



Jornalismo Cívico: o telejornal sob o olhar do cidadão¹

Marcelo Nogueira CAMPOS²

Marcus MINUZZI³

Faculdade Araguaia, Goiânia, GO

RESUMO

Este artigo constitui-se um resumo da monografia apresentada no curso de jornalismo, cujo tema central foi o estudo da vertente conhecida como jornalismo cívico. Uma análise documental, formatada com auxílio de entrevistas em profundidade, visa apresentar traços característicos do modelo acima citado evidenciadas no quadro Quero Ver na TV, veiculado dentro do Jornal Anhanguera 1ª Edição, noticiário exibido pela TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo em Goiânia. Neste trabalho traço um panorama da sociedade atual esboçando seus hábitos e características que culminaram no aparecimento de sujeitos sedentos pela informação. Faço também um resgate dos princípios que levaram a mídia a assumir a função de mediadora das discussões públicas. A conclusão do artigo mostra a importância do jornalismo cívico como agenciador e fomentador do debate das causas públicas importantes aos cidadãos atuais.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo cívico; cidadão; sociedade da informação; opinião pública.

Nunca se falou tanto da participação do cidadão e da comunidade nos telejornais. A retratação dos hábitos, dos costumes, dos problemas e das dificuldades das pessoas comuns passou a fazer parte destes programas, principalmente daqueles produzidos em âmbito regional. Estar bem informado durante o dia passa agora não apenas pelas novidades do Congresso Nacional, o balanço econômico do dia anterior ou o que de mais relevante aconteceu ao redor do mundo. O mais importante agora parece ser a situação do trânsito na principal avenida da cidade; em que pontos a forte chuva causou engarrafamentos; como fica o transporte público que anunciou uma greve inesperada ou como fazer para não perder o último dia daquela inscrição tão importante. Temas como esses têm se sobressaído na programação dos telejornais e conquistado a atenção dos telespectadores que esperam ansiosos para saber como esses fatores irão influenciar suas vidas.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduado em jornalismo pela Faculdade Araguaia. E-mail: marceloncampos@globocom.com

³ Orientador do trabalho. Professor Dr. do curso de jornalismo da Faculdade Araguaia. E-mail: marcus_minuzzi@yahoo.com.br



A análise em questão não se propõe a evidenciar resultados acerca das práticas do jornalismo cívico a partir da experiência brasileira, haja vista que o modelo ainda é algo novo no país e está em fase de formulações, conforme definido pelo professor Luiz Martins da Silva (2002). O objetivo principal é apresentar algumas observações feitas com base em análise documental e entrevistas em profundidade do quadro Quero Ver na TV, pertencente ao Jornal Anhanguera 1ª Edição, cujos traços mais reflitam os fundamentos do modelo cívico de jornalismo. A pesquisa completa, que se trata da monografia apresentada no curso de jornalismo, investigou, além do referido quadro, outras duas reportagens do mesmo telejornal. Neste artigo esboço apenas o resultado acerca das observações do quadro Quero Ver na TV.

1. Uma sociedade em busca da informação

Sociedade da Informação. É assim que muitos teóricos e estudiosos ousam descrever o mundo em que vivemos. A definição encontra suas bases ao se observar a constante busca dos indivíduos pela informação em tempo real, a necessidade de se manter conectado e o desespero para se mostrar atualizado. Tais características se enquadram muito bem no cenário de um mundo vultoso que está em constante mutação. Nesse sentido, percebe-se que em todas as sociedades os seres humanos estão envolvidos na produção e no intercâmbio de informações e conteúdo simbólico – desde as mais antigas civilizações.

Para analisar de forma sistemática o contexto da formação de uma sociedade da informação é preciso compreender dois importantes temas: as mudanças tecnológicas ocorridas durante o século e o papel desempenhado pelas mídias na formação das sociedades modernas.

