

Jornalismo de Serviço: Um Novo Paradigma de Ação Política para o Telejornalismo¹

Carlos Figueiredo²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Este artigo analisa as possíveis consequências sociais e políticas do chamado jornalismo comunitário, implantado na Região Metropolitana do Recife pela Globo Nordeste, que nós denominamos jornalismo de serviço. Essa nova prática jornalística baseia-se no exercício de mediação entre a população e as autoridades públicas para a resolução de problemas. Ou seja, aparentemente há uma tentativa de dar um caráter deliberativo ao discurso, dotando-o de conteúdo normativo e tomando os falantes como iguais. Contudo, nesse modelo os jornalistas ocupam o papel de fiscais do serviço público, tornando-se representantes das comunidades envolvidas. Esse modelo de jornalismo pode acabar operando um sequestro da fala das populações “defendidas”. Para compreendermos o telejornal NETV 1ª edição entre os dias 18 e 22 de julho de 2011 a partir de metodologias quantitativas e qualitativas.

Palavras-chave

Jornalismo de Serviço; Representação Política; Democracia Deliberativa; Esfera Pública

1. Jornalismo Comunitário?

É cada vez mais difícil discutir a cultura contemporânea e a relação entre o campo político e a sociedade em democracias representativas na contemporaneidade sem fazer referência, ainda que breve, aos meios de comunicação de massa, e mais especificamente à televisão, que no Brasil é um meio quase que onipresente. O telejornalismo da maior rede de televisão brasileira, a Rede Globo, vem implantando nos telejornais locais de suas emissoras e afiliadas um modelo de jornalismo que ela mesmo denomina “jornalismo comunitário”, partindo da premissa de auxiliar os moradores de áreas periféricas a resolver os problemas enfrentados pela má qualidade dos serviços públicos. A emissora busca, dessa forma, desempenhar através de seus profissionais o papel de mediadora entre a população e as autoridades públicas. Contudo, o uso do termo “jornalismo comunitário” encerra uma disputa semântica em torno de posicionamentos políticos.

O processo de produção de notícia do que entendemos por Jornalismo Comunitário envolve a “participação popular autônoma” em todas as suas etapas da seleção à veiculação de conteúdos voltados para o atendimento de demandas locais “mediante o exercício da cidadania a partir dos próprios cidadãos”. As diferenças do jornalismo produzido em

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco (PPGS-UFPE)

comunidades em relação à mídia local comercial são claras, ainda que ambos possam atuar no mesmo universo territorial e temático (PERUZZO, 2004,p.77). Atentos a essas diferenças e em busca de não legitimarmos o uso do termo por projetos hegemônicos, decidimos utilizar o termo “jornalismo de serviço”, pois entendemos que esse tipo de jornalismo se desenvolve em torno da resolução de problemas focalizados sem permitir uma tomada de consciência em direção à universalização de direitos.

Em Pernambuco, o NETV 1ª edição possui o quadro conhecido como *calendário*, que representa o modelo de jornalismo de serviço implantado em Pernambuco desde 2009. A Globo Nordeste apresenta-se como uma instância de reivindicação que vai verificar o problema vivenciado pela comunidade, e caso este seja constatado os jornalistas cobram das autoridades competentes um prazo para que a questão seja resolvida, passando a fiscalizar os esforços das instâncias governamentais em resolver as demandas dos telespectadores.

Esse trabalho pretende compreender o impacto do fenômeno jornalismo de serviço na Esfera Pública, uma vez que a intervenção política dos meios de comunicações parece ter passado de uma instância que pode narrar fatos de interesse público para uma instância que passa a agir como representante de determinados segmentos da população a partir da justificativa de criar um espaço de conversação entre a população e autoridades públicas. Para atingir tal fim analisamos o telejornal NETV 1ª edição entre os dias 18 e 22 de julho de 2011 a partir de metodologias quantitativas e qualitativas, análise de conteúdo e análise do discurso crítica respectivamente.

Esse período foi selecionado devido ao uso do “calendário” na cobertura dos transtornos gerados pelo volume recorde de chuvas no estado de Pernambuco no mês de julho³. Muitas das áreas atingidas pelas chuvas em julho já haviam recebido a equipe de jornalismo da Globo Nordeste para ouvir reclamações concernentes a questões como barreiras de contenção de encosta em áreas vulneráveis a grandes volumes pluviométricos. A equipe de reportagem do NETV decidiu então colocar as denúncias feitas pelo calendário anteriormente na pauta da cobertura sobre os resultados das chuvas, mostrando a imprevidência do poder público mesmo diante da visibilidade que a Globo ofereceu aos problemas enfrentados por parcelas da população através do calendário do NETV.

