, por causa da água suja que toma conta das ruas e casas da região. Os amigos do RJTV ligaram para o Disque-Reportagem, e uma equipe foi ao local conferir.

Da redação do RJTV para São Gonçalo: nesta quarta-feira, a equipe de reportagem faz uma parada no bairro de Vista Alegre, onde mora Carlos Ramos que ligou para o Disque-Reportagem. No fim do ano passado, ele comprou um terreno. Ele tinha planos de construir uma casa melhor, só que ele já se diz arrependido.

“Pela falta de saneamento que a rua tem. O esgoto fica aberto. Não tem água encanada. Não tem coleta de lixo. o caminhão do lixo passa, mas não leva o lixo. isso, quando ele passa. A gente tem água só de poço. Mesmo assim, você corre o risco de fazer o poço e ter a água contaminada pelo esgoto que corre na rua”, conta o morador.

A dona de casa Sabrina da Silva Pereira está grávida de oito meses e é mãe de João Vítor. Ela mostra para a equipe de reportagem a cor da água que ela tira do poço para beber, cozinhar e tomar banho. Ela diz que não tinha marcas no corpo antes de ir para o bairro.

“Quando eu morava em cima na rua, não tinha coceira nenhuma. Quando eu vim para aqui, meu corpo começou a ficar manchado. Coça e dói muito”, diz a jovem.

Na casa de Mariza Inácio, em dias de chuva, o poço enche de lama. “Essa água é uma coisa horrível, mas nós não temos outra saída que não desfrutar dela mesmo”, afirma a dona de casa.

A prefeitura de São Gonçalo diz que as obras no bairro Vista Alegre estão previstas no orçamento para o ano que vem. A Companhia Estadual de Água e Esgoto (Cedae) diz que está investindo na região e que pretende ampliar a rede distribuidora na Rua Resende Costa, mas essa obra só deve sair daqui a dois anos.

Você também pode participar do RJTV. Mande a sua sugestão ou reclamação pelo Disque-Reportagem, pelo telefone 2461-2030. Ou envie imagens gravadas, pelo menos dez segundos, para o quadro ‘Vc no RJTV’.⁶⁴

⁶⁴ RJTV 1ª Edição de 3 de setembro de 2008.

4.2.3. Coluna Você no RJTV

Esta é a mais recente forma que o RJTV desenvolveu com o intuito de se aproximar do telespectador. Também a mais dependente dos recursos tecnológicos – só é possível por causa da facilidade de compra de máquinas fotográficas ou até mesmo telefones celulares que fazem filmes. O morador da comunidade filma o problema que o aflige e, depois de se cadastrar no site do RJTV, envia o material gravado para um banco de vídeos do telejornal.

Os vídeos são aprovados pelos editores-executivos do telejornal e a produção entra em contato com os seus autores. Caso o problema siga existente, uma equipe de reportagem vai ao local no dia seguinte, faz novas imagens dos locais problemáticos e realiza sonorais com o *Amigo do RJ* que enviou o vídeo e com outros moradores atingidos pelo mesmo problema.

Mais uma vez, os órgãos responsáveis são informados da reportagem apenas após ela ter sido feita. As respostas seguem o padrão das já citadas. Informam que o problema será resolvido em breve.

Além da participação do telespectador no processo de produção, foi essencial para a criação desta coluna a relativização do tradicional *Padrão Globo de Qualidade*, já que a imensa maioria dos vídeos enviados que vão ao ar não segue os conceitos técnicos de gravação. Em geral, as imagens são tremidas, filmadas sob ângulos não convencionais.

O *Você no RJTV* foi ao ar pela primeira vez em 10 de abril de 2008. Neste dia, porém, não foi exibido nenhum vídeo. Os apresentadores do programa apenas deram as instruções de como fazer para participar. A frase que fecha o texto lido pelos apresentadores neste dia é emblemática, pois mostra o objetivo claro do jornal em praticar o jornalismo comunitário:

ESSA É MAIS UMA MANEIRA QUE O RJ ENCONTROU DE SE APROXIMAR DE VOCÊ, DA SUA COMUNIDADE, DOS PROBLEMAS QUE VOCÊ ENFRENTA NO DIA A DIA E TEM VONTADE DE RESOLVER⁶⁵

O formato da reportagem do Você no RJ é parecida com a do Disque Reportagem. É necessário dar ênfase de que nada seria possível sem a participação do

⁶⁵ RJTV 1ª Edição de 10 de abril de 2008.

telespectador. E, assim, é feito o estímulo para que os interessados em solucionar seus problemas continuem enviando vídeos para a redação.