1.2. Novas Tecnologias da Comunicação: uma influência permanente na sociedade

O avanço tecnológico sentido pela humanidade nos últimos anos não passou despercebido no que tange à formação do cidadão contemporâneo. Apenas para citar parte desses avanços, a humanidade viu ao longo das décadas o lançamento de satélites na órbita espacial, o surgimento de cada vez mais redes de fibras ópticas, a difusão da internet e a facilitação do acesso às telecomunicações. O mundo assiste a um fenômeno denominado convergência de mídias onde o efeito mais imediato é uma hiperinflação de dados, sons e imagens em um momento marcado pelo alto impacto do audiovisual.



A respeito das mudanças decorrentes da midiaticização, Jesus Martín-Barbero explica que

Confrontamo-nos agora com novas condições do conhecimento, principalmente com novas “figuras de razão”, em que algumas fronteiras se dissolvem ao mesmo tempo em que se erigem outras. Em frente ao computador não estamos mais somente diante de uma máquina, mas sim, em uma relação com uma “tecnicidade” diferenciadora, distinta de todas as anteriores, pela qual se torna possível uma vinculação direta entre informação e cérebro, e independentemente de si, a linguagem é sonora, visual, escrita ou multimídia. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.52)

O resultado da transformação proveniente dessa chamada “tecnicidade” pode ser encontrado nas palavras do próprio Martín-Barbero (2006 p.54):

[...] inaugura uma nova combinação entre cérebro e informação, que substitui a tradicional relação do corpo com máquina... (ademais) as redes informáticas, ao transformarem nossa relação com o espaço e o lugar, mobilizam figuras de um saber que escapam à razão dualista com que estamos habituados a pensar a técnica, pois se trata ao mesmo tempo de movimentos que são de integração e de exclusão, de desterritorialização e relocalização, nicho no qual interagem e se misturam lógicas e temporalidades tão diversas como as que se entrelaçam no hipertexto [...]

As mudanças advindas da modernização dos meios de comunicação podem ser substancialmente entendidas nas palavras de Marc Augé (2006 p.105):

As velocidades dos meios de transporte e o desenvolvimento das tecnologias de comunicação nos dão a sensação de que o planeta se encolhe. O aparecimento do ciberespaço marca a prioridade do tempo sobre o espaço. Estamos na idade do imediatismo e do instantâneo. A comunicação se produz na velocidade da luz. Assim, pois, nosso domínio do tempo reduz nosso espaço. Nosso “pequeno mundo” basta apenas para a expansão das grandes empresas econômicas, e o planeta se transforma de maneira relativamente natural em um desafio de todos os tempos imperiais.



1.3 Novos conceitos de cidadania

Entender o conceito de jornalismo cívico demanda entender também o conceito de cidadania que hoje paira sobre a sociedade. Muitas foram as influências que contribuíram para a formatação de um novo modelo e a mídia é sem dúvida uma delas. Para John Thompson, pesquisador da área da modernidade, pode-se destacar três principais linhas de transformação que contribuíram para o surgimento das sociedades modernas.

Thompson destaca em primeiro lugar o conjunto de mudanças econômicas que deram origem ao capitalismo; em segundo lugar o processo de mudanças políticas que culminaram para o surgimento de estados-nações; e em terceiro lugar o desenvolvimento do poderio militar das nações. (THOMPSON, 1998) Interessa-nos nesta abordagem o impacto midiático nestes processos.

O aparecimento de inúmeras publicações periódicas no início da Europa moderna contribuiu de maneira significativa para a difusão dos acontecimentos políticos e comerciais. Vale lembrar que antes do surgimento de tais publicações periódicas destacavam-se quatro tipos de redes de comunicação: as estabelecidas pela Igreja Católica e que permitiam ao Papa manter contato com o clero e com as elites políticas espalhadas pela Europa; as estabelecidas pelas autoridades políticas dos estados e principados; as estabelecidas dentro da comunidade de negócios e entre os maiores centros comerciais; as estabelecidas por comerciantes e mascates (THOMPSON, 1998, p.63)

