



CETV, *Meu Bairro na TV* e importação do *civic journalism* para o Brasil¹

Caio César Mota MAGALHÃES²

Márcia Vidal NUNES³

Universidade Federal do Ceará

Resumo

Este trabalho se propõe a estudar o quadro *Meu Bairro na TV*, do telejornal CETV (1ª Edição), veiculado na emissora TV Verdes Mares, afiliada à TV Globo, com uma análise das características da linha de abordagem implementada pelo jornal a partir de 2009, de maior aproximação com seu público, numa política de atendimento e solução dos problemas cotidianos através da mediação entre o povo e o poder público. Aparentemente, essas características se assemelham à prática do *civic journalism*, um tipo de jornalismo surgido nos Estados Unidos, no final da década de 1980. Este artigo investiga se o *civic journalism* está, de fato, presente no CETV, especificamente no caso do *Meu Bairro na TV*, e como ele se dispõe na linha editorial do jornal.

Palavras-chave: *Civic journalism*; CETV; *Meu Bairro na TV*; jornalismo cidadão;

Introdução

No dia 02 de março de 2009, estreou na TV Verdes Mares, às 12 horas, o jornal CE \TV (1ª Edição), que entrou na grade de programação da emissora com a proposta de chegar mais próximo de seu público, abordando temas políticos, econômicos e sociais de uma forma mais acessível. O CETV substituiu o Jornal do Meio Dia e faz parte de uma política de padronização da Rede Globo, que modificou o nome da maioria dos jornais de suas emissoras afiliadas para o mesmo padrão: “Sigla do Estado” sucedida pelo termo “TV”, uma estratégia denominada de *Praça TV*.

A estratégia, de amplitude nacional, foi iniciada em 1998 com a reformulação do SPTV, da TV Globo de São Paulo. Assim como aconteceu em São Paulo, no Ceará, o jornal antigo saiu do ar, para dar espaço ao novo modelo, adquirindo novos nome, cenário e apresentador: o jornalista Luiz Esteves, que passou a fazer companhia à

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Estudante recém-graduado no Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: caioesarmagalhaes@gmail.com

³ Professora doutora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: marciavn@hotmail.com



Danielly Portela na ancoragem principal do informativo. Entretanto, não foram apenas essas as modificações implementadas. Além do que é evidente à primeira vista, o CETV e a nova política da Rede Globo alteraram substancialmente a forma de abordagem do jornalismo da TV Verdes Mares em direção a uma uniformização nacional dos telejornais regionais. Quem o assiste hoje percebe uma tentativa clara de aproximação com os problemas da população cearense.

Isso se torna visível em reportagens, entrevistas, passagens, sonoras e nos demais artifícios tão usuais do telejornalismo, assim como na própria linguagem e apresentação do programa, que ganhou um tom mais “conversado”. No entanto, a meta de proximidade ganha corpo e se torna bem mais complexa através do quadro *Meu Bairro na TV*, que surgiu com a proposta de visitar todos os bairros de Fortaleza, capital do Estado, e expor os problemas dos moradores na tentativa de resolvê-los, além de informar sobre a cultura e convivência da comunidade.

Esse tipo de jornalismo praticado pelo *Meu Bairro na TV*, aparentemente, muito se assemelha ao *civic journalism*, um tipo de jornalismo surgido nos Estados Unidos no final da década de 1980 e começo de 1990, mais voltado para o incentivo da cidadania, com o objetivo de chegar mais próximo do público para ouvir reclamações e resolver problemas. Partindo dessa premissa, o objetivo deste artigo é analisar o tipo de jornalismo proposto pelo CETV (1ª Edição), principalmente no que diz respeito às práticas do *Meu Bairro na TV*, e avaliar a existência do *civic journalism* dentro dos moldes de produção do telejornal.

1. Metodologia

Para a investigação, foi analisado o conteúdo de oito edições do informativo: as quatro primeiras de março de 2009, que continham o *Meu Bairro na TV* (dias 03, 05, 06 e 08), e as quatro primeiras edições de março de 2011 que também apresentavam o quadro (dias 10, 14, 16 e 18). As imagens foram cedidas pela TV Verdes Mares, através do contato com o chefe de jornalismo da emissora, Marcos Gomide. Também foi analisada a edição final do Jornal do Meio Dia, visto que ela faz uma antecipação do que viria a se tornar o CETV (1ª Edição). Além disso, foram realizadas entrevistas com quatro funcionários que participaram diretamente da produção e execução do jornal, principalmente do *Meu Bairro na TV*: Paulo Nóbrega, chefe de redação informativo; Rita Teixeira, chefe de produção; Yonne Igrejas, chefe de produção do *Meu Bairro na TV*; e Luiz Esteves, apresentador do telejornal.