A partir da análise do corpus adotado, pretendemos desvelar a luta por hegemonia por trás da utilização do modelo de jornalismo de serviço no telejornal NETV, mostrando

³ No período compreendido entre os dias 14 e de 17 de julho as chuvas atingiram a marca de 180 milímetros. A maior marca histórica para o mês de julho era de 250 milímetros – até o dia 18 de julho de 2011 já havia chovido 435 milímetros, deixando como resultado nove mortes no Estado.

que no pretense espaço de deliberação fabricado pelos jornalistas pode haver um sequestro da fala dos setores atendidos pelo quadro calendário e a ocupação de um espaço político pela emissora.

2. Jornalismo de Serviço e sua Chegada em Pernambuco

A televisão no Brasil sempre apresentou uma ligação umbilical com a política. E no enredo que conta essa história, um ator sempre atuou como um dos protagonistas: a Rede Globo de Televisão. Sua importância é tal que se torna difícil contar a história recente do Brasil sem fazer menção à emissora. Atrelando a racionalização de seus produtos simbólicos a uma forte defesa de seus interesses políticos e econômicos junto ao campo político e utilizando seu poder de difusão de representações sociais como moeda de troca, a emissora ocupa atualmente a colocação de terceira maior rede de televisão do mundo em faturamento publicitário, desbancando a norte-americana NBC (PADIGLIONE, 20011).

A redemocratização mudou o quadro em que a Globo atuava, e esta precisou adequar-se a uma nova realidade em que a sociedade civil passou a lutar por uma maior democratização não apenas das instituições estatais, mas também da comunicação, o que resvalou em uma crítica de dupla face à Rede Globo: sua atuação política na defesa do *status quo* e seu monopólio em relação à audiência e distribuição da verba publicitária. Ao mesmo tempo, a concorrência à Rede Globo, apesar de ainda não ter desafiado o monopólio da emissora, aumentou consideravelmente em relação ao passado. Essa concorrência se faz presente também na programação regional de modo ainda mais desafiador. O jornalismo de serviço é um produto que procura responder a essas duas pressões sofridas pela Globo, tornadas em grande medida desafios à sua atuação política e econômica.

Em Pernambuco, o grande desafio da Globo Nordeste é combater o sucesso dos programas policiais cujo maior sucesso em âmbito regional era o extinto *Bronca Pesada*⁴, transmitido pela Rede Jornal, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) no estado. O *Bronca Pesada* exerceu continuamente liderança folgada na Região Metropolitana do Recife, atingindo 25,6 pontos no índice de audiência, em junho de 2007, desbancando 83% dos programas transmitidos pela Globo na Região Metropolitana⁵.

A Globo Nordeste resolve promover modificações no concorrente direto do “*Bronca Pesada*” no horário das 12h às 13h, o telejornal NETV 1ª edição. Além de tirar as notícias esportivas do Globo Esporte e diluí-las no telejornal e aproximar os apresentadores

⁴ O programa foi extinto devido à saída de seu apresentador, Josley Cardinot, que agora está na rival TV Clube, afiliada da bandeirantes. A Rede Jornal colocou em seu lugar um programa policial de nome “*Plantão 190*”.

do público, a Globo adota o jornalismo de serviço, que já havia sido implantado nos telejornais locais de outros estados. A estratégia mostra-se correta. A briga pela audiência se torna acirrada, com a Globo assumindo a liderança. Em agosto de 2010, o NETV 1ª edição atinge a liderança no horário, segundo informações que presta ao mercado publicitário⁶ e no primeiro semestre de 2011 quando a lista dos 40 programas de maior audiência até o mês de maio é ocupada apenas por programas da Globo Nordeste com o NETV 1ª Edição ocupando a 33ª posição com índice de audiência de 14,90 pontos e participação de 39,34% dos televisores ligados (GLOBO NORDESTE, 2011).

Os efeitos do jornalismo de serviço enquanto estratégia de mercado podem ser comprovados pelos números relativos aos índices de audiência. Contudo, é preciso também entender as consequências sociais e políticas desse novo modelo de jornalismo praticado pela Globo, já que a emissora assume a defesa no âmbito local de demandas de determinados setores socialmente fragilizados.

3. Contexto Político-Econômico do Surgimento do Jornalismo de Serviço

Para compreender o fenômeno do jornalismo de serviço e suas implicações na Esfera Pública é preciso dar-se conta de dois aspectos importantes: o caráter dual da notícia e o contexto político-econômico em que esse modelo começou a ser aplicado pela Rede Globo de Televisão. A notícia possui dupla face é ao mesmo tempo um bem econômico e simbólico, que sofre a influência, segundo Bourdieu (1997, p.105-6) de dois polos, o ideológico e o econômico; sendo o primeiro dominado pela concepção ética e política da profissão jornalística e o segundo responsável pela comoditização do produto noticioso, ou seja, sua transformação em mercadoria. Embora, esses polos possam competir entre si, gerando tensões em alguns momentos, eles se reforçam mutuamente, pois a ideologia profissional gera credibilidade e reforça a construção da realidade operada pelo discurso noticioso. A notícia ao mesmo tempo em que oferece lucro às empresas de comunicação, é utilizada enquanto instrumento de fortalecimento destas diante do poder político.