De acordo com Thompson, ao longo dos séculos XV, XVI e XVII as redes de comunicação foram submetidas a dois desenvolvimentos-chave. Estes desenvolvimentos diziam respeito ao estabelecimento de serviços postais regulares comandados por alguns estados e o uso da imprensa na produção e disseminação de notícias. (THOMPSON, 1998, p.64)

O surgimento da imprensa escrita, segundo Habermas⁴ apud Thompson (1998, p.67) pode ter contribuído para a emergência da esfera pública burguesa. Segundo Thompson, embora com a intenção de democratizar o debate de interesse geral, a esfera pública acabou por restringir a discussão aos poucos homens que tinham acesso à educação. No entanto, “parte da argumentação de Habermas tenta mostrar que a discussão crítica estimulada pela

⁴ HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.



imprensa periódica finalmente teve um impacto transformador sobre as formas institucionais dos estados modernos.” (THOMPSON, 1998 p.69)

Com o passar dos anos, o comércio de notícias se tornou algo comum e natural na Europa. Algumas tendências centrais citadas por Thompson são as seguintes: a transformação das instituições da mídia em interesses comerciais de grande escala; a globalização da comunicação; e o desenvolvimento das formas de comunicação eletronicamente mediadas (THOMPSON, 1998, p73). A junção destes três pontos nos leva a uma mundialização do conceito da informação, o que colabora para entendermos o conceito atual de cidadania sob influência da mídia.

A envergadura do alcance das informações midiáticas proporcionadas por todos os avanços tecnológicos do último século chegam ao coletivo de forma bastante poderosa e influenciadora.

Se é através da imaginação que hoje o capitalismo disciplina e controla os cidadãos contemporâneos, sobretudo através dos meios de comunicação, é também a imaginação a faculdade através da qual emergem novos padrões coletivos de dissenso... (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.64).

Um olhar mais detalhado na citação acima nos faz perceber que a comunicação mediada é responsável por levar a todos os indivíduos conceitos e princípios do sistema capitalista, sistema este que norteia todas as relações humanas atuais. Por intermédio dos meios de comunicação e da imaginação dos sujeitos emergem “formas sociais novas, não predatórias, como as do capital, formas construtoras de novas convivências humanas”. (APPARUDAI⁵, apud THOMPSON, 1995, p.74)

2. O papel da mídia no debate público

A essência do jornalismo está no medo que o homem tem do desconhecido. A afirmação do professor Felipe Pena remete aos pensamentos mais filosóficos acerca do ser humano e revela que os indivíduos buscam a informação das mais variadas formas. Por trás dessa busca incessante está o desejo de conquistar a onisciência e dessa forma se livrar do fantasma do desconhecido. (PENA, 2008). Ao longo da história humana os indivíduos sempre

⁵ APPARUDAI, A.(ed.) *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press, 1986.



se movimentaram com a intenção de conhecer os diversos fenômenos da natureza e dessa forma evitarem a “queda no abismo” do desconhecido.

Para isso, ele inventou a ciência e tratou logo de criar leis deterministas que dessem estabilidade aos tais fenômenos naturais. A física de Aristóteles, a mecânica de Newton ou a abóbada de Ptolomeu tinham a função primordial de ordenar os acontecimentos da natureza, explicando suas origens e tentando prever seus movimentos. (PENA, 2008, p. 22)

O jornalismo se insere neste contexto. O ato de relatar informações de forma coerente e precisa a todas as pessoas ajuda-lhes a cultivar sensação de que estão no comando das diversas situações, uma vez que estão a par de todos os acontecimentos em sua volta. Para os indivíduos isso fornece segurança a fim de enfrentar todas as adversidades impostas pelo cotidiano.

No contexto em que a evolução do jornalismo aconteceu tendo como pano de fundo aspectos históricos ligados ao comportamento das sociedades, mais importante do que entender os aparatos técnicos que deram subsídio ao desenvolvimento da imprensa é compreender o espaço público que ela ocupa.