Uma cena curiosa mostra o risco que correm os pedestres no Centro do Rio. A amiga do RJ Fátima Cristina de Lima mandou um vídeo que mostra os transtornos causados por uma árvore.

Basta olhar para cima e lá está a árvore. É um local bem movimentado. Pela calçada passa bastante gente. Só que muitos pedestres acabam desviando de um trecho. Segundo a gerente de recursos humanos Fátima Cristina de Lima, que nos enviou o vídeo, todos têm medo de que a árvore ou até mesmo a estrutura do prédio não agüente(...)

A responsabilidade pela retirada da árvore, nesse caso, é dos bombeiros. Nós entramos em contato com eles e a resposta foi: algum morador tem que ligar para o 193 para pedir o corte. A defesa civil informou que vai mandar uma equipe para verificar as condições dos prédios.

4.2.4. RJ Móvel e RJ nos Bairros

Pode-se afirmar que o *RJ Móvel* é a maior evidência da intenção do RJTV de se aproximar do telespectador. É uma coluna diária baseada numa redação móvel que vai até as comunidades levando o que há de mais avançado em tecnologia da TV Globo.

Trata-se de um caminhão-geradora capaz de fazer entradas ao vivo em praticamente qualquer ponto da cidade, uma vez que não necessita de visual das antenas posicionadas no Morro do Sumaré. Os vivos são feitos através de um sistema de *link* com satélites. Além disso, possui um aparato tecnológico que envia o trabalho bruto dos VTs para a emissora – onde é editado – não necessitando que o disco seja trazido de volta.

Estreou em 14 de julho de 2007 e, desde então, é utilizado diariamente. Tem como único objetivo fazer matérias que atendam às reivindicações dos moradores de comunidades carentes. Uma das vantagens do RJ-Móvel é estar, literalmente, dentro das comunidades, sendo visto como algo que trabalha ao lado dos líderes comunitários e dos moradores destas localidades. O RJ-Móvel ocupa um grande espaço no telejornal, normalmente com a exibição de um VT, um flash e duas ou três entradas ao vivo.

O resultado é que os moradores vão até o produtor que está a bordo da redação móvel para propor matérias, apresentar denúncias e apontar, ali mesmo, as situações de calamidade. Também é possível observar nesta coluna a preocupação da TV Globo em apurar o contraditório, ouvindo a defesa dos órgãos responsáveis pela situação

calamitosa, em grande maioria, da alçada das autoridades públicas. É dessa forma que é feita a cobrança para a solução dos problemas.

A coluna RJ-Móvel surgiu da idéia da antiga coluna “RJ nos Bairros”, exibida de 25 de abril de 2005 a 27 de abril de 2006, no RJTV 1 Edição. Ao contrário do RJ-Móvel, que é diário, a coluna era exibida duas vezes por semana – nas quintas e nas sextas-feiras. O quadro foi criado com o objetivo de aproximar a comunidade do telejornal. Foi fruto de uma pesquisa nacional realizada pela TV Globo, que apontou o seguinte resultado: os telespectadores primeiro querem saber de sua rua, depois de seu bairro, depois de sua cidade, seu estado, seu país e em última instância de seu planeta.

Deve-se chegar a duas conclusões a partir desta premissa. A primeira é que a pesquisa demonstra que a maior preocupação das pessoas é com seu microcosmo antes de níveis mais abrangentes. E a segunda, que já foi falada, é que a decisão de inserir o jornalismo comunitário na maior emissora do país não foi apenas um ato de boa vontade e disposição de melhorar o mundo e resgatar a cidadania. O jornalismo comunitário entra na programação, em poucas palavras, porque dá audiência, atraindo o anunciante.

A coluna RJ nos Bairros tinha equipe fixa: o repórter Edmílson Ávila e o cinegrafista Acyr Fillus. A proposta era levar para as comunidades carentes a autoridade responsável pelo problema para que, no ar, fosse estipulado um prazo para a solução.

Foi da coluna que surgiu a linha telefônica através da qual o telespectador passou a se comunicar com mais intensidade com a redação, expondo os seus problemas. Foi disponibilizado também um correio eletrônico com este mesmo fim.

A coluna foi idéia do diretor de jornalismo da TV Globo do Rio de Janeiro, Renato Ribeiro, inspirada em no quadro “SPTV Comunidade”, já existente no SPTV, telejornal local da TV Globo em São Paulo. De acordo com Renato Ribeiro, o repórter Edmílson Ávila foi escolhido exatamente por sua capacidade de escrever um texto jornalístico como se fosse uma conversa entre vizinhos.

