

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

**COMUNICAÇÃO LOCAL NOS
JORNAIS DE BAIRRO DE “O GLOBO”**

Dissertação de Mestrado

Ana Lúcia Alexandre Borges

Rio de Janeiro

2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

**COMUNICAÇÃO LOCAL NOS
JORNAIS DE BAIRRO DE “O GLOBO”**

Ana Lúcia Alexandre Borges

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito
parcial para obtenção do título de Mestre em
Comunicação Social

Orientadora:

Profa. Dra. Raquel Paiva de A. Soares

Rio de Janeiro

2004

TERMO DE APROVAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a Dissertação **Comunicação local nos Jornais de Bairro de “O GLOBO”**, elaborada por Ana Lúcia Alexandre Borges, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação Social.

Comissão Examinadora:

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

Prof. Dr. Mohammed El Hajji
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. João Luís de Araújo Maia
Doutor em Sociologia pela Université de Paris V
Departamento de Comunicação – UERJ

FICHA CATALOGRÁFICA

BORGES, Ana Lúcia Alexandre

Comunicação local nos Jornais de Bairro de O GLOBO / Ana Lúcia Alexandre Borges. Rio de Janeiro, 2005.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares

BORGES, Ana Lúcia Alexandre. **Comunicação nos Jornais de Bairro de O GLOBO**.
Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Dissertação de
Mestrado (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura).

RESUMO

Este trabalho mostra como os jornais locais de O GLOBO, batizados de Jornais de Bairro – em particular o GLOBO-Zona Sul, escolhido como objeto de estudos – relacionam-se com seu grupo de leitores, cujo universo é restrito a bairros específicos do Rio de Janeiro. Procura-se entender a intervenção destes jornais na realidade das comunidades e na rotina de oferta de serviços públicos nestes bairros. A meta é apresentar a produção de sentidos decorrente da relação entre estes jornais e o público local, que é formado por seus leitores e receptores. Para tanto, a pesquisa se debruça sobre a apresentação do produto GLOBO-Zona Sul e a análise de seus efeitos sobre a comunidade que retrata; a sua intervenção, ainda que indireta, nas ações do poder público; a produção de estereótipos como a figura do “outro”, que povoam seu enunciado; e a construção de um imaginário local para os leitores da região a que estes jornais se dirigem, por meio da narrativa jornalística.

BORGES, Ana Lúcia Alexandre. **Comunicação nos Jornais de Bairro de O GLOBO**. Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Dissertação de Mestrado (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura).

ABSTRACT

This study shows how O GLOBO local newspapers, called Jornais de Bairro – particularly O GLOBO-Zona Sul, chosen to be the object of this study – are related to their readers, whose universe is restricted to specific neighborhoods of Rio de Janeiro. It also intends to understand the intervention of these newspapers in the reality of the communities and in the offer of public services in these neighborhoods. The aim is to present the consequences of the relationship between these newspapers and the local public, which is composed by the readers. Thus, the research is dedicated to describe O GLOBO-Zona Sul and analyse its effects on the community it is related to; its intervention on the actions of the government; the production of stereotypes of the “other”; and the construction of a local imaginary for the readers of the region this newspaper is dedicated to, through the journalistic narrative.

À minha família, pelos risos de sempre, pela força de todas as horas, pelas palavras iluminadas. Meu alicerce, meu amor, meu orgulho, a base de tudo o que sou e tenho. Meu presente e meu tesouro.

Aos amigos queridos da vida e do jornal, aos primos e aos não-primos, por entenderem quando não pude estar em aniversários, chopinhos e entregas de presentes de amigo-oculto. Por saberem que minha ausência foi por uma boa – e linda – causa. E por me estimularem a seguir em frente. Amo todos.

À minha orientadora Raquel Paiva, pela ajuda, pela paciência e pelo estímulo de sempre;

À Carla Lencastre e à Nivia Carvalho, pelo apoio para que eu conseguisse assistir às aulas, dividindo meu tempo com o jornal; e aos editores e aos demais entrevistados que me concederam dados sem os quais esta dissertação não seria possível;

Às queridas mestres Sanny, Simone e Daniela (agora doutoranda), pelas dicas;

Ao amigo (e também mestrando) Leo, pela leitura e pela troca de idéias;

Às vizinhas Dani, Marcela e Sônia, por me ajudarem quando o computador não quis ajudar;

Aos amados William e Fernanda. Ao primeiro, pelas valiosas sugestões e pelos CDs que me inspiraram enquanto escrevia (“E ninguém dirá... que é tarde demais... que é tão diferente assim...”). E à segunda, pela entrevista tão rica.

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	6
INTRODUÇÃO	11
1. JORNALISMO CÍVICO, JORNALISMO LOCAL, JORNALISMO COMUNITÁRIO: QUAL O PERFIL DOS JORNAIS DE BAIRRO DE O GLOBO?	17
1.1 Qual a origem dos Jornais de Bairro de O GLOBO?	17
1.2 Jornalismo comunitário	19
1.3 Jornalismo cívico ou público	24
1.4 Jornalismo local (regional)	27
1.5 E que tipo de jornalismo se pratica no GLOBO-Zona Sul?	29
1.5.1 O GLOBO-Zona Sul em comparação a jornais locais comunitários	38
2. A ESTRUTURA DOS JORNAIS DE BAIRRO DE O GLOBO	48
2.1 As seções que compõem atualmente Jornais de Bairro: de serviços a entretenimento	51
2.2 A relação entre espaço editorial e publicidade atualmente nos Jornais de Bairro	53
2.3 O perfil do leitor segundo pesquisas	57
2.4 O novo projeto editorial do GLOBO-Zona Sul: uma proposta inovadora	58
3. A REPRESENTATIVIDADE DAS COMUNIDADES NO ENUNCIADO JORNALÍSTICO LOCAL DO GLOBO-ZONA SUL	62
3.1 Que comunidades são essas, afinal?	62

3.2 A criação de um espaço social regional pelo GLOBO-Zona Sul: o espaço urbano como cenário de embates, diálogos e mediações	73
4. A NARRATIVA E O DISCURSO JORNALÍSTICO NUM JORNAL LOCAL SEMANAL	85
4.1 Uma análise de discursos no GLOBO-Zona Sul	86
4.1.1 Estrutura	88
4.1.2 Marcas enunciativas	89
4.2 A construção do “outro” na narrativa jornalística dos Jornais de Bairro	94
5. O GLOBO-ZONA SUL COMO INFLUÊNCIA NAS AÇÕES DO PODER PÚBLICO	101
5.1 Mídia, poder público e cidadania	101
5.2 Interferência na realidade (ainda que indireta)	104
CONSIDERAÇÕES FINAIS: DEPOIS DE SER DADO O PRIMEIRO PASSO...	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114
ANEXOS	120

Introdução

Muito se fala, no meio acadêmico, de *comunicação comunitária* e da situação em que o *local* se encontra atualmente, lutando a ferro e fogo para se conservar diante da hegemonia do *global* no mundo contemporâneo – sim, aqui vou qualificar a atualidade como Contemporaneidade, sem entrar no mérito de se vivemos na Pós-Modernidade, ou numa Baixa Modernidade: isso já seria tema para um outro trabalho... Mas o fato é que as questões comunitárias e locais já vêm sendo muito debatidas. Porém, ainda há um nicho a ser explorado e estudado: o dos jornais regionais vistos como produtos rentáveis e importante para a sustentação de um conglomerado comunicacional. Quando me propus a mergulhar no Mestrado em Comunicação, a primeira idéia que veio à cabeça era de que, ao retornar à Universidade, deveria buscar um estudo que me desse prazer e, após concluído, me rendesse novos frutos – seguisse eu a vida acadêmica ou continuasse no jornal. Depois de três anos atuando no mercado jornalístico, e de dois fora das salas de aula, decidi-me, então, por apostar num trabalho que tivesse um tema estimulante, que me incentivasse a mergulhar no assunto e a me aprofundar na pesquisa. E aliar teoria e prática foi o caminho que resolvi trilhar para (re)encontrar, no mestrado, o estudo apaixonante que tanto buscava. E a meta, nesta dissertação, é abrir espaço para o estudo de um setor muito específico da Comunicação local: o dos jornais regionais semanais produzidos no seio de uma grande empresa, como é o jornal O GLOBO, organização que tem interesses mercadológicos e visa ao lucro.

A necessidade de aprofundar meu conhecimento neste setor nasceu justamente de minha experiência de três anos como repórter dos Jornais de Bairro de O GLOBO – a maior parte deste tempo atuei no caderno GLOBO-Zona Sul, tendo passado ainda pelo GLOBO-Zona Norte e pelo GLOBO-Barra. A proposta desta dissertação é a tentativa de levar para a academia um pouco desse jornalismo que se faz no dia-a-dia das ruas e das redações, criando uma aliança entre estas duas esferas: a teoria e a prática da Comunicação. É um esforço para fazer uma pausa no cotidiano atribulado da vida de repórter, entre mil reuniões de pauta, entrevistas e fechamentos, para refletir sobre a natureza de minha atividade e a responsabilidade da função do jornalista na construção de um microuniverso, do qual somente participam o próprio repórter, sua equipe e os leitores que tiverem acesso a suas matérias. O jornal intervém, sim, na realidade, e é interessante notar que, no cotidiano das

redações, muitos dos repórteres não têm consciência disso. Batem suas matérias, esperam que o editor as aprove, que o redator as releia para corrigir eventuais falhas, fecham seu computador e vão embora para casa. Pensam que seu trabalho e sua responsabilidade se encerraram ali, quando a matéria está pronta. Esquecem-se de que 75 mil leitores (é este o número de exemplares do caderno GLOBO-Zona Sul que circula semanalmente, por exemplo) terão acesso àquelas informações. Desvincula o ato de fazer uma reportagem do ato de formar opinião, não liga uma coisa à outra. Muitas vezes, a atividade jornalística está tão burocratizada no dia-a-dia, ou esse mesmo dia-a-dia é tão corrido e cheio de tarefas, que se perde esse senso de responsabilidade social. Como diz Norman Fairclough, “não se deve pressupor que as pessoas têm consciência das dimensões ideológicas de sua própria prática. As ideologias construídas nas convenções podem ser mais ou menos naturalizadas e automatizadas”¹. Essa naturalização tornaria difícil perceber a repercussão das práticas jornalísticas na vida pública. Mas nossa influência – de comunicadores e formadores de opinião – sobre o público vai muito longe.

Numa visão simplificada, este trabalho consiste, pode-se dizer, num tripé: apresentar o produto “Jornais de Bairro” de O GLOBO; entender sua relação com a comunidade a que se dirige (o que inclui a criação de um espaço simbólico local para os leitores, a partir do enunciado jornalístico); e verificar como estes veículos têm a capacidade de interferir nas ações do poder público. Para melhor executar estas tarefas, primeiramente, foi necessário fechar ainda mais o campo de estudo. Por isso, selecionei o GLOBO-Zona Sul como o principal objeto sobre o qual esta dissertação se debruça. A escolha do GLOBO-Zona Sul justifica-se porque este é o caderno de maior tiragem dos Jornais de Bairro, é a menina-dos-olhos da editoria: é para esta região, considerada o “coração” do Rio – e que concentra a maior parcela das classes A e B da cidade – que se voltam as atenções da opinião pública. Assumidamente, o GLOBO-Zona Sul tornou-se o principal produto dos Jornais de Bairro. E, ao longo da pesquisa para a realização desta dissertação, essa assertiva foi reforçada com uma novidade: o caderno será o piloto para uma mudança no projeto gráfico dos cadernos regionais de O GLOBO. De formato tablóide, passará a ser revista, com mais páginas coloridas, *design* mais leve, maior

¹ Sobre a relação entre discurso e ideologia, cf. FAIRCLOUGH, N. pp 116-131. O autor apresenta um interessantíssima análise de como o discurso, carregado de ideologias, é capaz de transformar a realidade social.

interatividade com o leitor. Trata-se de uma aposta alta da empresa na regionalização: é o reconhecimento de que no jornalismo local está a chave para uma aproximação mais efetiva do leitor.

Para cumprir o primeiro de nossos três objetivos para este trabalho, a apresentação dos Jornais de Bairro, lancei mão de duas estratégias: fui a campo recolher dados por meio de entrevistas e procurei embasamento teórico que ajudasse a compreender melhor o que há por trás do jornalismo local. Nas entrevistas, recorri à gerente de produto de O GLOBO, Cláudia Sarmiento; ao editor dos Jornais de Bairro, Mario Toledo; à repórter Fernanda Pontes, que há cinco anos atua nos Jornais de Bairro; e à presidente da Associação de Moradores e Amigos de Botafogo (Amab), Regina Chiaradia (associação que foi escolhida para simbolizar nesta dissertação as associações de bairro justamente por ser muito atuante junto à imprensa e ao poder público, tendo grande representatividade na Zona Sul). A esta parte, são dedicados os dois primeiros capítulos da dissertação. No primeiro, “Jornalismo cívico, jornalismo local, jornalismo comunitário: qual o perfil dos Jornais de Bairro de O GLOBO?”, a intenção é narrar a origem dos cadernos regionais de O GLOBO; situá-los teoricamente (isto é, ver se melhor se encaixam nos conceitos de jornalismo local, cívico ou comunitário); e comparar o GLOBO-Zona Sul a pequenos jornais locais que circulam na cidade, para ver pontos de convergência e de diferença entre eles. Servem de amparo teórico trabalhos de pesquisadores como Raquel Paiva e Ciro Marcondes Filho, tratando de comunicação comunitária; Cicilia Maria Krohling Peruzzo, abordando questões relacionadas ao jornalismo regional; e teóricos da escola do jornalismo cívico dos Estados Unidos que discorrem sobre o tema.

No segundo capítulo, “A estrutura dos Jornais de Bairro de O GLOBO”, nossa proposta é mergulhar nos cadernos – especialmente O GLOBO-Zona Sul, é claro – apresentando as seções em que se dividem e abordando questões como o esforço constante para manter o equilíbrio entre o espaço destinado às notícias e o dedicado à publicidade (uma peleja comum em jornais locais). Neste mesmo capítulo, é apresentado o perfil dos leitores do GLOBO-Zona Sul, para que possamos entender o que esse público espera do jornal. Mostra-se, ainda, o novo projeto gráfico do caderno, que estréia em março de 2005.

A relação entre o jornal e seu público é estudada no terceiro capítulo. É nele que, finalmente, conheceremos de maneira mais aprofundada este grupo de leitores. Para isso,

passaremos, antes, pelo conceito de *comunidade*. Sob este aspecto, de início destaca-se Ferdinand Tönnies, que ajudou a disseminar o termo ao contrastá-lo com o conceito de sociedade no século XIX, afirmando que na comunidade os indivíduos permanecem juntos apesar de todos os fatores capazes de separá-los, unidos por uma espécie de amálgama social; ao passo que na sociedade prevalece a vontade individual, apesar de toda a pressão para que os indivíduos permaneçam unidos.² Depois, passamos pela comunidade unida em torno da manutenção da segurança na atualidade, visão defendida por Zygmunt Bauman, segundo quem a comunidade que os indivíduos almejam no mundo contemporâneo seria um “ambiente seguro, sem ladrões e à prova de intrusos”³, em que imperaria a mesmice entre seus integrantes. Contribui ainda para situar o conceito de comunidade o trabalho de Raquel Paiva no livro “O espírito comum”. Além disso, aprofundamos, nesta seção, a idéia de que o jornal é visto pela população como um parceiro para todas as horas: o *herói* a quem se pode recorrer quando o Estado tapa seus ouvidos para as reclamações do povo e se omite. Esse engajamento ou parceria com o público baseia-se “na crença de que uma denúncia pública irá necessariamente fazer as coisas mudarem”.⁴

Neste mesmo capítulo, entramos também numa parte que rende uma análise bastante proveitosa da atuação do GLOBO-Zona Sul na construção de um espaço social local. Conceitos relacionados à questão urbana, como as definições de lugar, rua, bairro, região, vizinhança e cidade aparecem nesta parte do trabalho, consultados na obra de pesquisadores que vão de Stuart Hall, discorrendo sobre o *local*, a Jesús Martín-Barbero, que oferece excelente análise da função dos bairros na estruturação urbana. De fundamental importância para esta seção foram ainda os textos de Manuel Castells, no livro “A questão urbana”, e de Robert Ezra Park, em “O fenômeno urbano”. Estas obras ajudam a situar o espaço físico que os Jornais de Bairro se propõem a retratar e a recriar a cada edição. Aqui, exemplos de textos retirados do GLOBO-Zona Sul ajudam a comprovar a elaboração desse imaginário local nas páginas do caderno.

No capítulo 4, continuamos abordando a relação entre o GLOBO-Zona Sul e seu público. Nesta parte, batizada de “A narrativa e o discurso jornalístico num jornal local semanal”, são abordados principalmente dois aspectos. Primeiramente, é feita uma análise

² Sobre comunidade e sociedade, cf. TÖNNIES, F.

³ BAUMAN, Z. (2003) p.105.

⁴ AUBENAS, F. BENASAYAG, M. p.9.

de discurso tomando como base uma reportagem polêmica publicada no caderno em 2002. Para esta análise, foram estudados como fonte de orientação trabalhos dos autores Milton José Pinto e Norman Fairclough, ambos especializados em discurso. Em seguida, entra-se numa abordagem que rendeu bons frutos, sobre a construção discursiva da figura do “outro” na narrativa jornalística do GLOBO-Zona Sul. Figura essa que varia de acordo com o contexto e o interesse das reportagens em questão, e que geralmente é definida em oposição a quem somos *nós*. Como diz Stuart Hall, os mecanismos de “ser Outro”, da alteridade e da exclusão são mutáveis. E a identidade de quem somos *nós*⁵ é construída

(...) no ‘Outro’ ou através dele, por um sistema de similaridades e diferenças, pelo jogo da *différance* e pela tendência que esses significados fixos possuem de oscilar e deslizar. O ‘Outro’ deixou de ser um termo fixo no espaço e no tempo externo ao sistema de identificação e se tornou uma ‘exterioridade constitutiva’ simbolicamente marcada, uma posição marcada de forma diferencial dentro da cadeia discursiva.⁶

Este capítulo versa, portanto, sobre a criação de estereótipos, questão que foi profundamente abordada por Homi K. Bhabha no livro “O local da cultura”. Na obra, o autor narra a criação de estereótipos pelo Ocidente para classificar o Oriente – tema de que também trata Edward Said, cujos estudos serão citados nesta dissertação, mais adiante. Tal abordagem parece distante para a microesfera de um jornal regional sobre a Zona Sul? Mas não é: adapta-se bem ao nosso trabalho. Bhabha faz eco às afirmações de Hall de que a imagem do *outro* é construída pela negação. O exemplo que ele usa trata do pós-colonialismo, da imagem negativa feita das ex-colônias, já emancipadas e independentes, por seus antigos colonizadores. Segundo ele, esta construção da alteridade é discursiva, e a imagem do “outro” é flexível: o estereótipo, continua o autor, é “um modo de representação complexo, ambivalente e contraditório, ansioso na mesma proporção em que é afirmativo”⁷. Exemplos de estereótipos e de tipificações do “outro” encontrados nas páginas do GLOBO-Zona Sul são relatados neste capítulo.

Por fim, chegamos à última parte da dissertação, o capítulo 5, “O GLOBO-Zona Sul como influência nas ações do poder público”. Nesta seção do trabalho, que considero já um vislumbre de conclusão, tratamos do terceiro item do tripé a que nos referimos

⁵ No caso desta dissertação, nós = lugar de fala, isto é, representa o ponto de vista do jornal, que é formado de acordo com o público que retrata e ao qual, simultaneamente, se dirige.

⁶ HALL, S., 2003, pp. 116-117.

⁷ BHABHA, H.K., 2003, p.110.

anteriormente: a relação entre o caderno e o Estado, tomando como base a interferência do jornal no andamento da vida pública. Aqui, entra mais uma importante fonte de informação: uma entrevista com a gerente de Comunicação Social da Companhia Municipal de Limpeza Urbana do Rio (Comlurb), Lenora Vasconcellos. Aliadas aos depoimentos de Mario Toledo, Fernanda Pontes e Regina Chiaradia, e a exemplos de reportagens do GLOBO-Zona Sul, as declarações dadas por Lenora para este trabalho ajudam a comprovar como o caderno tem a capacidade de interferir no curso natural da vida pública, levando o Estado a agir e a resolver problemas que atormentam a população. Por meio de sua prática discursiva – investida, é claro, de forte carga ideológica – o jornal consegue chegar à mudança social: contribui para manter ou reestruturar as relações de poder, como diz Fairclough ao tratar da relação entre discurso e ideologia. Nesta abordagem, ganham espaço também a relação entre a Comunicação e as questões de cidadania e de interesse público.

Ao preparar esta introdução, além de apresentar um panorama geral do trabalho, sinto a necessidade de deixar claro que, conforme a pesquisa foi se desenvolvendo e o texto desta dissertação foi ganhando corpo, meu lado repórter foi se conciliando e se intrincando cada vez mais com a porção pesquisadora: teoria e prática se afinaram, entenderam-se. E agora consigo enxergar, muito mais claramente, o alcance do poder que nós, jornalistas, temos nas mãos. Trazer estas discussões sobre o jornalismo local à tona no meio acadêmico, debruçando-me sobre ele com um olhar externo, estranho, de estudiosa – e não mais com o ponto de vista somente de repórter participante dessa realidade – me fez compreender de forma mais inteira a natureza da atividade jornalística local. Interferir na realidade numa esfera regional é uma responsabilidade grande, que pode assustar, mas é igualmente gratificante saber que, por meio das linhas que escrevemos diariamente na redação, a vida daquele bairro de que tratamos, daquela rua que abordamos, pode mudar. E, algumas vezes, para melhor, atendendo realmente às necessidades da população, como veremos neste trabalho.

1. Jornalismo cívico, jornalismo local, jornalismo comunitário: qual o perfil dos Jornais de Bairro?

Jornalismo cívico, público, comunitário ou local? É tudo a mesma coisa ou há diferenças, ainda que sutis, entre essas áreas? No campo teórico, a discussão sobre os tipos de jornalismo dirigidos a um público específico é, relativamente, recente. Talvez, por isso mesmo, não estejam tão claras as fronteiras entre o que é o quê. O que se sabe, no entanto, é que essas ramificações de que trataremos – comumente encontradas na literatura de Comunicação – têm em comum a tentativa de fazer um jornalismo mais próximo dos leitores a que se dirigem, direcionado a seus interesses e objetivos. Aqui, neste primeiro capítulo, faz-se interessante primeiramente apresentar a origem dos Jornais de Bairro, o objeto de estudos desta dissertação, narrando em que contexto eles nasceram. Em seguida, traçar um panorama que contemple as distintas facetas da comunicação local para que tentemos chegar a uma conclusão de qual seria o perfil mais adequado para enquadrarmos os Jornais de Bairro. E, por fim, comparar a linha editorial do GLOBO-Zona Sul à de três pequenos jornais locais produzidos por e para comunidades regionais.

1.1 Qual a origem dos Jornais de Bairro de O GLOBO?

Os Jornais de Bairro de O GLOBO nasceram em 1982, num contexto mais do que propício a seu surgimento. O momento era marcado pelo fortalecimento do movimento comunitário, com a intensificação das atividades das associações de moradores de bairros no país, nos anos 80, durante a decadência da ditadura. A união comunitária foi uma forma de a sociedade civil confrontar diretamente o poder institucional do Estado, que se divorciara da nação durante o período militar. Era a gênese de um momento que favorecia novos sentimentos e atitudes, como a solidariedade, a vontade de juntar-se a outros, de fazer valer o interesse público, de exercer a cidadania. Na chamada “década perdida”, a comunicação alternativa (local, muito politizada e marcada por denúncias e reivindicações) era feita em parceria com instituições sociais oficiais, que tornavam as coisas públicas e compartilhadas socialmente – enquanto atualmente o que é “público” só existe mediado

pelos meios de comunicação, sejam eles comunitários ou massivos, onde “por fim se constitui a própria dimensão pública da sociedade”⁸.

Articulados, os cidadãos procuravam organizar-se para reivindicar melhorias para a região onde viviam: o que os aglutinava era a vontade de se manifestar contra o *status-quo*. E difundiam suas idéias entre o grupo – e para o restante da sociedade – valendo-se de mídias consideradas comunitárias. Eram processos comunicativos realizados no âmbito de movimentos e organizações populares que lutavam para conseguir os direitos de participação cidadã e melhoria nas condições de existência⁹. O objetivo era permitir a comunicação produzida pelo próprio povo, de forma comprometida com a mudança social, e possibilitar um canal para expressar denúncias e reivindicações da população. Os jornais comunitários reforçavam as relações de pertencimento entre os integrantes dos grupos e eram canais para o poder reivindicatório, que se instalava “não com um propósito meramente promocional, mas de melhoria na condição de vida do indivíduo”.¹⁰ Eram o canal de expressão e meio de mobilização dos cidadãos numa época em que a população estava descontente com a situação de desigualdade social e impossibilidade de participar da vida pública nas décadas da ditadura.

Neste contexto, a direção do Jornal O GLOBO investiu num projeto de cadernos regionais para aproximar-se dos leitores. Segundo reportagem em edição especial do GLOBO-Zona Sul que comemorou os 20 anos de criação dos Jornais de Bairro, publicada em 25 de abril de 2002, o primeiro jornal local a ser criado pelo GLOBO foi o caderno da Tijuca. O bairro foi escolhido, diz a matéria, “por suas tradições e o dinamismo urbano”. O suplemento surgiu com “a proposta, sustentada até hoje, de ser um testemunho constante dos fatos locais, um prestador de serviços e um porta-voz das exigências e reivindicações dos moradores”¹¹. E este princípio permanece até os tempos atuais, reiterado no título (“Pioneiros na briga pela defesa da cidade”) e no subtítulo (“Jornais de Bairro completam duas décadas e se firmam na condição de porta-voz dos moradores”) de tal reportagem.

Hoje, os suplementos regionais de O GLOBO encontram-se numa nova fase de valorização – mas sempre destinados a leitores de poder aquisitivo médio e alto, definidos

⁸ FESTA, R. In PERUZZO, C.M.K. (org.), 1995, p.142

⁹ Cf. PERUZZO, C. M.K., 2002., p.247

¹⁰ PAIVA, R. p.57.

¹¹ GLOBO-ZONA SUL, “Pioneiros na briga pela defesa da cidade”, 25 de abril de 2002.

estrategicamente pela empresa como classes média e média alta, não importa qual seja a região por eles coberta. Desde janeiro de 2004 o editor-chefe dos Jornais de Bairro de O GLOBO, o jornalista Mario Toledo é atualmente o responsável pelos 11 cadernos de bairros da empresa: Zona Sul (com tiragem de 75 mil exemplares por semana); Niterói (35 mil exemplares semanais); Tijuca (27 mil); Barra (80 mil exemplares circulam na Barra, a única região que tem duas edições semanais, que saem às quintas-feiras, com um perfil de reportagens de serviço, infra-estrutura e denúncia; e aos domingos, com proposta de matérias culturais); Zona Norte (40 mil); Ilha do Governador (nove mil); Centro (sete mil); Zona Oeste (14 mil); Baixada Fluminense (16 mil), e Serra (14 mil). Segundo Toledo, em entrevista concedida para a realização desta dissertação¹², os jornais são um importante produto para a empresa: funcionam como uma “minirredação” dentro da redação de O GLOBO – empregando seis editores e cerca de 30 repórteres e redatores – e formam a editoria mais afinada com o departamento comercial, responsável pela captação de anúncios para os jornais.

O conceito dos Jornais de Bairro continua sendo o de braço comunitário de O GLOBO, mas não como os jornais de associações de bairros. A editoria Grande Rio (identificada com a palavra Rio no cabeçalho do jornal) cobre o que ocorre na cidade e no estado. Já os Jornais de Bairro chegam mais perto do leitor que a Rio. Nas suas páginas, por exemplo, o morador da Zona Sul encontra mais espaço sobre o que se passa na sua vida e em sua região. Há uma maior participação do leitor: ele mostra suas reclamações, quer que seus problemas sejam resolvidos e acredita que o jornal está a seu lado. O GLOBO-Zona Sul, que serve de objeto de estudo mais detalhado para este trabalho, é visto como o maior caderno (em termos de números de páginas, que giram entre 36 e 52, e circulação), explicamos Mario Toledo. O jornal cobre a região mais importante da cidade, na visão empresarial de O GLOBO. No GLOBO-Zona Sul, o leitor tem que encontrar uma extensão do que o jornal trata na editoria Rio, mas de uma forma mais “parceira e companheira”, nas palavras de Toledo.

1.2 Jornalismo comunitário

A comunicação comunitária nasceu no país – e na América Latina, como um todo – mostrando-se como uma forma de desabafo: era a saída viável, como vimos anteriormente,

¹² Entrevista concedida por Mario Toledo à autora deste trabalho em 21 de julho de 2004.

que a população encontrou para fazer valer sua voz depois de anos de repressão durante a ditadura. No Brasil, seus tempos áureos foram na década de 80, quando este tipo de mídia se fazia presente dentro dos movimentos sociais. A comunicação comunitária pressupõe uma proximidade dos meios com o público – que pode ser geográfica, mas não se limita a ela – e uma relação com a *comunidade* em que ela não é somente receptora das informações: é também protagonista dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação. Assim, segundo a essência da comunicação comunitária, os veículos são produzidos não só *para* a comunidade, mas também *por* ela. A participação popular é, portanto, fundamental, seja de forma indireta (como o envio de cartas ou com a contribuição de depoimentos ou entrevistas) ou de maneira mais ativa (quando o indivíduo integra a estrutura do meio de comunicação, atuando na produção de programas, elaborando boletins informativos etc).

Esses veículos comunitários são os meios que mais possibilitam a participação direta do cidadão na elaboração da notícia, atualmente.¹³ Dão-lhe a oportunidade de exercer sua cidadania e de levar desenvolvimento a sua comunidade. Essa indispensável participação do público reside na necessidade que a região tem de conhecer seus próprios problemas. A população atua, como descreve Raquel Paiva, na função ‘rádio-escuta’, isto é, de coleta de informações. E é essa participação efetiva da comunidade na elaboração notícias que vai distinguir um veículo comunitário.¹⁴

Mas outros fatores integram a caracterização dos meios comunitários. De uma forma geral, as descrições deste tipo de mídia encontradas na literatura de Comunicação apresentam características bastante padronizadas. Frequentemente, figuram entre estes aspectos a já citada participação do público, o interesse pela temática local e a ausência de compromisso com anunciantes. No artigo “Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária”, Cicilia Maria Krohling Peruzzo lista, de forma concisa, os mais marcantes traços da mídia comunitária. Vale apresentar aqui os aspectos dessa conceituação mais relevantes a esta dissertação. Segundo a pesquisadora, os veículos comunitários têm nas

¹³ No entanto, a pesquisadora Cicilia Maria Krohling Peruzzo, da Universidade Metodista de São Paulo, lembra que essa participação cidadã na mídia não se restringe aos meios comunitários. A grande mídia também oferece, atualmente, espaços para a interação com o público, o que democratiza o acesso à informação. PERUZZO, C.M.K., 2003.