O espaço público tem suas origens na Grécia. Lá, a praça ateniense era destinada ao debate das questões ligadas à cidadania. O fim da Cidade-Estado fez com que esse espaço fosse transferido para outros níveis, assim como os assuntos. (PENA, 2008, p.29). Textualmente, Pena (2008, p.29) acrescenta:

As características inerentes à burguesia ascendente ocuparam o espaço público e viabilizaram a consolidação da imprensa moderna. Estratégias de mercado aos poucos substituem o espaço das causas públicas e dos valores éticos. E consolidam suas representações da realidade conforme a imprensa vai se constituindo em um produto industrial.

Ainda sobre as modificações nos espaços públicos que serviam de esfera para a discussão dos assuntos coletivos referentes ao povo, Jürgen Habermas (1984, p.56) destaca: “No âmbito das mídias, a publicidade certamente mudou de significado. De uma função de opinião pública tornou-se um atributo de quem desperta a opinião pública”. A afirmação nos



conduz à conclusão de que a mídia tornou-se o espaço atual do debate público, muito embora isso não signifique que os assuntos debatidos por ela sejam de interesse coletivo.

Na contemporaneidade, as representações substituem a própria realidade. Um assunto exposto na esfera pública não é necessariamente de interesse público. Ele pode ser forjado nos esquemas de *marketing* que visam moldar o gosto do público e agendar seus debates. No Brasil talvez a mais famosa seja a apresentadora Adriane Galisteu, que apareceu para o mundo após namorar o piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna. (PENA, 2008, p.29)

Discorrendo sobre o conteúdo midiático que na maioria das vezes não interessa a coletividade, Simone Tuzzo, professora e pesquisadora da área da opinião pública, afirma que

[...] os meios de comunicação de massa utilizam-se da opinião pública para conhecimento daquilo que essa poderá absorver de informação, garantindo, principalmente, audiência. A opinião pública não necessariamente reflete a opinião da maioria, mas sim, reflete a opinião de uma parcela dominante da sociedade. (TUZZO, 2004, p.46)

A partir do instante em que a mídia reverbera um discurso que interessa a apenas uma parcela dominante da sociedade, cabe ao restante da população absorver estas informações. Simone Tuzzo (2004 p.46) acrescenta:

Normalmente o membro individual do grupo possui uma ideia errônea da importância de sua opinião e de seu comportamento para a formação da opinião pública. Não conhece também quantos dos demais membros da sociedade partilham ou rejeitam a ideia apresentada como coletiva e a provável não aceitação.

Quando o sujeito se percebe como individual dentro de uma gigantesca coletividade é natural que recolha suas manifestações de opinião por medo ou por vergonha. “Assim, a possibilidade de uma rejeição da opinião pública tende a se tornar diminuta.” (TUZZO, 2004, p.46)



Fica evidente que a opinião pública passa então a não refletir o público de massa e sim uma pequena parcela influente da população.

Assim, a opinião pública apresenta a opinião de uma esfera pública de pessoas privadas reunidas num público. A grande massa ou o chamado público enquanto tal, de forma esporádica é inserido no processo, majoritariamente ele aclama o processo já definido. (TUZZO, 2004, p.46)

No cenário em que os tradicionais espaços públicos para debate foram substituídos pela mídia, ainda que esta torne difusa a opinião de uma pequena parcela da população por colocar em pauta temas que não interessam a todos, o jornalista se insere neste processo haja vista que “o homem comum não se informa mais pelos relatos da praça, mas sim pelo que os mediadores do novo espaço público trazem até ele”. (PENA, 2008, p.31)

As transformações no espaço público, outrora identificados pelas praças públicas de discussão, como na Grécia, trouxeram consigo, conforme anteriormente abordado, a mudança do discurso dos assuntos discutidos. Pena (2008 p.32) conceitua o assunto da seguinte forma:

Mas as transformações da esfera pública deixam claro que houve a substituição de um espaço destinado para a discussão de causas públicas e valores éticos por outro, muito mais prosaico, em que as representações da realidade interagem com espetáculo, a simulação e a imagem virtual. Formando o que o teórico Muniz Sodré chama de sociedade telerreal.