O modelo do jornalismo de serviço, embora desafie alguns cânones narrativos da profissão jornalística⁷, preenche as necessidades econômicas e políticas da Globo. Enquanto

⁵ Até aquele momento o Bronca Pesada mantinha uma liderança folgada, alcançada desde sua estreia em 2005. (Tv Jornal/ SBT)

⁶ O NE TV 1ª obteve uma média de audiência de 16 pontos em agosto de 2010 contra 13 do principal concorrente. O valor do anúncio publicitário era de R\$ 1975,00 por 30". (GLOBO NORDESTE, 2010)

⁷ O jornalismo de serviço desloca o jornalista/ narrador da posição de observador dos acontecimentos para a posição de participante do fato, no momento em que este é agora parte integrante da resolução dos conflitos entre poder público e a população, assumindo a posição de uma espécie de fiscal dos serviços estatais.

mercadoria capaz de produzir lucro, esse tipo de jornalismo mostrou-se uma estratégia bem sucedida. Ao mesmo tempo, gera frutos políticos, pois permite à Globo fortalecer suas tentativas de reconstruir sua imagem, marcada pela pecha de emissora oficialista; reforçada por eventos como as acusações de envolvimento da Globo em uma tentativa de fraude eleitoral nas eleições para o Governo do Estado do Rio de Janeiro em 1982 contra o candidato Leonel Brizola (PDT), a cobertura polêmica do movimento por eleições diretas e a controversa edição do debate entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Mello, nas eleições presidenciais em 1989, que teria favorecido o segundo candidato (LIMA, 2005).

De acordo com Barbosa e Ribeiro (2005), o formato de jornalismo praticado pela Rede Globo está relacionado ao momento político. Assim, enquanto aliada do Regime Militar, a Globo, dentro da ideologia de integração nacional através da unificação cultural, motivo dos investimentos tecnológicos Estatais para tornar possível a transmissão em Rede, optou por uma narrativa informativa que “tinha por objetivo 'falar diretamente ao povo', inserindo-o numa ampla rede simbólica, com fortes doses de emoção ou apelo aos valores patrióticos”(BARBOSA e RIBEIRO, 2005, p.210).

Após a abertura política, a Rede Globo passa a empregar comentaristas em seus telejornais. Na segunda metade dos anos 90, a RGTV começa a tentar reconstruir sua imagem em um contexto de, apesar da hegemonia neoliberal, forte resistência de movimentos sociais e setores da sociedade civil ao neoliberalismo e à Rede Globo, considerada como defensora do status quo. Os temas políticos perdem espaço, ao mesmo tempo em que iniciativas de aproximação da audiência são colocadas em prática. (BARBOSA e RIBEIRO, 2005, p.219)

Os telejornais locais passam a apostar no que a RGTV chama de “jornalismo comunitário”, apresentando a Globo enquanto instância mediadora entre a audiência e o poder público (BARBOSA e RIBEIRO, 2005, p.220-221). O jornalismo de serviço, portanto, parece ser um formato adequado em um momento no qual a Globo pretende aproximar-se da audiência. Lattman-Weltman (2006, p.106), durante pesquisa sobre a nova vocação, dita comunitária, do *RJTV*, percebeu que ela não foi incorporada pelos jornalistas, pelo menos inicialmente, “como alguma missão de caráter ético ou social”, mas como um redirecionamento estratégico superior não questionado. E realmente, de acordo com o Chefe de Reportagem do *RJTV*, entrevistado por Lattman-Weltman (2006, p.107), a

iniciativa, inspirada no movimento norte-americano chamado *civic journalism*⁸, para a implantação do modelo de jornalismo de serviço veio de instâncias superiores da emissora.

Enquanto produção de uma nova imagem diante das audiências e acúmulo de poder simbólico, o jornalismo de serviço é politicamente exitoso por permitir à Globo colocar-se ao lado de demandas fundamentais não supridas pelos poderes públicos e que afetam diretamente a vida das populações carentes como saneamento, educação, transporte público, asfaltamento etc. que para localidades economicamente e socialmente fragilizadas possuem um grande peso. Em face da negligência do poder público, a TV Globo ocupa esse vácuo institucional ao permitir uma visibilidade nunca experimentada para essas questões.