2. *Civic Journalism*, a importação de um jornalismo “vigilante”

Ao final dos anos de 1980, a desconfiança atingiu os meios de comunicação nos Estados Unidos. Práticas jornalísticas consagradas ao longo do século XX por grandes jornais e seus manuais de redação começaram a ser questionadas não apenas por quem fazia o jornalismo da época como também pelos leitores, ouvintes e telespectadores. As técnicas redacionais que pregavam o distanciamento do repórter em relação à notícia e privilegiavam objetividade, imparcialidade, concisão, simplicidade e precisão começaram a ser rejeitadas, e conceitos como os de informação, periodicidade, conhecimento e universalidade, destacados acima, passaram a ser questionados.

Um dos exemplos nesse descrédito foi a cobertura da campanha presidencial de 1988, entre George Bush e Michael Dukakis (SHEPARD apud TRANQUINA, 2003). Naquele ano, foi detectado o afastamento dos votantes. Especialistas atentaram para o fato de que as matérias veiculadas na imprensa da época privilegiavam apenas a corrida presidencial, divulgando pesquisas de intenção de votos e a repercussão dos números, e deixando de se focar em informações que gerassem debates sobre questões mais relevantes do eleitorado, como campanhas de saúde, moradia, educação etc. Segundo Fallows (1997), o sentimento do povo não estava engajado em política, na vida pública ou nas discussões estampadas na imprensa. O *establishment* da mídia parecia falar *ao* povo em vez de falar *com* o povo.

Foi a partir desse cenário que jornalistas norte-americanos tomaram a iniciativa de pensar o jornalismo de uma forma diferente, que incentivasse o debate, promovesse a cidadania, chegasse mais próximo do público para ouvir suas reivindicações e resolver seus problemas. O *civic journalism* – ou jornalismo público – surge, então, como uma solução para a melhoria da credibilidade da imprensa, que estava abalada àquela época nos Estados Unidos.

Rosen (apud FILHO, 2003, p. 17-24) aponta seis causas, segundo ele, “alarmes”, que estabeleceram essa crise no jornalismo e possibilitaram o começo da prática do *civic journalism*. O primeiro alarme foi de caráter econômico, pela perda de leitores nos jornais impressos e a queda da circulação destes. O segundo está ligado à tecnologia, com o aumento do fluxo de informações para o público, que já não precisava tanto da mediação dos grandes jornais. A crise política seria a terceira causa da queda de credibilidade no jornalismo norte-americano, devido à má qualidade nas coberturas eleitorais e ausência de informações relevantes para o cotidiano dos eleitores. Rosen



destaca ainda três outras causas, voltadas para uma perspectiva mais subjetiva: insegurança da profissão, falta de inspiração dos jornalistas e ausência de capacidade de análise e interpretação de grandes questionamentos.

Uma das primeiras iniciativas para a mudança desse contexto, que viria a ser a precursora do *civic journalism*, aconteceu no jornal *The Wichita Eagle*⁴, do estado do Kansas. O editor David Merritt, tentando reverter o trabalho feito nas eleições de 1988, escreveu um artigo, de 1990, pregando o aprofundamento dos temas abordados na imprensa. Ele explicava, em detalhes, a posição dos candidatos que disputariam as eleições para o governo do Kansas, com foco no que atingiria diretamente o cotidiano das comunidades.

Em seguida, o *The Wichita Eagle* lançou dois projetos. O primeiro, *Where They Stand*, consistiu numa pesquisa com o público do jornal para saber os dez temas considerados mais relevantes pela população. O segundo, *The People Project*, incentivava a ação dos moradores da região na busca de soluções para seus problemas. A partir daí, começaram a surgir, nos Estados Unidos, diversos projetos com os mesmos formatos e objetivos. Escritores, professores de universidades e pesquisadores da comunicação passaram a se direcionar para o fenômeno de incentivo à cidadania por parte da imprensa.

Essa proliferação culminou com a fundação do Pew Center for Civic Journalism⁵, criado em 1994 pelo The Pew Charitable Trusts of Philadelphia. Essa organização tomou a iniciativa de explorar diversas formas de encorajar os cidadãos a se envolverem nas soluções de seus problemas e, hoje, reúne as mais diversas pesquisas na área. Em sequência, outros centros foram surgindo ao longo dos anos, e alguns já existentes passaram a contar com mais pesquisas focadas no *civic journalism*, por exemplo, The Poynter Institute for Media Studies⁶, todos destinados a aprofundar as bases teóricas dessa nova corrente da imprensa, com a pretensão de desenvolver projetos concretos.

Na evolução dessas pesquisas, foi-se formando o corpo teórico do *civic journalism*, que é frequentemente associado à direita norte-americana. Em primeiro lugar, o que se deve entender ao seu respeito é o objetivo de aproximar os jornais e repórteres do seu público e promover a resolução de problemas, como aponta Schaffer (2001):

4 Propriedade de The McClatchy Company, que possui 31 outros jornais, incluindo *The Kansas City Star*. É o maior jornal de Wichita, Kansas, e também da região.