¹⁴ PAIVA. R. pp.140-145

peessoas da comunidade seus principais protagonistas e apresentam as seguintes características, entre outras:

- a) Ter como objetivo divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse público, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional;
- b) Usar como estratégia a participação direta das pessoas do próprio lugar na programação e em geral também na gestão do veículo de comunicação. O receptor pode se tornar emissor e vice-versa;
- c) Quem produz (cria, fala, redige, edita, transmite etc) as mensagens não é necessariamente um especialista, o profissional de comunicação, mas o cidadão comum;
- d) Ter como força motriz a meta de contribuir para o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania;
- e) Não ter finalidades lucrativas. É auto-financiada, ou recebe doações, além de trabalhar apenas com apoio cultural e não com anúncios publicitários (...);
- f) Os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, culturas e outros temas de interesse local (...);
- l) Ter alcance limitado em termos de cobertura, audiência, número de leitores etc.”¹⁵

Esta definição de Peruzzo encontra eco na conceituação feita por Ciro Marcondes Filho, que destaca ainda o aspecto político na comunicação comunitária. A noção de política, aqui, não está relacionada a compromissos com a esfera governamental, isto é, com os órgãos públicos – o que trairia as raízes da comunicação comunitária, que nasceu justamente para contestar o *status quo*. A questão política de Marcondes Filho diz respeito ao tratamento dos interesses coletivos da comunidade e dos objetivos que tal comunidade quer alcançar ao publicar suas notícias. Segundo ele, o jornalismo comunitário interliga, atualiza e organiza os grupos, realizando os fins a que eles se propõem. Esse tipo de jornalismo, explica, é feito por membros da comunidade, que procuram, através dele, obter mais força política para todo o grupo. Neste tipo de veículo, caberia ao jornalista comunitário assumir o papel de *agente externo* que mobiliza e organiza o público. Muitas vezes, os grupos populares estão desorganizados e não conseguem se articular corretamente junto ao poder público para resolver seus problemas concretos e precisam de ajuda de um agente externo. É neste caso que entra o apoio do repórter para despertar o potencial

¹⁵ PERUZZO, C. M. K., 2003, p.58.

participativo em cada indivíduo da comunidade, para canalizar essa mobilização numa ação coletiva e partir para a resolução dos problemas.¹⁶

Porém, na visão de Marcondes Filho, os jornais de bairro ou de segmentos étnicos definidos não seriam comunitários, pois estariam à procura de uma maior gama leitores, de uma fatia bem específica de mercado, reproduzindo o *modus operandi* da grande imprensa: a busca de lucratividade. Mas Raquel Paiva, ao comentar esse modo de ver, atenta para o fato de que não é demérito para o jornal comunitário que ele procure ampliar sua quantidade de leitores – desde que a comunidade continue participando do processo produtivo da notícia.

(...) não representa obstáculo conceitual para um jornal ou qualquer outro veículo comunitário buscar a ampliação do público leitor. O que neste caso funcionaria como elemento diferenciador é a vinculação que a comunidade possui com o veículo. Vinculação, comprometimento e inserção total na gestão do sistema adotado: quanto mais estreita for a relação entre o veículo e os propósitos e objetivos duma comunidade, mais seus membros vão estar envolvidos em sua produção, e proporcionalmente maiores serão sua representatividade e reconhecimento como veículo comunitário.¹⁷

Quanto ao conteúdo publicado em veículos comunitários, uma questão polêmica que sempre se acende sobre este assunto é a dúvida sobre o papel de prestação de serviços desse tipo de mídia: deveria o jornal veicular única e exclusivamente informações úteis e serviços de interesse público? De fato, essa é uma das atribuições que cabem a este tipo de veículo, já que os meios de comunicação de massa não dão conta desta cobertura pontual, uma vez que pretendem abranger o macroespaço. Mas, nas palavras de Raquel Paiva, não é a capacidade de prestar serviços que define o veículo como comunitário, “e sim sua proposta social, seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania”.¹⁸ Este tipo de mídia deve valorizar ainda a cultura local e estimular a participação da população tanto no próprio veículo quanto nos projetos urbanos. E os jornalistas comunitários sempre estão envolvidos com sua própria comunidade: trocam idéias com as pessoas na rua o tempo todo, descobrindo o que é importante para elas e encorajando-as a participar da produção do jornal, seja mandando cartas, concedendo entrevistas etc. O jornalismo comunitário incentiva a cidadania e a participação do leitor nas políticas sociais – mas trataremos desse

¹⁶ Cf. MOTTA, L. G., 1984, p.145.

¹⁷ FILHO, C. M., 1984, p.160.

¹⁸ Ibidem. p.145.

estímulo, que também é compartilhado por outros tipos de jornalismo, mais à frente, no capítulo sobre “Mídia, poder público e cidadania”.

Mas até que ponto o jornal comunitário deve fomentar essa participação do público e estreitar os laços com essa comunidade, interferindo em sua realidade? Ele deve tomar as rédeas da comunidade, buscando por conta própria soluções para os males que a assolam, sem recorrer ao poder público? Tradicionalmente, acredita-se que não é função do jornalista resolver problemas: cabe a ele levantar as reclamações da população e, então, levá-las aos políticos. J. Herbert Altschull, que estuda jornalismo comunitário na Johns Hopkins University, nos EUA, afirma que este tipo de mídia deve ficar no meio termo: nem resolver as mazelas, nem simplesmente apresentá-las – talvez, afirma ele, seu papel seja indicar ao público os caminhos possíveis. Para ele, o jornalismo comunitário é o jornalismo numa luta pela *informação*, e não *desinformação*. Trabalha *em parceria* com os cidadãos de sua área de circulação num esforço conjunto para ir além dos clichês e das distorções em busca do que é o mais impreciso dos objetivos: a verdade.

E trabalhar *junto com* a comunidade, ressaltava Altschull, não se trata apenas de organizar reuniões públicas em que os cidadãos possam despejar suas necessidades e seus desejos, ou enviar questionários aos cidadãos para descobrir com o que eles se importam, embora não haja nada de errado com essas estratégias. Segundo Altschull, a melhor forma de conduzir o jornalismo comunitário residiria em atrair o cidadão para cada passo do processo da notícia, desde sua definição até a determinação de quais serão as fontes de informação utilizadas (e mesmo ajudar na apuração), numa relação honesta e sólida de parceria com o leitor. Um exemplo claro deste segmento midiático seria o jornal “O Cidadão”, um veículo comunitário direcionado às 16 comunidades que compõem a Maré, bairro situado na periferia da Zona Leopoldina do Rio de Janeiro. O jornal foi criado em junho de 1999, fruto da vontade de suprir a ausência de um projeto de comunicação voltado para a região. Sua equipe mescla profissionais de Comunicação e jovens estudantes da região – com o objetivo de capacitar, gradualmente, o morador a desenvolver todas as etapas do trabalho jornalístico. Nas suas principais reportagens, as de capa, são abordados sempre temas comuns a todas as comunidades – como questão fundiária, movimentos culturais e desemprego – permitindo uma visão unificada sobre o bairro. As metas de “O Cidadão” são integrar as 16 comunidades do bairro; resgatar uma identidade coletiva entre

seus moradores; promover o trabalho de movimentos sociais; educar a população sobre a história da Maré, e transformar os leitores em participantes desse veículo de imprensa.¹⁹

1.3 Jornalismo cívico ou público

O jornalismo cívico, também chamado de público, é um conceito que ganhou força nos Estados Unidos para descrever a grande variedade de experiências que mais de 200 veículos de comunicação do país puseram em prática nos anos 90 para ligar-se ao público mais efetivamente, não só como leitores ou telespectadores, mas como cidadãos²⁰. Era uma época de insatisfação da sociedade diante da incapacidade de participar da vida pública. E o objetivo mais genuíno dessa corrente jornalística era cada vez mais informar os leitores e aumentar sua participação na esfera pública, fortalecendo o poder de decisão do cidadão em questões importantes para a sociedade, como criminalidade, economia local ou a questão racial. No artigo “Public journalism and the prospects for press accountability”, Theodore L. Glasser e Stephanie Craft, da Stanford University, dizem que, na ocasião de sua criação, o jornalismo cívico, claramente, “era entendido como parte do problema – e parte da solução”, e essa nova forma de fazer notícia clamava pela mudança de um *jornalismo de informação* para um *jornalismo de conversação*, isto é: favorecia a interação com o público, tornando o leitor um cidadão-participante, e não apenas um consumidor e espectador impassível.

Muitas instituições no país foram criadas para definir as bases desse tipo de jornalismo e estudá-lo. Em 1993, a John S. e James L. Knight Foundation reuniu esforços para lançar o “Project on public life and the press” (PPLP – Projeto sobre vida pública e a imprensa, em português). Dirigido pelo professor Jay Rosen, da New York University (NYU), que mais tarde veio a se tornar um dos papas do jornalismo cívico, o PPLP vem

¹⁹ Cf. PINTO, A.L.E.

²⁰ Uma das iniciativas mais célebres e famosas de jornalismo cívico nos EUA foi o projeto “Taking back our neighborhoods” (Tomando nossa vizinhança de volta, em português) desenvolvido pelo jornal The Charlotte Observer, em parceria com a WSOC-TV e duas estações locais de rádio, ambas direcionadas à comunidade negra de Charlotte. O projeto foi inspirado por uma crescente onda de violência em North Carolina. A idéia foi fazer pesquisas em cada bairro para ver os fatores que levavam à violência e descobrir, junto à população, possíveis soluções. Foram identificadas as principais carências em termos de segurança, e desenvolvidas iniciativas, junto ao poder público, para sanar esses problemas. Áreas para lazer, bancos locais e reforma de um centro comunitário foram algumas dessas propostas alcançadas junto à prefeitura. O projeto teve como tônica principal a atuação do jornal como intermediário entre o cidadão e o poder público. (Cf. HOYT, M.).

treinando editores, repórteres, intelectuais e integrantes da Knight Foundation para ajudar a conceituar, estimular e encorajar esses experimentos.

Pouco depois do nascimento do PPLP, o grupo Pew Charitable Trusts criou o Pew Center for Civic Journalism, em 1993, dirigido pelo diretor-executivo e ex-correspondente da CBS Edward M. Fouhy e pelo diretor Jan Schaffer, antes um repórter do Philadelphia Inquirer. Seus principais parceiros são a Fundação de Diretores de Notícias de Rádio e Televisão, a KnightRidder, Inc., e o Instituto Poynter para Estudos de Mídia. A meta do Pew Center é estudar diversas experiências de jornalismo cívico espalhadas pelos EUA, compartilhando as lições aprendidas com os demais profissionais e acompanhando como cada um desses empreendimentos está evoluindo. O centro faz isso por meio de *newsletters*, vídeos e publicações para treinamento, conferências e workshops para jornalistas e acadêmicos, e por meio de pesquisas. Em sua *home page*, há uma definição do que é o jornalismo cívico a que a instituição se dedica: “Jornalismo cívico é ao mesmo tempo uma filosofia e um conjunto de valores amparado por técnicas (...). Em seu âmago reside a certeza de que o jornalismo tem uma obrigação para com a vida pública – uma obrigação que vai além de simplesmente narrar as notícias ou despejar uma série de fatos. A forma como praticamos o nosso jornalismo afeta os rumos da vida pública. O jornalismo pode ajudar a fortalecer uma comunidade, ou destruí-la”.²¹

Em 2003, o Pew Center criou o J-Lab, um instituto para o jornalismo interativo que estimula iniciativas que favoreçam a participação dos cidadãos na arena midiática, isto é, que permitam o acesso das pessoas às informações que compõem as notícias, participando do processo da produção das reportagens e aumentando, assim, seu poder como cidadãos. Sua meta é ajudar a população a interagir de forma mais efetiva com as esferas governamentais e com as lideranças comunitárias. E a proposta é mudar a sociedade, primeiro instigando a conscientização do público, depois convencendo-o de que é preciso atuar em mudanças e, finalmente, fazendo-o agir.

No texto “A crisis of conscience: is community journalism the answer?”, o autor J. Herbert Altschull, ao qual já fizemos alusão na seção anterior, conta que o jornalismo cívico ou público tem como objetivo resgatar a reputação que a atividade jornalística já teve um dia, tentando restaurar o papel da imprensa de servir de celeiro de idéias e opiniões. No

²¹ In <<<http://www.people-press.org>>>. Tradução nossa.

texto, Altschull reproduz uma interessante listinha das principais características do jornalismo público, de autoria de um dos papas e defensores deste tipo de jornalismo, Davis “Buzz” Merritt, que estava à frente do Wichita Eagle quando este jornal norte-americano consagrou-se como um dos ícones do jornalismo cívico nos EUA na década de 90. Diz o texto:

O jornalismo público é um tipo de jornalismo que envolve as seguintes mudanças de pensamento:

- Muda da missão limitada de “relatar as notícias” para uma missão mais ampla de ajudar a vida pública a evoluir, e age com este objetivo; *Quando a vida pública evolui, a verdadeira participação ocorre e leva a soluções.*

- Sai do isolamento para a condição de ser um participante atuante na vida pública;

Seus praticantes lembram-se de que são cidadãos, bem como jornalistas.

- Vai além de apenas descrever “o que está errado” e passa a também imaginar como poderia “dar certo”;

Ao descrever as verdadeiras possibilidades que estão por trás das soluções imediatas, informa as pessoas sobre suas possíveis escolhas para o futuro.

- Muda sua postura de ver as pessoas como consumidoras – como leitoras ou não-leitoras (...) – e passa a vê-las como um público, como atores potenciais na busca de soluções democráticas para problemas públicos;

*Assim, busca incessantemente formas de encorajar o envolvimento público e a verdadeira participação; formas de construir a capacidade pública para discutir e apresentar soluções.*²²

O jornalismo público ou cívico emprega mais esforço que o jornalismo tradicional para identificar as principais necessidades de seu público e se debruça sobre elas: atende a tais demandas apresentando-as com fidelidade no enunciado jornalístico e tentando aproximar o cidadão das políticas públicas. Por meio da realização de pesquisas, fóruns públicos, grupos de discussão e reuniões comunitárias e de bairros, o jornalista cívico ouve os anseios dos leitores para melhor atendê-los. O jornalismo público espera que a imprensa assuma seu papel no estímulo ao debate público, que leva ao fortalecimento da democracia. E esse fortalecimento requer que a imprensa se comprometa para melhorar as condições de auto-gestão por parte do povo. Para o verdadeiro funcionamento do jornalismo cívico, é necessário que a imprensa abandone aquela tradicional e ainda dominante visão da grande mídia – que começa a mudar, lentamente – de que os temas discutidos na redação e publicados nas páginas devem passar longe de assuntos comunitários, considerados

²² ALTSCHULL, Herbert. Disponível em <<<http://www.questia.com>>>.

“pequenos” ou demasiado “pontuais” por serem locais. Em outras palavras, segundo o jornalismo público, já foi o tempo em que a imprensa atuava simplesmente como um espelho dos fatos. No jornalismo cívico, os repórteres podem se dar ao luxo de ter opinião – pondo por água abaixo o conceito da pretensa “imparcialidade da notícia”. Tudo em nome do bem comum. Como afirma Jay Rosen, um dos fundadores do movimento, como dissemos mais acima, “os jornalistas públicos querem que a vida pública funcione. E, para que ela funcione, eles estão dispostos a dar fim a sua neutralidade em certas situações – por exemplo: para que a população participe; que um debate genuíno ocorra quando necessário, ou ainda que a comunidade lute para resolver seus problemas”. Essa despreocupação com a neutralidade torna-se alvo de críticas das alas mais tradicionalistas do jornalismo. Teme-se que o jornalismo público ou cívico abandone a objetividade, que sempre foi um dos principais fundamentos da imprensa.

Uma grande marca do jornalismo cívico, portanto, é o fato de que ele não simplesmente narra os acontecimentos: ele atua em parceria com as comunidades, ainda que isso implique a derrubada de dogmas que sempre o nortearam, como a isenção e a imparcialidade. Ele tem um papel mais ativo na transformação social – por exemplo, organizando reuniões, fóruns e outros tipos de encontros com a comunidade, para conhecê-la melhor e dela se aproximar – e se mostra como uma ferramenta para reforçar a cidadania e o aprimoramento do debate e da vida pública, de forma a envolver os cidadãos (jornalistas e leitores) em diálogos que levem à resolução de problemas²³. No Brasil, destacam-se alguns veículos que se aproximam deste perfil, especialmente na televisão, como o “RJ TV” – telejornal local da Rede Globo que volta e meia realiza projetos em parceria com a comunidade, como debates e concursos – e o “Linha direta” – programa também da Globo, que se propõe a solucionar crimes.

1.4 Jornalismo local (regional)

Publicado recentemente, em 2004, o livro “Vozes cidadãos – Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina”, com organização de Cicilia Maria Krohling Peruzzo, traz artigos que narram algumas iniciativas de jornalismo local. O primeiro texto apresentado no livro, “Desarrollo humano:

²³ Cf. FERNANDES, A.B., PEIXOTO, M.C.L.

necesidades y derechos em torno a los medios y tecnologías de comunicación”, do argentino Gustavo Aprea, da Universidade Nacional de General Sarmiento, apresenta uma interessante descrição dos meios de comunicação locais, em oposição aos veículos de natureza *massiva*. Aprea explica que, ao contrário dos meios massivos, que tendem a se fragmentar em seções segundo especialidades (esportes, economia, cultura etc), os meios locais têm uma atitude generalista determinada pelo tipo de público a que se dirigem, isto é, seu conteúdo limita-se à região à qual se referem. Ele destaca que se pode “... considerar meio local aquele meio de comunicação que estabelece um contrato de leitura que transforma a proximidade física dos meios com o público em uma comunidade estilística em que se dá (...) o resgate de experiências cotidianas compartilhadas entre emissores e receptores”.²⁴

Fazer um jornal regional está intimamente ligado à questão espacial. Está determinado pela questão geográfica, ao contrário de um jornal comunitário – que não obedece a barreiras físicas, uma vez que as comunidades não têm necessariamente limites restritos a um espaço, podendo ter como laços unificadores identificações culturais, raciais ou de gênero, por exemplo. E, quanto ao conteúdo, o jornalismo local pretende dar espaço às questões pontuais que por vezes não encontram espaço na grande mídia. No texto “A região e o espaço público: um contributo crítico”, o pesquisador João Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior, em Portugal, foge de critérios quantitativos para fazer sua conceituação de jornalismo espacial: prefere investir numa descrição dos aspectos qualitativos deste tipo de mídia. Além do referente regional, ele dá ênfase na “formação de uma opinião pública em volta das questões que se prendem mais acentuadamente com os problemas e decisões regionais”²⁵. Destacam-se ainda características como a forte presença do leitor e do assinante na vida do jornal; a marca da polêmica e do debate ressoando nos artigos de opinião; a recorrência de temas, e a colaboração assumida com algumas formas de associativismo.

Mas o perfil do jornalismo regional vai além dessas nuances. No mesmo artigo em que caracterizou a mídia comunitária, que citamos mais acima neste trabalho, a pesquisadora Cicilia Maria Krohling Peruzzo detalha, de forma igualmente completa, a

²⁴ APREA, G. In PERUZZO, C.M.K. (org.), 2004, p.35. (Tradução nossa).

²⁵ CORREIA, J.C. “A região e o espaço público: um contributo crítico”. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>

mídia local. Em sua análise, deixa claro o aspecto mercadológico da comunicação local. É interessante observar como a mídia local reproduz a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no “que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo”. Mas diferencia-se ao prestar mais atenção às especificidades de cada região retratada – os conteúdos, às vezes, podem até ser os mesmos tratados pela grande mídia, como denúncias, saúde, esportes ou meio ambiente, mas sempre com enfoque na região. Diz ela que o jornal regional é encarado como uma unidade de negócio comercial que pretende ser rentável, com interesses mercadológicos e venda de espaços comerciais a anunciantes. Ele explora o local como nicho de mercado: a temática regional interessa como estratégia para aumentar a credibilidade e as vendas, conseguindo retorno financeiro.

Assim como no jornalismo cívico e no comunitário, a valorização da cidadania também importa ao jornalismo regional, mas desde que não comprometa os interesses empresariais do veículo: o espaço destinado à participação do leitor é controlado pelos dirigentes do jornal, sem tanta liberdade quanto num caderno comunitário. Entre as categorias de meios locais, Peruzzo destaca, por exemplo, o “jornal do interior”, de cidades do interior dos estados, em geral pequeno e comprometido com a política dominante do lugar; o “jornal de bairro”, que é produzido num bairro ou num conjunto de bairros, tratando de assuntos de âmbito local, mas com as páginas freqüentemente preenchidas de anúncios de produtos, de serviços, de assuntos políticos etc; e os “cadernos regionais da grande imprensa”, produzidos com temáticas específicas de uma determinada localidade e que são encartados em jornais de grande circulação. Ela cita como exemplo dessa última categoria o GLOBO-Niterói. Como se pode ver, a pesquisadora encaixou nesse segmento os Jornais de Bairro do GLOBO, mas vamos discutir, na próxima seção, como o tipo de jornalismo produzido nos Jornais de Bairro se entrecruza com outros estilos, e em qual definição se enquadraria melhor.

1.5 E que tipo de jornalismo se pratica no GLOBO-Zona Sul?

No lugar de simplesmente encaixar numa categoria os Jornais de Bairro de O GLOBO, especialmente o GLOBO-Zona Sul, o nosso principal objeto de estudo, acreditamos que uma melhor solução para descobrir seu perfil seria primeiramente contextualizá-los no mercado jornalístico para, em seguida, verificar a qual definição

específica de jornalismo se adapta sua estrutura. Será interessante observar se o GLOBO-Zona Sul apresenta aspectos que mais o aproximam do jornalismo comunitário, do jornalismo cívico ou público, ou do jornalismo local ou regional. E isso poderá ser comprovado por meio da análise de alguns exemplos de reportagens e de trechos de entrevistas realizadas para esta dissertação com a repórter Fernanda Pontes, que há cinco anos trabalha nos Jornais de Bairro de O GLOBO (já tendo passado por GLOBO-Zona Sul, GLOBO-Barra e GLOBO-Niterói), e com a presidente da Associação de Moradores e Amigos de Botafogo (Amab), Regina Chiaradia.

Começamos por posicionar os Jornais de Bairro de O GLOBO no mercado jornalístico atualmente. É preciso entendê-los como um produto regional, mas que pertence à grande mídia. Eles são um braço local de O GLOBO – que consiste num meio de comunicação de alcance nacional – e não veículos independentes produzidos no âmbito local, no seio de uma comunidade, por uma equipe de moradores. Os Jornais de Bairro são, isso sim, um produto extremamente rentável, feito por repórteres que não necessariamente pertencem ou vivem nas comunidades retratadas. Estes suplementos de O GLOBO, na verdade, encaixam-se numa tendência identificada por Cicilia Maria Krohling Peruzzo no artigo “Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária”: o crescente interesse dos grandes meios de comunicação de massa – que tradicionalmente sempre se concentraram em temas de foco nacional ou internacional – por assuntos locais, passando a regionalizar seu conteúdo. Esse interesse pela esfera local se dá porque se percebeu que o leitor também se atrai pelo que está próximo e por aquilo que afeta sua vida diretamente: o consumidor da informação deseja saber de tudo o que acontece na esfera global, é claro, mas também quer se debruçar sobre sua cultura regional, sobre a história de sua comunidade etc.

No caso de O GLOBO, que já mantém os Jornais de Bairro há mais de 20 anos, a questão não é a *descoberta* do local, mas sua *redescoberta*: como veremos adiante, a gerência de produtos do jornal identificou que o noticiário local é altamente rentável (tanto em termos de anúncio quanto de satisfação do leitor) e está investindo cada vez mais no segmento. Essa constatação encontra amparo numa afirmação de Peruzzo, que destaca que a lucratividade do local já vem sendo explorada pela mídia impressa há mais tempo do que pelas redes de televisão, por exemplo.

“Na verdade, os jornais impressos parecem ter descoberto o nicho local há mais tempo. Assim como o jornal *O Globo*, que edita o caderno

especial *Globo Niterói*, entre outros, vários jornais de grande porte fazem o mesmo. Até jornais de bairros da cidade de São Paulo produzem edições diferenciadas por área geográfica, embora os textos jornalísticos nem cheguem a mudar substancialmente de um para o outro. O interesse maior é captar a publicidade e outras matérias pagas nas diferentes localidades.”²⁶

Mas de onde vem esse interesse da comunicação de massa pelo regional? Na grande mídia, geralmente o tratamento das notícias é generalista, não se aprofunda em questões mais locais e específicas. O regional só é iluminado e ganha mais atenção conforme se enquadre em determinados critérios, como “originalidade, repercussão, conflito, raridade.”²⁷ Apenas quando o que este “outro” local tem a dizer convém e atende aos interesses dos veículos e às leis do mercado jornalístico, recebe voz. O sujeito local, antes deixado de fora da cena social, passa a ser retratado e tem seu discurso reproduzido no cenário midiático, vendo seu poder regional emergir e exibindo a realidade das fissuras sociais na grande mídia global. Seu discurso pode ser transformado numa notícia a ser oferecida ao público como um bem de consumo essencial, e se vai “vender”, conquistar o público ou dar um “furo” na concorrência, então é reforçado nas páginas da imprensa. O que leva, afinal, veículos de circulação nacional como O GLOBO e o Jornal do Brasil a investirem em cadernos regionais (este segundo jornal apostou na criação de um suplemento diário dedicado à região da Barra da Tijuca, em 2003)? Num momento em que tudo é *trans* e *multi*, em que tudo se integra, o jornal reforça o local, para se aproximar de seu leitor. Essa situação constitui uma curiosa contradição, como descreve Raquel Paiva. Segundo ela, estamos diante de um *paradoxo inquietante*, em que convivem o apogeu da universalização e a proposta do microuniverso:

“Uma procura que passa a reforçar essa comunidade disposta a erguer-se em favor de seus anseios, a mais chamar seus pares e tornar audíveis seus objetivos. Essas ‘partículas’ se dispõem a entrar no circuito por meio dos *mass media*: algumas vezes, a mídia incorpora essa tendência e cria seções, numa proposta de conceder espaço.”²⁸

Essa aposta da grande mídia na regionalização da produção atende, entre outros motivos, a interesses mercadológicos. A meta é conquistar a verba proveniente de anunciantes de cada local: os pequenos e médios anunciantes de bairros não têm como

²⁶ PERUZZO, C.M.K., 2003, p. 65.

²⁷ PAIVA, R. p. 56.

pagar os altos preços cobrados para expor seus negócios nas páginas dos veículos de grande circulação. Assim, a regionalização permite que os jornais aproveitem o segmento publicitário local. Essa aproximação exige, obviamente, uma interação com a comunidade, apresentando temas que lhe sejam familiares e próximos, além de estratégias como campanhas educativas e de interesse público (que Cicilia Maria Krohling Peruzzo exemplifica como iniciativas ‘Contra o frio’, ‘Agasalho’, ‘Guie sem ódio’, ‘Ler é viver’ etc – e que mais adiante verificaremos ser uma das estratégias adotadas pelos Jornais de Bairro de O GLOBO para fortalecer sua marca junto ao público).

O que aparentemente é uma grande contradição nos Jornais de Bairro na verdade é seu maior trunfo: eles conciliam a estrutura de uma empresa de grande porte (bons equipamentos, como computadores, câmeras digitais etc; uma grande equipe de repórteres e fotógrafos; carros à disposição dos profissionais para executar as reportagens na rua etc) com a preocupação de produzir um conteúdo bem direcionado às comunidades locais por eles abrangidas, ao mesmo tempo estimulando a cidadania dos leitores. E essa postura é uma prova de que “meios massivos e meios populares não são excludentes, talvez complementários. Os grandes meios massivos (...) não conseguem suprir todas as necessidades de comunicação a nível local e do específico (...). O inverso acontece com os meios comunitários. É todo um fenômeno no qual se interligam comunicação (massiva e popular), cultura e realidade”²⁹.

Neste contexto, os Jornais de Bairro de O GLOBO parecem ser um produto “híbrido” das duas vertentes: a mídia comunitária e a de massa. Um *filhote* local de um veículo de grande circulação. Sendo uma extensão regional de um grande jornal, eles tentam trazer para as comunidades a que se dirigem temas mais aprofundados, que muitas vezes são deixados de lado pela cobertura da grande mídia. A proximidade com o leitor é estimulada, mas sem descuidar, no entanto dos interesses mercadológicos dos cadernos.

A participação do público, tão aclamada pelos jornalismo cívico (ou público) e comunitário, também se faz presente aqui. Mas de forma diferenciada, digamos. A interação da comunidade se dá por meio de cartas, denúncias, entrevistas, sugestões de matérias – como veremos mais adiante, no detalhamento das seções do GLOBO-Zona Sul.

²⁸ Ibidem p.21

²⁹ PERUZZO, C.M.K. (org.), 1995, p. 41.

No entanto, não ocorre da mesma forma que nos veículos comunitários, em que o morador tem voz ativa e participa inclusive na gestão do conteúdo a ser publicado. No caso dos Jornais de Bairro, o cidadão fala para o caderno, dá suas contribuições fornecendo informações, mas não tem o menor poder de decisão no processo de edição de suas participações.

É nisso que reside uma das principais diferenças entre os Jornais de Bairro de O GLOBO e a comunicação comunitária: a ausência de liberdade de acesso às informações e à construção da notícia. De sujeito produtor na mídia comunitária, o cidadão passa a objeto (é ele o personagem central das reportagens, de uma forma geral) e a receptor da mensagem final (a matéria já publicada) no processo comunicativo nos Jornais de Bairro.

Um caso bastante exemplar para mostrar como o cidadão participa do enunciado do GLOBO-Zona Sul, mas sem ter a capacidade de nele interferir diretamente, pode ser encontrado na reportagem “Persistentes na arte de reclamar – Gente que faz queixas nas ouvidorias não desiste e recebe até diploma”, publicada como matéria de capa do caderno entre as páginas 24 e 28 da edição do dia 2 de outubro de 2003. Moradores procuraram o autor da reportagem para propor-lhe uma matéria sobre a atuação dos cidadãos junto às ouvidorias, reclamando para conseguir melhorias para os bairros. O artigo dava espaço aos leitores para relatar, em depoimentos, suas experiências de vitórias contra o poder público. Mas sem que esses cidadãos fossem os sujeitos: eles, de fato, eram o objeto sobre o qual a reportagem se debruçava. Dizia a matéria:

Eles estão de olho em tudo e não pensam duas vezes antes de botar a boca no trombone. Ou melhor, no fone. Vigilantes das ruas, os moradores que mais reclamam nas ouvidorias da prefeitura são personagens conhecidos pelos funcionários e já ganharam até homenagem do prefeito. Sem medo de serem tachados de chatos de plantão, eles são persistentes: enchem os serviços telefônicos e as caixas postais dos órgãos de queixas até serem atendidos. E têm disposição até para bater na porta e reclamar pessoalmente.

De tanto enviar e-mails para o site da prefeitura, o analista da Fiocruz Victor Coelho recebeu das mãos do prefeito Cesar Maia um diploma de “Amigo da ouvidoria”, conferido a outras 50 pessoas. Ele agradece a deferência, mas continua esperando solução para os problemas que aponta. O exaustor do restaurante vizinho é assunto constante das mensagens dele, assim como o relógio digital instalado na porta do edifício, em Copacabana, que ele diz estar no limite do condomínio.³⁰

³⁰ GLOBO-ZONA SUL. “Persistentes na arte de reclamar”. 2 de outubro de 2003.