O telejornal, dentro desse modelo, busca promover um diálogo entre autoridades públicas e cidadãos por soluções para as deficiências do serviço público, ou seja, o jornalismo de serviço alimentaria uma esfera pública que funciona dentro de um modelo deliberativo de democracia como proposto por Habermas (2002, p.277), em que há uma vontade geral alcançada através da busca por entendimento mútuo de caráter ético, equilíbrio entre interesses divergentes, acordos, escolha de instrumentos racionais voltados a um fim por meio de uma fundamentação moral.

Contudo, nas reportagens do quadro calendário, os jornalistas são as grandes vedetes das reportagens. Os reclamantes limitam-se a testemunhar os problemas vivenciados pelas comunidades. O quadro do NETV possui uma simbologia gráfica própria, procurando simular documentação oficial. O jornalista apresenta à autoridade pública diante não só dos moradores, mas também de uma audiência massiva, um calendário em que marca um dia em que o problema será resolvido em “comum acordo” entre a autoridade e um indivíduo que represente aquela comunidade. Caso a autoridade em questão ignore os apelos da Globo e não compareça ao programa, o “julgamento” é feito à sua revelia, e o próprio jornalista marca o dia em que o problema deverá ser resolvido. Quando o problema é solucionado um carimbo surge na tela com a palavra “resolvido”, procurando atestar um caráter quase-oficial ao poder da Globo de resolver os problemas encarados pela população.

Os jornalistas, no quadro calendário, passam uma imagem de adversários do poder constituído, o modelo de jornalismo denominado cão de guarda (*watchdog journalism*). Em matéria levada ao ar no NETV 1ª edição no dia 29 de dezembro de 2009⁹ em que é feito

⁸ *Civic journalism* ou *Public journalism* é um movimento profissional surgido entre jornalistas e acadêmicos nos EUA, nos anos 80, que defendem a participação dos jornalistas em questões de interesse das comunidades como uma forma de reavivar a vida cívica e a participação nas comunidades americanas. O movimento surgiu como uma reação à cobertura política que os defensores do *public journalism* consideravam desconectada dos verdadeiros problemas dos cidadãos e como uma das causas da desilusão do público norte-americano em relação ao processo político. (GLASSER, 1998)

⁹ Disponível em: <http://pe360graus.globo.com/videos/cidades/servico/2009/12/29/VID,14279,4,286,VIDEOS,879-MAIS-300-COMUNIDADES-RECEBERAM-CALENDARIO-NETV.aspx>. Acesso em 08 de fevereiro de 2011.

um balanço dos primeiros dez meses da implantação do jornalismo de serviço, o repórter apresenta o quadro “calendário” com a seguinte frase “Aqui, o morador foi representado, mostrou o problema e pediu uma solução”. Mais adiante na mesma matéria, o mesmo repórter se refere às autoridades entrevistadas da seguinte forma: “As autoridades passaram a ter um compromisso”. Ou seja, o telejornal passa a ser uma instância fiscalizadora dos serviços públicos e um representante popular, e a partir desse “mandato” pode haver o sequestro da fala dos setores que são atendidos pelo “jornalismo de serviço”.

Percebe-se, ainda, na justificação do jornalismo de serviço, um discurso próximo à retórica da responsabilidade social empresarial presente, como atestou Paoli (2002), nas ações dirigidas por Organizações Não-Governamentais e filantrópicas ligadas a grandes empresas, consideradas a partir da década de 90 como parte do terceiro setor ou Entidades Públicas não-Estatais (BRESSER-PEREIRA, 1995). Não por coincidência, a Rede Globo começa a implantar a sua proposta “comunitária” nos telejornais locais na segunda metade dos anos 1990, quando a hegemonia neoliberal gozava seu apogeu no Brasil sob a égide do Governo FHC e o sucesso do Plano Real no combate à inflação. No Brasil, Oliveira (2000, p.60-61) considera que o processo de dominação de classe empreendido pela burguesia nacional, não precisou passar por uma ruptura revolucionária. Dessa forma, diferentemente da Europa, onde a burguesia precisou assentar sua dominação de classe sob as bases políticas da democracia formal; no Brasil, as lutas por democratização, por direito de fala, pela constituição de espaços públicos surgiram das camadas destituídas da população. Esses clamores foram respondidos com repressão através da implantação de ditaduras. A história política do Brasil, portanto, é marcada por “essa grande operação de silêncio, de roubo da fala, que se sintetiza na busca da 'harmonia social'”, que “é bem o signo da anulação da política” (OLIVEIRA, 2000, p.61).