5 Em www.pewcenter.org.

6 Em www.poynter.org.

O *Civic Journalism* busca ir além da cobertura de um evento, uma reunião ou uma controvérsia. Ele tenta conduzir o conhecimento, e não apenas o envolvimento das notícias. Ele trata da cobertura do consenso e do conflito, reportagens sobre sucessos e fracassos, reportagens que possam auxiliar outras comunidades a lidarem com questões difíceis. O *Civic Journalism* está tentando criar novos modelos de reportagem que possam ser mais sintonizados com os novos modelos de governo. (...) Os jornalistas cívicos buscam examinar onde os participantes da comunidade concordam sobre algum ponto, bem como onde eles discordam. Isso é novo (SHAFFER, 2001, apud FERNANDES, 2008, p. 632).

Segundo a autora, ex-diretora executiva do Pew Center for Civic Journalism, para ser *civic journalism*, a prática deve levar em conta sete objetivos principais: 1) produzir notícias de que os cidadãos precisam para se informar sobre os eventos correntes, tomar decisões cívicas e exercer suas responsabilidades na democracia; 2) criar coberturas que motivem os cidadãos a pensar e agir, não simplesmente ver ou assistir; 3) as coberturas devem disparar ações cívicas, da participação em votações ao voluntariado; 4) construir conhecimentos e engajamento; 5) construir credibilidade e conexões com a comunidade; 6) criar na comunidade a capacidade de resolver problemas e não esperar pelas soluções vindas de cima; 7) ser persistente até atingir objetivos mensuráveis e não serem engavetados em detrimento de uma novidade ou furo irrelevante.

Já Haas (2007, p. 67) enfoca as características do *civic journalism* principalmente na relação entre o produto e o público: 1) reportar os problemas de principal preocupação para os cidadãos com atenção para assuntos de política substantiva em vez de acontecimentos isolados; 2) cobrir esses acontecimentos a partir das perspectivas dos cidadãos; e 3) envolver os cidadãos em esforços para resolver os problemas. Atenção nesse caso para o quesito “resolução de problemas”, muito recorrente nesse tipo jornalístico.

Uma das caracterizações mais amplas do *civic journalism* foi elaborada por Voakes (1999, apud LATTMAN-WELTMAN, 2006b, pg. 2-4), que tentou delimitar o modelo segundo os seguintes preceitos: *dar voz ao cidadão*, permitindo uma participação mais direta do público; *articulação*, através de uma ampla e autônoma presença dos interesses do público nas pautas; *mediação*, estabelecendo a interlocução entre as comunidades e órgãos públicos; *cobrança*, exigindo o cumprimento de promessas das autoridades; *watchdog journalism*, ou seja, o jornalismo de vigilância, controle e denúncia; *livre mercado de ideias*, atrelando ideais e conceitos sociais às notícias; *entretenimento e difusão de informações*.



Quanto às temáticas desse tipo de jornalismo, Friedland e Nichols (2002, apud FERNANDES, 2008, p. 635) catalogaram as principais, elegendo da mais a menos recorrente: eleições, comunidade, governo, interatividade e, por último, miscelânea. Dentro do segundo tema, comunidade, os autores destacam diversidade, civismo, juventude, educação, desenvolvimento econômico, saúde, vida familiar, criminalidade e segurança, pobreza, meio ambiente, indústria, ética e moralidade.

Na absorção dessas enumerações, pode-se dizer que a proposta do *civic journalism* é reanimar o debate público, valendo-se da ideia de que a informação por si só não é suficiente. Para essa corrente, é necessário chamar o cidadão para a participação na intenção de que se estabeleça uma dinâmica da vida em sociedade, tendo a imprensa um papel fundamental não só como mediadora, mas como espaço de mediação.

No entanto, os objetivos e as práticas idealizadas pelo *civic journalism* carregam em si uma série de críticas de alguns teóricos discordantes do novo formato. A primeira delas converge no ponto de origem desse tipo jornalístico: a audiência. Não se pode negar que o *civic journalism* tenha a intenção de ajudar na promoção da boa convivência e na instrução do seu público; no entanto, seria ingênuo pensar que, por trás desse ideal, não existe a preocupação com uma audiência que leva ao aumento de receitas publicitárias para jornais, revistas etc.

Outra crítica é a de que o *civic journalism* não tem um conceito claramente definido, apenas uma série de objetivos e métodos. Observa-se isso nas explanações dos autores acima mencionados, que mais descrevem como implementar o *civic journalism* do que conceituam o fenômeno. Em 1997, Haas já salientava a falta de uma definição sintética para o movimento e a possibilidade de surgimento de uma série de definições errôneas. “Enquanto se avançou no debate sobre a relação entre jornalismo e democracia, sobre como os jornalistas devem ter em mente seu público e que papel devem ter na vida pública, esses argumentos não contribuem por si só para a construção de uma coerente filosofia ou uma teoria pública” (HAAS, 2007, p.67, tradução do autor).