Outro exemplo de como as páginas do GLOBO-Zona Sul são espaço para a expressão das comunidades – porém sem sua participação ativa na seleção do conteúdo – foi a reportagem “Ipanema e Leblon unidos contra Apacs – Moradores atacam prefeitura em ação popular, CPI e representação no Ministério Público”, publicada no dia 30 de outubro de 2003 no caderno Zona Sul, da página 8 à 10. Moradores dos dois bairros usaram o GLOBO-Zona Sul para mostrar-se contra a criação das Áreas de Proteção ao Ambiente Cultural (Apacs) em Ipanema. Apresentaram seus argumentos contra a decisão da prefeitura. Mas, apesar de terem exposto suas opiniões contra a criação das Apacs, a edição final, é claro, coube aos jornalistas responsáveis pela matéria, que deram espaço, igualmente, aos órgãos da prefeitura, para que eles apresentassem seus pontos de vista e explicassem o caso. Dessa forma, os cidadãos puderam falar e se expressar, participando do enunciado, mas a palavra conclusiva foi do jornal – o que talvez não se desse num caderno comunitário, que provavelmente adotaria o ponto de vista dos moradores e cederia mais espaço para que eles expusessem sua opinião.

Para a preparação desta dissertação, realizamos uma entrevista com a presidente da Associação de Moradores e Amigos de Botafogo (Amab), Regina Chiaradia. Como dissemos anteriormente, na introdução, esta foi a associação escolhida devido a seu trabalho tradicionalmente contestador e batalhador pelos interesses da comunidade junto à mídia. Ao longo da entrevista que fizemos com Chiaradia, ela deixou clara a forma como enxerga os Jornais de Bairro de O GLOBO. Segundo a presidente, “os Jornais de Bairro são regionais, mas com o mesmo interesse do grande jornal: corporativo. Mas quando existe amizade, confiança com o jornalista, a relação com a comunidade é melhor. Tenho seis anos à frente da associação e hoje sou fonte do GLOBO, e esta foi uma relação de amizade conquistada a partir dos dois lados: o meu e o dos jornalistas.”³¹ A presidente da associação lembra ainda como foi sendo construído esse relacionamento estreito entre o movimento comunitário e a mídia:

Com a importância que as associações passaram a ter nos contextos social e político, os jornais vão atrás das notícias que têm repercussão. No fim dos anos 90, as pessoas começaram a cavar benefícios para suas comunidades. Foi uma mudança da própria sociedade, que empurrou os Jornais de Bairro a procurar as associações em busca de notícias. Nessa

³¹ Entrevista concedida por Regina Chiaradia à autora deste trabalho em 12 de julho de 2004.

época, os moradores começaram a se juntar, discutir seus direitos e tentar intervir nos aspectos públicos. E os jornais ajudavam a divulgar isso.³²

Essa parceria com os grupos comunitários se faz presente nas páginas dos jornais em seções como a “Estamos de plantão”, que acompanha um problema que incomoda a população até que a questão seja resolvida – aprofundaremos mais adiante a descrição desta seção – e em reportagens que apresentam temas de utilidade pública (como as que tratam de dicas de saúde, por exemplo). Nestas situações, o jornal atua como prestador de serviços, uma das principais características dos meios comunitários ou cívicos, por exemplo. É o caso da reportagem “Surto de pernilongos típico do verão irrita moradores – Especialistas dão sugestões de como atenuar o problema”, que figurou entre as páginas 9 e 11 da edição de 20 de janeiro de 2005. No fim da matéria, um quadro com o título “Conheça o problema e como combatê-lo” ensinava ao leitor quais doenças são transmitidas pelo mosquito; como o inseto se reproduz; onde ficam os focos de reprodução; e como se pode prevenir. Sob este aspecto, o jornal assumiu o posto de fonte de informações de interesse público. Caso semelhante aconteceu em 4 de novembro de 2004, quando o artigo “Falta de sinalização gera acidentes – Moradores reclamam do cruzamento da Rua Redentor com a Avenida Henrique Dumont”, em que moradores se queixavam do crescente número de acidentes no local e a CET-Rio prometia encaminhar uma equipe técnica à área para avaliar a possibilidade de instalar um sinal de trânsito ou de placas informativas para alertar os motoristas. Neste caso, porém, o GLOBO-Zona Sul agiu mais como um defensor dos direitos do cidadão. E este tipo de reportagem gera grande repercussão entre os moradores e estimula a interação com o público, o que se evidencia por meio do envio de cartas e e-mails comentando o assunto e sugerindo novas matérias. Nesta mesma edição do dia 4 de novembro de 2004, duas cartas de leitores publicadas na página 2 do suplemento tratavam do tema de “trânsito”. Em uma, o morador apresentava mais uma denúncia, na esperança de que o jornal batalhasse por uma solução; na outra, o leitor elogiava uma reportagem do caderno sobre o tema. Diziam elas:

Trânsito I

Desde o início do ano, o trânsito no Jardim Botânico está um caos. Se houvesse um guarda nos cruzamentos da Rua Jardim Botânico com algumas transversais, já melhoraria muito. Os guardas ficam batendo papo. Nas esquinas da via principal com as ruas Oliveira da Rocha e

³² Ibidem.

Faro, o trânsito é intenso, principalmente de manhã cedo e às 12h. Sair e entrar nessas ruas secundárias é uma loucura. Somos obrigados a fazer manobras arriscadas.

Maria Cecília Alcure
Jardim Botânico

Trânsito II

Quero comentar a excelente reportagem publicada no GLOBO-Zona Sul no último dia 28 de outubro sobre o sinal instalado na esquina das ruas das Laranjeiras e Professora Estelita Lins, em Laranjeiras. Sou morador da Estelita Lins há mais de 30 anos e estou indignado com a instalação do referido sinal. A desordem virou rotina numa rua tranqüila. Das 7h em diante ficou impossível continuar dormindo, devido à orquestra de buzinas.

Julio Avelleda
Laranjeiras³³

Uma curiosidade a respeito desse papel dos Jornais de Bairro de O GLOBO – aqui representados pelo GLOBO-Zona Sul, nosso objeto de estudos – na resolução de problemas para as comunidades que retratam é o fato de que, quando a solução é realizada, atribui-se o feito ao jornal, que conseguiu resolver o problema. Atribui-se ao meio de comunicação uma função de protagonismo que deveria estar nas mãos dos cidadãos de uma determinada localidade. Assim, os moradores passam a contar com os Jornais de Bairro para alcançarem seus objetivos – o que se aproxima do ideal que motiva o jornalismo cívico, por exemplo. Uma declaração citada por Cicilia Maria Krohling Peruzzo mostra esse posicionamento da população com exatidão. Diz ela que

Este tipo de atitude pode provocar a desmobilização das pessoas e de suas organizações que passam a confiar mais na mídia (...) na solução de seus problemas coletivos. Às vezes, ouvimos comentários do tipo: ‘ficamos um tempão lutando para conseguir isso e nada conseguimos. Bastou aparecer na televisão uma vez e a prefeitura resolver rapidinho’.³⁴

Para a repórter Fernanda Pontes, entrevistada para este trabalho, as associações de moradores reconhecem nos Jornais de Bairro de O GLOBO esse papel de intermediário entre elas e a esfera governamental. Ela exemplifica esse reconhecimento com uma situação que costuma se repetir em reuniões comunitárias que os repórteres da editoria costumam freqüentar em busca de novas pautas e reportagens. Nesses encontros, é comum que as lideranças comunitárias apresentem em público reportagens que foram publicadas

³³ GLOBO-ZONA SUL. Seção de cartas. 4 de novembro de 2004.

³⁴ PERUZZO, C.M.K, 2003, p. 69.

nas páginas do GLOBO-Zona Sul, por exemplo, para mostrar como seus interesses estão sendo atendidos pela mídia regional, isto é, como a imprensa local pode ser utilizada como ferramenta para atender os objetivos da comunidade. Diz Fernanda: “certa vez, num debate, um candidato à prefeitura de Niterói levou uma matéria minha para sustentar seu ponto de vista e mostrar como o jornal estava acompanhando o assunto e ajudando a população”.³⁵

Apesar de ter essa postura de parceiro das comunidades e de procurar publicar reportagens que estimulem o público a exercer sua cidadania, o GLOBO-Zona Sul não se poderia encaixar com perfeição no perfil de jornal cívico. E isso se dá por um motivo bastante forte: como vimos anteriormente, no jornalismo público, o veículo, muitas vezes, é um claro interventor na realidade da comunidade. Não se limita a apresentar os problemas que perturbam as comunidades: vai além e, muitas vezes, apresenta soluções para tais situações por conta própria, abrindo mão da imparcialidade, um dos baluartes do jornalismo. E os Jornais de Bairro têm como meta *nunca* ultrapassar os limites da imparcialidade: nas reportagens, procuram sempre apresentar os pontos de vista de todos os atores envolvidos. Estimulam a participação do público, mas mantêm a objetividade e a sobriedade, sem apontar caminhos a serem seguidos, dar opiniões ou apresentar soluções. A não ser indiretamente – isto é, quando alguma matéria causa tamanha repercussão que interfere na realidade da sociedade – os jornais não participam como agentes decisórios na vida pública (no máximo a influenciam com as reportagens).

Por isso, após a análise feita nesta seção, chegamos à conclusão de que o que diferencia O GLOBO-Zona Sul dos veículos comunitários são seus interesses mercadológicos e o processo produtivo do jornal, que não conta com a atuação direta do morador, e sim com equipes de profissionais especializados em jornalismo local. Por outro lado, o que afasta do GLOBO-Zona Sul do jornalismo cívico ou público é justamente seu posicionamento mais reservado e menos ativo na transformação social: fomenta-se o debate, mas sem participação do jornal como ator na vida pública. Assim sendo, a conceituação que mais se aproxima do tipo de atividade jornalística que se pratica nos Jornais de Bairro de O GLOBO, especialmente o GLOBO-Zona Sul, é a categoria de jornalismo regional, particularmente da forma descrita por Cicilia Maria Krohling Peruzzo, que citamos na seção anterior. De fato, como sugere a definição feita pela pesquisadora, o

³⁵ Entrevista concedida por Fernanda Pontes à autora deste trabalho em 4 de setembro de 2004.

GLOBO-Zona Sul é encarado como uma unidade de negócio comercial pela empresa; dá foco regional às notícias, e explora o local como nicho de mercado. Mas isso não o impede de apostar em estratégias que contribuam para a ampliação da cidadania dos leitores – como a publicação de reportagens que os estimulem a lutar por seus direitos – ou abrir espaço em suas páginas à interação com o público (ainda que de forma limitada).

1.5.1 O GLOBO-Zona Sul em comparação a jornais locais

Em que difere o enunciado jornalístico do GLOBO-Zona Sul se comparado aos pequenos jornais locais que circulam pela cidade? À primeira vista, o que mais chama a atenção é que os jornais de bairros de pequena circulação, em geral, mostram-se bastante comprometidos com o aspecto comercial: os anúncios e as matérias pagas, que veiculam serviços oferecidos na região (como salões de beleza, consultórios médicos, lojas etc), dominam o espaço editorial. A notícia sobre o cotidiano das comunidades locais em si, às vezes, não é prioridade em comparação à parte comercial. E isso se dá, de forma geral, porque tais jornais têm distribuição gratuita e precisam dos anúncios para sustentar sua circulação. Mas há exceções: existem veículos que se esforçam em fazer um jornalismo que informe os moradores daquilo que está acontecendo em sua região. Aqui, selecionamos para uma breve análise comparativa ao GLOBO-Zona Sul os jornais “Posto Seis”, que circula em Copacabana; “Cidade da Barra – Informação, integração, imparcialidade”, da Barra da Tijuca; e “JB em folhas”, do Jardim Botânico. A idéia é ver como esses cadernos se estruturam e em que sentido diferem do GLOBO-Zona Sul.

Ao escolher estes cadernos, foi levado em consideração, portanto, seu conteúdo. Jornais que destinam a maior parte de suas páginas a anúncios, dedicando-se quase que exclusivamente à publicidade local, foram excluídos desta análise comparativa. Aqui, priorizamos os veículos regionais que procuram valorizar o enunciado jornalístico. Sua frequência é semanal, mensal ou bimestral. Damos preferência, ainda, a jornais pequenos, produzidos pelas comunidades locais. A escolha de jornais menores se deve a uma necessidade de comparar um jornal de grande estrutura, como O GLOBO, aos produzidos no seio das próprias regiões, com a contribuição de seus moradores.

Podemos iniciar a análise falando do jornal “Posto Seis”. Dirigido pelo jornalista Mauro Franco, o veículo circula na região de Leme e Copacabana. O caderno, em geral

com 12 páginas, se esforça para equilibrar seu espaço entre matérias que tratem do dia-a-dia dos bairros e outras que apresentem os produtos e os serviços da área. Na parte de notícias, podemos destacar, por exemplo, para a edição publicada no fim de janeiro de 2004, e que ainda está disponível no site do jornal. Na matéria “Não deixe o samba morrer”, a equipe dizia que

(...) o carnaval de rua de Copacabana, com seus blocos e bandas, se transformou num imenso espetáculo que envolve quase toda a comunidade, ajudando comerciantes e atraindo turistas. A característica desse tipo de folia é a irreverência e a democracia, onde todos pulam, sambam e brincam descontraidamente, ao som das marchinhas que marcaram épocas. (...)

Poucos sabem, mas cada saída de uma banda custa em torno de R\$ 3 mil, quando se consegue apoio de algum carro de som. Caso contrário, some-se a isso R\$ 4 mil. No caso da Banda Sá Ferreira, que sai os quatro dias de carnaval, mantendo a tradição e levando aos moradores a cultura popular e o lazer gratuito, paga-se imposto para o Ecad, 40 músicos, dois maestros, além dos custos diversos, não tendo nenhuma ajuda financeira por parte da prefeitura.

É de fundamental importância que o comércio local se mobilize para ajudar as agremiações. (...) A ajuda tradicional para a Banda Sá Ferreira vem através dos apoios comerciais da Sorveteria e Confeitaria Lopes, Restaurante Grill Inn, Hotel Miramar, Casas Bahia (com o caminhão de som), Padaria e Confeitaria Sublime e Jornal Posto Seis. Portanto, é importante que os moradores apoiem estes comerciantes que, apesar de todas as dificuldades enfrentadas, continuam se esforçando para que a maior festa popular deste país não seja abandonada por sua própria comunidade.³⁶

Esse exemplo prova claramente como o “Posto Seis” tenta participar ativamente do cotidiano da comunidade: chega a ser porta-voz da banda de carnaval local, estimulando os moradores a participarem e ajudarem a banda a sobreviver. E ainda vai além: paga uma contribuição para a manutenção da banda. Mas assuntos como segurança, educação, bem-estar etc também estão na pauta do caderno, que traz reportagens, por exemplo, sobre cuidados com a saúde ou dicas para quem tem animais. Geralmente, matérias na área de saúde têm convênio com clínicas locais, cujos profissionais assinam a reportagem. O nome e o contato do estabelecimento aparecem no informativo.

Mas, para compararmos o perfil editorial do GLOBO-Zona Sul ao do “Posto Seis”, foi interessante escolher reportagens de um e outro veículos que abordassem o mesmo tema. O assunto selecionado foi a situação da Escola Municipal Dom Aquino Corrêa, em

³⁶ Texto disponível no site do jornal Posto Seis: <<http://www.postoseis.com.br>>

Copacabana, cujas obras começaram em outubro de 2003 e se atrasaram. Mas o tratamento dado à notícia foi diferente. Na ocasião, os alunos foram transferidos para a Escola Municipal Alencastro Guimarães. Na ocasião, o problema era alvo de reclamações e da preocupação de moradores da região. No GLOBO-Zona Sul de 28 de outubro de 2004, a seção “Estamos de plantão”³⁷ publicou a matéria “Obras em escola já duram um ano – Alunos estão em colégio vizinho, em Copacabana, desde o início de 2003”. O texto dizia:

No ano passado, os alunos da Escola Municipal Dom Aquino Corrêa, em Copacabana, foram transferidos para o colégio vizinho. Com problemas como goteiras e cupim, a escola precisava de reformas, que só começaram em outubro de 2003. Enquanto isso, os alunos têm que conviver com a superlotação da Escola Municipal Alencastro Guimarães.

– A situação é péssima. As crianças não têm recreio, porque não há espaço. A educação física é dentro da sala de aula. Ninguém quer ir à escola – conta Rozana da Fonseca, mãe de um aluno da 4ª série do ensino fundamental.

Segundo Rozana, no ano passado seu filho estava numa sala sem janelas ou qualquer ventilação. Este ano, sua turma foi transferida para uma sala de fundos, sofrendo o ano todo com o barulho das obras.

– Estou brigando por algo que não vou usufruir, pois a 4ª série é a última do Dom Aquino. Mas vou continuar insistindo porque outras crianças vão precisar – diz ela, que visitou as obras no último dia 20, acompanhada de outros dois responsáveis, de funcionários do Departamento Geral de Infra-estrutura da prefeitura e dos engenheiros da Riourbe, além do empreiteiro das obras e de diretores da escola.

A previsão da Secretaria municipal de Educação é de que a escola volte a funcionar no início do próximo ano letivo.³⁸

Um quadro na mesma página da matéria, chamado “Acompanhe o caso”, lembrava o histórico do problema, narrando os primórdios da polêmica sobre as obras da escola, que remontavam a 1997. Já na reportagem do jornal “Posto Seis”, que ainda pode ser encontrada no site do veículo, o tom é outro. Abaixo, vamos reproduzir a matéria na íntegra. Apesar de muito extensa (bem mais longa que a publicada no Zona Sul), é importante apresentá-la completa para que possamos comparar as duas mais adiante.

A Escola Municipal Dom Aquino Corrêa foi interditada em abril de 2003 para obras emergenciais em sua infra-estrutura que, até a primeira semana de dezembro, ainda não tinham sido iniciadas. A situação preocupa responsáveis dos alunos, que precisaram ser alocados no Colégio Estadual Alencastro Guimarães.

Grande parte das reclamações está relacionada ao fato de as faixas etárias entre as duas escolas não serem compatíveis, uma vez que a Dom

³⁷ Todas as seções do GLOBO-Zona Sul serão apresentadas, em detalhes, no próximo capítulo.

³⁸ GLOBO-ZONA SUL. “Obras em escola já duram um ano”. 28 de outubro de 2004.

Aquino Correa atende crianças de seis a 11 anos e a Alencastro Guimarães, de 12 anos em diante. As mães declaram que isso prejudica seus filhos, que se sentem reprimidos entre os adolescentes, pois, por mais que os alunos tenham recreios e refeições separadamente, o contato nos corredores é hostil.

Rozana Oliveira, mãe de uma das crianças do Dom Aquino, se mostra indignada com a demora da reforma e especula que “as obras só sairão agora porque as eleições estão chegando”. Ela diz que, juntamente com outras mães e o presidente da Sociedade Amigos de Copacabana (SAC), Horácio Magalhães, quer marcar uma reunião com a coordenadora regional da 2ªCRE, Maria Inês, para saber onde as crianças vão ser alocadas até o fim das obras. Segundo ela, “no Alencastro não dá mais para continuar”.

A mãe informa ter em mãos 36 atestados médicos do SUS, dispensando os alunos por alguns dias por problemas alérgicos, que vêm sendo provocados por não haver janelas na sala disponibilizada para as crianças, impedindo a circulação de ar e juntando poeira. “Queremos uma solução” – declara.

Segundo a diretora da escola, Aparecida Silva Fortes, quando assumiu o cargo, no final de 2000, o local já se encontrava em estado precário e, então, junto com a diretora adjunta Maria Edmee Silva, teve a idéia da reforma. Foram ao Conselho Regional de Educação e expuseram o problema para a coordenadora, que apoiou a idéia, contatando o órgão Degin a fim de designar um arquiteto para verificar os problemas na estrutura do prédio.

A execução das obras esbarra na burocracia existente no serviço público. Isso pôde ser comprovado pelo fato da licitação – segundo a diretora da escola – só ter sido aberta em setembro, sendo homologada em 29 de outubro, e o contrato ter sido assinado em dezembro, apenas. Com isso, a reforma só vai começar agora, final de 2003, com o prazo de 210 dias para a entrega. “Em termos de serviço público, a obra está sendo rápida” – comenta.

Segundo a assessoria da Riourbe – empresa da Secretaria de Obras responsável pelo projeto, licitação e gerenciamento das obras – a reforma tem término previsto para julho de 2004. Como a fachada da escola é preservada, serão mantidas todas as suas características originais. O telhado existente, em telhas francesas, bem como todas as janelas, grades e esquadrias serão recuperadas. Os vidros quebrados ou danificados serão substituídos e a escola vai receber uma pintura geral. Será executada também a limpeza de pisos cerâmicos, azulejos, vidros e aparelhos sanitários que estejam em bom estado. Além disso, todas as calçadas em pedra portuguesa em torno da escola serão recuperadas.

Ao todo, a Dom Aquino Correa vai contar com cinco salas de educação fundamental, sala de educação especial, sala de informática e uma sala de leitura e vídeo. Em todos esses ambientes, a pavimentação será em piso de alta resistência e as paredes receberão pintura acrílica. Cada sala vai contar com ponto de TV e vídeo, três pontos de computador, três ventiladores de parede e dois novos murais.

A cozinha terá novo fogão industrial de seis bocas, balcão térmico, além de coifas, tanques e bancadas em aço inox. O piso terá revestimento cerâmico e as paredes serão em azulejos brancos. A despensa ganhará

pontos para instalação de geladeira e freezer e prateleiras em mármore branco. Uma tela de nylon tipo “mosquiteiro” será colocada nas janelas. Os banheiros vão receber novas louças e metais, sanitários adaptados para o uso de deficientes físicos, além de bancadas e divisórias em mármore. O piso terá revestimento cerâmico e as paredes serão em azulejos. Os vestiários dos alunos e dos funcionários terão chuveiros elétricos. As crianças vão ganhar uma nova área para recreação. O parquinho terá piso emborrachado e serão instalados novos brinquedos. Também será executada a marcação da tradicional “amarelinha” e o local vai receber um alambrado.

A nova quadra de esportes da escola será construída em estrutura metálica e com pavimentação de alta resistência. Será fechada com um alambrado e vai ganhar novos equipamentos esportivos. A cobertura será em telhas metálicas e um sistema de drenagem será instalado no local. O abastecimento de água da escola será ampliado e, em todo o sistema de distribuição, bem como rede de esgotos primários e secundários, serão utilizados tubos em PVC. Além disso, será executado o serviço de impermeabilização na cisterna, caixa d’água, calhas e varandas da escola. Toda a tubulação da rede elétrica será em PVC rígido. A escola vai ganhar novas luminárias de uso eficiente de energia e diversos pontos de luz. Está previsto o aumento de carga para atender à nova demanda. Novos pontos de telefone serão instalados.

A Prefeitura vai investir R\$815.101,31 na reforma da escola para dar maior comodidade aos alunos e garantir seu direito de educação em condições dignas.

Os responsáveis e alunos aguardam que as obras sejam concluídas dentro do prazo informado pela Prefeitura e lamentam que durante o primeiro semestre de 2004 ainda tenham que dividir espaço no Colégio Alencastro Guimarães.

Colaborou com esta matéria:

Juliana Pacheco

Fonte: Riourbe/Ascom.³⁹

Como vimos anteriormente, as duas reportagens tratam do mesmo assunto. Mas as abordagens são completamente distintas. No GLOBO-Zona Sul, o espaço foi cedido para uma matéria curta, que apresenta o problema seguindo a denúncia do leitor-morador, no caso Rozana da Fonseca, e dando, no fim do texto, espaço para que a prefeitura se manifestasse e comunicasse, de forma breve, o prazo em que a escola voltaria a funcionar. A conduta da reportagem, embora favoreça a reclamação da leitora, é imparcial: o autor não fez intervenções nem opinou sobre o assunto.

Já o texto do “Posto Seis” parece ter um objetivo diferente: leva a ferro e fogo a idéia de que deve ser o porta-voz da população. Emite juízo de valor e opina sobre a questão, por exemplo, no trecho em que a reportagem julga o andamento das obras e atribui a culpa à

morosidade do poder público: “A execução das obras esbarra na burocracia existente no serviço público. Isso pôde ser comprovado pelo fato da licitação – segundo a diretora da escola – só ter sido aberta em setembro, sendo homologada em 29 de outubro, e o contrato ter sido assinado em dezembro, apenas”.

A abordagem do assunto também é distinta da feita pelo GLOBO-Zona Sul: aprofunda-se em aspectos mais detalhados (como a má ventilação nas salas de aula, que leva a problemas respiratórios e foi mencionada superficialmente pelo Zona Sul). E, finalmente, chega a ser impressionante o espaço dado à resposta da Riourbe sobre o assunto. Dos 16 parágrafos em que se divide o texto, nove, mais da metade, dedicam-se às explicações do órgão público sobre a obra. O texto mergulha numa descrição das obras que tem uma riqueza de detalhes técnicos que muitas vezes não interessam aos leitores. A impressão que se tem é de que o *release* divulgado pela empresa foi transcrito, *ipsis litteris*. E essa impressão é reforçada pela nota de rodapé que encerra a reportagem: “Colaborou com esta matéria: Juliana Pacheco. Fonte: Riourbe/Ascom”. Ou seja: a própria assessoria de comunicação da Riourbe participou da reportagem. É interessante como o caderno abriu espaço para uma descrição tão detalhada, sem intervenções. Neste caso, o Estado percebeu na matéria a brecha para atingir o público sobre uma questão delicada, tentando reverter a situação a seu favor. Foi o reconhecimento da visibilidade concedida pela mídia regional e da necessidade de o poder público se valer do jornal local para chegar aos moradores. Como diz Antonio Albino Canelas Rubim, no livro “Comunicação & Política”,

(...) o campo da política, como precisa da publicização de seus atos e de representar socialmente a política, busca, por sua vez, manipular e controlar essa capacidade de publicização. Com tal finalidade, aciona os mais diversos dispositivos ao seu alcance, desde os advindos das legislações que elabora, inclusive acerca da mídia e sua utilização política, passando por sua privilegiada posição de ‘fonte’ autorizada pela posição de autoridade social, até outros de proveniência eticamente problemática, como a censura, a cooptação. Além disso o campo político, devido à sua concentração de recursos, pode acioná-los para obter visibilidade, seja através da imanente notoriedade social do lugar que habita ou dos atos que executa, seja pela via do uso cativo da mídia estatal ou privada, em inserções de propagandas em horários solicitados. Complementariedade e conflito novamente se dão como possibilidade de outro campo de forças.⁴⁰

³⁹ Site do “Posto Seis”: <<http://www.postoseis.com.br>>.

⁴⁰ RUBIM, A.A.C. p. 83.

Apesar de pertencer a outra região geográfica, o jornal “Cidade da Barra” foi escolhido para esta análise comparativa por se aproximar do GLOBO-Zona Sul no que diz respeito ao objetivo de priorizar o espaço editorial, isto é, o espaço destinado às notícias. O exemplar estudado é de novembro de 2003. O caderno mensal, de oito páginas, foge um pouco ao padrão dos demais jornais locais por não estar em tamanho tablóide, mas *standard*, e com apenas três anúncios de comerciantes locais. Das 13 notícias distribuídas pelas páginas, apenas duas são assumidamente assinadas por pessoas de fora da equipe num formato de “matéria paga”: uma feita por uma psicóloga e outra por uma psicanalista. Um advogado, uma professora, o presidente de uma associação de moradores, um padre e um coronel da Aeronáutica também assinam seções do veículo, mas são colunas sobre educação, transportes, religião e justiça, algumas delas fixas no jornal. A matéria de capa do caderno, “Barra da Tijuca tem a maior Casa Cor da história”, descreve o evento de decoração e representa um assunto que perfeitamente poderia ocupar as páginas de um caderno dos Jornais de Bairro de O GLOBO. Na página 3, tradicionalmente considerada uma das mais importantes dos jornais por ser a primeira que o leitor vê logo após a capa, o assunto retratado também é um tema que obteve repercussão na grande mídia e na mídia local. O texto “Fórum debate idéias para conclusão do projeto Barra Ideal” discorre sobre a realização do fórum, evento que reuniria, em oito dias, as principais entidades das regiões de Barra da Tijuca, Recreio dos Bandeirantes e Jacarepaguá. O objetivo do evento era formatar o projeto que seria entregue ao poder público com propostas para desenvolvimento local nas áreas de turismo, esporte, lazer, meio ambiente, saneamento básico, transporte, educação, cultura, segurança, saúde e moradia. O texto, embora se esforce para ser imparcial e seja escrito numa linguagem objetiva, tenta se aproximar do leitor, dirigindo-se a ele com expressões como “você” e “cidadão da Barra”. Isso pode ser evidenciado pelos trechos dessa reportagem que vamos reproduzir abaixo:

A população estimada da região chega hoje a um milhão e trezentas mil pessoas. Estabelecimentos comerciais são mais de três mil. Nos últimos 30 anos, o crescimento da região supera as expectativas e vem acarretando alguns problemas de ordem estrutural que estão tomando dimensões assustadoras. Saneamento básico, transporte, segurança, ocupação populacional desordenada são o reflexo disso. (...)

Vislumbrando o que está por vir e decididos em colaborar com os governos, a Associação Comercial e Industrial da Barra (Acibarra); a Associação Comercial e Industrial de Jacarepaguá (Acija); a Câmara Comunitária do Recreio; a Barralerta; a Associação Comercial e

Industrial do Recreio (Acir); a Associação de Moradores do Recreio (Amar), e a Câmara Comunitária de Jacarepaguá representam o projeto de planejamento estratégico que será debatido entre associações e ONGs, técnicos, acadêmicos e comunidade, para definir sugestões concretas, que se viabilizadas vão atender realmente as necessidades da região. Um modelo ideal para a otimização do crescimento ordenado do bairro, tendo o desenvolvimento sustentável como foco.

Se você é cidadão da Barra, vale a pena conferir. O resultado do fórum será transformado em carta e estará disponível para todo o Brasil. (...) e será publicado por esse jornal.⁴¹

No fim da reportagem, um quadrinho dava o endereço do evento e contatos de e-mail, telefone e site para quem desejasse outras informações, estimulando o leitor a participar da ocasião. Assim como o GLOBO-Zona Sul, o jornal pretende ser um espaço para trazer aos moradores da região que retrata (no caso, a Barra) o noticiário local de que essa população precisa para poder se inteirar de seu cotidiano. No entanto, o “Cidade da Barra” é mais atuante na vida pública regional e, além disso, permite algo que o GLOBO-Zona Sul não possibilita em suas páginas: que os moradores participem ativamente das reportagens, inclusive escrevendo. É o que acontece na coluna “Voz e vez dos condomínios”, em que representantes de condomínios da região dão dicas e informações importantes à população, e na “De olho na cidade”, aberta para que os cidadãos participem sugerindo matérias, elogiando, denunciando ou criticando fatos que estejam ocorrendo em seu bairro. Por isso, o jornal aproxima-se mais da definição de “jornal comunitário” do que do conceito de “jornal regional”, no qual encaixamos o GLOBO-Zona Sul.