Outro diferencial da coluna era a filosofia de voltar ao local depois do prazo estipulado pelas autoridades para a solução do problema – filosofia esta que o RJ Móvel também aderiu.

É uma maneira de a gente mostrar que não íamos abandonar o problema, mostrar que eles também são importantes e merecem ser ouvidos.⁶⁶

⁶⁶ Trecho retirado de entrevista realizada com o jornalista Edmílson Ávila em 25 de maio de 2006, na redação da TV Globo no Rio de Janeiro. MATHIESEN, C. O. *Desenvolvimento do jornalismo comunitário numa grande rede de televisão: o exemplo do RJ nos Bairros*. 2006. Puc-Rio. p. 22

Um bom exemplo deste retorno é um problema em Arsenal, São Gonçalo, mostrado pelo RJ nos Bairros seis vezes. Os moradores do local lutavam pela reconstrução de uma ponte há 20 anos, que iria acabar com as enchentes no bairro. A primeira vez que o RJ nos Bairros mostrou o bairro foi em 2 de agosto de 2005. Na época, o secretário de obras do município deu o prazo de um mês para a construção da ponte. Em 8 de setembro, a equipe de reportagem voltou ao local e a obra não estava concluída, aí foi dado um novo prazo pelo secretário.

Depois disso, o RJ nos Bairros esteve lá mais três vezes e o esquema era o mesmo: a obra ainda não estava pronta e o representante da prefeitura dava um novo prazo. Em todos os VTs, os mesmos moradores apareciam dizendo que estavam fiscalizando todos os dias o andamento da obra. É um exemplo do retorno ao problema, fazendo com que a população do local não se sinta sozinha na luta pela solução. De acordo com Edmilson, a presença dos moradores era essencial, pois mostrava que eles estavam zelando pelo local onde vivem: “O morador sabe que o poder público tem o dever e não fez, então, ele deve cobrar. É cidadania”.⁶⁷

Uma característica marcante do RJ nos Bairros, também aproveitada no RJ-Móvel, é o formato que exige mais participação do jornalista na matéria. No esquema clássico do jornalismo da TV Globo, o repórter só aparece no vídeo durante alguns segundos, na chamada passagem. Nestas colunas, no entanto, preza-se pela criação da idéia do repórter participativo. Forma-se, dessa forma, um simulacro de que a TV Globo está lá, do lado de casa, falando com os moradores, vendo de perto do problema, entrando e saindo da casa de moradores. Enfim, íntimo conhecedor da realidade daquela região na qual está presente.

Essa idéia é enfatizada pela determinação de que a figura do veículo do RJ-Móvel apareça em algum momento na matéria, estacionado em frente à casa do morador “amigo do RJ”. O carro – uma caminhonete – tem o logotipo da coluna na capota e nas portas laterais. A câmera, com frequência, mostra o carro entrando no bairro e depois saindo. É como se, metaforicamente, o telejornal estivesse entrando realmente no problema e só saísse depois de escancarar e principalmente solucionar aquela situação.

A idéia é dar o crédito da matéria para o telespectador que ligou e procurou os seus direitos. A autoridade está no morador que vivencia diariamente aquele drama. O

⁶⁷ Trecho retirado de entrevista realizada com o jornalista Edmilson Ávila em 25 de maio de 2006, na redação da TV Globo no Rio de Janeiro. MATHIESEN, C. O. *Desenvolvimento do jornalismo comunitário numa grande rede de televisão: o exemplo do RJ nos Bairros*. 2006. Puc-Rio. p. 24

poder público é parte importante da coluna, na medida em que ele aparece em uma grande rede de televisão se comprometendo, dando a sua palavra: a cobrança é freqüente. O secretário municipal de obras de São Gonçalo, que se comprometeu nos VTs de Arsenal, é um exemplo desta cobrança. Ele foi exonerado do cargo depois de tantas promessas não cumpridas, segundo Edmílson Ávila:

Ele contava que toda vez que saía de casa, alguém perguntava quando a obra ia acabar, se ele não ia cumprir o prazo. O peso de aparecer na televisão prometendo é muito grande.⁶⁸

No último VT desta série do bairro de Arsenal, podemos perceber que a conduta do secretário era outra. De acordo com os moradores que participaram das matérias de Arsenal, é muito importante se ver representado na televisão. Seu Jorge, um dos moradores que aparece reclamando do problema, diz que se a TV não fosse ao bairro, nada ia ter acontecido:

Nós reclamamos da ponte durante 20 anos e nunca ninguém fez nada. É só a televisão aparecer, ajudar a cobrar que eles fazem. O RJ nos Bairros nos ajudou a cobrar o nosso direito. Se eles não mostrassem o bairro, a obra não iria ter sido feita.⁶⁹

A coluna RJ nos Bairros deixou de ser exibida pela proximidade com o período eleitoral. Havia o temor por parte da direção da TV Globo de que o espaço do RJ nos Bairros fosse usado para promessas dos candidatos. Esta, aliás, é uma ressalva que deve ser feita até hoje quanto à exibição dos quadros e matérias comunitários. A legislação eleitoral é demasiadamente rígida com as redes de televisão, que ficam engessadas, quase impedidas de fazer matérias comunitárias cuja denúncia atinja órgãos do poder público que está sendo “testado” nas urnas.