Haas (2007) também destaca que os que fazem *civic journalism* acabam ignorando os limites da mídia comercial e a dificuldade de viabilizar economicamente seus objetivos, visto que os proprietários de jornais e os anunciantes visam cada vez mais ao lucro. Existe, nesse caso, uma grande dificuldade em instaurar mudanças, sem que exista o choque com os interesses comerciais da empresa jornalística.



É válido ressaltar que o *civic journalism* é um assunto com vasta procura nos sites de busca da Internet e com centenas de páginas especializadas. Como jornalismo, é uma invenção essencialmente norte-americana, mas tem sido replicado em outros países. No Brasil, por exemplo, não houve uma adesão estrita ao formato, assim como não houve rejeição. O que se observa é a aglutinação dele com outros formatos já existentes do país.

Algumas características do *civic journalism* sempre existiram no jornalismo brasileiro. No entanto, a partir de uma delimitação teórica dos diversos conceitos acima mencionados, pode-se perceber há uma tendência de assimilação de alguns pontos de destaque. Esse é o caso do CETV e do *Meu Bairro na TV*, estendendo-se à nova linha de abordagem implementada no jornalismo local da TV Globo, que, a partir de uma análise ainda superficial, parecer ter incorporado muitas das características do modelo norte-americano. Com este artigo, propõe-se extrapolar os limites do superficial e aprofundar a investigação acerca da presença do *civic journalism* no telejornal em questão. Quais das características desse tipo de jornalismo o CETV se utiliza?

3. *Meu Bairro na TV*

O *Meu Bairro na TV* foi inspirado em quadros similares dos informativos RJTV, do Rio de Janeiro, e SPTV, de São Paulo, através de uma iniciativa da chefia de jornalismo da Rede Globo e do diretor de jornalismo da TV Verdes Mares, Marcos Gomide, que almejava projetar um jornal que chegasse mais próximo às comunidades. A intenção era acompanhar o crescimento desse viés aparentemente comunitário dos telejornais regionais da emissora e entrar no ritmo da concorrência. Segundo o chefe de redação do CETV, Paulo Nóbrega, o novo jornal se diferencia do Jornal do Meio Dia, seu antecessor, pelo seu objetivo principal, que seria

Ficar mais próximo do telespectador. A concorrência é muito forte, a concorrência não só das outras emissoras, onde há outros colegas competentes também trabalhando com esse mesmo intuito, mas também a concorrência da internet, de outros canais, de clipes musicais. Enfim, hoje é difícil você, ao meio dia, quando começa o nosso Praça 1 [CETV – 1ª Edição], as pessoas não estarem sabendo de boa parte dos acontecimentos, porque, na madrugada, as coisas já vão rolando e todo mundo já vai sabendo. A nossa intenção é nos aproximar cada vez mais do telespectador, fazer um jornal criativo, que desperte seu interesse, que atenda aos seus anseios, que seja útil, que tenha utilidade, que represente a população, que represente



parte da comunidade. Esse é o nosso desafio diário (Entrevista com Paulo Nóbrega, chefe de redação do CETV – 1ª Edição).

Na última edição do *Jornal do Meio Dia*, no dia 27 de fevereiro de 2009, a produção do informativo fez um especial, preparando o telespectador para o que viria a ser o CETV (1ª Edição), que estrearia no dia 02 de março de 2009⁷. A apresentadora Danielly Portela entrevistou, ao vivo, quem fazia a produção do jornal para saber o que o informativo teria de novidade. No anúncio das atividades do CETV, Paulo Nóbrega, chefe de redação do jornal, disse que “o mais importante de tudo é que o jornal [*CETV – 1ª Edição*] traga informação e cada vez com mais presença dentro da comunidade”⁸, destacando assim uma aparência de comunitarismo no jornal.

As formas com que essa proximidade com a população seriam efetivadas foram explicitadas em entrevista com quem à época era o editor-chefe do CETV (1ª Edição), Valciney Freire: “além do contato direto com a comunidade, a gente não pode deixar de mostrar a questão da saúde. A gente vai dar dicas à população de como se cuidar”⁹.

Essa perspectiva de aproximação com o público foi iniciada pela Rede Globo em 1998, com a criação dos jornalísticos RJTV e SPTV. Os jornais passaram a fazer reportagens e notícias com uma linguagem mais acessível, que desse conta do universo cotidiano do telespectador. No Ceará, o *Jornal do Meio Dia* já incorporava algumas dessas características, mas de forma aleatória, sem uma direção ou projeto bem constituídos.