O “JB em folhas”, que existe há dois anos e circula a cada dois meses, é o menor dos três veículos de que estamos tratando nesta seção. É produzido em formato de folha A4 e tem oito páginas. A qualidade gráfica prima pelo capricho: as fotos são coloridas e o design é bem-cuidado. A informação local é a preocupação número um do caderno. Na edição que tomamos como exemplo para este trabalho, que corresponde aos meses de dezembro de 2004 e janeiro de 2005, a reportagem principal chama-se “Um Jardim Botânico de solidariedade” e, para a ocasião do Natal, lista uma série de entidades filantrópicas do bairro, como asilos e casas de apoio a crianças carentes, que precisam de ajuda como doações para funcionar. O tom da matéria é de envolvimento: o autor emite suas opiniões acerca do assunto e incita os moradores a praticarem a solidariedade. Em determinado

⁴¹ CIDADE DA BARRA. Novembro de 2003.

trecho, o jornalista deixa transparecer sua indignação⁴² com a situação de dificuldade em que algumas das instituições se encontram:

Infelizmente, descobrimos também que muitas delas passam por dificuldades. Principalmente depois que a Governadora Rosinha Garotinho assumiu o posto, mas não as dívidas deixadas por sua antecessora, Benedita da Silva, de outubro a novembro de 2002. Quem pagou a conta foram as instituições filantrópicas que ficaram sem ver a cor do dinheiro relativo ao repasse de três meses de doações pelo governo estadual e estão operando no vermelho desde então.⁴³

Assuntos como violência urbana e agenda de atividades comunitárias em instituições públicas, como o Hospital da Lagoa, por exemplo, também fazem parte do caderno. E, na página 6, outro destaque: a coluna “A favor ou contra”, que dá espaço a uma polêmica do bairro para que moradores possam opinar. A discussão da edição que estamos analisando tratava da abertura de um novo supermercado Zona Sul na esquina das ruas Jardim Botânico e Pacheco Leão. Moradores que se manifestaram contra queixavam-se de que o novo estabelecimento poderia atrapalhar o fluxo de trânsito, aumentando os congestionamentos. Já os favoráveis à construção alegavam que o novo mercado iria acabar com a hegemonia e os altos preços do supermercado Pão de Açúcar, o principal da área até então. A coluna tem um papel semelhante ao “Fala, Zona Sul!” e à seção de Cartas do GLOBO-Zona Sul (colunas que serão apresentadas mais adiante, neste trabalho): estimular que os moradores falem no caderno. Outra característica interessante é que apenas a última página apresenta propagandas: são pequenos anúncios de estabelecimentos locais, como escolas, cursos de inglês, lojas de materiais fotográficos etc. Portanto, podemos afirmar que este se trata de um veículo comunitário – e não regional, como o GLOBO-Zona Sul, uma vez que não dá importância aos aspectos mercadológicos. O objetivo é ser um informativo para a comunidade do Jardim Botânico, apresentando-lhe peculiaridades do bairro e dando-lhe a oportunidade de participar. No editorial, a jornalista responsável pelo veículo, Christina Martins, deixa claro que a participação do público é bem-vinda, ao comentar a volta da coluna “A favor ou contra”. Afirma ela: “Novos estabelecimentos continuam escolhendo o bairro para se instalar, como você pode conferir na coluna ‘Folhas do Jardim’.

⁴² No GLOBO-Zona Sul, a prioridade é para o afastamento do autor: o repórter, ao escrever, não deve deixar claras suas avaliações pessoais sobre o assunto retratado. Esse envolvimento mais profundo e opinativo, portanto, é inimaginável nos Jornais de Bairro de O GLOBO.

⁴³ JB EM FOLHAS. Edição de dezembro de 2004/janeiro de 2005.

Mas nem todos são totalmente bem-vindos, como o supermercado Zona Sul, que está dividindo a comunidade. Por conta disso, reeditamos a coluna “A favor ou contra”.⁴⁴ A comunidade é convocada a agir e a se expressar: é, simultaneamente, o personagem sobre o qual fala o informativo, e o público a que ele se dirige.

Depois de apresentar um pouco da estrutura dos veículos “Posto Seis”, “Cidade da Barra” e “JB em folhas”, e de compará-los à conduta do GLOBO-Zona Sul diante das notícias locais, vamos recuar um pouco, retornando àquela idéia de que tratamos logo no começo deste capítulo: a idéia de que o que une os diferentes tipos de jornalismo dedicados a regiões específicas, seja o veículo comunitário, cívico ou regional, é o apego à informação específica e é a necessidade de oferecer àquele grupo de leitores notícias mais próximas de seu cotidiano. Reportagens que lhes digam, realmente, respeito. Os caminhos percorridos por esses veículos são diferentes, é claro. Mas são trilhados – aos trancos e barrancos pelos jornais menores, ou com estrutura mais confortável pelo GLOBO-Zona Sul – para se chegar ao mesmo fim: uma comunidade informada, que favoreça a prática da cidadania e leve à efetiva mudança social. Nas palavras de Cicilia Maria Krohling Peruzzo, esses meios, sejam locais ou comunitários, têm em comum, por fim, o fato de que

(...) lidam com os assuntos que dizem respeito mais diretamente à vida das pessoas no espaço vivido do seu cotidiano. Sua marca é a proximidade, sintetizada nos sentimentos de pertencimento, de identidades e nos elos do cotidiano. É essa marca também que ajuda a garantir sua aceitação, ou sucesso que fazem junto aos receptores.⁴⁵

⁴⁴ JB EM FOLHAS. Edição de dezembro de 2004/janeiro de 2005.

⁴⁵ PERUZZO, C.M.K., 2003, p.75.

2. A estrutura dos Jornais de Bairro de O GLOBO

Para conhecer mais a fundo O GLOBO-Zona Sul, é preciso mergulhar em sua estrutura e dissecar suas seções, descobrindo a que se destina cada uma delas. É necessário, ainda, desvendar o que orienta a conturbada relação entre os espaços destinados às notícias e a área que se dedica aos anúncios, um eterno jogo de disputas – mas que tende a chegar a uma trégua. Em seguida, entendamos como o jornal “reifica” o leitor, ajustando suas novas estratégias de acordo com o perfil, as preferências e as necessidades desse público, que são aferidos periodicamente em pesquisas de opinião. Essas mesmas pesquisas nortearam uma das mais ousadas mudanças nos cadernos de bairros de todos os tempos. A partir de março de 2005, o GLOBO-Zona Sul mudará todo o seu projeto gráfico e, de jornal em formato tablóide, passará a ser revista. Para este trabalho, tivemos acesso em primeira mão a este novo projeto e, neste capítulo, conheceremos sua proposta e seus objetivos.

2.1 As seções que compõem atualmente Jornais de Bairro: de serviços a entretenimento

Começamos por conhecer cada espaço dos cadernos. Ao leitor dos Jornais de Bairro são dedicadas diversas seções, que movimentam o suplemento. Todas traduzem a ênfase na prestação de serviços e são um reflexo do principal instrumento de que se vale o jornal: a interação com o leitor. A mais tradicional delas, “Em defesa do morador”, por exemplo, cuida de resolver problemas que afetam seu cotidiano. Segundo reportagem publicada em edição especial que comemorava os 20 anos dos Jornais de Bairro, em 25 de abril de 2002, nesta seção “é o leitor quem solicita ao jornal a solução para as queixas como o vazamento de água no asfalto, a rua sem iluminação ou a árvore sem poda. As denúncias feitas por meio desse canal são sempre encaminhadas aos órgãos públicos competentes pela solução dos problemas”⁴⁶. As reclamações podem ser enviadas por telefone, fax ou e-mail, e são os próprios repórteres que enviam as queixas aos órgãos públicos. As respostas são publicadas no próprio caderno, nas edições seguintes ao recebimento das denúncias. Uma parceria com o portal GLOBO On Line permite ainda que tais queixas sejam respondidas num canal batizado de “Megafone”, na seção dos Jornais de Bairro existente no site. Na mesma seção,

⁴⁶ GLOBO-ZONA SUL. “Pioneiros na briga pela defesa da cidade”. 25 de abril de 2002

os moradores também encontram um formulário virtual à sua disposição para registrar suas reclamações.

Na página 2 do jornal GLOBO-Zona Sul, onde está disposto o editorial assinado pelo editor do caderno, narrando as principais reportagens contidas no caderno, ficam ainda dois importantes canais permanentes de contato com os leitores: as seções de “cartas” e o “Fala, Zona Sul!”, um espaço próprio para acolher as opiniões de moradores sobre assuntos de interesse comunitário. Neste segundo espaço, semanalmente é publicada uma pergunta sobre o cotidiano da região, como “Falta segurança nas principais vias da Zona Sul?” (publicada no dia 18 de novembro de 2004) ou “Lombadas eletrônicas reduzem a velocidade nas ruas?” (dia 9 de dezembro do mesmo ano). Num rodapé na página 2, o leitor é convidado a responder a esta questão, via e-mail falazsul@oglobo.com.br ou fax 2534-5535. Suas respostas são publicadas na edição seguinte, quando é anunciada, também, a pergunta que deve ser respondida para a próxima semana. Nas respostas, os moradores da região deixam transparecer sua opinião, apresentam aspectos mais detalhados de seu dia-a-dia e conhecem os pontos de vista de seus vizinhos.

A interação com o leitor também vem sendo estimulada em iniciativas como a tradicional coluna “Cidadão solidário”, que apresenta o trabalho de obstinados moradores da região em prol de causas nobres e obras sociais, e cujo objetivo é estimular o voluntariado; e “O meu bairro”, que circulou de 1993 a 1999, onde moradores ilustres, como os artistas Pedro Cardoso e Adriana Calcanhoto, ressaltavam o que havia de melhor e de pior em seus bairros. Outra iniciativa que mereceu grande destaque foi o “Plantão dos Jornais de Bairro”, que foi publicada de 1989 a 1993 (e retomada pelo GLOBO-Niterói durante o ano 2002) e funcionava como um canal de comunicação entre os moradores e as autoridades. Equipes de repórteres passavam o dia em determinado bairro para ouvir as queixas, que eram encaminhadas a órgãos competentes. Em 1989, em plantão realizado no Méier, por exemplo, moradores já se queixavam da falta de segurança nos ônibus e da presença maciça de mendigos e camelôs nas ruas. Já a invasão de camelôs na Rua Visconde de Pirajá foi a principal queixa dos moradores de Ipanema, durante um plantão no bairro em 1992 – questões estas que ainda hoje são alvos de reportagens nos Jornais de Bairro.

As demais seções fixas do GLOBO-Zona Sul e dos outros cadernos regionais de O GLOBO ajudam a delimitar áreas de interesse para o leitor e oferecer informações sobre

temas específicos, como o mundo da moda ou gastronomia. É o caso do “Água na boca”, criado em 1993, que apresenta semanalmente um tema de culinária que esteja em voga em restaurantes da região, apresentando pratos, preços e endereços das casas retratadas – anualmente, em maio, o “Água na boca” é também tema de uma edição especial em que são escolhidos, de forma democrática, os melhores restaurantes da Zona Sul (o que se repete ainda nos outros suplementos): os moradores elegem, em pesquisa de opinião, seus restaurantes preferidos, indicados previamente por um júri especializado; a seção “Estilo”, que mostra as principais tendências da moda, com fotos, serviços e endereços de lojas separados por região; e “Cursos”, que oferece um cronograma semanal de seminários e workshops na área abrangida pelo caderno. Eventualmente, são implantadas ainda outras seções, em função de projetos especiais dos jornais ou de eventos como o carnaval ou o aniversário de um bairro. Alguns exemplos destas colunas são a “Degustação”, em que o *sommelier* Célio Alzer demonstrou, em 13 lições, que os segredos dos vinhos podem ser desvendados, entre setembro e novembro de 2001, nos cadernos Zona Sul e Barra; o “Cantinho do Indignaldo”, que apresentou entre 1998 e 1999, também no Zona Sul e no Barra, o personagem Indignaldo Ficco, criado pelo cartunista Miguel Paiva, um carrancudo crítico dos problemas que os cariocas precisam enfrentar em seu dia-a-dia na cidade; a “Comissão de frente”, coluna sob a responsabilidade do jornalista e jurado do Estandarte de Ouro Marcelo de Mello, que conta o que acontece nos bastidores do carnaval e antecipa novidades dos desfiles; e “Copa Bacana”, criada em 2002, ano do centenário de fundação de Copacabana, em que era contada em capítulos semanais a história do Bairro e na qual personagens locais (como moradores ilustres) declaravam seu amor pela região.

No GLOBO-Zona Sul, uma coluna social semanal, chamada “Abalo”, é comandada por Scarlet Moon de Chevalier, apresentando notas e fotografias sobre a sociedade e o cotidiano da Zona Sul – os cadernos de Barra da Tijuca (na edição que circula aos domingos) e Niterói também mantêm colunistas sociais. A seção repete a fórmula de similares publicadas nos grandes jornais, como Ancelmo Góis e Boechat, mas restringe-se ao espaço regional compreendido pelos limites geográficos e simbólicos dos Jornais de Bairro. Finalmente, todos os jornais têm em suas últimas páginas um guia de programação cultural batizado de “Lazer”, que lista, nos chamados “tijolinhos”, os horários de cinema,

teatro, exposições, por exemplo. O “Lazer” segue os moldes das seções de programação dos cadernos Rio Show e Segundo Caderno.

2.2 A relação entre espaço editorial e publicidade atualmente nos Jornais de Bairro

Um tema sempre polêmico no meio jornalístico, a proporção entre anúncios e o espaço gráfico nas páginas encontrou nos Jornais de Bairro uma proposta de equilíbrio que raramente está presente em outros veículos. A cada edição, a intenção é de atender aos anunciantes regionais, mas sem prejudicar a área editorial destinada às notícias. Na visão do editor Mario Toledo, o “produto jornal” deve ser percebido como um *negócio*, mas precisa ser um *negócio* principalmente do ponto de vista do leitor, que o consome para ver notícia: em forma de texto e de anúncios⁴⁷ – isso quer dizer que mesmo a liquidação em uma loja, que ocupa páginas inteiras, deve ser entendida como notícia, segundo Toledo, pois passa informação aos leitores.

Ajustar essa relação entre espaço editorial (reservado às notícias) e espaço comercial (destinado às propagandas) não é tarefa fácil, mas os Jornais de Bairro tentam resolver esta questão de uma maneira prática: criando parcerias entre estas duas áreas em cadernos especiais, por exemplo. Nas edições especiais temáticas, os esforços das equipes do setor comercial, que atraem anúncios para os jornais, são casados com os trabalhos dos repórteres, que buscam pautas para sustentar reportagens afins com os temas sugeridos em cada edição especial. É o caso, por exemplo, de cadernos especiais como o de “Noivas”, publicado em março, com sugestões de decoração, vestidos, detalhes de festas etc, tudo restrito a cada região do jornal; o “Vida saudável”, com reportagens sobre saúde e bem-estar, em abril; ou do “Água na boca especial”, que reúne personalidades da região para serem juradas de um concurso que elege os melhores restaurantes da área.

O objetivo de tais edições é conciliar os extremos editorial e comercial. Mas Cláudia Sarmiento, que desde janeiro de 2004 assumiu o cargo de gerente de produto de O GLOBO, assim como o GLOBO On Line, explica que, de fato, as edições temáticas especiais não têm como objetivo principal apenas se aproximar do leitor apresentando conteúdo distinto, diferenciado. Diz ela:

⁴⁷ Entrevista concedida por Mario Toledo à autora deste trabalho em 21 de julho de 2004.

Essas edições são uma estratégia especial. Mas isso não significa que não tenham valor jornalístico. São um calendário fixo, mas que não é nenhuma camisa-de-força. Sempre, dentro dos temas, há muitas pautas para os repórteres cobrirem. Fizemos uma pesquisa para analisar o perfil dos leitores. Um dos objetivos é ver o que atrai a cada camada de leitores. Queremos saber, por exemplo, se quem não se interessa pela temática de casamentos folheia ou não o caderno de ‘Noivas’ que sai no mês de março. O jornal adota uma estratégia segundo a qual não é possível abrir mão nem da parte de conteúdo jornalístico, nem da comercial. A parte de anúncios é uma fonte de renda grande.⁴⁸

Outra forma de aliar jornalismo e publicidade é a realização de “campanhas do bem”, como Cláudia Sarmiento batiza as campanhas beneficentes promovidas pelos Jornais de Bairro para reforçar sua marca junto ao público. São projetos como os para arrecadação de agasalhos e cobertores, chamado “Inverno sem frio”, ou de brinquedos e roupas no Natal, o “Seja Noel”. Postos de doação são instalados em supermercados e shopping centers, sempre com *banners* e painéis exibindo o logotipo dos Jornais de Bairro. Como ela mesma explica, “as campanhas do bem são associadas à imagem dos Jornais de Bairro. Por exemplo: houve uma campanha de arrecadação de livros em que foram recolhidos 75 mil exemplares. Isso tem uma boa repercussão de responsabilidade social, que faz bem à marca”.⁴⁹

João Carlos Correia, pesquisador especializado em jornalismo regional da Universidade da Beira Interior, em Portugal, chama a atenção para essa aparente trégua no conflito entre conteúdo jornalístico e anúncios. Ele mostra que a penetração da publicidade comercial nos jornais é uma realidade que começa a se fazer sentir e que não configura, necessariamente, uma tendência de predomínio de objetivos mercantis. Para Correia, é possível conciliar os dois ramos sem que haja danos à informação final passada ao leitor. Afirma ele:

A qualidade dos projetos editoriais, a formação profissional, (...), a formação de um produto jornalístico que atraia a publicidade comercial e impeça a dependência da publicidade institucional não são objetivos contraditórios.⁵⁰

Esta assertiva de Correia encontra eco na opinião do editor Mario Toledo. O jornalista à frente dos Jornais de Bairro, na entrevista que nos foi concedida, afirmou que o

⁴⁸ Entrevista concedida por Cláudia Sarmiento à autora deste trabalho em 14 de julho de 2004.

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ CORREIA, J.C. “A região e o espaço público: um contributo crítico”. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>

“anunciante procura O GLOBO porque é o melhor produto do mercado. E os Jornais de Bairro são o melhor exemplo do GLOBO para conciliar as partes editorial e comercial. Buscam o equilíbrio. Mas o desafio é sempre procurar saber, pelas pesquisas, se o leitor está satisfeito ou não com o produto”.⁵¹

2.3 O perfil do leitor segundo pesquisas

Pesquisas de opinião realizadas com os leitores são estratégias de que os Jornais de Bairro lançam mão para conhecer melhor os interesses e os gostos de seu público e perceber quais são os critérios que devem ser levados em consideração para agradá-lo. Mudanças no jornal – sejam elas gráficas ou editoriais – somente são realizadas após minuciosas e acuradas pesquisas de mercado. Em novembro de 2003, uma pesquisa batizada de “Perfil dos leitores dos Jornais de Bairro de O GLOBO”, conduzida pela empresa de consultoria RBS Direct, foi apresentada à empresa. O objetivo era identificar o perfil sócio-demográfico dos leitores dos Jornais de Bairro de O GLOBO visando a subsidiar a área comercial na venda de anúncios e, ainda, prover conhecimento sobre os hábitos e as preferências de leitura do público do jornal. A meta era identificar no público dos Jornais de Bairro o sexo, a profissão, a faixa etária, a renda familiar, a escolaridade, a frequência de leitura do caderno e a satisfação com ele, as informações sobre leitura do Guia de Serviços (o caderno de anúncios de páginas amarelas que circula juntamente com os Jornais de Bairro), e os temas de interesse. Os dados da pesquisa, sigilosos, foram fornecidos para a realização da pesquisa para esta dissertação com autorização de um dos editores-executivos de O GLOBO, Agostinho Vieira.

A pesquisa foi constituída por duas etapas: uma fase quantitativa e outra de análise de resultados. Na etapa quantitativa, de coleta de dados, os leitores foram entrevistados em dois grupos. Estes dois públicos distintos consistiam em leitores assinantes e não assinantes. Cada grupo teve processos de coletas de dados distintas. Para os assinantes, foram selecionados titulares de assinaturas que tivessem lido os Jornais de Bairro pelo menos duas vezes no mês e eles foram entrevistados por telefone. Os leitores de banca, entrevistados nos pontos de venda, também deveriam ter lido os cadernos ao menos duas vezes no mês. Foram entrevistadas 750 pessoas para cada público.

⁵¹ Entrevista concedida por Mario Toledo à autora deste trabalho em 21 de julho de 2004.

Desta pesquisa, concluiu-se, acerca dos leitores do GLOBO-Zona Sul, o principal objeto de estudo de nosso trabalho, que:

- Enquanto 62% dos assinantes do caderno Zona Sul são do sexo feminino, 59% dos leitores de banca são do masculino;
- Os leitores de banca são mais jovens que os assinantes (a faixa etária de percentagem mais expressiva é de até 25 anos entre os não assinantes, com 28%; e entre os titulares de assinatura, a faixa com maior percentagem é de 46 a 55 anos, com 27,6%);
- A proporção de solteiros entre os assinantes é de 28%, enquanto entre os leitores de banca é de 53%;
- 66% dos leitores têm nível superior completo (uma média entre os 72,4% de assinantes e 37,3% de não assinantes);
- Entre os assinantes, 61% são aposentados/pensionistas ou profissionais liberais, ao passo que, entre os leitores de banca, 53% são autônomos ou funcionários de empresas privadas. No grupo de assinantes, foi interessante notar, ainda, que não houve registro de nenhum desempregado e, entre os não assinantes, este percentual foi apenas de 2,7%;
- No quesito “Faixa de renda familiar”, foi mostrado que 56,2% dos leitores do caderno Zona Sul avaliados pertencem à classe A (no grupo de assinantes, são 60,6%, e no de leitores de banca, 28%).⁵²

Em setembro de 2004, uma nova pesquisa deu amparo para que o jornal pudesse conhecer melhor este grupo de leitores dos Jornais de Bairro – e direcionar melhor suas estratégias voltadas para os leitores. O trabalho, chamado “Panorama dos Jornais de Bairro”, foi desenvolvido pela consultoria Troiano. O objetivo da pesquisa foi investigar as principais questões relacionadas aos Jornais de Bairro da Zona Sul e da Zona Norte, junto ao seu principal agente, o leitor. Tendo em vista esta meta, foram pesquisados o comportamento de leitura, a motivação de leitura, a avaliação do produto (estrutural e conceitual) e a avaliação dos cadernos. A coleta de dados foi feita em duas discussões em grupo para cada caderno, em salas mistas de classes A e B, entre 25 e 40 anos, moradores

⁵² Informações contidas no estudo “Perfil dos leitores dos Jornais de Bairro de O GLOBO”, RBS Direct, em novembro de 2003

da Zona Norte e da Zona Sul. O estudo mostrou que o Jornal de Bairro ocupa um espaço bem definido na vida do leitor, e que, apesar de declarar que este é o último caderno de O GLOBO a ser lido, ele cumpre papel importante na vida dos moradores. O conteúdo desta pesquisa também foi cedido à autora deste trabalho com exclusividade pela Infoglobo, empresa à qual pertence O GLOBO.

Desta pesquisa, foi possível perceber que, para os leitores, os Jornais de Bairro têm uma proposta muito clara: oferecer um conteúdo leve e informativo, totalmente focado no bairro; divulgar os principais fornecedores da região, e alertar para os problemas da área. É, segundo os dados apresentados, como se os Jornais de Bairro devessem sempre contemplar três dimensões:

- *O jornal deve ser porta-voz do bairro.* É visto como um veículo que tem o poder de melhorar a vida no bairro; deve alertar, denunciar, comunicar e informar; deve ser um intermediário entre a população e os órgãos administrativos. Os leitores esperam que o Jornal de Bairro tenha a postura investigativa e cobradora de resultados (que descubra “que fim levou”; que afirme “estamos de olho” e que publique cartas dos leitores). Os moradores cobram ação e querem ver suas opiniões nas páginas. Por outro lado, os leitores mostram-se acomodados, e querem que o jornal se mobilize por eles para alcançar seus objetivos na comunidade. Durante as reuniões, um leitor da Zona Sul chegou a afirmar: “se for um problema na minha rua, aí eu corro atrás, compro a briga. Se não for, não faço nada, não ligo”. Mas essa acomodação dos leitores não é consciente e eles não assumem essa postura oficialmente: por isso, é mais fácil esperarem que o Jornal de Bairro faça algo por sua região. Para complementar a gama de informações apresentada semanalmente no suplemento, os leitores sugeriram a publicação rotineira de serviços de utilidade pública, como orientações sobre vacinação, locais para se tirar a carteira de trabalho ou serviços gratuitos, por exemplo;
- *O jornal precisa apresentar as opções de cultura e lazer locais.* É nesta dimensão, segundo a pesquisa, que os moradores esperam conhecer a história de seu bairro, suas curiosidades e particularidades. Durante as reuniões, os leitores deixaram claro que a identificação com a matéria de

capa é o ponto-chave para a continuidade da leitura do caderno, e que esperam encontrar temas mais leves e positivos nos Jornais de Bairro (nada de violência, assassinatos ou suicídios, por exemplo). No entanto, alguns temas ficam no limite do “mal necessário”: buracos nas ruas, problemas de iluminação, policiamento do bairro etc;

- *O jornal deve apresentar os serviços do bairro.* Os leitores reconhecem que a divulgação dos serviços está presente nas duas partes que compõem os Jornais de Bairro: a parte editorial, de notícias, e o “Guia de Serviços”, caderno amarelo que inclui anúncios de negócios da região. Porém, o “Guia” é percebido pelos leitores como o carro-chefe da parte de serviços, e o hábito de guardá-lo e consultá-lo em casa já foi incorporado pelos leitores. Para os moradores, ter o guia sempre à mão é útil. Nas reuniões de discussão, eles afirmaram: “Tiro os cadernos que não me interessam e o ‘amarelinho’ fica guardado. Posso precisar dele”⁵³. O “Guia de Serviços” reforça os laços entre os leitores e O GLOBO.

A pesquisa identificou ainda quatro segmentos de leitores: os envolvidos, os emergentes, os bairristas e os econômicos. Os envolvidos são os apaixonados pelo jornal, que não conseguem viver sem folhear suas páginas e são fanáticos por informação; o que aprendem lendo o jornal serve para gratificá-los pessoalmente, dando-lhes prazer. Já os emergentes são caçadores de ideais: precisam do jornal como grande instrumento para estimular o sucesso de sua vida, seu futuro e seus sonhos, e exibem os conhecimentos obtidos como troféus. Os bairristas são centrados no seu mundo, olham para o jornal e vêem-no como um reflexo de seu universo particular; são muito apegados a seu bairro e a sua cidade e suas preocupações concentram-se em um território muito bem definido. Para eles, ler o jornal é reforçar sua condição de cidadão carioca. Finalmente, os econômicos são aqueles leitores dirigidos pelo bolso, que gostam de se informar, mas, para tanto, obedecem às suas condições financeiras: a escolha da mídia que vão adotar depende da sua disponibilidade de dinheiro.

E, como conclusão final, o estudo apresentou a idéia de que “é o Jornal de Bairro que faz a ponte entre o leitor e seu ‘mindset’ bairrista, aproximando, por consequência, O

⁵³ Informações contidas no estudo “Panorama dos Jornais de Bairro”, Troiano, em setembro de 2004.

GLOBO deste dia-a-dia”⁵⁴. Isso ficou claro em afirmações dadas pelos leitores nos grupos de discussões como a declaração seguinte, feita por um morador da Zona Sul: “O Jornal de Bairro para mim é assim... é como se, naquele dia, O GLOBO fosse um pouquinho mais meu, estivesse falando uma linguagem mais próxima da minha casa, dos lugares que eu conheço, que vou sempre...”⁵⁵

2.4 O novo projeto editorial dos Jornais de Bairro: uma proposta inovadora

Um dos principais e mais lucrativos produtos de O GLOBO, os Jornais de Bairro estão passando por um processo de revalorização atualmente. A mudança da equipe de editores em seu comando, ao longo de 2004, também marcou o início de uma gradativa reformulação gráfica e editorial dos 11 cadernos. Tal transformação conserva o perfil condutor do jornal: ser aquele veículo que, nas palavras da gerente de produto Cláudia Sarmento,

(...) está mais perto de você, mais ao lado do leitor. Porque a cabeça (*o jornal O GLOBO diário*) não tem como cobrir questões muito regionais, não tem como dar atenção a projetos e detalhes específicos de cada região. O objetivo dos Jornais de Bairro não é só cobrir o buraco que está incomodando os moradores da rua: é oferecer cultura, comportamento, qualidade de vida, saúde, dicas de como escolher a escola certa para seu filho... Tudo naquela região.⁵⁶

Mas a repaginação visual dos Jornais de Bairro, para a qual foi conseguida verba especial em meados de 2004, pretende mudar o aspecto gráfico dos cadernos, que não sofre alterações há dez anos. O caderno escolhido para ser o projeto-piloto destas mudanças foi o Zona Sul, por ser o de maior circulação e de maior quantidade de assinantes. O novo projeto será implementado a partir de março de 2005. As pesquisas de opinião realizadas com os leitores entre 2003 e 2004 serviram de amparo para sustentar e orientar as modificações propostas no novo projeto gráfico: os anseios e as preferências dos leitores destacados nas pesquisas foram levados em conta na hora de propor as mudanças no caderno.

O novo projeto editorial, ao qual tivemos acesso exclusivo para a realização desta dissertação, realmente dá novo aspecto ao GLOBO-Zona Sul. O caderno, que atualmente

⁵⁴ Informações contidas no estudo “Panorama dos Jornais de Bairro”, Troiano, em setembro de 2004.

⁵⁵ Ibidem.

⁵⁶ Entrevista concedida por Cláudia Sarmento à autora deste trabalho em 14 de julho de 2004.

circula em formato tablóide, passará a ser uma revista, com as páginas grampeadas. O estilo é semelhante ao de outras revistas já existentes em O GLOBO, como o caderno juvenil Megazine, que circula às terças-feiras; o Boa Viagem, suplemento de turismo que vem encartado no jornal às quintas, e o Rio Show, caderno de programação cultural da cidade que sai às sextas. Mas o projeto gráfico é inovador, bem diferente dos cadernos citados, e foi desenvolvido pelo próprio editor, Mario Toledo, em parceria com diagramadores e sob a supervisão da equipe de Arte, para obedecer aos padrões gráficos da empresa.