A esperança de construção de espaços públicos de que falava Oliveira foi sufocada com a hegemonia neoliberal que privatizou o pouco do que havia de público no Brasil, sufocando a própria possibilidade de se fazer política. De acordo com Telles (1999, p.87), o processo de modernização conservadora ao qual o Brasil foi submetido não causou desmanche de direitos, pois estes nem mesmo se consolidaram enquanto marco de uma norma civilizada nas relações sociais, mas sim, o desmonte de um horizonte de expectativas, um ponto de partida para a construção de uma cidadania ampla. Telles (1999, p.99-100) observa que a questão dos direitos, foi despolitizada e deslocada do espaço político do dissenso e do debate para um espaço não político. O jornalismo de serviço age dentro dessa lógica, pois ao procurar resolver os problemas de setores carentes da

população, sequestrando a fala dos reclamantes, pode estar destituindo os mesmos de enxergarem um horizonte de expectativas de participação política em que assumam o protagonismo das lutas pelos seus direitos e cidadania.

4. Jornalismo de Serviço e as Chuvas no Recife

A importância do Calendário no telejornal NETV pode ser constatada em uma análise de conteúdo que fizemos do telejornal no período compreendido para nosso estudo. Foram 2 horas e 53 minutos de material analisado, correspondente à cinco edições do NETV, das quais o calendário ocupa cerca de 33% do tempo. Embora, as notícias produzidas segundo o modelo tradicional ainda sejam maioria no noticiário, o tempo reservado ao calendário ocupa o equivalente a quase duas edições inteiras do NETV.



O calendário, ao ocupar tal espaço no telejornal líder de audiência no horário de sua exibição na Região Metropolitana do Recife, pode ser considerado como um elemento de grande inserção na Esfera Pública local. Os transtornos enfrentados no período de chuvas pela população e a ineficiência de previsão e reação das instâncias governamentais permitiram à produção do telejornal utilizar o calendário para canalizar a insatisfação popular, falando através da voz de parcelas da população atingidas pelos efeitos da forte chuva.



A produção do telejornal tirou de seu arquivo vários casos de reportagens do quadro calendário acerca de demandas não resolvidas ligadas à prevenção de transtornos causados por fortes chuvas. Nossa análise quantitativa enfatiza essa participação do quadro calendário no agendamento não apenas dos problemas causados chuvas no Estado, mas temas como obras públicas, segurança (violência) e trânsito.

Para dar conta do nossa análise do jornalismo de serviço partimos dos conceitos cunhados por Habermas (2003) de Esfera Pública e Modelo Deliberativo de Democracia (HABERMAS, 2002). O conceito de Esfera Pública pode ser compreendido como um espaço de discussão onde os participantes são tratados como iguais, sem distinções de classe e status, sendo permitido o uso público da razão na discussão de questões de caráter político e público em que o melhor argumento prevalece.

Após várias críticas¹⁰, Habermas (1996, p.452-453), insere o conceito de Esfera Pública dentro de sua Teoria da Ação Comunicativa, em que o mundo social é dividido em sistema e mundo da vida com os sistemas econômico e político, funcionando através das sanções positiva do dinheiro e negativa do poder, respectivamente, tentam colonizar o mundo da vida, onde prevalece a lógica comunicativa.

O agir comunicativo daria lugar a um modelo deliberativo de democracia, em que Habermas (2002) pretende manter características normativas mais fracas que as do modelo republicano, que preconiza uma participação popular efetiva, assumindo um forte teor anti-estatal; e mais fortes que as do liberal, que reduz a expressão popular praticamente apenas ao voto, apresentando uma versão elitista do processo democrático. A ideia de uma democracia deliberativa fundamenta-se, de acordo com Benhabib (1996, p.69) no princípio de que as decisões que afetam o bem-estar de um determinado grupo deve resultar de um procedimento de deliberação livre e razoável entre cidadãos considerados livres e iguais moral e politicamente.

Contudo, Bohman (1996, p.3) enxerga dificuldades na deliberação que advém de desigualdades entre cidadãos no que tange aos diferentes níveis de competências cognitivas e de posse de recursos que constroem a participação igualitária nos processos deliberativos. E acesso a canais de comunicação é um recurso poderoso para dar visibilidade às demandas dos cidadãos. O processo deliberativo torna-se importante, portanto, enquanto procedimento gerador de consensos que cria a obrigação política, uma vez que os cidadãos ao sentirem-se parte do processo de tomada de decisões criam um vínculo ético com sua aplicação.