A evolução dos espaços para o debate de questões públicas remete à discussão dos conceitos fundamentais do jornalismo. Compreender o avanço dos princípios básicos da profissão se torna importante para o entendimento das razões que motivaram o aparecimento do jornalismo cívico. No entanto, mostra-se também muito importante compreender o contexto em que se formam as sociedades atuais, bem como a forma como evoluíram no quesito informação. O reflexo disso pode ser sentido na maneira como se formatou o jornalismo cívico ao longo dos anos.



3. Jornalismo Cívico: o cidadão no centro das discussões

A história do jornalismo cívico ou *civic journalism* é recente quando comparada com outras modalidades do jornalismo. Muitos autores costumam datar 1996 como mais provável ano de surgimento deste modelo e os Estados Unidos como país idealizador do formato. Já recebeu vários nomes e suas idiossincrasias o diferem das demais formas de jornalismo.

O modelo cívico já ganhou vários nomes. Entre eles pode-se destacar “jornalismo comunitário”, “jornalismo de serviço público”, e “jornalismo público”. No entanto, por se centralizar no cidadão, o termo cívico torna-se mais adequado para a designação do modelo proposto. (TRAQUINA, 2001). O professor Luiz Martins da Silva (2002, p.2) nos oferece uma explicação para a escolha do nome:

Ao pé da letra, *civic journalism* seria *jornalismo cívico*, mas o sentido mais apropriado seria o de ‘jornalismo público’, que também não é satisfatório, pois tanto pode dar a idéia de uma espécie de jornalismo *chapa branca*, como pode ser confrontado com a constatação tautológica de que qualquer jornalismo é público. ‘Jornalismo cidadão’ também seria uma boa maneira de transpor o conceito, mas ainda incompleta, pois a relação entre mídia e cidadania não tem dependido apenas das iniciativas da comunidade, mas, sobretudo de empresas e organizações. Ou seja, tradicionalmente, o *civic journalism* tem sido praticado por meio de grandes projetos da iniciativa privada e não propriamente pela mídia comunitária, embora o *jornalismo comunitário* muito se assemelhe aos propósitos do *civic journalism*.

O jornalismo cívico, conforme mencionado acima, ancorou suas bases de origem nos Estados Unidos. Em 1996, a frustração dos eleitores e de parte da imprensa com a cobertura eleitoral naquele ano contribuiu para o surgimento do modelo em questão. (PENA, 2008). A cobertura presidencial, segundo Pena (2008), foi marcada pela publicidade negativa e pela polêmica em torno de questões secundárias.

A frustração dos eleitores com a cobertura jornalística da campanha presidencial americana de 1998 se harmoniza com a crescente desconfiança do público em relação aos meios de comunicação. Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos em 1994 e retratada por Traquina (2001, p.172) revelou que somente 25% dos entrevistados concordaram que os mídia ajudam a sociedade a resolver seus problemas. A mesma pesquisa apontou que em



1994 apenas 10% da população pesquisada tinham muita confiança na mídia. Em contrapartida, 63% dos ouvidos afirmaram que as empresas jornalísticas são, com frequência, influenciadas por pessoas e organizações poderosas.

Os dados da pesquisa apontaram que o modelo de jornalismo tradicional estava em crise e que era preciso mais do que uma imprensa capaz de informar os fatos com precisão. Conforme Felipe Pena (2008, p.170) o foco principal do jornalismo cívico “é encontrar uma saída para a crise da profissão e a falta de confiança da população na mídia”. Para isso, um novo modelo de jornalismo que primasse pela solução dos problemas dos cidadãos poderia ajudar a melhorar a imagem desgastada da profissão. De acordo com Jay Rosen⁶, citado por Traquina (2001, p.172), “o jornalismo pode e deve ter um papel no reforço da cidadania (*citizenship*) melhorando o debate público e revendo a vida pública”.