Segundo o editor Mario Toledo, no novo layout, uma das principais mudanças planejadas é investir ainda mais no equilíbrio entre a parte de publicidade e a de reportagens. Uma das estratégias utilizadas para este fim é manter livre de anúncios a folha central, formada por duas páginas unidas e, em geral, destinada à reportagem de capa, de maior destaque (ver Anexo II). Diz ele:

Não podemos recusar anúncios, é claro. A empresa é capitalista, com acionistas que visam ao lucro. Mas até que ponto o leitor está satisfeito ao receber um jornal cheio de anúncios? Se o jornal tem muito anúncio e o leitor não está satisfeito, temos que declinar do anúncio ou distribuí-lo melhor. Mas não podemos aumentar a quantidade de matérias simplesmente aumentando o número de páginas. O papel tem um custo: é um terço do que a empresa jornalística gasta. Só que é possível aumentar o jornal sem interferir no lucro, sem gastar muito dinheiro, conseguindo agradar ao leitor e sem precisar cortar matéria. E é nesse aproveitamento melhor do espaço que vamos investir.⁵⁷

2.5 As mudanças gráficas do novo projeto

A primeira mudança aparente, e já impressionante, é a própria capa. O letreiro azul, com ZONA SUL escrito em branco, com as listras amarelas e a faixa verde que dão unidade às capas de todos os Jornais de Bairro, sai de cena. Entra, em seu lugar, uma grossa faixa azul, com ZONA SUL escrito em branco e o logotipo de O GLOBO, pequeno, escrito à esquerda (ver Anexo I). Mais leve, a capa tem menos elementos. O título da matéria que ilustra esta primeira página, por exemplo, aparece solto, sobre a foto da capa, e não mais dentro de um quadro, a chamada “etiqueta”, como ocorre nas edições atuais do próprio Zona Sul e dos demais cadernos. (ver Anexo V).

⁵⁷ Entrevista concedida por Mario Toledo à autora deste trabalho em 21 de julho de 2004.

Na página 2, o conceito de leveza permanece o mesmo da capa, seguindo um padrão de clareza na página. A tradicional “foto da página 2”, que costuma retratar flagrantes curiosos do dia-a-dia da região ou pequenas denúncias, foi abolida. Em seu lugar, na lateral direita da página, serão dispostas três fotografias destacando assuntos retratados por matérias presentes no caderno ou colunas que mereçam atenção. A seção “Fala, Zona Sul!” também será removida. Mas isso não significa que será dado menos espaço à interação com o leitor. Pelo contrário: outros artifícios serão empregados para estimular sua participação, e uma das mais significativas mudanças presentes na página 2 é a ampliação do destaque dado à seção de “Cartas”. Antes restrito a somente duas cartas, agora o espaço poderá comportar entre cinco e oito. E com conteúdos diferenciados: nas edições atuais, as cartas geralmente referem-se a queixas sobre os bairros. No novo projeto, explica o editor Mario Toledo, “serão apresentadas cartas mais sucintas, para que caibam mais, de diferentes assuntos. Poderão ser de elogio e crítica, inclusive a reportagens do próprio GLOBO-Zona Sul, e de perguntas, reclamações etc”⁵⁸. Ainda nesta página, o pequeno quadro contendo o editorial escrito semanalmente pelo editor-assistente responsável pelo caderno, resumindo os principais assuntos abordados na edição, também será abolido. O mapa da região, que fica, atualmente, acima deste editorial, também passará a não existir mais no novo projeto. Os 13 bairros abrangidos pelo GLOBO-Zona Sul serão listados no expediente, que apresenta, na parte inferior da página, os nomes dos editores envolvidos com o caderno, os telefones de contato, o e-mail e a página do jornal na internet.

A interatividade com o morador é a tônica do novo projeto – explorada em colunas e em estratégias que não necessariamente repetem a fórmula do “Fala, Zona Sul!”. Um exemplo para incentivar este diálogo com a população é apresentar, logo abaixo da assinatura do nome do repórter, seu e-mail de contato, para que o leitor sinta-se à vontade para repercutir o assunto, sugerir novas matérias ou mesmo acrescentar informações. No fim de algumas reportagens, consideradas mais polêmicas, haverá ainda a nota de rodapé “Você quer comentar o assunto? Então escreva para fala@oglobo.com.br”.

Tendo em vista os resultados das pesquisas de opinião às quais nos referimos anteriormente neste capítulo, o editor Mario Toledo parte do princípio que o leitor recorre aos Jornais de Bairro de O GLOBO, entre outras razões, como um canal para resolver seus

⁵⁸ Entrevista concedida por Mario Toledo à autora deste trabalho em 21 de julho de 2004.

problemas. Atender a este anseio é o objetivo de uma nova coluna que foi lançada em 2004 e que ganhará destaque no novo projeto, a “Estamos de plantão”. Aos poucos, ela está substituindo a “Em defesa do morador”. Na anterior, o leitor enviava sua queixa e o jornal publicava a resposta do órgão responsável, geralmente apresentando um prazo para que o problema fosse resolvido. Com a nova seção, o caderno publicará matérias sobre a reclamação até que o problema seja solucionado. A meta é privilegiar sempre o ponto de vista do morador, inclusive destacando-o como personagem – fotografando-o e entrevistando-o – se isso for necessário à matéria. Além disso, ao acompanhar o assunto até sua solução, o jornal mostrará aos leitores que, com sua ajuda, aquela denúncia, finalmente, foi atendida. Isso reforça a idéia de que o veículo está a serviço da comunidade, assunto de que trataremos mais tarde.

Mais espaço dedicado a serviços (gratuitos ou não), outro desejo manifestado pelos leitores nas pesquisas de opinião, também é um aspecto que está sendo desenvolvido nesta nova proposta gráfica. Um exemplo é a coluna “De graça (ou quase)”, que lista programas culturais gratuitos na Zona Sul e a de “Cursos”, que ganhará mais espaço e destaque. As notinhas de eventos semanais, antes espalhadas pelas páginas, em quadrinhos desconexos entre si batizados de “colunões”, passarão a se concentrar em apenas uma página, num grande quadro.

O aspecto visual do caderno também mudará. Nos cabeçalhos, um fio de cor laranja foi escolhido para padronizar todas as matérias. A tipologia utilizada também é diferente da empregada nos cadernos de bairros atuais: nos títulos, por exemplo, são letras de corpo mais fino, que permitem um texto mais arejado. Além disso, o objetivo é que o novo GLOBO-Zona Sul tenha a maioria das páginas colorida (exceto a 2, que permanecerá em preto-e-branco), a penúltima e algumas páginas eventuais em que não haja anúncios coloridos⁵⁹. A seção “Lazer”, que atualmente contém a lista de programação de cinema, teatro, shows e exposições na Zona Sul durante a semana da publicação do caderno e ocupa geralmente as últimas seis páginas do jornal, também sofrerá modificações. Os filmes em cartaz nos cinemas, que podem ser encontrados igualmente no “Segundo caderno”, o suplemento diário de cultura publicado no O GLOBO, serão suprimidos. O “Lazer” irá se

⁵⁹ Para o setor comercial de O GLOBO, é o fato de os anúncios serem coloridos que determina se a página será colorida ou em preto-e-branco.

restringir à programação de teatro, shows, exposições e recreação infantil na região. Seu formato também irá mudar: textos-legenda, com fotos coloridas, ficarão espalhados em meio à programação para torná-la mais atraente. Já as colunas “Estilo”, de moda, e “Abalo”, a de notas sociais assinada por Scarlet Moon de Chevalier, serão mantidas, mas também com novo visual.

3. A representatividade das comunidades no enunciado jornalístico local do GLOBO-Zona Sul

Semanalmente, o GLOBO-Zona Sul dirige-se a um público que é pré-definido. São os moradores dos bairros que compõem a região, que tecem entre si uma rede de relações e formam uma *comunidade*. Aqui, iremos mais fundo na apresentação desse público do GLOBO-Zona Sul, mas passando primeiro pelo multifacetado conceito de comunidade, que atualmente permeia quase todos os setores dos estudos sócio-culturais. É preciso ainda que nos aprofundemos no processo semanal, que se renova a cada edição, da construção de um imaginário local pelo caderno. Por meio de suas matérias, o Zona Sul está num constante ciclo de recriação do espaço social que, para os leitores, corresponde à idéia da região: e é isso que abordaremos no fim deste capítulo.

3.1 Que comunidades são essas, afinal?

Atualmente, poucos conceitos têm apresentado tantos significados – dependendo dos contextos em que se encaixam – como o de comunidade. No meio acadêmico, por exemplo, a idéia encontra, muitas vezes, definições distintas das que se experimentam, na prática, nas ruas da cidade. Um interessante exemplo deste multifacetado espírito da comunidade é o conceito simbólico que se expressa nas favelas cariocas. No discurso midiático, quando são interpelados por jornalistas para narrar algum fato que tenha acontecido em seu dia-a-dia, ou ao descrever o lugar onde moram, os moradores destas localidades, como as inúmeras que compõem grandes complexos como o do Alemão ou o da Maré, ou ainda Vidigal, Mangueira e Rocinha, poucas vezes usam o termo “favela”. Ainda são mais raras as ocasiões em que usam a palavra “morro”. Ao falar de si mesmos e expor sua realidade, o substantivo que empregam é outro. Quando reclamam de governantes, dizem que falta saneamento na “*comunidade*”; que a falta de transporte na “*comunidade*” é um absurdo; que houve troca de tiros com traficantes quando a Polícia Militar invadiu a “*comunidade*”. Os moradores enxergam-se como parte integrante desta “*comunidade*”, uma organização viva e fechada, onde, apesar dos pesares, sentem-se seguros, e a qual são capazes de defender custe o que custar, contra possíveis invasores ou outros fatores que possam abalar sua estabilidade – já que, nela, formam uma rede intrincada de relações sociais, econômicas

e culturais. Neste caso, a comunidade aparece como “(...) termo designativo de grupos não contemplados pela alocação de recursos realizada pelo mercado contemporâneo”.

É o que ocorre, de forma semelhante, nas associações de bairros de que tratamos neste trabalho: para formarem um grupo coeso, os moradores de uma mesma região querem lutar pelo bem de sua *comunidade* e defender seus direitos. Mas, para entender melhor este conceito de comunidade a que nos referimos aqui, e que está diretamente relacionado à territorialidade – como veremos a seguir – é necessário passar por outras acepções do termo. Para isso, ao longo das pesquisas para a realização desta dissertação, mostrou-se interessante – e extremamente útil – ir buscar na obra de autores contemporâneos, e de outros mais antigos, múltiplas nuances da perspectiva comunitária.

Nestas pesquisas, tornou-se claro que um dos primeiros conceitos bem definidos do termo veio de Ferdinand Tönnies, que no fim do século XIX convocava a “comunidade” a voltar a ser um “entendimento compartilhado por todos os seus membros”, que permite que as pessoas fiquem unidas a despeito de tudo, em oposição à sociedade em ascensão. Em “Comunidade e Sociedade”, ele comenta que a comunidade urbana pode se classificar como vizinhança. Apesar da distância temporal que nos separa desta reflexão, pode-se dizer que a conceituação feita por Tönnies se aproxima da idéia de comunidade local – ligada às associações e demais grupos de moradores – que aqui retratamos. A diferença, é claro, está no contexto: ao tratar do “local”, o teórico referia-se a grupos rurais e, hoje, referimo-nos a associações urbanas. Mas, ainda assim, é interessante ver como já em 1887 ele definia com sensibilidade ímpar os laços que unem um grupo de pessoas em torno de objetivos comuns e criam entre tais indivíduos um universo simbólico único. Para ele, a teoria da comunidade parte do pressuposto que a perfeita unidade das vontades humanas é uma condição natural ou original que se mantém mesmo que haja uma dispersão empírica, isto é, espacial. Diz Tönnies:

A vizinhança corresponde às características gerais da vida compartilhada na aldeia rural. A proximidade das residências, dos campos comuns e até a contigüidade das propriedades exigem múltiplos contatos humanos e propiciam o conhecimento íntimo entre os indivíduos. Exigem também a cooperação no trabalho, na ordem e na administração (...). Ainda que essencialmente baseada na proximidade das moradias, o tipo de comunidade vicinal pode persistir mesmo numa situação em que ocorra certa separação da localidade, mas, neste caso,

deverá estar sustentado ainda mais do que antes por hábitos bem definidos de reunião e costumes ritualizados.⁶⁰

Um dos trabalhos mais recentes, e que mais contribuíram para a formatação da idéia de comunidade de que tratamos nesta dissertação, é o livro “Comunidade – a busca de segurança no mundo atual”, de Zygmunt Bauman, em que o sociólogo polonês desconstrói a idéia formada que atravessa o imaginário coletivo, de que “comunidade” é o paraíso perdido, um lugar cálido e aconchegante onde estamos protegidos e a salvo: mostra que, na verdade, “ser em comunidade” pode ser uma tarefa complicada, pois está em permanente conflito com a liberdade. Outro trabalho que compila diferentes traduções do conceito de comunidade e que nos serviu de base e parâmetro para melhor entender os grupos a que se dirigem os Jornais de Bairro é o livro “O Espírito Comum – Comunidade, Mídia e Globalismo”, de Raquel Paiva. Nesta obra, a autora pretende tratar comunidade na perspectiva comunicacional, vendo-a como forma de agenciamentos interpessoais e midiáticos e como metáfora para a construção de uma nova forma para o laço social.

Primeiramente, vamos passear pelas análises de Bauman, adaptando-as, é claro, à nossa pesquisa. O autor narra as pressões que o conceito de comunidade vem sofrendo desde a “Modernidade sólida”, com a construção do Estado-Nação, até os tempos atuais, aos quais ele se refere como “Modernidade líquida”. Em comum a todas as definições a que se refere o autor está o fato de que a “comunidade” tem como ingredientes principais a homogeneidade e a mesmidade. Mesmidade esta que entra em risco quando as relações entre os “de dentro” e os “de fora” começam a se intensificar. E, num mundo em que a informação viaja com uma velocidade nunca antes vista, fica cada vez mais difícil controlar o fluxo de informações entre os lados “de cá” e “de lá” da comunidade. Dessa forma, a fronteira entre essas duas faces fica cada vez mais tênue, e toda forma de unidade e afinidade passa a precisar ser construída, de maneira artificial. E, para ser mantida, essa comunidade (um acordo entre seus integrantes) precisa ser vigiada e defendida. Passa a ser “uma fortaleza sitiada”, como diz Bauman, e “trincheiras e baluartes são os lugares onde os que procuram o aconchego, a simplicidade e a tranquilidade comunitárias terão que passar a maior parte do seu tempo”.⁶¹

⁶⁰ TÖNNIES, F. p 40. (tradução nossa)

⁶¹ É seguindo esse raciocínio que Zygmunt Bauman chega à questão que permeia todo o livro: o paradoxo de que, para a comunidade existir com segurança, é preciso que os indivíduos abram mão da liberdade, que, por

Apesar de a visão que Bauman adota ser extremista – e por vezes soar pessimista – podemos adaptar partes de sua teoria à prática que se experimenta nas cidades. No dia-a-dia, tomando-se como base o enunciado jornalístico, notamos que esse desejo de tornar segura as “comunidades cercadas” – extremamente protegidas, guardadas com armas e artefatos eletrônicos – é posto em prática por pessoas que dispõem de recursos financeiros para se manter afastadas da confusa realidade do lado “de fora”. São comunidades somente no nome, pois tudo o que querem é manter-se à distância e viver livre dos intrusos. Exemplos? Há muitos, e eles não estão longe. Diante de uma crescente onda de assaltos a residências na Zona Sul do Rio de Janeiro, moradores de bairros como Leblon, Gávea e Jardim Botânico vêm recorrendo à instalação de portas e janelas de vidro blindadas à prova de disparos de fuzis AR-15 e pistolas⁶², e supercondomínios na Barra da Tijuca têm apelado para sistemas sofisticadíssimos de alarmes, câmeras de vídeo e sensores para detecção de movimento, com o objetivo de afastar intrusos.⁶³

sua vez, só pode ser ampliada às custas da segurança. Esta situação provocaria na vida um conflito infinito, sendo um poço infindável de questionamentos para os intelectuais, pois “a segurança sacrificada em nome da liberdade tende a ser a segurança dos outros; e a liberdade sacrificada em nome da segurança tende a ser a liberdade dos outros”. (BAUMAN, Z., 2003, p. 24).

⁶² Em reportagem do jornal O GLOBO-Zona Sul, “Insegurança traduzida na arquitetura – Número de roubos a residências cresce e moradores recorrem até a portas blindadas”, publicada no dia 20 de novembro de 2003, moradores revelavam as estratégias de segurança que usam para se proteger, transformando suas casas em *bunkers*, como instalar portas blindadas, sistemas de câmeras e cercas de arame farpado. No primeiro parágrafo, o texto dizia: “Porta blindada resistente a tiros de revólveres calibre 38. Janelas de vidro por onde não passa uma bala de fuzil AR-15. Arames que lembram um campo de concentração. Isso mais parece um sistema de proteção ideal de um presídio de segurança máxima, certo? Mas recursos como esses tornaram-se comuns na região. Assustados com o aumento na frequência de roubos a residências, moradores estão apostando na prevenção.”

⁶³ Bauman faz ainda uma analogia do conceito de Kant sobre de comunidade estética, dizendo que “como a beleza, a identidade não tem outro fundamento que não o acordo amplamente compartilhado, explícito, ou tácito, expresso numa aprovação consensual do juízo ou em conduta uniforme”. Como exemplos desta comunidade estética que serve à construção e à destruição da identidade, ele cita a indústria do entretenimento – particularmente o mundo das celebridades. As estrelas da mídia constituem, na verdade, uma comunidade de solitários, que enfrentam publicamente os problemas de suas vidas sozinhos e servem de exemplo a outros indivíduos, mas sem ter com eles o menor laço ou envolvimento que pudesse caracterizar uma comunidade. O que os ídolos fazem é evocar a “experiência de comunidade”, mas sem que haja uma comunidade real: apenas reforçam a autonomia individual. Mas Bauman cita outros exemplos de comunidades estéticas. Às vezes, a “celebridade na ribalta” pode ser qualquer outro assunto que mereça atenção. Destaco aqui exemplos que se encaixam nesta definição do sociólogo, como um inimigo público como a violência urbana ou um pedófilo à solta, mendigos na rua, o tráfico de drogas, ou um grande evento que una a população por um tempo, como a Copa do Mundo, que costuma parar o Brasil. Por comunidade estética, então, Bauman entende aquela com laços transitórios e superficiais entre seus integrantes, isentos de responsabilidades de uns com os outros e de compromissos a longo prazo. No entanto, estes indivíduos continuam mantendo, dentro de si, o desejo de integrar uma comunidade de verdade, que tenha o sentido de coletividade. A comunidade que desejam é uma

Com o desmantelamento do Estado, na atualidade, um vazio instalou-se onde antes havia as totalidades às quais as pessoas acreditavam pertencer. E, na ausência de um Estado forte e protetor, quem poderá garantir a segurança? Num mundo em que tudo é privatizado e, como Bauman diz, individualizado, garantir a segurança cabe a cada um. A defesa do lugar é uma luta solitária. Tornou-se um assunto comunitário: dos bairros, das ruas, dos condomínios. A segurança pública torna-se privada. O que se procura é um abrigo que se possa chamar de identidade: um local onde se possa isolar do resto (sendo esse resto = os outros que representam ameaças), e sirva de “abrigo nuclear pessoal”. É isso que acontece, por exemplo, em ruas residenciais de bairros como Jacarepaguá e Recreio dos Bandeirantes, em que moradores desafiam as autoridades públicas fechando, sem autorizações legais ou alvarás para tal, o acesso às ruas, transformando-as em vias sem saída, com entrada controlada por guardas armados em guaritas. Em nome de uma segurança sonhada e de uma comunidade idealizada, os indivíduos tomam as rédeas da privatização do espaço público.

Raquel Paiva também destrincha essa idéia da comunidade idealizada. Segundo ela, o conceito está quase sempre relacionado a um mundo imaginário, sem conflitos e em que todos aderem ao mesmo propósito e têm objetivos afins: seria o suposto paraíso. Mas é preciso admitir que, por trás desta construção imaginária, está o propósito de construção de um mundo real – ainda que esse lugar que é pretendido atenda ao imaginário do grupo.

O conceito de comunidade de que tratamos aqui (o conjunto de moradores-leitores do GLOBO-Zona Sul) está diretamente vinculado à territorialidade: relaciona-se a um grupo encerrado num determinado espaço local, no caso bairros ou grupos de bairros, com interesses que digam respeito ao bem-estar e às condições de convivialidade destes cidadãos. Mas isso não significa que as comunidades de que tratamos aqui (as associações de bairro e também os moradores isoladamente) sejam estruturas limitadas apenas no aspecto espacial. É importante termos em mente que pertencer a uma comunidade, atualmente, é questão de opção. Num mesmo bairro ou numa mesma região, como é o caso da Zona Sul, os indivíduos escolhem a que grupo querem se afiliar, por afinidade ou por laços (étnicos, profissionais ou de gênero, por exemplo). A questão comunitária é, na

comunidade “ética”, quase o oposto da “estética”: que tenha compartilhamento fraterno e ofereça segurança a todos seus integrantes.

verdade, muito mais ampla. Raquel Paiva lembra que os avanços comunicacionais permitem que as relações sociais “prescindam do espaço” – ou seja, mesmo a distância poder-se-ia manter uma comunidade. Os meios de comunicação permitem que se construa uma comunidade com indivíduos espacialmente separados. E, assim, observa Paiva, “A identificação territorial, que para a cidade e a nação tem sido historicamente importante, cede lugar a identificações – o que é fundamental para a existência da comunidade – pautadas por outros referentes, como ideologia, classe social etc”.⁶⁴

As escolhas identitárias são mais políticas que antropológicas, mas associativas, menos designadas. Como diz Stuart Hall ao tratar da questão da identidade no âmbito dos estudos culturais em “Da diáspora – identidades e mediações culturais”, os indivíduos, ao longo de sua vida, declaram a escolha de posição dos grupos aos quais desejam ser associados. E, diante de tantas opções de grupos a que se agregar, os indivíduos podem selecionar suas comunidades por afinidade e interesses comuns – de idéias, valores, vantagens de cooperação etc. Assim, mesmo dentro de uma comunidade maior, mais ampla, como uma grande cidade, formam-se subcomunidades, isto é, pequenos grupos afins, movidos por objetivos comuns. Uma pessoa pode pertencer, simultaneamente, a várias comunidades. Isto é: hoje, comunidade é *questão de escolha*. Quem assistiu ao filme “A vila”, M. Night Shyamalan, que estreou no Brasil em 2004, pode entender essa imagem de forma prática: em pleno século XXI, um grupo de indivíduos resolve se isolar no meio de uma reserva ambiental, vivendo de uma forma completamente atemporal, com regras, mitos e tradições próprias, criadas deliberadamente por um “conselho dirigente”. Embora seja uma perspectiva assustadora, um extremo do que o desejo de viver numa comunidade idealizada possa representar, o filme encarna uma parábola contemporânea da imagem de uma comunidade encerrada somente em seus interesses próprios e em seus indivíduos.

Mas aqui na nossa análise o que pesa é a proximidade: calcada na relação espacial e na construção via mídia, no caso os Jornais de Bairro, de um imaginário local para o grupo de moradores. Tratamos dos bairros, onde os moradores se organizam para conseguir melhorar suas condições de vida. Portanto, tratamos aqui de relações sociais entre indivíduos restritos a um espaço geográfico e simbólico – seja ele o bairro ou a região – e

⁶⁴ PAIVA, R. p. 72.

entre esses indivíduos e a mídia a eles direcionada, o GLOBO-Zona Sul. Jesús Martín-Barbero tem uma interessante visão sobre esta relação entre os indivíduos na comunidade e o espaço onde estão localizados. Ele analisa o assunto ao descrever o posicionamento de grupos que chegam do campo ou da província e se estabelecem num ambiente urbano. Para se adaptar à cidade, os grupos devem se reorganizar. E ele destaca o bairro como elemento agregador e mobilizador desses migrantes. Aqui, usamos a idéia de Barbero sobre os bairros para entender com perfeição como essa “célula” territorial se encaixa na produção de relações sociais nas comunidades locais. É no âmbito dos bairros que a população se organiza para lutar por suas demandas, ir ao governo e apelar para imprensa. E as associações de moradores que figuram semanalmente nas páginas do GLOBO-Zona Sul encaixam-se com perfeição neste perfil de grupos sociais delineado por Barbero em “Dos meios às mediações”. São nichos da população que lutam por objetivos comuns – que, ao mesmo tempo, transcendem o local, uma vez que são desejos universais, ou seja, comuns a todas as comunidades locais. Diz Barbero que:

Um campo fundamental para a gestação dessas novas formas é precisamente o bairro. São suas associações e centros que dispõem de uma amplitude e uma atmosfera capazes de congregiar os migrantes, ao lhes oferecerem um mínimo de representação frente às autoridades e ao Estado. Trata-se de uma série de associações que não se esgotam no bairro, e que em muitos casos articulam a percepção e a solução dos problemas locais a um projeto social mais amplo, global. A luta por habitação, pelo fornecimento de energia elétrica e água, por um transporte básico e por um mínimo de atenção à saúde se inscreve numa realidade mais integral, a da luta pela identidade cultural. Numa sociedade tão pouco institucionalizada, as associações populares – desde os mutirões e os refeitórios de bairro até os centros de educação – ‘vão construindo um tecido social que vai *desenvolvendo uma nova institucionalidade*, fortalecendo a sociedade civil, apresentando traços de novas relações sociais e de sujeitos coletivos na vida do país’.⁶⁵

E os limites geográficos impostos pelo bairro são responsáveis ainda por uma característica ainda mais interessante na constituição das associações de moradores que encontram nos Jornais de Bairro um espaço para representação. O bairro é um espaço simbólico que ajuda a construir uma identidade coletiva para seus moradores: dentro daquelas “fronteiras”, os habitantes conseguir formar um “nós”, um grupo coeso, orgulhoso de sua localidade, capaz de ir às ruas para resolver seus problemas e conseguir melhorar

⁶⁵ BARBERO, J. M. p. 283.

aquele ambiente compartilhado com os vizinhos. Cada bairro encerra em si mesmo um conjunto próprio de características que, ao circular pela sociedade, especialmente na mídia, torna-se um estereótipo. Copacabana, dizem os jornais, é o bairro dos idosos; Barra da Tijuca, o dos novos ricos e empreendedores; Urca, o dos que querem sossego e exclusividade; Santa Teresa, o dos artistas. Como observa Manuel Castells, estas são imagens sociais suscitadas pelas zonas urbanas, e as relações cotidianas estão “cheias de associações derivadas de uma certa experiência e segundo as quais tal bairro corresponde a um tipo de vida popular, tal outro é ‘burguês’, enquanto a cidade X ‘não tem alma’ ”⁶⁶. E essa criação da identidade bairrista ganha reforço e representação ao aparecer repetidamente na mídia. Sobre isso, diz Barbero que os bairros devem ser reconhecidos, portanto, como lugares de produção de identidade.

O bairro proporciona às pessoas algumas referências básicas para a construção de um *a gente*, ou seja, de uma ‘sociabilidade mais ampla do que aquela que se baseia nos laços familiares, e ao mesmo tempo mais densa e estável do que as relações formais e individualizadas impostas pela sociedade’. (...) Lugar de reconhecimento, o bairro nos coloca na pista da especificidade de produção simbólica dos setores populares na cidade.⁶⁷

E estas mesmas comunidades que se constroem tendo como base os laços identitários reforçados pela proximidade física têm as páginas do GLOBO-Zona Sul como espaço para diálogo com as autoridades e cenário para suas lutas. E têm nas suas mãos o que Barbero chama de “projeto de uma democracia nova”. Esses grupos que transitam de acordo com seus interesses comuns – aos quais Hall se refere como “comunidades cosmopolitas” – representam um senso comum de comunidade que a sociedade liberal aparentemente havia perdido – e, ao mesmo tempo “são os significantes mais avançados da experiência metropolitana do pós-moderno urbano”⁶⁸. E, sob o ponto de vista dessas classes populares, a batalha pela democracia já não estaria mais nas mãos do Estado, mas dependeria, sim, da articulação de diversidades, de ações pontuais, desses pequenos grupos lutando por seus interesses ainda que numa esfera muito limitada e local. E a mídia local seria seu principal palanque.

⁶⁶ CASTELLS, M. p.155.

⁶⁷ BARBERO, J. M. p. 286.

⁶⁸ HALL, S., 2003, p. 67.

Ao longo da entrevista que nos concedeu para a elaboração desta dissertação, a presidente da Associação de Moradores e Amigos de Botafogo (Amab), Regina Chiaradia, nos revelou que, muitas vezes, as associações de fato utilizam o enunciado jornalístico local, conscientemente, para alcançar objetivos para a comunidade. Diz ela que o GLOBO-Zona Sul, é um aliado, que leva à população a informação que ela precisa e quer saber. “Quando a associação bota uma fala no jornal, atinge o bairro inteiro, que não consegue atingir na reunião local, na panfletagem, no abaixo-assinado. O jornal mostra que a associação está presente, que atua, que trabalha. Mas, ao mesmo tempo, se a associação quer aparecer na mídia, para os moradores, tem que produzir, se dedicar para que o que ela deseja divulgar realmente apareça.” E, ainda segundo Chiaradia, os Jornais de Bairro são um meio eficiente de atingir a população. Ela afirma que uma informação que não saia no jornal (um evento realizado pela associação, por exemplo) dificilmente terá muito sucesso. “A gente até adia eventos para que os jornais possam cobri-los. Organizamos com antecedência passeatas, manifestações. Até quem não irá à manifestação vai ficar interessado em saber do que se trata, em ler a respeito.”⁶⁹

Regina Chiaradia lembra-se ainda de dois casos específicos em que a associação valeu-se do enunciado jornalístico para resolver uma questão que preocupava os moradores do bairro de Botafogo:

Durante o conturbado processo de conversão na tubulação de gás da CEG na Zona Sul, fomos até a agência reguladora e mudamos o processo. Com isso, a CEG teve que mudar as regras da conversão. O GLOBO-Zona Sul cobriu isso e nos ajudou. Com o projeto Rio Cidade de remodelação a Rua São Clemente, em Botafogo, o jornal de bairro do Globo também nos deu espaço. Na época, ao ir para a mídia, conseguimos fazer pressão suficiente para cancelar o projeto. A melhor repercussão para estas questões locais é nos Jornais de Bairro. O jornal é para o bairro: tem que falar com a liderança local, repercutir com a associação. Essa relação tem que ser encarada como parceria. Não é um favor. A visão do jornalista também mudou. Alguns vêm fazer a reportagem, assumem o olhar de morador e cidadão e vestem a nossa camisa.⁷⁰

Mas, na definição de o que vale para ser publicado e o que não é notícia, todo cuidado é pouco no tratamento desses interesses diversos das comunidades, que se atravessam e entrecruzam no enunciado jornalístico. Num jornal local, o grande desafio está em como

⁶⁹ Entrevista concedida por Regina Chiaradia à autora deste trabalho em 12 de julho de 2004.

retratar essas diferentes correntes comunitárias mantendo a imparcialidade e atendendo a todos esses grupos. Para ser imparcial, o jornal não deve simplesmente dar a palavra a quaisquer atores e associações do cenário local: deve saber avaliar se esses grupos têm representatividade junto à comunidade, se têm credibilidade e, acima de tudo, se não estão usando o jornal para atender a interesses próprios, que nada tenham a ver com a comunidade que dizem representar. Pode-se dar a palavra a diferentes comunidades, mas sempre estando atento ao perigo que isso representa, de uma possível colagem de discursos desconexos. O risco desse desafio está exatamente na tentativa de promover a homogeneização do conteúdo jornalístico. E a meta de um jornal como O GLOBO-Zona Sul está justamente em vencer essa barreira. Como abordar temas que atendam de forma similar e satisfatória à população mais rica de regiões como o Alto Leblon (que são representadas por associações de moradores regionais) e de áreas como a Rocinha, que também são englobadas pela Zona Sul e, igualmente, produzem cultura e têm seus interesses representados por associações comunitárias? A questão primordial é como atender aos projetos sociais de cada grupo que forma essa complexa e ampla região, mas, simultaneamente, sem que a equipe de repórteres se deixe levar por tais projetos, isto é, sem que o jornal local se torne um palco político para que associações de moradores manipulem o espaço editorial para executar seus objetivos de forma intencional. O equilíbrio consiste em ouvir as associações e os demais grupos sociais das comunidades, assim como os órgãos públicos e outros personagens que precisem “falar” na matéria, sem que tais falas sejam manipuladoras. Essa atenção por parte de repórteres e editores é necessária uma vez que os objetivos de cada um desses grupos, que podem ser encarados como *projetos* na acepção usada por Gilberto Velho, nem sempre são políticos, mas, quando são capazes de reunir grupos de interesses, podem alcançar grande potencial de transformação. Segundo ele, os projetos

(...) sendo conscientes e potencialmente públicos, estão diretamente ligados à organização social e aos processos de mudança social. Assim, implicando relações de poder, são sempre políticos. Sua eficácia dependerá do instrumental simbólico que puderem manipular, dos paradigmas a que estiverem associados, da capacidade de contaminação e difusão da linguagem que for utilizada, mais ou menos restrita, mais ou menos universalizante.⁷¹

⁷⁰ Ibidem.