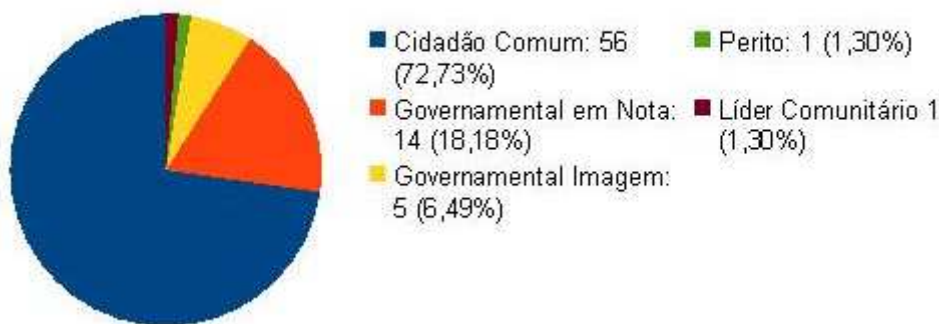
¹⁰ Ver Fraser (1996).

O telejornal, dentro desse modelo, busca aparentemente promover um diálogo entre autoridades públicas e cidadãos por soluções para as deficiências do serviço público, ou seja, o jornalismo de serviço alimentaria uma esfera pública que funciona dentro de um modelo deliberativo de democracia como proposto por Habermas (2002, p.277), em que há uma vontade geral alcançada através da busca por entendimento mútuo de caráter ético, equilíbrio entre interesses divergentes, acordos, escolha de instrumentos racionais voltados a um fim por meio de uma fundamentação moral. Contudo, nas reportagens do quadro calendário, os jornalistas são as grandes vedetes das reportagens. Os reclamantes limitam-se a testemunhar os problemas vivenciados pelas comunidades. Parece haver um “sequestro do discurso” dos reclamantes pelos jornalistas que dão “fé pública” ao compromisso assumindo o papel de representantes, fiadores e fiscalizadores da promessa do representante público feita “diante de todos”. Há nesse caso uma simulação de “esfera pública deliberativa” em que o “espaço público é [...] é visto democraticamente como a criação de procedimentos pelos quais os afetados pelas normas sociais gerais e decisões coletivas políticas podem ter a dizer em sua formulação, estipulação e adoção” (BENHABIB, 1996a, p.87).

O desafio para a teoria democrática do ponto de vista deliberacionista não é nem simplesmente pensar quais categorias de pessoas que podem participar politicamente, nem reconsiderar as muitas áreas onde a democracia pode ser legitimamente estendida. Mas, o desafio seria introduzir procedimentos que premiam a formulação de preferências surgidas de um debate entre iguais, uma vez que os democratas deliberativos entendem não existir um conjunto de valores ou perspectivas particulares capazes de reivindicarem ser corretas e válidas por si mesmas, pois estas são válidas apenas na medida em que sejam justificáveis. (HELD, 2006, p.233)

Dessa forma, os pontos de vistas individuais precisam ser testados através de encontros sociais que levam em conta o ponto de vista de outros - o ponto de vista moral. Em um contexto deliberativo as visões que nós adotamos, e a possibilidade de defendê-las ou não em um contexto social complexo formado por pessoas com preferências opostas, torna-se o foco da atenção. A teoria democrática deve ser direcionada para desenhos constitucionais que ajudam a construir no próprio processo da política a oportunidade de aprender e testar a publicidade das visões dos cidadãos. Há uma grande convergência de pensamento entre os democratas deliberativos no que tange às preocupações com as deficiências da vida política contemporânea. (HELD, 2006, p.233-4)

Fontes Calendário



Haas e Steiner (2006, p.245) consideram que nem o liberalismo nem o comunizarismo oferecem alternativas viáveis para o movimento norte-americano *Public Journalism*, e defendem o modelo deliberativo como a melhor alternativa para explicar intelectualmente essa tendência, raiz do jornalismo de serviço da Globo. A abertura do jornalismo de serviço à voz popular na resolução dos problemas está expressa no número de vezes em que as fontes e entrevistados da matéria são cidadãos comuns, evidenciado em nosso levantamento. Interessante notar a ausência de especialistas profissionais nessas reportagens.

Esse novo discurso jornalístico, em nossa opinião, está ligado a transformações no contexto social e econômico que estão exigindo uma mudança discursiva nos produtos televisivos oferecidos pela Rede Globo, que estaria tentando reestruturar as relações de poder que mantém com as audiências e outros poderes. Pois como lembra Fairclough (2001, p.121), “as práticas discursivas são investidas ideologicamente à medida que incorporem significações que contribuem para manter ou reestruturar relações de poder”. Outra questão são os motivos que levam a Globo a dar acesso a setores que antes não eram escutados pelos grandes meios de comunicação, promovendo a participação desses grupos. De acordo com Van Dijk (2008, p.10), a distribuição do acesso à formação ativa do discurso público é uma forma de distribuição do poder social. Essas mensagens que parecem empoderar os cidadãos, na verdade, não reafirmam o poder de quem dá acesso àquelas pessoas de ocuparem o espaço televisivo?