3.1. A constituição do jornalismo cívico

Os pilares do jornalismo cívico se definem e aperfeiçoam a cada dia. No entanto, alguns fatores se mostram importantes e atemporais quando o assunto é um modelo que prima pelos aspectos públicos que mais refletem a vida dos cidadãos. Felipe Pena (2005, p.171) lista, em linhas gerais, quais são estes pilares.

- O jornalista deve ser uma força de revitalização da vida pública;
- O jornalismo deve redefinir seus valores e aproximá-los da comunidade;
- A objetividade é o primeiro conceito a ser abatido, pois conduz os jornalistas a enquadramentos viciados;
- Deve-se evitar o excessivo negativismo e concentrar-se em uma agenda propositivista;
- A missão de dar as notícias deve ser substituída por outra: ajudar a melhorar a vida pública;
- O jornalista deixa de ser observador desprendido e assume o papel de participante justo;
- O público não deve ser concebido como consumidor, mas como cidadão;
- O próprio jornalista é um ator político;
- As velhas rotinas devem ser quebradas.

⁶ROSEN, Jay. *Community Connectedness: Passwords for Public Journalism*. Poynter Paper 3 St. Petersburg: Poynter Institute, 1994.



Davis Merritt (1995, p.178) estabelece quatro fundamentos para o jornalismo cívico. Os pilares de Merritt servem de comparativo para os preceitos esboçados por Felipe Pena.

[...] 1) ir para além da missão de dar as notícias para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública; 2) deixar para trás a noção do “observador desprendido” e assumir o papel de “participante justo”; 3) preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas; 4) conceber o público não como consumidores, mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos. Assim, para o jornalismo cívico, torna-se um imperativo que o jornalismo encoraje o envolvimento do cidadão na vida pública, desenvolvendo nos jornalistas uma nova perspectiva - a perspectiva do participante justo (*fair-minded participants*) – como a utilização de um novo conjunto de instrumentos de trabalho.

No Brasil ainda são poucos os projetos editoriais que satisfaçam as características do jornalismo cívico. Talvez isso aconteça pelo fato de o movimento ainda ser de certa forma recente e também pelas elevadas diferenças existentes no país quando o assunto é sociedade. Para o professor Luiz Martins da Silva (2002, p.18) “o jornalismo público ainda não encontrou no Brasil nem um tradução definitiva nem um compreensão do que representa como função, área de cobertura e campo profissional”. Silva defende ainda que no Brasil estaria acontecendo a invenção de um modelo próprio, adequado às necessidades do país.

4. As práticas do jornalismo cívico no Jornal Anhanguera 1ª Edição

O telejornalismo local de vários veículos de comunicação brasileiros está buscando se ancorar no modelo de jornalismo cívico. Embora essa seja uma forma inovadora de se noticiar os fatos, que significa ir além de simplesmente repassar uma informação, várias emissoras já perceberam a necessidade de se engajar nas questões políticas e sociais em favor das causas públicas. Por esse motivo, estão buscando alcançar o público de uma forma antes não cogitada pelos padrões brasileiros de jornalismo. Em nome da busca pela audiência, da retomada de confiança na mídia e da tentativa de se mostrar presente na vida dos indivíduos, a imprensa tem adotado as práticas de um jornalismo público.

A síntese da análise apresentada a seguir evidencia traços do modelo cívico dentro do Jornal Anhanguera 1ª Edição. Para isso, a pesquisa proposta se pautou pelos métodos da



pesquisa documental e da entrevista em profundidade. Duas matérias foram usadas para a análise juntamente com um quadro fixo do telejornal. A seguir apresento o resultado da análise do quadro observado.