⁷¹ VELHO, G. p. 34.

Entretanto, a influência de interesses políticos no enunciado dos Jornais de Bairro, às vezes acaba ocorrendo: não são raros os momentos em que o noticiário local é usado como panfleto para dar vazão aos interesses de uma determinada comunidade. Brigas entre associações de moradores ou desses grupos com órgãos políticos são comumente relatadas. É o caso da notícia “Festa julina divide o Bairro Peixoto”, que foi publicada no dia 29 de julho de 2004, no GLOBO-Zona Sul. Com o subtítulo “Associação se opõe a evento promovido pela Câmara Comunitária”, a matéria trata de uma polêmica envolvendo os dois grupos comunitários sobre a realização de festas julinas no bairro. Ao longo do texto, a associação de moradores, batizada de Oásis, acusa a câmara comunitária de ter conseguido autorização valendo-se de sua influência política junto à administração regional do bairro, ligada à prefeitura, para realizar uma festa que concorreria com os festejos organizados pela associação. Com o objetivo de dar um tratamento mais imparcial à polêmica, o jornal ouviu os dois grupos e publicou declarações de seus representantes, sem assumir uma postura favorável a uma ou outra associação. Desta forma, o jornal esquिवou-se de ser usado como porta-voz dos interesses políticos destes grupos comunitários.

Situação semelhante pode ser constatada na reportagem “Empreendimento divisor de opiniões – Vizinhos divergem sobre obras do Shopping Leblon, cujo fim está previsto para 2005”, publicada entre as páginas 3 e 6 da edição de 2 de outubro de 2003. Para que o ponto de vista de um ou outro grupo de moradores não fosse privilegiado, a equipe do GLOBO-Zona Sul deu voz aos vizinhos que se diziam incomodados com as obras e afirmavam que a construção não tinha as autorizações devidas para ser levada adiante; aos vizinhos que apostavam nos benefícios que a instalação de um shopping center poderia trazer para a região; e, finalmente, aos próprios construtores e aos órgãos envolvidos no licenciamento. Para que as visões divergentes se equilibrassem, foi publicado no fim da matéria um quadro com o título “Conheça as opiniões”, dividido em duas partes: “Quem dá apoio”, listando os argumentos das associações de moradores e amigos do Leblon, comercial do Leblon, de moradores da Cruzada São Sebastião e de Moysés Aichenblat, um dos fundadores do Teatro Casa Grande, que seria demolido para a construção do shopping; e “Quem faz críticas”, com os julgamentos do Condomínio Jardim de Alah, vizinho à obra,

dos moradores da Rua Almirante Guilhem, também próxima à construção, e da Associação de Moradores e Amigos do Jardim de Alah.

Em outra ocasião, o GLOBO-Zona Sul aproximou-se do leitor e morador da região realizando uma reportagem de três páginas sobre a atuação das associações de moradores dos bairros abrangidos pelo jornal local, batizada de “A gangorra da campanha comunitária – História recente das associações de moradores dos principais bairros registra altos e baixos”.⁷² Ao lado do texto da matéria, havia boxes intitulados “Perdas e ganhos”, listando as conquistas, as derrotas e as batalhas de cada uma destas instituições. Ao narrar suas vitórias e derrotas diante em lutas junto ao poder público, representantes das associações valiam-se do enunciado do jornal como meio de interlocução com os governantes, isto é, como instrumento para cobrar atitudes do poder público junto àquelas comunidades.

3.2 A criação de um espaço social regional pelo GLOBO-Zona Sul: o espaço urbano como cenário de embates, diálogos e mediações

Teóricos da Comunicação e das Ciências Sociais, de uma forma geral, enxergam no momento em que vivemos o estabelecimento de um novo conceito de “localismo”, que nasceu e se desenvolve em meio ao império do “globalismo” de nações interligadas 24 horas por sistemas de comunicação e transportes. O antigo conceito de “lugar”, onde se espera estar seguro e passar toda a vida, está esboroando: no “lugar”, é difícil que as coisas se mantenham iguais por muito tempo, a ponto de que se crie a sensação de familiaridade e este local se transforme em algo digno do que se espera de uma comunidade⁷³. Enfim: a maioria dos pontos firmes e sólidos que sugeriam uma situação social duradoura está se perdendo. No entanto, a nova idéia de “local” que surge dentro do global nasce sem ser um simples simulacro do global e emerge traduzida em diversos locais, simultaneamente. O local é justamente o que consegue escapar à força homogeneizante do universalismo: é o que consegue adaptar-se, preservando-se interessante e único, sem profundas interferências globais. Diz Stuart Hall que “esse ‘localismo’ não é mero resíduo do passado. É algo novo – a sombra que acompanha a globalização: o que é deixado de lado pelo fluxo panorâmico da globalização, mas retorna para perturbar e transtornar seus estabelecimentos culturais.

⁷² GLOBO-ZONA SUL, “A gangorra da campanha comunitária”. 18 de setembro de 2003.

⁷³ Cf. BAUMAN, Z., 2003.

(...) Encontra-se aqui o ‘retorno’ do particular e do específico – do especificamente diferente”⁷⁴. Esse local encontra-se hoje, então, no paradoxo de um comportamento que mescla um aspecto *moderno* (uma sociabilidade aberta, que, para viver, necessariamente precisa ter intensas relações com o lado de fora da comunidade) a outro mais *tradicional* (o retorno de uma comunidade sobre si mesma, com forte consenso interno e forte separação em relação ao exterior).

Aqui, o local de que tratamos é o microespaço urbano que se configura nos bairros congregados pelos Jornais de Bairro de O GLOBO. De uma forma mais ampla, o espaço urbano é obra do Homem, é fruto de sua atuação na coletividade, de uma construção feita em grupo, da interação comunicativa entre os cidadãos. “Pois o espaço ‘é o resultado de uma história que deve se conceber como a obra de *agentes* ou *atores* sociais, de *sujeitos* coletivos, operando por impulsos sucessivos... De suas interações, de suas estratégias, sucessos e derrotas, resultam as qualidades e propriedades do espaço urbano”⁷⁵. Isso quer dizer que esse espaço é produzido no habitar, na vida cotidiana. E a mídia – como estruturadora dessa vida cotidiana, se seguirmos o tão debatido conceito de *agenda-setting* – participa dessa construção do espaço urbano ativamente, fazendo circular pela sociedade as imagens construídas desse local. Isso é uma mostra de que esse espaço urbano que vemos retratado na mídia não trata apenas da questão geográfica e espacial: é também uma construção cultural/social.⁷⁶ É inegável a função dos jornais de bairro de O GLOBO como construtores de um espaço social local. Nas páginas do GLOBO-Zona Sul, nosso mais específico objeto de estudo, é criado e recriado, semanalmente, a cada edição, um novo “local” – que abrange não só detalhes do cotidiano nas ruas, mas também o cenário cultural e o cotidiano comportamental em que os moradores se encaixam. A região a que o jornal se refere encerra-se num universo simbólico determinado pelo caderno, que apenas é compartilhado por seus leitores. A divisão por bairros e regiões imposta pelas administrações regionais (as “RAs” estabelecidas pela prefeitura da cidade para melhor administrá-la) não é seguida à risca pelo jornal: nos cadernos de O GLOBO, os bairros são

⁷⁴ HALL, S., 2003, p. 61.

⁷⁵ E é isso que explica Castells ao dizer que “Chegamos assim ao seguinte paradoxo: ainda que façamos da *prática urbana* o centro das transformações sociais, o espaço e a estruturação urbana são puras expressões transparentes da intervenção dos atores sociais. Mais uma prova antes de tudo da utilização do termo urbano para exprimir principalmente um conteúdo cultural (*a obra livre*)”. CASTELLS, M., 2000, p. 149.

⁷⁶ Ibidem

agrupados de acordo com critérios de proximidade; segundo normas da distribuição dos exemplares (por exemplo, São Conrado pertence ao GLOBO-Barra, e não ao Zona Sul, devido a determinações feitas pela área de distribuição dos jornais); e, também, tendo como base interesses do setor comercial da empresa, encarregado dos anúncios.

Por meio de suas notícias, os jornais locais, portanto, ajudam a construir o meio regional onde vivem seus moradores-leitores. João Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior, no texto “A região e o espaço público: um contributo crítico”, observa que o jornalismo praticado fora dos grandes meios urbanos pode ser um elemento estruturador deste espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhes são mais próximos, e que os jornais regionais devem ser vistos como “espaços privilegiados de produção e luta simbólica em torno dos problemas específicos dos espaços a que estão ligados”.⁷⁷

Os fatos retratados semanalmente pelo GLOBO-Zona Sul dão-se no meio urbano. Como vimos ao longo da descrição dos Jornais de Bairro, o caderno abrange os bairros da Zona Sul. A cada edição, estão expostas notícias que têm como cenário esses bairros e suas ruas. E é exatamente isso que nos leva a crer que os Jornais de Bairro, ao retratarem a região, ajudam também a construí-la. Mas, antes de entrarmos com mais profundidade nesse mérito da atuação do GLOBO-Zona Sul na formação de um universo simbólico local, com exemplos e descrições mais detalhados, é interessante que nos situemos diante das relações sociais e espaciais que determinam os contextos de cidade, bairros e ruas em que o jornal se insere. O espaço urbano vai muito além de ser somente cenário das matérias publicadas: às vezes, o “local” é a própria notícia, transforma-se num personagem, ganha identidade e destaque a ponto de virar reportagem. Daí a importância de nos debruçarmos para entender melhor esse espaço, onde os cidadãos atuam e organizam suas experiências.

Dentro dessa estruturação da cidade, cremos que a “rua” é a unidade mínima de organização urbana que merece destaque nas páginas do GLOBO-Zona Sul. E é por ela que começamos neste trabalho uma pequena expedição através dos conceitos de rua, bairro e região, que compõem o espaço local. No texto “Espaço urbano, espaço da comunicação”, apresentado por Regina Helena Alves da Silva, da Universidade Federal de Minas Gerais

⁷⁷ CORREIA, J.C. “A região e o espaço público: um contributo crítico”. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>

(UFMG) durante o XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom, em 2003, a autora detalha de forma interessantíssima a forma como a rua torna-se um espaço único para trocas simbólicas entre os cidadãos e para os acontecimentos diários. É curioso observar como Regina vai além da definição de rua como espaço geográfico, como uma simples via onde os moradores circulam apressados, onde os carros se engarrafam, onde os prédios se enfileiram de forma impessoal. Diz ela que não “se trata da rua em sua materialidade, mas sim da experiência da rua, da rua viva em sua experiência”. É o palco do social, em que os diferentes contextos (calçadas, morros, esquinas, janelas, muros, parques, praças) podem ser recortados como palcos ou platéias, dependendo do ponto de vista, ou seja, dependendo se esses lugares se são “o que se vê” ou “de onde se vê”. E Regina toma a rua como um legítimo e incontestável espaço de trocas:

(...) espaço privilegiado de resgate da experiência da diversidade, possibilitando a presença do forasteiro, o encontro entre desconhecidos, a troca entre diferentes, o reconhecimento do semelhante, a multiplicidade de usos e olhares. Este é o espaço que se opõe àquele do domínio privado da casa. Não se trata aqui da rua espaço destinado ao fluxo, mas a rua que se transforma em moradia, em itinerário de posição, em lugar de trabalho, em local de protesto, passeata e fruição em dia de festa. É a rua vitrine, palco, lugar de trabalho e ponto de encontro.⁷⁸

E é exatamente dessa forma que a rua aparece nos Jornais de Bairro: é o lugar onde tudo acontece – incluindo desde situações que podem ser enxergadas com mais familiaridade até aquelas que fogem ao comum, que são inusitadas e, por isso, merecem ser notícia. É o lugar por excelência do outro, “do estranho – o outro na sua forma mais radical – e também do outro concebido como aquele com quem mantemos relações sociais”⁷⁹. É o local onde são construídas, diariamente, as formas de sociabilidade, e onde a cidadania se constitui.

Uma vez por semana, os repórteres do GLOBO-Zona Sul percorrem os bairros para realizar as reportagens que serão publicadas na semana seguinte. Nesta saída, que dura sete horas, são cumpridas as “pautas” (os assuntos em que os repórteres investirão como matérias). Na saída, são realizadas as entrevistas e as fotografias que vão compor as matérias. No jargão jornalístico, este é o dia que os repórteres “vão para a rua”: e nada traduz melhor esta ação que o termo “rua”. É nela, verdadeiramente, que o repórter vai

⁷⁸ DA SILVA, R.H.A. 2003.

perceber se as matérias em que ele está investindo vão realmente render, e é na “rua” que vão aparecer novas pautas que possam se desenvolver e tornar-se boas matérias, frutos dos contatos das trocas com os moradores e os entrevistados, e da observação do meio e do cotidiano.

Um pouco acima, dissemos que o local muitas vezes é quase o “personagem” central da reportagem. E isso é fato: muitas vezes, uma rua torna-se o objeto principal sobre o qual se desenrola a matéria, por ser o cenário por excelência onde se dão os fatos. Os casos são freqüentes: ruas em que o trânsito é lento; em que há assaltos freqüentes; que têm árvores frutíferas e se tornam pomares urbanos; ruas famosas e com vida própria, como a Avenida Atlântica ou a Nossa Senhora de Copacabana... A quantidade de *pautas* que uma rua pode render é infinita e essa multiplicidade se faz presente nas páginas do caderno. Em 27 de novembro de 2003, por exemplo, o GLOBO-Zona Sul publicou na página 8 a reportagem “Ipanema tenta pôr fim a gangue na Farme”⁸⁰, que mostrava que no espaço limitado pela Rua Farme de Amoedo, em Ipanema, uma série de furtos, roubos e agressões assustava os moradores do local, que se uniram à Associação de Moradores e Amigos de Ipanema (Amai) para lutar contra a insegurança. Na página 10, uma continuação da reportagem delimitava outro espaço de insegurança. Intitulada “Descaso e perigo na Barão da Torre”, a continuação dizia que “Perto dali, o perigo na Rua Barão da Torre, no quarteirão entre as ruas Teixeira de Mello e Farme de Amoedo, gera queixas constantes. Além da insegurança, há críticas contra o abandono urbano, tendo em vista as irregularidades no trânsito e o aspecto de degradação e sujeira”. Na mesma edição, na página 11, a matéria com título “Síndicos unidos contra furtos na Lagoa”⁸¹, uma frase no lide (o primeiro parágrafo do texto, que concentra as principais informações sobre o assunto) mostra claramente como a rua é definida como o cenário mais elementar do acontecimento, dentro do bairro. Diz a reportagem que “a freqüência com que os crimes vêm acontecendo motivou síndicos a se unirem para contratar segurança particular para o trecho da Epitácio Pessoa que vai da Rua Vinicius de Moraes até o Corte do Cantagalo”.

Os bairros vêm logo depois das ruas no que se poderia considerar uma escala de estruturação urbana. E assumem, também, identidades próprias nas reportagens. Em “A

⁷⁹ Ibidem

⁸⁰ GLOBO-ZONA SUL. “Ipanema tenta pôr fim a gangue na Farme”. 27 de novembro de 2003.

⁸¹ GLOBO-ZONA SUL. “Síndicos unidos contra furtos na Lagoa”. 27 de novembro de 2003.

questão urbana”, ao tratar de diferentes aspectos que perpassam a sociedade urbana, incluindo seus sistemas de normas, valores e relações sociais, além de sua estrutura, Manuel Castells cita a definição de bairro feita por Ledrut. Segundo Ledrut, o bairro tem uma dupla delimitação: “está provido de equipamentos coletivos e acessíveis ao pedestre; mas além disso, ele se constitui em torno de uma subcultura e representa um corte significativo na estrutura social, podendo chegar até mesmo a uma certa institucionalização em termos de autonomia local”⁸². Já Chombart de Lauwe, também citado por Castells, define os bairros como unidades elementares da vida social, que são construídos, produzidos por uma certa situação. Observa de Lauwe que os bairros são comunidades específicas, que parecem ser resultado de uma combinação entre determinados fatores, como vida social, vida de trabalho e relações de produção e consumo: são uma unidade elementar do conjunto urbano, com limites econômicos e geográficos e funções urbanas e sociais determinadas, em que a cultura local dialoga constantemente com o espaço. Os bairros são, atualmente, um imaginário poderosíssimo no espaço local – tanto que são incontáveis as associações de toda natureza que visam ao bairro, que se tornou uma “mola imaginária” com a qual os jornais contam para conquistar seu público.⁸³

Unidos entre si, seja por proximidade física ou fatores sócio-econômicos que os aproximem, os bairros são agrupados em regiões. É o caso, por exemplo, da Zona Sul, cujos moradores formam o público leitor-consumidor do GLOBO-Zona Sul. Nestas áreas mais amplas, que englobam vários bairros, impera o conceito de *vizinhança*, que, segundo Robert Ezra Park, existe sem organização formal: é de organização espontânea, baseia-se na contigüidade, na associação pessoal, nos laços comuns à natureza humana e “existe com o propósito de dar expressão ao sentimento local face a assuntos de interesse local”⁸⁴. A *vizinhança* é composta de pelo menos duas dimensões estruturadoras das relações sociais locais: a dimensão das atividades (que Manuel Castells detalha como aquelas ações bem típicas do cotidiano, como ajuda e empréstimos mútuos, visitas etc) e a das relações sociais

⁸² CASTELLS, M., 2000, p.162.

⁸³ Cf. TÊTU, J.F. In MOUILLAUD, M., ,PORTO, S.D. pp. 431-448.

⁸⁴ PARK, R. E. In PEREIRA, L (org.). p. 32.

propriamente ditas (a ligação entre relações de amizade, familiares, participação de associações etc)⁸⁵.

Os Jornais de Bairro participam ativamente dessa construção da *vizinhança* (ou *neighbouring*) ao reforçar com seu discurso a idéia de que os leitores compartilham todos de um mesmo universo simbólico, a região da Zona Sul. Evidências dessa repetição de termos com o objetivo de unificar os leitores em torno de uma região comum – ou conjunto de bairros – podem ser encontradas a cada edição. Para este trabalho, pesquisamos edições entre os anos de 2002 e 2004, e nelas não é difícil achar freqüentes referências ao espaço. Nesse específico vocabulário agregador, que poderíamos definir como “local” e está presente no enunciado do GLOBO-Zona Sul, são recorrentes palavras como “região”, “área” e “Zona Sul”.

A pesquisa que fizemos pelos títulos de primeira página e das principais matérias (sejam elas de capa ou outras reportagens grandes no interior do caderno) comprova a participação ativa do GLOBO-Zona Sul na produção simbólica da região – seja no aspecto cultural ou no urbano. Sob o ponto de vista da construção de uma região urbana, podemos citar como exemplo a reportagem “Vida de interior no coração da Zona Sul – Vilas hípicas do Jockey são um refúgio de tranquilidade”, publicada em 4 de novembro de 2004⁸⁶. O título já apela para o regionalismo, e, no primeiro parágrafo, essa espacialidade é reforçada na frase “O cotidiano nas vilas hípicas do Jockey Club Brasileiro retrata um clima de paz raro nas cidades grandes, mas ainda presente bem no coração da Zona Sul”. A frase explora ainda as questões da rotina e do cotidiano, que ajudam a modelar o conceito de “região” e evocam a identificação e a curiosidade do leitor. Em 18 de novembro do mesmo ano, a capa do caderno teve como tema a questão da segurança pública, tão recorrente na mídia para unir as comunidades às quais o jornal se refere em torno de um objetivo comum (o de combater a violência)⁸⁷. O título, em letras garrafais, era “Sorria! Você está sendo filmado”, seguido do subtítulo “Circuitos internos em prédios, lojas e casas se aliam às 55 câmeras

⁸⁵ Ainda sobre esse conceito de vizinhança, Manuel Castells chega a dizer que é o conjunto destes comportamentos que ajuda a definir o papel cultural do vizinho, que varia segundo as dimensões e as normas culturais dos diferentes grupos sociais. (CASTELLS, M. p. 157).

⁸⁶ GLOBO-ZONA SUL. “Vida de interior no coração da Zona Sul”. 4 de novembro de 2004.

⁸⁷ Sobre a temática da violência urbana na mídia, Regina Helena Alves da Silva, da UFMG, diz no texto “Espaço urbano, espaço da comunicação”, já citado neste trabalho, que “A idéia de insegurança como situação inalterável mostra ruas e centros urbanos como espaços desligados da vida social necessária à sua

instaladas nas ruas da Zona Sul”⁸⁸. O lide e o sublide da matéria são fontes interessantíssimas para comprovarmos a construção de um espaço urbano local (inseguro, é bem verdade) para os leitores: apresentam uma série de vocábulos que remetem ao localismo e ainda estimulam a interação com o leitor. A seguir, a citação destes dois parágrafos, com grifos nossos em tais palavras e expressões reveladoras da espacialidade e da proximidade com o público:

Dependendo do lugar em que *you* estiver lendo esta reportagem, é bem provável que se encontre sob a mira de uma câmera. Isso porque a *Zona Sul* de hoje não está muito longe do que previu George Orwell em seu livro “1984”, em que descreveu um futuro observado por um Big Brother (Grande Irmão). O *morador da região* é monitorado em ambientes diversos, como *prédios residenciais e comerciais, bares, restaurantes, ruas e calçadas*. Quase sempre em nome da segurança.

Com 16 filmadoras que deverão ser instaladas no início do ano que vem em Botafogo, numa parceria com *empresários do bairro*, a Polícia Militar passará a monitorar 37 pontos na *Zona Sul*. A PM já tem câmeras em Copacabana e sete na orla de Leblon e Ipanema. A este número, somam-se os 34 equipamentos da CET-Rio espalhados *pelas ruas da região* e outros 32 nas quatro galerias do Túnel Rebouças. Locais fechados também estão na mira das lentes. Segundo a Siemens, firma especializada em equipamentos de segurança, a demanda pela instalação de circuito interno de TV cresce 15% ao ano, impulsionada principalmente por condomínios residenciais da Barra da Tijuca e da *Zona Sul* e, recentemente, pela lei que obriga casas noturnas a adquirir o aparato para identificar os brigões na noite carioca.⁸⁹

O enunciado do GLOBO-Zona Sul mexe ainda com os afetos dos moradores, provocando neles, muitas vezes, reações como medo e ansiedade. Isso se dá especialmente quando o tema retratado é a violência urbana. Em agosto de 2002, por exemplo, o jornal publicou uma reportagem cujo título da primeira página era “O medo faz o hábito – refêns da insegurança, moradores alteram rotina e aprendem defesa pessoal”. Dentro, a reportagem, que começava na página 3, tinha como título “Liberdade demarcada pela violência – Moradores reagem à insegurança mudando rotina e investindo em técnicas de defesa pessoal”. A matéria passava a idéia de que a Zona Sul se tornara uma região perigosa, repleta de riscos para os moradores. Construía uma imagem de um espaço

revitalização, como refúgio para camadas mais ou menos subterrâneas da cidade (os moradores de rua) que proliferam e fazem proliferar a vigilância forçada.”

⁸⁸ GLOBO-ZONA SUL. “Sorria! Você está sendo filmado”. 18 de novembro de 2004.

⁸⁹ GLOBO-ZONA SUL. “Sorria! Você está sendo filmado”. 18 de novembro de 2004. (Grifo nosso na citação).

inseguro e reforçava o estereótipo da rua violenta, ao mostrar como seus moradores se previnem contra as possíveis tragédias diárias. Logo no primeiro parágrafo, o leitor, morador da região, era chamado à identificação com perguntas sobre seu cotidiano e com o relato de um caso de uma moradora. Dizia o começo do texto:

Quem nunca abriu mão de um programa ou de passar num caixa eletrônico por achar perigoso? A sensação de insegurança mexe com a rotina e até leva ao aprendizado de técnicas para driblar o medo. O abandono de antigos hábitos faz parte da vida da produtora gráfica Sônia Guimarães. Após presenciar com a filha de 10 anos um tiroteio na Rua Pinheiro Machado, em Laranjeiras, ela mudou o trajeto para chegar em casa.⁹⁰

Mas a construção de um espaço local não se restringe somente às questões relacionadas ao cotidiano, como a insegurança. Como dissemos anteriormente, também o espaço cultural é elaborado, semanalmente, nas páginas do GLOBO-Zona Sul. Nem só de problemas nas ruas ou de reclamações sobre os órgãos públicos se alimentam as reportagens do caderno. Muitas vezes, o enunciado ajuda a esboçar os contornos da região definindo sua riqueza artística ou histórica, e apresentando aos moradores-leitores seu perfil cultural. Isso lembra a definição de Chombart de Lauwe de cultura do bairro, de que tratamos mais acima, em que ele explicava que não se pode separar a questão ecológica (que aqui poderíamos chamar de espacial ou geográfica) da cultural. É inegável que qualquer microesfera espacial, seja ela bairro ou região, por exemplo, carrega sua própria carga simbólica, suas próprias tradições, seus próprios costumes, sua própria História. A região é um estado de espírito, um corpo de hábitos e sentimentos organizados: é produto da natureza humana. E isso se evidencia no enunciado jornalístico regional, num eterno ciclo de renovação da memória local, que ajuda a construir a identidade da região. O jornal local, ao narrar essas características regionais, arriscamos dizer, assume postura semelhante à daqueles indivíduos em sociedades sem escrita, calcadas na tradição oral, que eram responsáveis por passar adiante as crenças e os hábitos daquelas comunidades⁹¹: em suas páginas, ele é agente divulgador da memória e agregador dessas comunidades em torno de sua cultura. Cria um microespaço cultural ao qual somente têm acesso e do qual apenas participam os leitores do GLOBO-Zona Sul.

⁹⁰ GLOBO-ZONA SUL. “O medo faz o hábito”. 29 de agosto de 2002.

⁹¹ Sobre Tradição e Memória, cf., respectivamente, HALL, S. (1998) e LÉVY, P. pp 75-85.

Vejamos, por exemplo, algumas das reportagens do GLOBO-Zona Sul que têm papel unificador no âmbito cultural. A primeira de que vamos tratar foi publicada em 7 de outubro de 2004, intitulada “As ‘cidades’ da Zona Sul – Jovens escritores retratam as diferenças entre os bairros no livro ‘Prosas cariocas’”. A matéria, veiculada na página central do suplemento, traça um perfil de cada bairro segundo informações dos autores de contos do livro citado. É dividida nas retrancas (partes de uma matéria) “Peculiaridades de Santa Teresa”, que detalha como o bairro gira em torno do bonde e é habitado por artistas; “Catete, diminutivo de Copacabana”, que mostra o agito do comércio e dos moradores; “O Leme do mar e da classe média”, que descreve a rotina dos moradores no bairro, tão ligado ao mar; e “Cosme Velho pede passagem”, que retrata o bucolismo da área. Ao mesmo tempo em que apresenta a região e dissemina as supostas identidades dos bairros, a reportagem dá espaço a produtores de cultura locais, os autores dos contos – que talvez não tivessem espaço na mídia não fosse dando o primeiro passo num jornal de bairro como o GLOBO-Zona Sul. O parágrafo inicial do texto de abertura da reportagem cita passagem do livro e resume o objetivo da matéria:

“Cada bairro tem uma personalidade própria: o Rio é uma cidade com muitas cidades dentro”. A frase de Marques Rebelo, epígrafe de “Prosas cariocas”, traduz bem o espírito do livro de contos: diferentes bairros da cidade, retratados pelo olhar de jovens escritores. Dos 17 textos, oito são situados na Zona Sul: Copacabana, Catete, Urca, Leblon, Laranjeiras, Gávea, Santa Teresa e Cosme Velho.⁹²

Outras reportagens ajudam a desenvolver esse imaginário cultural local. Um exemplo interessante a ser observado é uma reportagem que apresenta no trabalho de Burle Marx um fio condutor unificando as obras arquitetônicas e paisagísticas da Zona Sul, publicada entre as páginas 24 e 31 em 8 de julho de 2004. É uma forma de aliar o espaço e a cultura numa matéria que ajuda o leitor a identificar a paisagem que tem ao sair de casa com a História de sua região. “O artista dos cartões-postais – Do Aterro ao calçadão de Copacabana, marca de Burle Marx está em mais de 60 projetos na Zona Sul” narra como o paisagista levou a criatividade às ruas da região. Cita nominalmente os lugares, para chamar a atenção do leitor e estimular sua identificação. Diz a autora da reportagem no parágrafo de abertura:

⁹² GLOBO-ZONA SUL. “As ‘cidades’ da Zona Sul”. 7 de outubro de 2004.

O paisagista Roberto Burle Marx imprimiu sua inventividade em mais de 60 projetos na Zona Sul, desde o calçadão de Copacabana, eternizado nos cartões-postais do Rio de Janeiro, até o painel da sede náutica do Vasco da Gama, em frente à Lagoa Rodrigo de Freitas – cuja área verde também foi assinada por ele. Criando jardins tropicais como o Parque do Flamengo – tombado e com um milhão de metros quadrados de área verde – o paisagista desafiou os modelos europeus e valorizou as plantas brasileiras. Projetos para residências, como a de Walther Moreira Salles, e construções como o Hospital da Lagoa e o Museu Villa-Lobos também têm a marca de Burle Marx, cuja morte fez dez anos no mês passado e que completaria 95 anos em agosto.⁹³

Ainda quanto ao desenvolvimento da localidade histórica e cultural, outros dois exemplos muito interessantes, publicados com menos de um mês de intervalo entre um e outro, merecem atenção. Em 30 de outubro de 2003, entre as páginas 16 e 18, o texto “Passado de touradas em Laranjeiras – Curiosidades do bairro são lembradas em livro de memorialista da região sobre a Galeria Cruzeiro”⁹⁴ apresentava um panorama do passado de Laranjeiras, recordando fatos como a existência de uma arena de touradas, de uma sucursal do Hotel Avenida e da Ilha dos Amores no bairro, no início do século passado. Foi a revelação de um passado que grande parte dos moradores desconhece – e passou a compartilhar após a publicação da reportagem. No dia 13 de novembro, foi a vez de as artes no eixo compreendido entre os bairros de Flamengo e Botafogo ganhar destaque. A reportagem “Fôlego renovado para o circuito Flamengo-Botafogo – Tempo Glauber reabre e Furnas ganha um espaço cultural”⁹⁵, que começa na página 30 e se estende por outras quatro, produziu um conceito inovador sobre a região, dando-lhe uma “aura” de novo berço cultural da Zona Sul. Lançou um estigma para aquele bem definido espaço local. E este estabelecimento de uma nova “agenda cultural” a ser consumida pelos leitores da região foi feito de forma bastante objetiva na matéria, que dizia que “no mês da cultura e no ano em que o cinema brasileiro fez bonito nas bilheterias do país, o tempo agora está para Glauber – e para outras novidades que dão renovado fôlego ao circuito cultural da Zona Sul. Além da reabertura, amanhã, do Tempo Glauber, a região acaba de ganhar o Espaço Cultural Furnas e descobre novos (e velhos) prazeres”.⁹⁶

⁹³ GLOBO-ZONA SUL. “O artista dos cartões-postais”. 8 de julho de 2004.