O CETV veio para mudar esse cenário, adequando-se a certos padrões instituídos pela Rede Globo, como a presença de dois apresentadores, a implementação de uma linguagem mais acessível, novos cenários, vinhetas e novo nome (Sigla do estado + TV). Com essas mudanças, o jornal, exibido ao meio-dia, de segunda-feira a sábado, foi formando seu público, que hoje se conserva, principalmente, nas classes C, D e E¹⁰.

Além de incorporar as políticas de padronização, o CETV, assim como informativos de outras afiliadas, complexificou e aprofundou o significado de

⁷ Esta última edição do *Jornal do Meio Dia* está disponível no YouTube, através do endereço <http://www.youtube.com/watch?v=TLXrzqyPmJs>.

⁸ *Ibidem*.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), com base no Critério de Classificação Econômica Brasil, que tenta estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, as classes C1 e C2 possuem renda familiar de R\$ 962,00 e R\$ 1.459,00, respectivamente. Já a classe D, renda equivalente a R\$ 680,00, e a classe E, R\$ 415,00.



aproximação com o público através do *Meu Bairro na TV*, que se propõe a visitar os bairros de Fortaleza e Região Metropolitana e expor os problemas dos moradores na tentativa de resolvê-los, além de informar sobre a cultura e convivência da comunidade.

O quadro é exibido duas vezes na semana e tem sua estrutura iniciada, em cada dia, com uma breve apresentação do bairro em destaque, através de imagens do mapa de Fortaleza, com a localização, extensão e número de moradores. Como o *Meu Bairro na TV* existe desde 2009, a equipe do jornal conseguiu passar por todos os bairros da capital cearense, entrando mais atualmente numa fase de retorno aos bairros já visitados para averiguar se as reclamações feitas anteriormente foram atendidas.

Após a apresentação inicial, o apresentador *in loco* apresenta uma retrospectiva do que foi visto em 2009, durante as primeiras visitas a cada bairro, com as reclamações feitas pelos moradores e as soluções e prazos estipulados pelos órgãos públicos para a solução desses problemas na época. Na edição do Cais do Porto, de 14 de março de 2011, por exemplo, são resgatadas as imagens de moradores reclamando da falta de saneamento, sujeira nas ruas e ausência de áreas de lazer.

Seguindo a estrutura padrão, após essa retrospectiva, é mostrada uma matéria com a situação atual do bairro, ressaltando se os problemas persistem ou se houve alguma melhoria. Um repórter vai averiguar quais soluções foram encontradas para as precariedades apontadas em 2009.

Ainda tomando o caso do Cais do Porto como exemplo, Esteves chama a matéria da jornalista Juliana Lobo: “E olha: não foi nada animadora essa nossa volta. Praticamente, todos os problemas ainda continuam e alguns até pioraram. É o que a gente vai ver agora”. Na reportagem, a jornalista diz constatar que não houve melhoria. Ela entrelaça o texto com personagens. Mostra o garoto Ariel Reinaldo, de oito anos, que contraiu frieira jogando futebol no bairro, remetendo isso à falta de limpeza e saneamento da área; entrevista Maria Ferreira Dias, presidente da Associação de Moradores do Serviluz, que destaca que já convive há doze anos com o problema; e mostra ainda que alunos do bairro deixaram de ter aula por causa do esgoto mal tratado.

Sempre depois dessa primeira reportagem, a apresentadora Danielly Portela entrevista, ao vivo, uma das autoridades responsáveis pela área, geralmente um secretário do município, que não mais fica no bairro junto a Luiz Esteves, como acontecia em 2009, e, sim, nas proximidades do pátio da TV Verdes Mares, falando diretamente de um púlpito. Portela informa a autoridade acerca das reclamações e pergunta sobre prazos e soluções para os problemas persistentes.



Na edição de 14 de março de 2011, por exemplo, quando o bairro em destaque era Conjunto Ceará, foi entrevistado o secretário de Regional V¹¹, responsável pela área, Aécio Araújo. Ao vivo, Danielly Portela perguntou sobre uma possível reforma futura na praça principal do bairro e sobre os buracos nas ruas e pediu prazos para a resolução dos problemas.

O secretário informou os prazos possíveis, e Portela repassou para Luiz Esteves, que, então, apresentou uma novidade do novo formato do *Meu Bairro na TV*: um calendário para marcar os prazos e servir de parâmetro para o próximo retorno da equipe do CETV ao bairro, possibilitando que o jornal possa, no futuro, fazer a cobrança do que foi prometido. Normalmente, a data é marcada, ao vivo, por algum dos moradores situados nos arredores da equipe que está no local.

A estrutura do quadro segue com outra reportagem que exhibe reclamações dos moradores e, mais uma vez, abre espaço para uma entrevista com a autoridade responsável pela administração do local, podendo ser uma pessoa diferente daquela que já foi entrevistada ao vivo, sendo formada basicamente com indagações a respeito de soluções e prazos.