Com a proximidade das eleições de outubro de 2008, por exemplo, o RJ-Móvel deixou de fazer matérias que pudessem gerar grandes críticas à atual gestão da prefeitura. O objetivo é não passar a impressão de que se está levantando uma bandeira a favor de alguma candidatura.

⁶⁸ Trecho retirado de entrevista realizada com o jornalista Edmílson Ávila em 25 de maio de 2006, na redação da TV Globo no Rio de Janeiro. MATHIESEN, C. O. *Desenvolvimento do jornalismo comunitário numa grande rede de televisão: o exemplo do RJ nos Bairros*. 2006. Puc-Rio. p. 22

⁶⁹ Idem. p. 25.

A legislação é muito rígida. Impõe muitas barreiras, imobiliza o nosso jornalismo. Parece errado defender este ponto, mas a lei deveria ter menos regra e dar mais liberdade para os veículos de comunicação, principalmente a televisão.⁷⁰

4.2.5. Coluna O Barato da Semana

A mais recente coluna do jornal foi criada com o objetivo de prestar outro serviço aos telespectadores: todas as segundas-feiras, mostrar quais são os produtos mais em conta para o consumo naquela semana. O preço dos produtos que a coluna mostra é de pesquisas de órgãos como a Fecomércio-RJ ou os índices de economia da Fundação Getúlio Vargas.

O objetivo é prestar o serviço de pesquisar pelo telespectador quais as combinações que podem ser feitas para o jantar ou para o almoço. O cenário usualmente é o supermercado. Pode ser feita também em feiras-livres. A coluna foi ao ar pela primeira vez no dia 29 de setembro de 2008.

⁷⁰ Palestra de Ali Kamel no ciclo de palestras sobre eleições promovida pela TV Globo, em 5 de setembro de 2008

5. Conclusão

Após tudo o que foi exposto, pode-se afirmar sem tanta cautela: sim, é possível assistirmos a um jornalismo comunitário – de qualidade – numa grande emissora da televisão brasileira. Justamente na TV Globo, muito criticada por suas tortuosas ligações históricas com o poder. A TV Globo é contestada desde o momento em que logo depois de ser criada expandiu-se para todo o Brasil, aproveitando-se da criação da rede Embratel, empresa que fazia parte dos planos de integração nacional do governo militar, na década de 60.

Pois justamente nesta emissora já é possível se observar as matérias de cunho comunitário. Uma tendência que se consolida a cada dia e que, felizmente, está em expansão. As pesquisas de opinião do RJTV continuam mostrando maior aceitação do público nas matérias que mostram o entorno de sua casa, expondo num microcosmo específico aquele problema usualmente alardeado como corriqueiro em toda a cidade do Rio de Janeiro.

É importante reparar as nuances desta última frase. Afinal, mais uma vez é preciso afirmar que esta tendência não é fruto (apenas) da conscientização da Rede Globo de que deve, por boa vontade, portar-se como efetiva força transformadora da realidade social no país. A mudança não se deu porque os diretores da emissora perceberam que poderiam trazer cidadania através de suas denúncias. Esta tendência é uma realidade, sobretudo, pelos resultados das pesquisas de opinião feitas para contornar momentos de queda dos índices de audiência. É através destes índices que são estipulados os valores das inserções publicitárias, a principal fonte de receita da TV Globo. Se os índices estão maiores, mais caro é o valor da publicidade. Se for através do jornalismo comunitário que se alcança este objetivo, então as matérias deste cunho serão priorizadas.

No primeiro semestre de 2008, ironicamente, a audiência do RJTV 1ª Edição, em alguns dias, era inferior à da Rede Record, que no horário passava episódios antigos do desenho “Pica-Pau”. Mais do que nunca, foi cobrada a transformação da mentalidade de editores, produtores e repórteres, para que as matérias aproximassem o telespectador.