⁹⁴ GLOBO-ZONA SUL. “Passado de touradas em Laranjeiras”. 30 de outubro de 2003.

⁹⁵ GLOBO-ZONA SUL. “Fôlego renovado para o circuito Flamengo-Botafogo”. 13 de novembro de 2003.

⁹⁶ Ibidem

Finalmente, o comportamento e o perfil dos moradores também é apresentado em algumas reportagens, o que contribui para a disseminação de clichês e imagens pré-concebidos pela região. É o caso de “Patricinhas, mas sem frescura – Estudo sobre rótulos na adolescência mostra mudanças na auto-imagem de meninas”⁹⁷. A matéria, baseada numa pesquisa sobre meninas da Zona Sul, contava que cem jovens estudantes de escolas particulares foram entrevistadas por uma antropóloga para a coleta de dados. É um mapa comportamental de moças entre 15 e 19 anos – que integram o grupo de leitores do jornal. Mais uma vez, palavras como “região” ajudam a demarcar o território a que se dirige o assunto. O primeiro parágrafo conta que

(...) o mundo cor-de-rosa das patricinhas está mudando. Tudo bem, elas continuam usando roupas de marca e escolhendo a dedo o lugar aonde vão no sábado à noite. Mas, quando se assumem – nas raras vezes em que isso acontece – negam ser “fúteis”, “alienadas” ou “metidas”. É o que mostra a dissertação de mestrado que a antropóloga Cláudia Pereira, da UFRJ, apresentou este ano. Batizado de “Patricinhas da Zona Sul: adolescência nas camadas médias cariocas”, o trabalho abordou os rótulos usados por jovens da região e revelou que a auto-imagem das patricinhas vem sofrendo transformações.⁹⁸

Estes e os demais exemplos retratados ao longo desta seção comprovam que, no enunciado jornalístico do GLOBO-Zona Sul, as identidades locais – de bairros e moradores – se constroem e reforçam. No próximo capítulo, vamos nos aprofundar em detalhes da narrativa jornalística local e de aspectos do discurso jornalístico regional.

⁹⁷ GLOBO-ZONA SUL. “Patricinhas, mas sem frescura”. 16 de outubro de 2003.

⁹⁸ Ibidem

4. A narrativa jornalística num jornal local semanal

Na contemporaneidade, o discurso jornalístico mostra-se a principal narrativa do terceiro milênio, o grande produtor e disseminador de sentidos. Com funções que vão desde a organização discursiva do mundo – ao divulgar, diariamente, os novos rumos da política, da economia, da ciência e da cultura – e a produção de realidades nas notícias, até a “distração” do público por meio da produção de uma sociabilidade artificiosa, pautada no espetáculo⁹⁹, o jornalismo é a ferramenta que entrelaça os enredos e os sentidos do cotidiano, propagando e recriando mitos, como preferem autores como Luiz Gonzaga Motta, ou, ainda, fortalecendo os valores do senso comum, nas palavras de Gramsci. Diariamente, são inúmeros os acontecimentos que irrompem no real, perturbando a ordem. Mas nem todos se transformam em notícia. Alguns são escolhidos para uma chamada na TV ou para figurar nas páginas dos jornais. E, como narrativa, as notícias orientam, são culturais – e não naturais. Elas constroem totalidades significativas a partir de acontecimentos dispersos. O jornalismo é a narrativa de uma época – e, diariamente, conta ao público de forma ritualística tudo o que se passou nas últimas 24 horas – é o mecanismo responsável pela sustentação do senso comum, ou de um “imaginário coletivo”, como pregam certas correntes. Segundo Christa Berger:

(...) o jornalismo, enquanto uma prática social – realizada em condições de produção específicas – capta, transforma, produz e faz circular acontecimentos, interpretando e nomeando situações e sentimentos do presente. Ao veicular as várias vozes que constituem os acontecimentos explicita que faz parte de um determinado tempo histórico.¹⁰⁰

Para fortalecer esses valores compartilhados por toda uma comunidade, a narrativa jornalística se vale de algumas estratégias. Entre elas, a redundância ou repetição de informações; a criação de estereótipos, e a dramatização dos fatos narrados – por meio da exploração de “casos” ou de uso de uma linguagem subjetivada no texto.

Nos Jornais de Bairro, há uma particularidade na caracterização do que é notícia, em comparação ao jornalismo que se pratica diariamente, cobrindo os eventos do cotidiano.

⁹⁹ Por meio do estilo dramático ou espetacular, que ‘distrai’ o público, o sistema imagístico regula as identidades sociais, administra o *ethos* modernizado e simula padrões consensuais de conduta. Trata-se da produção e da gestão de uma sociabilidade artificiosa, encenada num novo tipo de espaço público. Cf SODRÉ, M., 2002, p. 75.

¹⁰⁰ BERGER, C. in MOUILLAUD, M, PORTO, S.D. p. 283.

Notícia no GLOBO-Zona Sul, por exemplo, não se resume àquilo que é *quente*, o que está rompendo o rumo do cotidiano e irrompendo para perturbar na natural ordem das coisas: é o que interessa à comunidade, tendo relação direta com a localidade retratada. Como o GLOBO-Zona Sul é um caderno semanal, muitas das vezes as notícias não são factuais: não tratam de assuntos pontuais que interessam à comunidade naquele momento exato, mas de assuntos mais atemporais que digam respeito a seu dia-a-dia. No jargão jornalístico, a reportagem não pode ficar “velha”. A cobertura pontual fica por conta dos jornais diários. Aos Jornais de Bairro cabe repercutir assuntos, dar furos (matérias exclusivas que não serão publicadas por nenhum outro veículo) e realizar reportagens que exponham os problemas que aquela comunidade encontra em seu cotidiano. Mas tudo de uma forma narrativa que antecipe as notícias ou seja desvinculada de prazos rígidos, que possam ficar “datados”: a meta é que as matérias não “envelheçam” no prazo entre o fechamento e a publicação do jornal, geralmente de quatro dias.

E, neste capítulo, a intenção é mostrar como o GLOBO-Zona Sul se comporta narrativamente, isto é, como, na prática, o discurso se estrutura no caderno (como as informações se dividem por suas páginas, deixando transparecer a linha editorial e ideológica de O GLOBO), por meio de uma análise de discurso de uma notícia; como a narrativa atua na criação discursiva das figuras de “nós” e do “outro” no caderno; e, finalmente, como essa estrutura narrativa do GLOBO-Zona Sul se compara à de outros jornais locais (ou que, ao menos, se dizem comunitários).

4.1 Uma análise de discurso gráfico em reportagem no GLOBO-Zona Sul

Para realizar uma detalhada análise de discurso neste trabalho, foi necessário eleger uma reportagem que fosse símbolo de um assunto que, costumeiramente, é retratado nas páginas do GLOBO-Zona Sul. Um texto que tratasse de comportamento ou tendências de decoração, por exemplo, não refletiria os temas por que, em geral, se interessam os leitores, como vimos no capítulo que apresentou o perfil do público do caderno. Para tanto, escolhemos para esta análise uma reportagem que se passa no cenário urbano e retrata o cotidiano, mais de acordo com as preferências do leitor. O texto selecionado foi publicado nas páginas 20, 21, 22, 23 e 24 do caderno, no dia 28 de fevereiro de 2002, e trata da degradação do Parque do Flamengo, na Zona Sul da cidade. A reportagem tem papel de

destaque no noticiário do suplemento: é a capa (ver Anexos V e VI). O motivo da escolha desta matéria foi a repercussão causada por seu conteúdo, que abordava temas como prática de sexo e ocorrência de furtos no parque, e a forma interessante como este conteúdo foi disposto nas páginas. Mas é preciso ressaltar que o objetivo desta seção não é avaliar o conteúdo editorial da reportagem (o que será feito mais adiante), e sim analisar como foi feita a disposição do texto, das imagens e de elementos gráficos como boxes e quadros, compondo um discurso intencional por parte do veículo, capaz de desencadear reações da ordem do *pathos* no público. A meta é levar em conta marcas de enunciação relativas à *técnica* de narrar em si.

Primeiramente, antes de iniciar a análise de discurso, cabe fazer uma breve descrição do objeto de estudo escolhido. Quanto à atividade social, trata-se de uma reportagem, cuja finalidade é informar o público da Zona Sul sobre as condições de abandono em que se encontra o Parque do Flamengo. Os participantes neste processo comunicativo são o emissor (repórter); o receptor (o público, formado pelo conjunto de leitores da Zona Sul); e os personagens e representantes do poder público retratados ao longo da reportagem. O texto tem como papel informar o público-leitor, alertar os visitantes do parque sobre prováveis riscos e levar as autoridades públicas a tomar providências quanto ao abandono do local, fazendo-as agir. A notícia escolhida narra uma situação desde um ponto de vista específico – uma vez que não há relato de histórias desinteressados ou desprovidos de valorações.

Para proceder à análise de discurso, serão tomadas como base análises de notícias jornalísticas feitas por Milton Pinto no livro “Comunicação e discurso” e por Norman Fairclough em “Discurso e mudança social”. Primeiramente, será feita a análise da estrutura e dos componentes gráficos da notícia (a disposição dos elementos gráficos e das fotos nas páginas, a tipologia etc). Nesta parte, serão avaliadas todas as páginas da reportagem. Numa segunda etapa, o objetivo será verificar os dispositivos de enunciação e as formas discursivas adotadas na notícia. Nesta fase, será priorizada a análise do texto de abertura da matéria, mais rico e extenso – entretanto, detalhes discursivos dos textos das demais páginas também merecerão análise e não serão deixados de fora.

4.1.1 Estrutura

A matéria escolhida para a avaliação neste trabalho relata o abandono por que passava o Parque do Flamengo, publicada no caderno GLOBO-Zona Sul. Ela ocupa, dentro da hierarquia de importância construída pelo veículo, posição de destaque: é a reportagem de capa e está no topo da pirâmide no que diz respeito à hierarquização de assuntos. Por se tratar de um caderno semanal, o tom das notícias não é factual – para que o assunto não corresse o risco de ficar “velho”. O abandono do parque, portanto, não se refere a um fato isolado no tempo e no espaço, mas a um conjunto de condições existentes durante um período: pessoas que fazem sexo explícito diante dos olhos dos frequentadores; menores infratores que praticam roubos no parque; falta de patrulhamento; e presença de população de rua.

A primeira parte da reportagem – chamada “abre” no jargão jornalístico – ocupa as duas páginas centrais do caderno, as de números 20 e 21 do suplemento de 40 páginas. Estas páginas são as de principal destaque, correspondendo às matérias de capa. O espaço destinado à reportagem ocupa dois terços destas páginas centrais, que aqui vamos chamar de “central”, uma vez que elas podem ser consideradas uma única grande página dupla. O outro terço é reservado a dois anúncios, de 11,5 cm por 24,5 cm cada. O espaço editorial fica dentro de um quadro, limitado por uma moldura discreta de fio fino, que o separa dos anúncios. Fora do quadro, também há uma linha de fio grosso para deixar ainda mais claro que noticiário e publicidade são espaços distintos na página. Na parte editorial estão o texto, dividido em três colunas; um box com depoimento de um personagem, ao lado direito do texto; e três fotografias.

Centralizado no topo da página está o título da matéria, com tipografia grande e em negrito: “O lado sombrio do Parque do Flamengo”. Abaixo dele, o subtítulo: “Jovens infratores, população de rua e sexo explícito perto do anfiteatro afastam visitantes da maior área de lazer do bairro”.

Nos cantos direito e esquerdo desta página dupla central, na parte superior, aparecem o nome do caderno ZONA SUL, em caixa alta, e o número das páginas 20 e 21. A data, “Quarta-feira, 28 de fevereiro de 2002”, está localizada ao centro do cabeçalho, contígua ao nome do jornal O GLOBO, à esquerda da data, também em caixa alta.

As fotografias maiores são duas verticais: uma ladeando o texto à esquerda, com tamanho de 14,5 cm x 8 cm, e outra ao lado do box, à direita, com 14,5 cm x 10 cm. Estas duas mostram personagens que estão na reportagem (um menor infrator e um freqüentador do parque, ambos não identificados). Uma terceira fotografia, menor, mais central e horizontal, com 10 cm x 6 cm, mostra a paisagem do local. Cada uma tem, em sua parte superior, o crédito com o nome do fotógrafo e, ora na parte inferior, ora na lateral, a legenda descrevendo a imagem.

No pé do texto de abertura, uma nota de rodapé chama para a página seguinte: “SÓ 20 GUARDAS NA RONDA NOTURNA, *na página 22*”. Como o texto da reportagem completa é dividido em quatro retrancas (nome que batiza as partes distintas em que uma reportagem é dividida), a nota de rodapé é um dos elementos gráficos para mostrar que aquela notícia terá continuidade nas próximas páginas. Nas páginas seguintes, outro artifício utilizado para dar esta idéia de continuidade é o uso da mesma palavra-chave no antetítulo de cada nova retranca. Neste caso, a expressão utilizada é “À MARGEM”, que aparece no topo de cada página seguinte, em negrito e caixa alta, precedendo o antetítulo das novas retrancas. Abaixo do antetítulo de cada página de continuação, há um novo pequeno título iniciando a retranca (“Só 20 guardas na ronda noturna”, na página 22, e “Menores são levados à DPCA”, na 24. Na página 23, este título não aparece, uma vez que um quadro com a expressão “CORPO A CORPO” ocupa o lugar da retranca, contendo uma entrevista estilo pingue-pongue com o administrador do parque).

4.1.2 Marcas enunciativas

Para esta análise mais detalhada, como dito anteriormente, vamos nos concentrar na abertura da matéria, o chamado “abre”. O título “O lado sombrio do Parque do Flamengo” é uma frase nominal, sem verbo, que funciona como uma espécie de *teaser* para o leitor: chama a atenção para um fato que será esclarecido no subtítulo. Seu objetivo é apresentar uma informação totalmente nova para o receptor – neste caso, o dado de que o parque tem um lado sombrio e abandonado. O título apresenta e qualifica o objeto sobre o qual a matéria vai discorrer: o “parque”, este elemento de destaque, tem um lado “sombrio”. O enunciador não aparece explicitamente no título, e tampouco tem espaço neste título o receptor (no caso, o leitor).

É no subtítulo que estão as informações que vão esclarecer ao leitor o suposto “lado sombrio” do Parque do Flamengo. Logo abaixo do título, o subtítulo diz: “Jovens infratores, população de rua e sexo explícito perto do anfiteatro afastam visitantes da maior área de lazer do bairro”. Estas três condições de abandono descritas são os elementos que despertam a curiosidade do leitor para ler o restante da matéria e descobrir, afinal, por que os visitantes do parque estão se afastando desta importante área de lazer da Zona Sul. Cada um destes três aspectos (a presença de jovens infratores, sexo explícito e população de rua) será tratado em uma retransmissão específica da reportagem, de forma detalhada, com exploração de aspectos descritivos e personagens. O verbo “afastam” está no presente do indicativo, o que reforça o presente da narração e o fato de que o suposto abandono do parque perdura até o momento em que o receptor recebe o jornal em sua casa e lê a notícia. O verbo no presente passa a idéia de “atualidade” da reportagem. O título e o subtítulo trazem dados que vão aparecer repetidos e esclarecidos no lide e no corpo da reportagem.

No início da matéria consta, entre dois fios, o nome do repórter. É a informação da fonte externa responsável pelo texto. No lide, o primeiro parágrafo, que resume as principais informações do texto, não há marcas textuais que identifiquem o repórter como enunciador (a presença dos pronomes *nós* ou *eu*, por exemplo). Ainda no lide, o destinatário tampouco é identificado. Neste primeiro parágrafo, é feita uma descrição das mazelas do Parque do Flamengo de dia, e dos problemas ocorridos durante a noite. Frases como “O cenário é de cartão-postal, com vista para o Pão de Açúcar, mas a degradação do Parque do Flamengo afasta moradores e visitantes da maior área de lazer do bairro” ou “À noite, a movimentação não é menor: os espaços mal iluminados abrigam cenas de sexo explícito” fazem parte dessa apresentação do cenário ao leitor. O lide acrescenta informações essenciais que faltavam ao título e ao subtítulo, como detalhes da prática de sexo explícito na área verde do parque, descrevendo com maior clareza o local, o tempo e os participantes da notícia.

No entanto, ainda quanto aos dispositivos de enunciação, um outro fenômeno acontece quando se chega ao sublide (o segundo parágrafo). Neste momento, o próprio jornal é tratado como um personagem e transformado em agente da reportagem. Isso fica claro na frase “Nas duas últimas semanas, o GLOBO-Zona Sul presenciou cenas de sexo entre homens a partir das 20h, num trecho a cem metros da ciclovia, onde o movimento de

praticantes de esportes ainda era grande”. Nestas circunstâncias, o sujeito enunciador mostra sua faceta de narrador ao contar como o jornal para que ele escreve chegou às informações que constam naquela notícia. Isso fica claro, por exemplo, na referência dêitica “nas duas últimas semanas”, por exemplo. E esse aspecto também reforça a sensação de objetividade: citar que “o jornal” esteve no local é uma prova de que a apuração das informações foi feita sem intermediários. A própria equipe esteve no parque e comprovou aquele estado de abandono, pela observação direta e pela conversa com personagens. Assim, passa-se ao leitor a sensação de que o relato presente na matéria é, teoricamente, desprovido de interferências subjetivas.

Em alguns momentos do texto, o discurso presente é o indireto. Um exemplo é o trecho em que “o administrador do parque, Marcelo Maywald, reconhece que existe prática de sexo no local, mas afirma que ela será reprimida pela Guarda Municipal e pela PM”. Em outros momentos, há falas em discurso direto (precedidas de travessão) dos sujeitos do enunciado, isto é, os diferentes personagens que tomam a fala no texto e a quem são atribuídas determinadas frases. No caso desta reportagem de abertura, nas páginas 20 e 21, são três estes personagens: o vendedor ambulante que não se identifica, mas serve de testemunha ao descrever como ocorrem as cenas de sexo explícito no parque; o administrador do Parque do Flamengo, Marcelo Maywald, que afirma que não permitirá mais este tipo de atitude no local; e o prefeito César Maia, que tem apenas uma frase, esquivando-se do assunto. Segundo Fairclough, “a representação do discurso é obviamente uma parte importante das notícias: representações do que as pessoas disseram e que merecem ser notícia”¹⁰¹. E o fato de essas representações acima referidas estarem em discurso direto é uma característica dos jornais impressos: o discurso direto aparece quando o “jornal não quer se comprometer com os conteúdos de uma fala”.¹⁰²

Outro caso peculiar de destaque a um sujeito do enunciado é o box presente do lado direito da página, contígua a uma das fotos. Neste quadro, há um depoimento em primeira pessoa de um freqüentador do parque que costuma ir ao local para praticar sexo. Este box funciona como um instrumento do veículo para dar voz a um personagem que vai comprovar, falando por si mesmo, em discurso direto, a informação polêmica que está

¹⁰¹ FAIRCLOUGH, N. p.140.

¹⁰² PINTO, M. p. 96.

presente no lide. Quando um personagem tem espaço para falar, a história conta-se por si mesma. O box, que tem como título “O silêncio é absoluto”, é assinado por “X.”, que, segundo informa uma nota de rodapé no quadro, “tem 27 anos e é estudante de classe média”. Ainda que sem ser identificado e tendo sua imagem preservada (também na foto o rosto deste personagem não aparece), o rapaz e seu depoimento são elementos importantíssimos para que o jornal consiga dar mais credibilidade à reportagem.

O coenunciador, no caso o leitor, não aparece explicitamente nesta reportagem – não é evocado pelo narrador. É, sim, um espectador interessado nos afetos distribuídos pelo discurso (os problemas que ocorrem no parque). Mas a relação entre o enunciador e o destinatário é de distância e imposição de informações: neste caso, o emissor/narrador encontra-se numa suposta posição superior em termos de hierarquia de informação em comparação com o destinatário e oferece a “verdade” – embora caiba ao leitor ler as informações e avaliar se concorda ou não com aquela descrição feita da situação do parque. É importante ressaltar que esta postura distanciada não é padrão no discurso do GLOBO-Zona Sul: muitas vezes, o autor evoca o leitor, ao fazer perguntas, por exemplo, ou se dirigir diretamente ao público, chamando-o de “você”.

Nas retrancas distribuídas pelas páginas seguintes, não faltam elementos enunciativos a serem destacados. Na página 22, que apresenta dois textos, uma foto e um quadro com duas frases de jovens infratores, os ganchos patéticos – no sentido de evocar o *pathos*, as emoções – para mobilizar o público leitor ficam evidenciados pela disposição e pelo teor das declarações de meninos de rua. O objetivo é provocar reações emocionais no leitor, seja de pena, revolta ou medo. Um dos elementos que deixam isso claro é o momento em que, na retranca de título “Só 20 guardas na ronda noturna”, um jovem infrator, que é personagem da matéria e, portanto, um dos sujeitos do enunciado, identifica em sua fala, em discurso direto, a repórter como interlocutora, ao chamá-la de “tia”. Nesta situação, o narrador/sujeito de enunciação (no caso uma repórter) deixa claro seu papel ativo também na apuração da matéria e no contato com os entrevistados. Perde a aura de um “narrador sem nome” e ganha traços personificados: torna-se, indiretamente, mais um dos personagens da reportagem, numa situação ambígua para a narração. Isso acontece logo depois de, mais uma vez, o GLOBO-Zona Sul ser citado na reportagem, na frase “Numa

tarde, o GLOBO-Zona Sul flagrou um grupo de 13 meninos, de 15 a 18 anos, que andam sempre juntos”, aparecendo, mais uma vez, como *personagem* da matéria.

Nas duas retrancas desta página, as falas dos jovens infratores aparecem na maioria das vezes em discurso direto, seguidas de travessão, o que demonstra a preocupação do veículo em não se comprometer no que diz respeito às declarações dos menores. Mas o discurso indireto também aparece em casos como a frase “Y., de 17, chegou à 7ª (*série*), diz que tem vontade de voltar aos bancos escolares e que é assombrado pelo temor de perder a vida”, que está na retranca no canto direito inferior da página. Declarações dos jovens infratores, em discurso direto, também aparecem no quadrinho “Visões do dia-a-dia”, em destaque no centro da mesma página 22. São duas frases polêmicas sobre morte e tráfico de drogas, que por isso foram destacadas do texto: têm certo apelo sensacionalista e emocional para mobilizar e impressionar o público.

Na página 23, é dado espaço para o poder público falar, também em discurso direto. Com formato de pingue-pongue, há uma entrevista com o mesmo administrador do parque, Marcelo Maywald, que apareceu na abertura da reportagem, nas páginas 20 e 21. Aqui, desta vez, ele responde objetivamente a perguntas feitas pelo GLOBO-Zona Sul. Como esta é uma entrevista direta de perguntas e respostas, tem tratamento gráfico distinto do texto corrido presente nas demais retrancas. A entrevista chama-se “CORPO A CORPO”, em caixa alta, e fica delimitada do restante da reportagem por um box com moldura de fio fino. Um título encabeça o quadro, com a frase ‘Vamos pegar pesado’ entre aspas simples, que se subentende como sendo do administrador, ainda que isso não esteja sendo dito explicitamente (o que pode ser considerado um exemplar, ainda que atípico, de discurso indireto livre). Abaixo desta frase-título, há uma breve apresentação, em um parágrafo, sobre quem é o administrador e suas intenções. Tais metas são descritas em discurso indireto, como em: “(...) Marcelo Maywald diz que pedirá à RioLuz a ligação da iluminação da área e que iniciará operações de repressão ao sexo explícito no local”¹⁰³. Na entrevista, o administrador promete ainda realizar operações de rotina para coibir os problemas do parque: ele se vale do veículo jornalístico para se comprometer com o público leitor.

¹⁰³ Todas as citações e referências textuais relacionadas à matéria em questão encontram-se em GLOBO-ZONA SUL “O lado sombrio do Parque do Flamengo”, 28 de fevereiro de 2002.

A última retranca pertencente à matéria, com título de “Menores são levados à DPCA”, tem dados qualitativos e quantitativos sobre a população de rua que vive no parque e pretende fornecer ao leitor informações imparciais que o ajudem a entender o que acontece no parque. Agora, é a vez de apresentar dados numéricos, e não apenas depoimentos. A modalidade discursiva declarativa-representativa está presente nesta parte do texto em frases como as que abrem a retranca:

A presença de população de rua no parque é constante, mas tem sido controlada por operações de recolhimento. O trecho entre o Museu de Arte Moderna e o píer de pedras da Marina da Glória é considerado crítico pela Secretaria municipal de Desenvolvimento Social (SMDS). A cada abordagem da prefeitura a moradores de rua, praticamente uma vez por semana, são encontrados em média 50 adultos, dez menores e três famílias.

Armadas com um arsenal de dados fornecidos por um órgão público, estas frases pretendem convencer o leitor da situação de abandono em que o parque se encontra. Mais uma vez, fica a critério do receptor avaliar se a informação procede e é convincente ou não.

Com a análise discursiva desta reportagem, fica ainda mais claro que, na construção de uma notícia, tudo obedece a regras específicas. Nada é intencional: desde a disposição das fotos até a forma como são apresentados os textos. É interessante ainda passar a observar sempre quais são os critérios utilizados pelos veículos – no caso o GLOBO-Zona Sul – para destacar alguns aspectos da notícia e deixar outros de lado.

4.2 A construção do “outro” no enunciado jornalístico do GLOBO-Zona Sul

Antes de abordar a construção narrativa da figura do “outro” no GLOBO-Zona Sul – ou melhor, dos variados “outros” que povoam as páginas no caderno – convém tratar de dois temas que vêm sendo debatidos à exaustão: as questões da identidade e da alteridade no mundo contemporâneo. A atualidade, discutem os teóricos das Ciências Humanas, lançou no ar a certeza de que já não se pode mais crer nas antigas certezas. Num momento de envelhecimento da modernidade, batizado de pós-modernidade por alguns, ou de contemporaneidade, como preferimos tratar neste trabalho, as referências de segurança antes propagadas pelo Estado-nação se transformam. No centro dessa transição, o conceito de identidade é alvo de discussões: com toda essa instabilidade e essa quebra de crenças, que fim leva a identidade? Ou melhor, “as identidades”? Sim, usemos o plural, já que, neste

cenário que vivemos, identidades antes rígidas mostram-se fragmentadas e múltiplas, abertas à moldagem conforme o contexto.

A massificante idéia de que pertencemos a um universo dá lugar à assertiva de que fazemos parte de um “pluriverso”: a pretensa crença em uma cultura nacional única é abandonada diante da valorização do multiculturalismo. Como afirmamos anteriormente, mesmo nas relações sociais mais locais, nunca estamos filiados a apenas uma causa. Nunca somos regidos por uma única afinidade... Participamos, simultaneamente, de diversas comunidades e temos, em nós, inúmeros interesses que se cruzam. Antes una, a identidade mostra-se plural. Cai por terra a sensação de se ter uma identidade fixa, como uma carapaça rígida, inquebrável, ou uma prisão da qual não se consegue fugir. Esvai-se a segurança simplista de ser somente mulher, homem, negro, branco, carioca, brasileiro, favelado ou morador da Zona Sul. A identidade não mais é apenas uma. De fato, nunca foi. Todas as nossas identificações, na verdade, se entrecruzam – e sempre se mesclaram. É o fim do “simulacro de monoidentidades”, que se torna inverossímil¹⁰⁴. A identidade não nasce pronta: é narrada e construída aos poucos, conforme a trajetória que se segue. Ou, como afirma Edward Said, autor que se consagrou por estudar a construção da imagem do “outro” oriental feita pelo mundo ocidental:

Hoje em dia, ninguém é *uma* coisa só. Rótulos como indiano, mulher, muçulmano ou americano não passam de pontos de partida que, seguindo-se uma experiência concreta, mesmo que breve, logo ficam para trás. O imperialismo consolidou a mescla de culturas e identidades numa escala global. Mas seu pior e mais paradoxal legado foi permitir que as pessoas acreditassem que eram apenas, sobretudo, exclusivamente, brancas, pretas, ocidentais ou orientais. No entanto, assim como os seres humanos fazem sua própria história, eles também fazem suas culturas e identidades étnicas.¹⁰⁵

No entanto, neste embate constante entre as diversas correntes de identificação, ao menos um conceito nasce com força: a idéia de que o “diferente” e a alteridade têm a sua vez e podem se expor. Como já vimos neste trabalho, na era do global, o local – e o que ele produz – volta a ser reconhecido. E é na mídia, cenário de negociação das distintas

¹⁰⁴ CANCLINI, N.G. p.127. O autor chega a dizer que as políticas culturais unificadoras do Estado-nação eram concebidas até pouco tempo como “conservação e administração de patrimônios históricos, acumulados em territórios nitidamente definidos: os da nação, da etnia, da região ou da cidade”. Era nesses padrões, que agora mostram-se ultrapassados, que se faziam presentes e coerentes as monoidentidades.

¹⁰⁵ SAID, E. p. 411.

“direções”¹⁰⁶ que norteiam o permanente deslocamento do sujeito, por conseguinte, que o “outro” transita entre domínios, ganha espaço, legitimando-se – ou sofrendo, dependendo do contexto em que se encaixa.

O discurso midiático local do GLOBO-Zona Sul, ao se posicionar para atender a seu leitor padrão, de alto poder aquisitivo da Zona Sul, por vezes acaba criando estereótipos que se propagam em seu enunciado. O que se em suas páginas é que, freqüentemente, as reportagens acusam a “alteridade” do outro em oposição à “nossa mesmidade” – isto é, a mesmidade do leitor que vê sua realidade retratada nas páginas do periódico. Uma vez que aquele público a quem se dirige o jornal possa reconhecer no personagem retratado na reportagem um semelhante seu – isto é, alguém com seu poder aquisitivo, alguém que “poderia ser eu”, de classe média ou classe alta, segundo os padrões do leitor do GLOBO-Zona Sul, que vimos anteriormente – passa a se identificar com o *outro* e vê-lo com simpatia, ou com a solidariedade, fator que, segundo Richard Rorty, tem papel fundamental na agregação do “nós”¹⁰⁷. A representação de quem somos *nós* e de quem são os *outros* no GLOBO-Zona Sul está muito clara: o posicionamento do emissor, ou seja, o olhar de quem redige, tem como ponto de vista a posição do leitor de classe média alta. O modo como o *outro* é enxergado varia de acordo com o ponto de vista do público a quem se dirige o jornal. E é essa forma de ver o *outro* como alguém separado e distante que permite que os indivíduos formem, com seus semelhantes, um *nós* coeso. E muitas vezes o jornal participa disso, fortalecendo esse distanciamento.