A análise de uma matéria dentro do modelo do “jornalismo de serviço”, transmitida no dia 19 de julho de 2011, ilustra a nossa preocupação. Na dia anterior, um bloco inteiro do telejornal foi dedicado a mostrar os resultados dos quatro dias de chuva intensa em Pernambuco. A matéria foi produzida dentro do formato de jornalismo tradicional. No dia

seguinte, vai ao ar uma matéria no formato do jornalismo de serviço mantendo o tema “chuva” agendado.

Após a abertura, a matéria entra no ar ao vivo com a presença de um repórter em uma das comunidades de Camaragibe vitimadas pelos deslizamentos de barreiras ciceroneado por um morador da localidade. O repórter visita uma casa localizada perto de uma barreira, e mostra as paredes umedecidas e o piso da moradia afundando devido à água infiltrada no solo. O repórter então começa uma entrevista em tom informal com seu cicerone sobre a última visita do calendário:

Repórter - E Quem vai lembrar o nosso arquivo nessa reportagem é o Antônio (Morador) que estava aqui com a gente. Quando foi que nós o entrevistamos...que você lembra que nos entrevistamos alguém da prefeitura de Camaragibe?

Morador - Foi no dia 17 de março nesse mesmo local, Bruno (Repórter). Tava aqui com a gente a engenheira da prefeitura quando prometeu até o dia 17 de junho que iria tomar alguma providência. [Entra imagem de arquivo mostrando a promessa da engenheira enquanto o morador fala]. Mas como você vê providência nenhuma foi tomada.

Em seguida, a imagem volta para o estúdio e os dois apresentadores e comentam a situação para depois apresentar imagens de outras áreas atingidas pelas chuvas e visitadas pelo calendário. Em seguida, o repórter entrevista a secretária de Defesa Civil de Camaragibe, e esta diz esperar a liberação de recursos do Programa de Aceleração de Crescimento (PAC) do Governo Federal para resolver o problema. A matéria então fecha com o seguinte comentário do apresentador.

Apresentador - A gente vai marcar um prazo para voltar à Camaragibe já depois do inverno...Já chegou o verão [olhando para o calendário]. Então a gente vai marcar 30 de dezembro pra ver se a situação melhorou [A câmera fecha no calendário no momento em que ele marca a data com caneta vermelha]. E a gente espera que algo seja feito até lá.

A matéria explicita a posição ocupada pelos jornalistas do NETV 1ª edição de representantes dos setores da população que clamam pela resolução de seus problemas. Os jornalistas passam a pedir explicações às autoridades em nome da população. A representação, como lembra Pitkin (2006, p.15-47), “é, em grande medida, um fenômeno cultural e político, um fenômeno humano”. Cria-se através de dispositivos discursivos uma empatia entre jornalistas e a população, permitindo a ocupação de um espaço que as instituições governamentais não ocupam com eficácia.

5. Conclusão

Acreditando, como faz Lattman-Weltman (2006), que o movimento norte-americano chamado *Public Journalism* inspirou projetos como o jornalismo de serviço torna-se premente invocar a crítica ao modelo norte-americano. Michael Schudson (1998, p.118) reconhece que o movimento *Public Journalism* foi uma crítica contundente ao modo tradicional de fazer jornalismo. Entretanto, Schudson (1998, p.119) considera tal movimento conservador, pois é uma tentativa de transformar as práticas profissionais de dentro para fora.

Esse novo modelo seria uma variante das práticas jornalísticas tradicionais, de acordo com Schudson (1998, p.121-122). Afinal, a credibilidade das notícias não repousariam em um partido, no mercado ou mesmo no público, mas nos jornalistas e em seus métodos. O movimento *Public Journalism*, que parecia tentar empoderar a população através da participação na produção de notícias, não retira o controle sobre as notícias das mãos dos jornalistas. O novo modelo surgido nos EUA não propõe nenhum novo sistema de responsabilidade aos grupos midiáticos. Ou seja, um modelo, que apesar das boas intenções, pode ser palatável e adaptável por grandes conglomerados midiáticos ao clima político brasileiro, onde sequer o modelo concentrador de propriedade midiática pode ser discutido sem fortes reações.

O “jornalismo de serviço” tenta simular uma esfera pública deliberativa. Contudo, apesar de parecer criar uma arena onde autoridades e cidadãos reclamantes possam discutir a resolução de problemas, o telejornal força o equacionamento da questão devido ao enorme poder da Globo de dar visibilidade a atores e instituições. Os jornalistas, longe de desempenharem o papel de mediadores, reafirmam o poder da Globo, tirando o poder de fala dos reclamantes. Parece-nos que a ação do jornalismo de serviço despolitiza os problemas cotidianos das comunidades atendidas, e impede que estes problemas transformem-se em processos de deliberação entre os moradores desses lugares periféricos, permitindo que busquem resoluções através de ações coletivas.