A escolha das matérias analisadas, na pesquisa completa, se deu de forma imparcial e seguiu as sugestões apresentadas pelo editor chefe do JA1 (sigla usada internamente para designar o Jornal Anhanguera 1ª Edição). Foi solicitado a ele que indicasse três reportagens que mais se adequassem ao perfil adotado há pouco mais de dois anos pelo noticiário. O modelo seguido pelo telejornal faz parte de um conjunto de mudanças estruturais que visam alavancar a audiência do programa. O perfil editorial passou a primar pelo contato mais direto com a população, dinamismo maior na forma de apresentação das notícias além de linguagem mais simples e de fácil compreensão. O detalhe é que boa parte das mudanças a que o jornal foi submetido passa pelos fundamentos do modelo cívico o que nem mesmo os agentes principais dessa transformação sabiam. A reformulação editorial do JA1 se deu há exatos 2 anos, embora ainda hoje as modificações continuem como forma de se penetrar melhor na classe C, até então pouco explorada e menosprezada pelo noticiário.

4.1 Quero Ver na TV: a busca pelo cidadão

A TV Anhanguera iniciou há três anos um canal de interação com os telespectadores chamados de Quero Ver na TV. O princípio básico do canal é a construção de reportagens baseadas na sugestão dos telespectadores que fazem isso por intermédio de *e-mail*. A escolha do nome do quadro foi feita por meio de votação entre os profissionais da redação. Embora tenha começado de forma acanhada, como define o editor geral de telejornalismo, Jackson Abrão, que está na emissora há 45 anos, o quadro logo passou a ter uma relevância na produção das matérias. “A abertura desse canal se mostrou uma importante ferramenta no que diz respeito ao contato com os telespectadores. Não é possível estarmos em todos os lugares da cidade. Por isso, os telespectadores são nosso elo com esses locais. Passamos a divulgar de forma intensiva esse canal e o resultado foi muito positivo”.

O quadro Quero Ver na TV sofreu uma evolução ao longo do tempo. Embora o princípio das sugestões por *e-mail* ainda continuem, criou-se há pouco mais de 1 ano um novo modelo que conta com a utilização de painéis de votação nos bairros. Toda a semana um bairro de Goiânia ou da região metropolitana recebe o painel durante 2 dias. A população é estimulada a escolher, dentre quatro ou cinco alternativas, o principal problema da região. O



assunto mais votado vira uma reportagem e uma autoridade responsável é levada ao bairro para dar uma resposta aos moradores. “Tentamos engajar ao máximo os moradores do bairro durante as votações e o objetivo principal é tentar ajudar essas pessoas a resolver os problemas de seu bairro”, conta o editor chefe do JA1, Renato Scavazzini.

Este atual modelo do quadro Quero Ver na TV carrega traços do jornalismo cívico em sua essência, muito embora tenha sido concebido sem essas fundamentações teóricas. As características estão relacionadas à missão de ajudar a melhorar a vida pública. A forma de condução do Quero Ver na TV remete à tentativa de solucionar as dificuldades públicas das pessoas, muito embora o modelo ainda carregue marcas do tradicional jornalismo. Renato Scavazzini salienta que a proposta inicial está sendo cumprida, na visão da emissora. “Conseguimos alavancar a audiência do JA1, engajamos bem os cidadãos e muitos problemas foram eliminados”.

A análise da condução do painel de votação do Quero Ver na TV demonstra clara preocupação do jornal com os problemas públicos, muito embora essa não seja a percepção da maioria das pessoas em relação ao quadro, haja vista que inúmeros *e-mails* são enviados diariamente à redação como forma de protesto pelo fato de muitas reportagens não serem atendidas. Mas no que tange ao quadro percebe-se um envolvimento dos moradores nos dias em que o painel está presente. Em alguns bairros, os líderes comunitários chegam a anunciar em carros de som a presença do equipamento. No entanto, embora o modelo pareça atender aos preceitos do jornalismo cívico em virtude do envolvimento gerado e da tentativa de solução dos problemas, certas deficiências também caracterizam o quadro.