Algumas mudanças, no entanto, parecem ter sido excessivamente radicais. A intenção de conquistar o público das classes C, D e E, moradores das zonas norte e oeste da cidade, fez com que se criasse uma proibição explícita de apostar em pautas na zona sul, onde sempre se concentrou por tradição o público do telejornal. Muitas vezes

há situações que mereceriam destaque em matérias comunitárias, situações-limite para moradores, que são deliberadamente ignoradas. Em outras situações, ótimos “personagens” para matérias de comportamento, de saúde ou de defesa do consumidor também são perdidos, pois há recomendação para que não sejam aproveitados. Esta determinação rigorosa em excesso pode fazer com que, no futuro, o jornal venha a perder este público que sempre lhe foi fiel.

Outra ponderação que deve ser feita diz respeito à cobertura das eleições. Não é possível formar opinião de ninguém com este tipo de cobertura. Os telejornais locais de meio-dia (o RJTV, por exemplo) exibem a programação da agenda dos candidatos para a tarde. O telejornal de segunda edição mostra os candidatos cumprindo a agenda, sem se aprofundarem em nenhuma questão, apenas apresentando propostas genéricas para as regiões em que passam. O mais quente na cobertura é a divulgação de pesquisas, em geral, encomendadas aos institutos de pesquisa – como o Ibope e o Datafolha – pela própria emissora. É a velha maneira fria de cobrir eleições, que deu origem à revolução do jornalismo cívico nos Estados Unidos, como foi falado neste trabalho.

A direção da emissora alega que a legislação eleitoral engessa o jornalismo televisivo. Por mais que isto seja, de fato, uma realidade, é preciso buscar alternativas. Por causa desta mentalidade engessada, dezenas de denúncias de irregularidades em campanhas sequer são apuradas. Há denúncias que chegaram à redação no mês de setembro de 2008 de compra de votos, por exemplo, que não puderam ser investigadas.

Outro fato que deve ser levantado é o excesso de rigor na avaliação de segurança de algumas regiões problemáticas da cidade. O Rio de Janeiro é um município que tem áreas de risco, comandadas por forças paramilitares, nas quais, de fato, é preciso ter cautela. Isto é uma realidade. O risco de se fazer uma matéria numa destas comunidades deve ser evitado. É preciso evitar a todo custo que seja posta em risco a vida dos profissionais. Contudo, nota-se que, em determinados casos, há um rigor excessivo nesta avaliação, impedindo que a reportagem da TV Globo chegue em algumas áreas carentes.

Apesar de admitir as limitações burocráticas, legais e culturais do jornalismo da TV Globo, deve-se reconhecer o esforço que a emissora tem mostrado em mudar a sua cara – ou ao menos se adaptar aos novos tempos, de competição mais acirrada nos pontos de audiência. Diariamente, parte da programação da TV é dedicada a matérias comunitárias, que visam a garantir uma série de direitos de cidadãos residentes de áreas com déficit de infra-estrutura.

É a tele-versão brasileira do jornalismo cívico. As matérias comunitárias citadas representam os ares de mudança que sopraram na década da passada no continente norte-americano chegando ao Brasil.

Deve-se registrar: um espectro ronda a grande mídia brasileira. É o espectro da comunidade.

6 Referências bibliográficas

- BAUMAN, Z. *Em Busca da Política*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2000.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- ECO, U. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- FUKUYAMA, F. *O fim da história e o último homem*, trad. Aulyde Soares Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 1992
- MATTOS, G C. *Nietzsche e a Morte de Deus*. Revista Ética & Filosofia Política Volume 8, 2005.
- NIETZSCHE, F. *A Gaia Ciência*. São Paulo: Hemus, 1981.
- _____. *Fragmentos finais*, tradução Flávio Kothe, Editora UNB, 2002.
- PAIVA, R. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- _____. *Os media alternativos como parte dos novos processos de mobilização popular no Brasil*. Revista Eco-Pós: 2003.
- _____. (org). *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- PERUZZO, C. *Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania*. 2ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.
- _____. *Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento*. In: PAIVA, R. (org) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- PINHO, P. C. *Jornalismo Comunitário na TV Globo. Um estudo de caso sobre o RJTV 1ª Edição*. Rio de Janeiro. UFRJ. 2000.
- PUTMAN, R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. In: MACEDO, M.A. *O Comunitarismo na Configuração das Novas Políticas Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: Revista Em Debate, Fascículo nº 1. 2007.
- SEMERARO, G. *Gramsci e a Sociedade Civil*. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- SODRÉ, M. Prefácio. In: PAIVA, R. (org) *O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- VIEIRA, L. *Cidadania e Globalização*. Rio de Janeiro: Record, 1997.