Na sequência, Esteves chama mais um novo artifício para o formato do *Meu Bairro na TV*: a presença de um púlpito para que os moradores façam suas reclamações, ao vivo, durante o jornal. É feita uma fila de espera, na qual cada morador tem seu tempo para reclamar. Depois, a reclamação é repassada à autoridade que foi entrevistada anteriormente para que esta possa dar sua resposta. O jornal faz, nesse caso, o papel de interlocutor entre quem emite e quem recebe a reclamação.

No caso da edição de 2011 do Conjunto Ceará, por exemplo, um dos moradores reclama que uma das praças ditas como reformadas pelo secretário durante a primeira entrevista só havia passado por uma “capinação da grama” e não por uma revitalização completa. O secretário responde, ressaltando que houve revitalização sim, com reforma dos pisos, alambrados da quadra e infraestrutura de acessibilidade.

Por último, para finalizar a estrutura, é apresentada a última das três reportagens do quadro: o ponto positivo do bairro, um artifício que se manteve desde 2009.

Sendo assim, a estrutura do primeiro ano do *Meu Bairro na TV*, formada por três reportagens – matéria “perfil”, “bronca” e “valor do bairro” – e uma entrevista, foi

¹¹ Em Fortaleza, a Regional V abrange os seguintes bairros: Conjunto Ceará, Siqueira, Mondubim, Conjunto José Walter, Granja Lisboa, Granja Portugal, Bom Jardim, Genibaú, Canindezinho, Vila Manoel Sátiro, Parque São José, Parque Santa Rosa, Maraponga, Jardim Cearense, Conjunto Esperança, Presidente Vargas, Planalto Ayrton Senna e Novo Mondubim.



convertida para outras três reportagens, mas com maior foco nas reclamações e na interlocução entre os moradores e o poder público: “bronca 1”, “bronca 2” e “valor do bairro”, ressaltando, também, a presença da retrospectiva, das entrevistas com o poder público, do calendário simbólico e do púlpito para os moradores reclamarem¹².

A partir da análise do formato do quadro, o próximo ponto será identificar como o *Meu Bairro na TV* se constrói enquanto proposta jornalística. Qual seria sua linha de abordagem? Este trabalho resgatará, a partir daqui, o referencial de *civic journalism* para identificar semelhanças e em que exatamente consiste o tipo de jornalismo praticado pelo CETV, através do *Meu Bairro da TV*.

4. O *civic journalism* no *Meu Bairro na TV*

Entre as caracterizações mais amplas do *civic journalism*, está a elaborada por Voakes (1999, apud LATTMAN-WELTMAN, 2006b, pg. 2-4), que tentou delimitar o modelo segundo os seguintes preceitos: *dar voz ao cidadão*, permitindo uma participação mais direta do público; *articulação*, através de uma ampla e autônoma presença dos interesses do público nas pautas; *mediação*, estabelecendo a interlocução entre as comunidades e órgãos públicos; *cobrança*, exigindo o cumprimento de promessas das autoridades; *watchdog journalism*, ou seja, o jornalismo de vigilância, controle e denúncia; *livre mercado de ideias*, atrelando ideais e conceitos sociais às notícias; *entretenimento e difusão de informações*. Quais desses pontos estariam presentes no CETV e no *Meu Bairro na TV*?

4.1. *Dar voz ao cidadão / articulação*

Segundo o chefe de redação Paulo Nóbrega, o público do telejornal pode participar e ter voz dentro do jornal através do contato pelo *call center* da emissora ou pelo “Fale Conosco”, na página virtual.

¹² A análise dessa pesquisa engloba apenas as quatro primeiras edições do CETV (1ª Edição) que continham o *Meu Bairro na TV* de março de 2009 e as quatro primeiras edições que o continham em março de 2011. Durante entrevistas com os funcionários da TV Verdes Mares, estes apresentaram três mudanças principais nessa estrutura elaborada acima, mas que não estão dentro do material empírico desta monografia por terem sido incorporados após o início da pesquisa: 1) não é mais Luiz Esteves que apresenta o bairro *in loco*, mas, sim, um repórter do CETV; 2) o quadro foi reduzido para apenas dois dias na semana, um dedicado a Fortaleza e outro à Região Metropolitana; e 3) os telespectadores agora participam de uma votação para escolher o bairro da semana seguinte. Vale ressaltar que essas alterações não afetam a análise, os objetivos e a conclusão desta monografia, pois o estudo tem foco na construção do *Meu Bairro na TV* e de sua ideia do início do projeto e dois anos depois.