A objetividade já citada acima garante o distanciamento do jornalista em relação aos cidadãos. O Quero Ver na TV, embora reúna características suficientes para ser classificado como pertencente ao modelo cívico, reúne também pontos suficientes para demonstrar o quanto a objetividade pode resultar no distanciamento tradicional do jornalismo. Alguns detalhes explicam isso.

O repórter chega ao local do painel poucos minutos antes da entrada ao vivo no Jornal Anhanguera, o que não permite que haja contato e troca de informações entre repórter e cidadão. Portanto não há uma quebra das velhas rotinas jornalísticas, especialmente nas normas de entradas ao vivo, tampouco a pretensão do jornalista em deixar de ser um mero observador desprendido para se tornar um participante ativo da situação. O resultado se reflete em uma votação não tão participativa da população de alguns bairros. A barreira existente



entre jornalista e população impede que o quadro alcance resultados mais positivos? Pode ser que sim.

Outra questão a ser observada tem a ver com a forma rotineira com que se confronta o Quero Ver na TV nos bairros. A fórmula já parece estar pronta para a equipe do Jornal Anhanguera 1ª Edição: escolhe-se um bairro; monta-se o painel; entra-se ao vivo; apura-se o resultado (que quase sempre se alterna entre saúde, segurança e transporte), produz-se uma reportagem; leva-se uma autoridade para ser cobrada ao vivo. Neste caso, cai-se novamente nas velhas rotinas de se fazer jornalismo o que em um modelo de quadro que se propõe a uma conversa direta e próxima com a comunidade pode não surtir o efeito esperado.

Com raras exceções a equipe de jornalismo do JA1 retorna aos locais por onde o painel já passou para checar se o que foi prometido como solução pelo poder público foi de fato cumprido. Essa dificuldade acaba por colocar em xeque as reais intenções de envolvimento propostas pelo Quero Ver na TV. O resultado pode se refletir no descontentamento de parte dos telespectadores que vêm nos e-mails da produção uma forma de externarem suas reivindicações não atendidas. Para o editor chefe do telejornal a dificuldade de fato existe. “Sabemos dessa nossa deficiência em retornar poucas vezes para checar se as promessas foram cumpridas. Isso acaba prejudicando às vezes.”

5. Considerações Finais

As transformações ocorridas nas sociedades têm ocasionado uma mudança de atitude por parte da mídia que precisa neste momento atender aos anseios de indivíduos que buscam muito mais do que uma simples informação regida pelos modelos do jornalismo tradicional. Neste contexto o jornalismo cívico assume um importante papel ao passo que carrega como um dos principais fundamentos ajudar na construção da cidadania.

Se o modelo cívico do jornalismo irá se sustentar, somente o tempo pode indicar isso. Mas é certo que a sobrevivência desta vertente depende em grande parte da manutenção dos fundamentos do jornalismo tradicional. Conforme defendido por Traquina (2001, p.184), “o jornalismo cívico tem o potencial para renovar o jornalismo se não pretender ser uma ruptura com o seu capital já acumulado.” O contexto da sociedade em que vivemos exige mudanças, inclusive na forma de informar. O papel esperado da mídia deve ser o de estímulo ao debate público. Caso contrário, a imprensa pode acabar no vazio da informação e a sociedade com uma lacuna a ser preenchida por algo ainda desconhecido.



REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In: MORAES, Denis (ORG). **Sociedade Mdiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis (ORG). **Sociedade Mdiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006
- MERRIT, Davis. **Public Journalism and the Public Life: Why Telling the News is not enough**. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1995.
- PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008. 2 ed.
- SILVA, Luiz Martins. **Civic journalism: um gênero que no Brasil ainda não emplacou**. Disponível em <http://vsites.unb.br/fac/sos/artigos/civicjournalism.htm>. Acesso em 25 nov. 2010.
- SILVA, Luiz Martins. **Jornalismo público: o social como valor-notícia**. 2002.
- THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- TUZZO, Simone. **Deslumbramento coletivo: opinião pública, mídia e universidade**. São Paulo: Annablume, 2005.