6. Referências

BARBOSA, Marialva e RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Telejornalismo na Globo: Vestígios, Narrativa e Temporalidade. In: BRITTOS, Valério Cruz e BOLANO, César Ricardo Siqueira. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p.205-223.

BENHABIB, Seyla. Toward a Deliberative Model of Democratic Legitimacy. In: BENHABIB, Seyla (Org). **Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political**. Princeton: Princeton University Press, 1996. p. 67-94

BENHABIB, Seyla. Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition and Jurgen Habermas. CAULHON, Craig. **Habermas and the Public Sphere**. MIT: Cambridge, 1996a. p.73-98.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1997.

BOHMAN, James. **Public Deliberation. Pluralism, Complexity and Democracy**. Massachussets: MIT, 1996.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. O Público Não-Estatal. **Folha de São Paulo**. 13 de agosto de 1995. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/view.asp?cod=743>. Acesso em 21 de julho de 2011.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: UNB, 2001.

FRASER, Nancy. Rethinking the Public Sphere: a Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In: CAULHON, Craig. **Habermas and the Public Sphere**. MIT: Cambridge, 1996. p.109-142.

GLASSER, Theodore L. The Idea of Public Journalism. In: GLASSER, Theodore L. **The Idea of Public Journalism**. New York: The Guilford Press, 1999. P. 3 – 18.

GLOBO NORDESTE. **NE TV 1ª Edição é líder absoluto no horário**. 2010 Disponível em: <http://globonordeste.informazione.com.br/cms/opencms/noar/noticias/0701.html>. Acesso em 15 julho de 2011

GLOBO NORDESTE. **Os 40 programas de maior audiência no Grande recife são da Globo Nordeste**. 2011. Disponível em: <http://globonordeste.informazione.com.br/cms/opencms/noar/noticias/1486.html>. Acesso em 15 de julho 2011

HAAS, Tanni e STEINER, Linda. Public journalism: a reply to critics. **Journalism**. 2006, n.2, v.7. Pp 238-254.

HABERMAS, Jurgen. Further Reflections on the Public Sphere. In:CAULHON, Craig (Org). **Habermas and the Public Sphere**. MIT: Cambridge, 1996. p.421-461

_____. **Direito e Democracia: entre Facticidade e Validade. Volume II**: Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **A Inclusão do Outro: Estudos de Teoria Política**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

HELD, David. **Models of Democracy**. 3ed. Cambridge: Polity Press, 2006

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Institucionalização Midiática e “Representação Política”: a Construção do Cidadão-Consumidor nos Telejornais. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº 37, Janeiro-Julho de 2006, pp.99-118.

LIMA, Venício A. Globo e Política: “Tudo a Ver”. In: BRITTOS, Valério Cruz e BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p.103-129.

OLIVEIRA, Francisco. Privatização do Público, Destituição da Fala e Anulação da Política: o Totalitarismo Neoliberal. In: OLIVEIRA, Francisco e PAOLI, Maria Célia (Org.). **Os Sentidos da Democracia: Políticas do Dissenso e Hegemonia Global**. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

PADIGLIONE, Cristina. **Globo se posiciona como a 3ª TV do mundo**. 31 de março de 2011. Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/artelazer,globo-se-posiciona-como-3-tv-do-mundo,699565,0.htm>. Acesso em 08 de junho de 2011.

PAOLI, Maria Célia. Empresas e Responsabilidade Social: os Enredamentos da Cidadania no Brasil. IN: SANTOS, Boaventura de Sousa. **Democratizar a Democracia: os Caminhos da Democracia Participativa**. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 2002. p.373-417.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. Sem. 2005.

PITKIN, Hanna Fenichel. Representação: Palavras, Instituições e Idéias. **Lua Nova**. São Paulo. n.67 pp15-47. 2006.

SCHUDSON, Michael. What Public Journalism Knows about Journalism but Doesn't Knows about "Public". In: GLASSER, Theodore L. **The Idea of Public Journalism**. New York: The Guilford Press, 1999. p.118-133.

TELLES, Vera da Silva. A Nova Questão Social Brasileira: ou Como Figuras de Nosso Atraso Viraram Símbolos de Nossa Modernidade. **Caderno CRH**, Salvador, n. 30/31, p. 85-110, jan./dez. 1999.

TV JORNAL/SBT. **Bronca Pesada com Cardinot bate recorde de audiência**. 10 de julho de 2007 . Disponível em http://natelinha.uol.com.br/2007/07/10/not_5086.php. Acesso 15 de junho de 2011.

VAN DIJK, Teun A. **Dicourse and Power**. New York: Palgrave Macmillan, 2008.