As pessoas podem entrar em contato com a nossa redação através do nosso telefone, através do nosso call center. Todo dia a gente recebe inúmeras chamadas já com a descrição de todas as ligações que foram feitas, com telefones de contato, com problemas mencionados, em que gente faz uma seleção, entra em contato com as pessoas, e faz uma seleção dos problemas que a gente acredita que rendem matéria. E também através do “Fale Conosco” na nossa página da Internet, que a gente instituiu e também é de grande valia. Todo dia, a gente recebe inúmeros e-mails com pedidos de matérias (Entrevista com Paulo Nóbrega, chefe de redação do CETV – 1ª Edição).

Assim, os moradores dos bairros podem enviar sugestões de pautas e reclamações, que são selecionadas por um profissional. Com isso, vale ressaltar que o recorte de matérias e assuntos tratados em cada edição é elaborado apenas por aqueles que têm a iniciativa de entrar em contato ou pelos que acompanham o jornal diariamente. Como destacou Paulo Nóbrega, a seleção do que é apresentado no *Meu Bairro na TV* é feita pelo próprio jornal, baseado nos problemas que a equipe “acredita que rendem matéria”.

Essa proposta se configura como uma “articulação”, adequada aos moldes do jornalismo público, que visa

permitir ao público uma participação mais direta e de maior peso na formação das pautas jornalísticas, de modo a garantir uma cobertura mais condizente com suas preocupações imediatas e prioridades, além de permitir a manifestação das próprias visões que o público, ou seus membros, possuiriam da realidade social imediata e de seus problemas cotidianos mais urgentes (LATTMAN-WELTMAN, 2006b, Pg. 2-3).

4.2. Mediação

O jornal se coloca como mediador entre o poder público e a população, servindo de ponte para a efetivação do diálogo entre as partes. O morador do bairro passa sua reclamação para os apresentadores e para a produção, e estes, por sua vez, passam para a autoridade responsável, que dá sua resposta, seguindo então para o CETV e, por último, o morador novamente.

Segundo Lattman-Weltman (2006), a mediar no *civic journalism* é

efetivar o diálogo equilibrado entre os cidadãos comuns (...) e os representantes das principais instituições (...), responsáveis pelo atendimento dos interesses maiores dos primeiros: ou seja, prestadores de serviços públicos ou privados, mandatários e autoridades em geral (LATTMAN-WELTMAN, 2006b, p.3).



No *Meu Bairro na TV*, isso se torna mais explícito nas matérias de “bronca”, sempre sucedidas por uma entrevista com uma autoridade pública, e, mais ainda, com a incorporação de um púlpito de reclamações no bairro, no qual os moradores podem reivindicar melhorias. Tudo é repassado à autoridade responsável, abrindo espaço para outra característica do jornalismo público: a cobrança.

4.3. *Cobrança/ watchdog journalism*

No CETV, após a entrevista com a autoridade, parte do trabalho de mediação, os apresentadores sempre pedem prazos para a solução dos problemas enfrentados. No começo do *Meu Bairro na TV*, em 2009, os prazos eram dados e repassados aos moradores sem qualquer estruturação.

Com a presença do calendário, em 2011, a característica de cobrança ganhou mais notoriedade, ressaltando o caráter “cão-de-guarda” desse tipo jornalístico. O calendário é um símbolo de promessa, um contrato feito entre os moradores dos bairros e o poder público, mediado pelo CETV. Ao mesmo tempo, o jornal se compromete a voltar ao bairro na data marcada para averiguar, vigiar, fiscalizar se as reivindicações foram atendidas ou não.

5. Conclusão

A partir da análise do quadro *Meu Bairro na TV*, do CETV (1ª Edição), informativo da TV Verdes Mares, emissora afiliada à Rede Globo, pode-se perceber a presença de um tipo de jornalismo mais voltado para o serviço ao público, de tentativa de defesa dos interesses da população. Esse novo modelo, formulado a partir de uma política de padronização do telejornalismo local da emissora, possui referências diretas ao modelo do *civic journalism*, surgido na década de 1980 nos Estados Unidos, e isso se mostra mais evidente a partir da criação do quadro *Meu Bairro na TV*.

Ao se colocar como um porta-voz do povo, o jornal adquire as feições de “dar voz ao cidadão”, “articulação”, “cobrança” e “mediação”, que são algumas das características apontadas por autores defensores do *civic journalism*. Portanto, como fator conclusivo do presente trabalho, é possível afirmar que, ainda que de maneira inconsciente ou não-intencional, o jornalismo da TV Verdes Mares segue, de forma clara, o modo de produção estabelecido pelo *civic journalism*, caracterizando-se, assim, como mais um caso de importação desse modelo para o Brasil.



Portanto, o jornalismo praticado pelo *Meu Bairro na TV* se coloca como um defensor dos direitos dos cidadãos. É uma prática vigilante, um jornalismo “cão de guarda”, que expõe os problemas e cobra soluções, sempre num tom de denúncia e desaprovação do poder público. No entanto, ao mesmo tempo em que potencializa a voz dos espectadores, colocando-os em púlpitos para, ao vivo, apresentarem suas reivindicações, ou entrevistando-os e destinando um espaço apenas para os problemas de determinado local, é necessário ressaltar que essa prática pode apresentar consequências não apenas positivas.

Numa mediação entre o povo e o poder público, o jornal não garante ao telespectador a possibilidade de exercer sua cidadania de fato, pois se coloca exatamente no meio do processo, como um mensageiro entre as partes. O cidadão não é instruído a fazer a reclamação por si só, diretamente com a instância administrativa responsável pelo bairro, mas incentivado a entrar em contato com a redação da TV Verdes Mares para que, só então, o CETV possa, de uma vez por todas, potencializar sua voz e mostrar os problemas a toda a população.

Nesse âmbito, muitos telespectadores acabam fazendo sua reclamação ao meio de comunicação antes de expô-la ao órgão competente, o que denota uma distorção da finalidade da prestação de serviços. Em vez de ensinar como se resolve o problema, o jornal apenas o soluciona. Muitas vezes, a preocupação não é de melhorar as condições de vida de seus receptores, orientar sobre como proceder em determinadas situações, ou dar voz ao povo oprimido pela miséria e pela injustiça. Nessa busca de apenas resolver um problema emergencial, existe outra: a conquista de credibilidade, como explicita Rangel (1986) ao abordar os limites e as consequências de um jornalismo de serviço:

O leitor reclama do buraco na rua que nunca é fechado, esbraveja conta a falta de atenção de um funcionário do Inamps, reivindica o pagamento atrasado da aposentadoria, quer mais “catchup” no sanduíche do McDonald’s. A publicação transforma uma pequena causa em uma questão importante. Amplia e multiplica a voz que se queixa, pressiona o órgão público e a iniciativa privada a revolverem a pendência, encaminha a solução para o reclamante. Ele se sente mais forte como cidadão e respeitado pelo jornal que elegeu para si (RANGEL, 1986, p. 92).

Essa busca pela audiência e credibilidade está evidente também na própria escolha do *civic journalism* no formato do telejornal. É válido retomar que esse modelo de jornalismo surgiu nos Estados Unidos com a proposta de reerguer a confiança da população na imprensa, que, entre outras intenções, tinha o objetivo de aumentar a



tiragem dos jornais e, assim, as próprias vendas dos exemplares a partir de uma política de aproximação com o público. O modelo, aplicado ao CE TV, adquire o mesmo sentido.

Os exemplos de Rangel (1986) apontam para um aumento da confiança do telespectador no jornal concomitantemente ao declínio desta no âmbito do poder público. Não cabe a esta pesquisa um aprofundamento ou certificação nessa confiança específica, visto que seria necessária uma análise do ponto de vista das comunidades que são elencadas pelo CE TV e não apenas um estudo sobre o conteúdo da produção e do produto do *Meu Bairro na TV*. Mas, em relação a esse conteúdo, pode-se constatar que a linha do telejornal, baseada no *civic journalism*, apesar de ajudar o público na tomada de decisões e resolução de questões do cotidiano, pode, por esses mesmos motivos, ser um problema.

Referências Bibliográficas

FALLOWS, James. **Detonando a notícia: como a mídia corrói a democracia americana**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

FERNANDES, Márcio Ronaldo Santos. **Civic Journalism no Brasil: a construção de um plano de referência para um Jornalismo Público**. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 5., 2007. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), Braga. Anais... Braga, 2008, p. 626-641. Disponível em: <http://193.137.91.100/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/58/59>. Acesso em: out., 2011.

FILHO, Paulo C. da Costa. **Jornalismo Público: Por uma nova relação com os públicos**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2003. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbntb25vZ3JhZmlhMjAwMmF8Z3g6NjBiNWM3M2Q1NzAyNzY1MQ>. Acesso em: out. 2011.

HAAS, Tanni. **The Pursuit of Public Journalism. Theory, Practice and Criticism**, London, New York, Routledge, 2007.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. **Cidadania e audiência no telejornalismo comunitário da Rede Globo**. In: I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, 2006, Salvador. Compolítica. Salvador, 2006b.

LOOMIS, D. O.. A tale of two cities: Do smalltown dailies practice public journalism without knowing it?, **Asia Pacific Media Educator**, 9, 2000, 132-147. Disponível em: <http://ro.uow.edu.au/apme/vol1/iss9/10/>, acesso em: out, 2011.

RANGEL, Renata. **Mais “catchup” para o leitor**. In: SEMINÁRIO DE JORNALISMO. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1986. p. 91-96.

TRAQUINA, Nelson. Jornalismo cívico: reforma ou revolução? In: TRAQUINA, Nelson & MESQUITA, Mário (Orgs.). **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.