Nesse posicionamento, em que ocorre a negatização do *outro*, fica clara a definição de qual é o público do GLOBO-Zona Sul. Na seção “Em defesa do morador”, publicada semanalmente, leitores enviam cartas reclamando de problemas em seus bairros que possam ser resolvidos pela atuação de órgãos públicos. Chegam à redação do jornal denúncias de bares que põem música alta demais, atrapalhando vizinhos; de buracos e vazamentos de água e esgoto, que atrapalham os moradores; de sinais de trânsito com defeito, que podem causar acidentes... Mas um outro tipo de denúncia que chega à redação é um sintoma da negatização do *outro*: a denúncia da existência de “pivetes”, “mendigos” e outros “moradores de rua”, intrusos que representam ameaças à ordem estabelecida e

¹⁰⁶ Stuart Hall define a identidade cultural como uma “celebração móvel”, que se forma e transforma de acordo com as situações enfrentadas pelo sujeito. (Cf. HALL, S. 1997)

¹⁰⁷ Cf. RORTY, R.

reforça a “vida segura” vivida por “nós”, leitores de classe média alta que usam o jornal como um espaço para denunciar e conseguir manter sua “mesmidade”. As reclamações, que chegam por e-mails e telefonemas, cobram das autoridades que essa “população de rua” seja recolhida. Na matéria publicada pelo GLOBO Zona Sul no dia 28 de fevereiro de 2002 sobre o Parque do Flamengo, cujo discurso foi analisado na seção anterior, o “outro” em questão, na berlinda, eram jovens infratores, população de rua e pessoas que praticavam sexo explícito na área do parque. No título “O lado sombrio do Parque do Flamengo – Jovens infratores, população de rua e sexo explícito perto do anfiteatro afastam visitantes da maior área de lazer do bairro”, já fica clara a estigmatização de quem ocupa o lugar de “nós” e quem está no posto de “outros” – embora a reportagem também dê espaço para os meninos da rua expressarem sua opinião, recurso raro em matérias sobre o assunto.

Na narração discursiva construída nas páginas do GLOBO-Zona Sul, a população pobre e os moradores de favelas opõem-se assumidamente à realidade do público de maior poder aquisitivo que compõe, estrategicamente, o grupo de leitores do caderno. Como diz Ciro Marcondes Filho no livro “Comunicação & Jornalismo – a saga dos cães perdidos”, essa postura do jornal de bairro baseia-se no *mito das cidadelas*, segundo o qual os jornais dividem o mundo grosseiramente

(...) em duas partes: os de dentro e os outros. A cidadela é o espaço civilizado (‘nosso país’, os ‘países desenvolvidos’, o conjunto de nações onde reina ‘a civilização e o progresso’) em contraposição à barbárie, que tanto podem ser as ‘nações perdidas’ do continente africano, como os interiores onde impera o faroeste ou mesmo os bairros urbanos de nossa cidade, que as máfias transformaram em terra arrasada. Nós, cidadãos civilizados, pacíficos telespectadores, ao contrário, estamos resguardados em nossas cidadelas, onde o mundo continua a ser o mundo. O melhor dos mundos, naturalmente.¹⁰⁸

Nestas reportagens, especialmente nas que tratam do tema da insegurança e da população de rua, de desabrigados, há uma clara cisão entre *nós* e os *outros*, sem ponto algum de semelhança entre eles que possibilitasse a solidariedade por afinidade, ou seja, uma simpatia por aquele grupo que não é “um de nós”¹⁰⁹, em que esse nós significa algo mais local que a raça humana. Na construção narrativa feita pelo jornal, eles são vistos como um estorvo a ser combatido, ainda que essa intenção apareça de forma inconsciente

¹⁰⁸ FILHO, C.M. p. 109.

¹⁰⁹ RORTY, R. p. 238.

no discurso jornalístico. Quando não há essa afinidade, entram em cena a oposição, o afastamento, o isolamento. Nestes casos, chega-se a um ponto em que, para a reafirmação de quem somos nós, o *outro* chega a ser inventado e reforçado, como diz Zygmunt Bauman, sendo metamorfoseado num alienígena, numa ameaça, afastado de nós. Assim, mesmo quando a notícia é local e restrita a um espaço ou a uma comunidade, nota-se também a reinvenção diária do *outro*, que a cada momento muda de posição de acordo com os interesses dos jornais e dos leitores: ora é o mendigo da esquina, ora é uma associação de moradores que contesta os interesses da maioria, ora é o vizinho barulhento ao lado. O *outro* é posto na berlinda semanalmente, no GLOBO-Zona Sul, por meio de uma constante produção de alteridade. É atacado e combatido, e oscila e muda de identidade de acordo com os interesses alheios, que variam, por exemplo de acordo com questões relacionadas a segurança pública. Se o *outro* representa medo e insegurança, é excluído discursivamente, ou, numa menor escala, evitado.

Isso prova que a alteridade não é natural, não é dada. Como dizem Hardt e Negri no item “A produção da alteridade”, do livro “Império”, ela é constantemente produzida e construída narrativamente. A representação pelos estereótipos do mendigo, do pivete, do morador de rua nos textos é, ao mesmo tempo, “forma de criação e forma de exclusão”¹¹⁰ discursiva. E, na lógica das representações da narrativa local, o posicionamento de *nós* e *outros* se faz por oposição. No discurso, essas duas figuras só existem uma em relação (e oposição) à outra. “Justamente porque a diferença do Outro é absoluta, ela pode ser invertida num segundo momento, como a fundação do Eu”.¹¹¹ A formação da identidade por meio da diferença ocorre, portanto, pelo uso da representação e do estereótipo, que tendem a inferiorizar o *outro*.¹¹²

Essa dialética negativa é o que ocorre, por exemplo, na reportagem “Construções avançam na paisagem – Moradores reclamam de expansão da Favela do Vidigal, que invade a encosta da Niemeyer”, publicada entre as páginas 3 e 5 do GLOBO-Zona Sul no dia 18 de novembro de 2004. Já no subtítulo, é extremamente interessante observar como o jornal assumiu claramente o ponto de vista do leitor de alto poder aquisitivo a que pretende

¹¹⁰ Sobre a construção da alteridade, cf. HARDT, M., NEGRI, A.

¹¹¹ Ibidem. P.144.

¹¹² Ao fazer uma releitura crítica da obra de Edward Said sobre o Orientalismo, Aijaz Ahmad discorre acerca da inferiorização do *outro*. Cf. AHMAD, A.

se dirigir: os “moradores” que aparecem no subtítulo são, obviamente, os de prédios de alto nível que ficam próximos à favela. Os habitantes da comunidade do Vidigal, neste enunciado, não merecem o título de “moradores”: são o *outro* que o jornal pretende afastar. No lide da matéria, isso é ainda mais reforçado. Expressões usadas no texto ilustram perfeitamente quem forma o grupo do *nós* e quem são os *outros* para esta reportagem.¹¹³ Diz o texto que:

Construções de até quatro andares já despontam na paisagem de quem passa pela Avenida Niemeyer, logo depois do Motel Vip's, na encosta, no sentido São Conrado. Os prédios avançam, na encosta, em direção ao terreno da família Niemeyer. A *crescente favelização preocupa moradores* como Aníbal Sabrosa, síndico do Ladeira das Yucas, *condomínio de classe alta*.¹¹⁴

Caso semelhante ocorre na reportagem “Síndicos unidos contra furtos na Lagoa – Representantes de prédios da Avenida Eptácio Pessoa estudam contratar segurança privada”, de 27 de novembro de 2003, que também já foi analisada neste trabalho anteriormente. Um gari que trabalha na região e um morador fornecem à reportagem as evidências necessárias para definir a população de rua como o *outro* a ser combatido. Destacamos no trecho transcrito a seguir algumas expressões que comprovam esta negatização do *outro*.

O gari Cristiano da Silva Lima diz que diariamente recolhe cacos de vidro de carros em volta da Lagoa.

- Constantemente encontramos vidro, mas quintas e sextas-feiras a quantidade é muito maior. No domingo, à tarde, também – diz ele, acrescentando que a Praça Benedito Cerqueira é outro ponto que sofre com a ação dos assaltantes. Não sobra nenhum carro com CD.

O corretor de imóveis Alexandre Azevedo, de 31 anos, suspeita que a causa do problema esteja no deslocamento da população de rua da Praça General Osório, em Ipanema, para o viaduto do Corte do Cantagalo.

- As operações do Zona Sul Legal se concentram na orla e em áreas como a praça. Com isso, menores acabaram vindo para o lado de

¹¹³ Se essas minorias ou camadas mais pobres representam uma suposta ameaça ou perturbação ao público a que se dirige estrategicamente o jornal, então têm seus enunciados interditados, controlados. Nestas situações, o jornalismo atua como instrumento de comunicação de uma sociedade que, de “logofílica”, como define Michel Foucault (Cf FOUCAULT, M.), viciada na produção e na constante circulação de sentidos, passa a “logofóbica”, por temer que estes enunciados possam levar à desarticulação de um jogo de forças vigente. Entram em cena mecanismos de controle do discurso. É um constante movimento de conter e resistir, em que a mídia desorganiza e reorganiza essa realidade popular conforme seu interesse. E, nesse jogo, vai criando rótulos, estereótipos e personagens para povoar as reportagens.

¹¹⁴ GLOBO-ZONA SUL “Construções avançam na paisagem”, 18 de novembro de 2004. (Grifo nosso).

cá. O horário mais crítico é o fim da tarde. Sempre os vejo arrombando os carros. Eu assovio, mas eles nem ligam porque sabem que a polícia não vai chegar a tempo. Acredito que se os policiais voltassem para a cabine as coisas iriam melhorar – opina Azevedo.¹¹⁵

É o que Zygmunt Bauman define como “política do medo cotidiano”, num dos pontos por ele abordados mais interessantes para se aplicar à realidade brasileira. Ele explica, que se constrói no imaginário da sociedade um espectro de ruas inseguras, que afasta as pessoas dos espaços públicos. Aqui, podemos tomar como agentes da criação desse cenário os próprios Jornais de Bairro, que disseminam informações e fazem circular os rótulos (como população de rua, mendigos etc) e os fatos acontecidos na região.

E é nesse cenário que se molda a concepção de comunidade, ou seja, a imagem que a comunidade tem de si mesma. Segundo esta noção, detalhada de forma bastante interessante pelo autor, como vimos anteriormente, comunidade significa *mesmice*, e a *mesmice* significa ausência do outro, “especialmente um outro que teima em ser diferente, e precisamente por isso capaz de causar surpresas desagradáveis e prejuízos”¹¹⁶. Esse estranho é reinventado e construído diariamente pela vigilância do bairro, pelo sistema de monitoramento de câmeras das grandes empresas, pelas cercas de arame farpado... e pelo noticiário regional. É o mendigo, o bêbado da esquina, o bando de pivetes no sinal de trânsito. Uma constante ameaça, em que esses indivíduos são estereotipados como pertencentes a uma minoria sem que lhes seja pedido consentimento, uma vez que esses estereótipos são determinados discursivamente pela “articulação da diferença”¹¹⁷.

¹¹⁵ GLOBO-ZONA SUL. “Síndicos unidos contra furtos na Lagoa”. 27 de novembro de 2003.

¹¹⁶ BAUMAN, Z., 2003, p. 104.

¹¹⁷ Sobre a estereotipação do *outro*, cf. BHABHA, H.K.

5. O GLOBO-Zona Sul como influência nas ações do poder público

Quando tratamos de definir no primeiro capítulo deste trabalho o tipo de jornalismo em que melhor se encaixariam os Jornais de Bairro de O GLOBO, especialmente o GLOBO-Zona Sul, lembramos uma citação de Cicilia Maria Krohling Peruzzo sobre uma freqüente reação das comunidades diante dos problemas que são resolvidos pela simples ação da mídia. Dizia ela que basta que o assunto figure nas páginas dos jornais ou na TV para que o governo resolva a situação. E é disto que vamos tratar neste último capítulo. Mídia como quarto poder? Nem tanto. A idéia que defendemos aqui é que, principalmente na esfera local, a imprensa tem a capacidade de mobilizar os moradores a cobrar seus direitos de cidadãos e, conseqüentemente, pressionar o poder público a agir. Com a ajuda de depoimentos de um editor, de uma repórter, de uma representante de uma associação de moradores e da diretora do departamento de Comunicação Social de um órgão público, além de exemplos de reportagens, pretendemos mostrar essa influência do jornalismo regional, em especial o GLOBO-Zona Sul, no andamento da vida pública local.

5.1 Mídia, poder público e cidadania

Um projeto democrático saudável, sabe-se, é um projeto que incentive a participação da população em temas de interesse público: os cidadãos, informados e com um mínimo de preocupação com o bem comum, tentam se articular para discutir e propor soluções para os problemas que compartilham. O povo tem voz ativa para mudar a realidade, é capaz de ouvir as outras vozes em jogo, e consegue entender que, por trás dessas falas – assim como por trás de sua própria – há forças sutis com seus próprios interesses. Muitas vezes, essas vozes se fazem ouvir pela mídia. É no cenário midiático que diferentes forças encontram-se para dialogar e traçar os rumos da política. E, como já vimos anteriormente, a mídia é freqüentemente usada para que a população consiga chegar ao poder público – e, especialmente quando esse Governo não se faz presente no cotidiano dos cidadãos ou parece inalcançável, acaba cabendo à imprensa pressionar e ser porta-voz do povo. Com o afastamento do Estado da cena pública, fugindo de suas obrigações principalmente no setor social, a população vê-se sem apoio para solucionar seus problemas mais corriqueiros.

Nas palavras de Raquel Paiva, que discorre sobre o alheamento do Estado na atualidade e suas conseqüências para os cidadãos, a idéia não é exatamente que o Estado subvencione tudo, mas que cumpra a determinação que o sustenta filosófica e politicamente: a de ser gestor do bem comum. O Estado deveria atuar como mediador, fortalecendo instituições e organismos responsáveis pela produção de maior integração social e conseqüentemente, levando à melhoria das condições de existência.¹¹⁸

Mas, diante desse Estado muitas vezes omissivo – ao qual tradicionalmente são atribuídos males como a ineficiência, o desperdício de recursos, a corrupção e o desmando – a participação social parece ser a única saída. E esse exercício pleno e democrático da cidadania somente se alcança se há um fluxo de informação pleno entre o Estado e a sociedade, dando a esta condições efetivas de participar do planejamento, do acompanhamento e da avaliação dos projetos de governo.

E, neste cenário contemporâneo em que a mídia tem poder ativo no andamento da cena pública, em especial na esfera local, onde tal interferência se faz ver de forma mais intensa, o jornalista atua cada vez mais como um intermediário entre o poder público e cada vez menos como um simples veículo de informação. Nesse processo de troca de informações entre o povo e o Estado, o jornal, como intermediário, é capaz de julgar, de selecionar as informações, de conduzir sua ação por critérios que lhe são próprios e que obedecem a uma finalidade. Se se mantivesse apenas como *veículo*, faria o papel de mera câmara de ampliação das mensagens do poder. O jornalismo existe justamente para desmontar fatos e mensagens, contextualizá-los, e revelar aquilo que nos assuntos públicos é ocultado por conveniência. E o compromisso dos jornalistas, por excelência, é com os destinatários da informação – não com as mensagens que o poder público quer passar. É para capacitar os leitores como “cidadãos que o jornalismo livre é considerado uma condição de democracia”¹¹⁹. Por outro lado, é preciso enxergar até que ponto essas iniciativas não propiciam situação cômoda para o Estado, já que muitas das funções assumidas pela sociedade civil – e pela imprensa, que representa seus interesses – caberiam, na verdade, às instituições públicas.

¹¹⁸ PAIVA, R. pp. 115-118.

¹¹⁹ Cf. Carvalheiro

No texto “Jornalismo e esfera civil: o interesse público como princípio moral do jornalismo”, Wilson Gomes discorre de forma interessante sobre a relação entre a esfera pública e a esfera privada, e o papel do jornalismo entre essas duas arenas. E podemos aplicar esse ponto de vista a este trabalho, ajustando-o à questão do jornalismo local. Sustenta Gomes que a esfera política da sociedade lida com o controle do Estado, abrangendo: “poder político (a começar pela fazenda pública), administração dos recursos comuns, elaboração e administração da lei e produção da decisão política referente às coisas de interesse geral”. Já a esfera civil “reúne cidadania ou o conjunto dos que têm direitos e que, portanto, possuem a soberania política, são concernidos pela decisão política e pelo modo como se gerenciam os recursos comuns, mas que, fora dos momentos especificamente eleitorais, não têm participação direta no controle do Estado”¹²⁰. O interesse público na prática democrática consiste em garantir que o que interessa à esfera civil, à população, influencie na produção da decisão política. Servir ao interesse público – o que seria o principal papel da mídia local – trata-se de pôr à disposição do público as informações necessárias para que ele possa se fazer valer na esfera política. A idéia de *servir ao interesse público* é, portanto, servir à cidadania, possibilitando que o bem comum seja decidido segundo o interesse geral da comunidade.

Assim, ao dispor para a população, em reportagens, as informações de que ela precisa para formar suas opiniões e tomar suas próprias decisões quanto à vida pública, a mídia está respeitando o interesse público e, dessa forma, interferindo nos rumos da política. Portanto, a imprensa existe não como uma suposta detentora dos direitos civis do público, mas como um instrumento que, simultaneamente, é canal de expressão para o povo e ajuda-o a formar e encontrar sua identidade. A imprensa, portanto, como uma instituição, deve apoiar a manutenção do espaço público e da vida pública e fortalecer as qualidades de discurso que permitam a esse espaço se desenvolver e se manter. E, assim, não se pode falar em produção discursiva, em esfera pública moderna, sem que reconheçamos o papel da mídia nesse processo. “A mídia pré-estrutura a esfera pública, promovendo interações para além do espaço público, ampliando a visibilidade dos temas e acontecimentos, aumentando a circulação e a reflexividade entre as produções simbólicas e colaborando

¹²⁰ Cf GOMES, W. In PERUZZO, C.M.K. ALMEIDA, F.F. (org.) p.41.

para a existência de uma democracia de massa”¹²¹.

5.2 Interferência na realidade (ainda que indireta)

A mídia, especialmente na esfera local, tem inegável capacidade para pressionar o poder público e, como diz Cicilia Maria Krohling Peruzzo, imenso potencial para atrair a atenção das pessoas. É capaz de “mobilizar os moradores num evento (o dia da semana em que o jornal x vai a um bairro com jornalista e fotógrafo para produzir sua página periódica, por hipótese)”¹²². Mas a imprensa é somente um canal para se externar as reivindicações populares e deve servir apenas de mediação, pois o desenvolvimento da cidadania requer uma mobilização e a articulação das próprias pessoas e de suas organizações representativas. Para essa mediação, uma estratégia comum é pôr, numa reportagem, as partes – moradores e poder público, por exemplo – frente a frente diante de um problema. E é isso que se faz, prioritariamente, nos Jornais de Bairro. Em geral, abre-se espaço para a denúncia ou a reivindicação dos moradores e em seguida ouve-se o que o órgão diretamente responsável tem a dizer. Do responsável, cobra-se então um prazo para apresentar uma solução.

O jornalista local pode e deve, então, pôr os dois lados para conversar. E David Craig, pesquisador da University of Oklahoma, num artigo que mais parece um desabafo, chega a dizer:

Deixem o povo da mídia mediar. A maioria dos problemas pode ser resolvida. (...) Pode não ser o papel do jornalista pôr os dois lados para conversar, mas pergunte a você mesmo: quem mais irá fazê-lo? Você pode ser esse *link* que facilita a comunicação e a tomada de decisões pelos atores. O jornalista não é aquele que vem com a solução, mas certamente a solução é o que se deseja que seja o produto final do processo.¹²³

Vamos aqui citar dois exemplos de como o GLOBO-Zona Sul interferiu localmente nas ações do poder público, atuando como intermediário entre os moradores e as esferas governamentais. Um deles já foi citado neste trabalho anteriormente: trata-se da reportagem sobre a degradação do Parque do Flamengo, publicada no caderno no dia 28 de fevereiro de 2002, com o título de “O lado sombrio do Parque do Flamengo – Jovens infratores,

¹²¹ Cf FERNANDES, A.B. PEIXOTO, M.C.L., 2003.

¹²² Sobre esse assunto, cf PERUZZO, C.M.K., 2003, pp. 69-70.

¹²³ CRAIG, D.A. Disponível em <<http://www.questia.com>>.

população de rua e sexo explícito perto do anfiteatro afastam visitantes da maior área de lazer do bairro”. O outro diz respeito à reportagem “A dengue ronda o São João Batista – Comlurb recolhe grande número de focos no cemitério, considerado ponto crítico de proliferação”, que o jornal veiculou no dia 17 de janeiro do mesmo ano. Ambas as matérias renderam uma importante repercussão nos dias seguintes, nas páginas de O GLOBO, narrando as decisões tomadas pelos governantes em decorrência das reportagens.

A influência do suplemento nas decisões tomadas pelo poder público, no primeiro caso, pode ser analisada já na própria reportagem. Na página 23, o administrador do Parque do Flamengo, Marcelo Maywald, compromete-se a tomar atitudes apenas porque foi informado pelo GLOBO-Zona Sul sobre a situação em que se encontrava o parque. Em entrevista ao caderno, que consta na reportagem, ao ser perguntado sobre o que faria para reprimir a prática de sexo na área, ele disse:

A partir de quinta (hoje), vamos pegar pesado. Vou ligar esta semana para a presidência da RioLuz e pedir que as luzes do parque sejam religadas com urgência. Se for preciso, vamos instalar refletores ali. E vamos começar hoje ações com a Guarda Municipal e a PM. É como fazemos com operações de rotina para controlar a população de rua. Não podemos bobear um segundo com isso.¹²⁴

Dias depois, já no dia 2 de março, o caderno diário de cidade de O GLOBO, a editoria Rio, publicou uma reportagem sobre uma ação que foi realizada para reprimir o sexo no Parque do Flamengo, como consequência da matéria veiculada no GLOBO-Zona Sul denunciando o problema. A reportagem, que saiu na página 18 do jornal, tinha o título “Operação combate o sexo no Parque do Flamengo e 2 pessoas são detidas – Homossexuais flagrados pela PM responderão por atentado ao pudor”. Dizia a reportagem que:

Dois homens foram detidos em flagrante por atentado ao pudor numa blitz anteontem à noite no Parque do Flamengo. A operação conjunta entre Guarda Municipal, PM e administração o parque teve como objetivo combater a prática de sexo entre homossexuais numa área escura de cerca de 150 metros quadrados, conforme denunciou o GLOBO-Zona Sul, em sua última edição.

¹²⁴ GLOBO-ZONA SUL. “O lado sombrio do Parque do Flamengo”. 28 de fevereiro de 2002.

De acordo com o administrador do parque, Marcelo Maywald, os dois homens foram levados à 10ª DP (Botafogo), mas acabaram sendo liberados. Durante a operação, os fiscais, acompanhados de oito guardas e quatro PMs, utilizaram câmera de vídeo e lanternas.

– A presença da câmera afastou 90% dessas pessoas. O intuito da filmagem não é constranger ou registrar o rosto de ninguém, mas impedir que isso continue no Flamengo – afirma Maywald.

Nas últimas duas semanas, o GLOBO-Zona Sul presenciou cenas de sexo entre homens a partir das 20h, num trecho a cem metros da ciclovia, que estava cheia.¹²⁵

O exemplo que trata do surto de dengue registrado no Cemitério São João Batista também é interessante. A reportagem foi um furo exclusivo publicado pelo GLOBO-Zona Sul, revelando que o fantasma da dengue assolava os vizinhos do cemitério. A Comlurb coletara no local, em apenas sete dias, 250 focos de *Aedes aegypti* e de *culex* (pernilongo), o que levava à classificação do cemitério como ponto crítico de proliferação do mosquito transmissor da doença. Vizinhos estavam apresentando sintomas da doença e larvas foram encontradas em vasos de plantas no cemitério. No começo de fevereiro, no dia 8, ou seja, 20 dias depois da publicação da matéria, a editoria de cidade de O GLOBO veiculou uma reportagem com o título “Prefeitura proíbe vasos e floreiras em sepulturas – Administradores de cemitérios terão que mandar retirar utensílios que sirvam de foco de mosquito”. O texto sugeria que a decisão do prefeito Cesar Maia havia sido influenciada pela matéria publicada dias antes no GLOBO-Zona Sul. Dizia a reportagem:

As sepulturas dos cemitérios do Rio não poderão mais ter floreiras, vasos, canaletas, flores artificiais e qualquer outro utensílio que retenha água, para evitar a criação de focos do mosquito transmissor da dengue. Uma resolução conjunta das secretarias municipais de Saúde e Obras obriga administradores dos 20 cemitérios públicos e privados da cidade a retirar das sepulturas qualquer objeto que acumule água e possa servir de foco do *Aedes aegypti*.

Reportagem publicada no GLOBO-Zona Sul de 17 de janeiro passado já mostrava a dimensão do problema. Os vizinhos do Cemitério São João Batista, em Botafogo, manifestavam na reportagem o medo dos focos de dengue nas sepulturas.¹²⁶

¹²⁵ O GLOBO. “Operação combate o sexo no Parque do Flamengo e 2 pessoas são detidas”. 02 de março de 2002.

¹²⁶ O GLOBO. “Prefeitura proíbe vasos e floreiras em sepulturas”. 08 de fevereiro de 2002.

Em entrevista para a realização desta dissertação, Lenora Vasconcellos, há 15 anos gerente de Comunicação Social da Companhia Municipal de Limpeza Urbana do Rio de Janeiro (Comlurb), reconhece o papel dos Jornais de Bairro de O GLOBO de “fiscais do cidadão”, em suas próprias palavras. Segundo ela, o jornal não ocupa o lugar do poder público, não substitui os órgãos governamentais: tem, sim, uma função diferenciada e bem definida, que é seduzir o leitor para ser parceiro da cidadania. Ela afirma que os Jornais de Bairro são o elemento que vai pressionar os órgãos públicos para que a vida pública funcione. E, diante dessa relação com a imprensa local, a empresa tenta se valer dos Jornais de Bairro para educar o cidadão:

Os Jornais de Bairro são um mundo muito mais visível e próximo para o leitor. A Comlurb é um dos órgãos públicos que mais cedo detectaram isso. E voltou-se para o cliente, viu que a opinião dele, expressa nos jornais, era importante para melhorar a empresa. Normalmente, o cliente vai direto ao jornal para reclamar; o jornal vai ao órgão público; e o órgão público resolve o assunto. Se essa cadeia funciona, o cliente exige qualidade do jornal, o que vai resultar na cobrança de qualidade no atendimento do órgão público. Todo mundo nesta cadeia ganha em qualidade e cidadania. Se quero exigir meus direitos, o jornal é um suporte para mim, uma interface com o poder público. Na Zona Sul, até pelo nível de escolaridade e de comunicação, os moradores sabem seus direitos e seus deveres. Usamos a imprensa para educar o cidadão. Chegamos ao ponto de cobrar deles determinadas atitudes. É o que acontece quando, ao responder uma carta de leitor, dizemos: faça a sua parte. Todas as cartas são respondidas. Fazemos questão. E, com as novas mídias, os canais de comunicação se multiplicaram. Até mesmo os Jornais de Bairro têm seu canal online.¹²⁷

Ainda segundo Lenora, os Jornais de Bairro, em especial o GLOBO-Zona Sul, mantêm com a Comlurb uma relação mais próxima e parceira do que a editoria Rio, de O GLOBO, publicada diariamente. De acordo com ela, por estarem mais próximos do dia-a-dia do leitor, os Jornais de Bairro são, também, um melhor canal para o poder público chegar ao cidadão e atingir a população.

O jornal ajuda a Comlurb para que a empresa sempre esteja em dia com o cliente. A relação com os Jornais de Bairro é muito melhor do que a relação com a editoria Grande Rio, mais tensa. Os Jornais de Bairro voltam aos assuntos, sempre que necessário. Se aquele problema no cotidiano do morador ainda não foi resolvido, os Jornais de Bairro voltam lá, voltam a cobrar. Para eles, não existe a frase ‘isso não é novidade’. Eles cobrem a realidade, o dia-a-dia. Para nós, é mais fácil

¹²⁷ Entrevista concedida por Lenora Vasconcellos à autora deste trabalho em 2 de setembro de 2004

lidar com os Jornais de Bairro porque sabemos o que eles esperam: é exatamente atender àquilo de que o leitor precisa.¹²⁸

Essa pressão exercida pelos Jornais de Bairro sobre o poder público é reconhecida ainda pelas associações de moradores. A presidente da Associação de Moradores e Amigos de Botafogo (Amab), Regina Chiaradia, na entrevista concedida para a realização deste trabalho, afirmou ter consciência de que, muitas vezes, somente teve as reivindicações de seu bairro ouvidas pelas autoridades governamentais porque o jornal serviu de intermediário. E as associações sabem usar esse poder de influência da mídia sobre as decisões do governo numa esfera local para alcançar seus objetivos: tentam conduzir o enunciado jornalístico a seu favor. É o que explica Regina Chiaradia, segundo quem determinadas esferas públicas têm pavor de serem retratadas negativamente na mídia, temendo o resultado que isso possa ter diante da sociedade.

O prefeito somente me ouvia pelo Jornal de Bairro [*GLOBO-Zona Sul*]. Ele nos ouvia e via através das páginas do jornal, que fazia papel de interlocutor. Os Jornais de Bairro muitas vezes são o canal de conversação entre os governantes e nós, moradores. As secretarias municipais e estaduais têm pavor das seções de cartas dos bairros. Os comandantes dos batalhões da Polícia Militar também têm horror às reclamações. Pedem que eu fale diretamente com eles, mas que, por favor, não vá aos jornais. Não querem ficar sabendo de nossas reivindicações pelos jornais. Um caso claro que testemunha isso pode ser ilustrado com um exemplo que aconteceu com minha associação. Nós pagamos a conta de telefone da cabine do 2º BPM (Botafogo) e ficamos surpresos ao receber uma conta que somava R\$ 1.400 em ligações para tele-sexo. Fui ao batalhão e reclamei com o comandante. E ele pediu que não denunciássemos aos jornais, pois imagine só a repercussão que teria na comunidade a notícia de um policial que passa 24 horas telefonando para tele-sexo. Na mesma hora, o comandante pagou.¹²⁹

Ambos os depoimentos apontam numa mesma direção: a de que o jornalismo local – assim como a atividade jornalística, de uma forma geral – deve, de fato, mediar e atuar como um instrumento para diálogo. Essa idéia ganha reforço ao ser defendida pelo próprio jornal. Não raro, editores e jornalistas dos Jornais de Bairro entendem o poder de interferência na realidade que têm nas mãos: sabem que, ao publicar determinada matéria, vão agir no curso dos fatos e influenciar o andamento da vida pública. E isso se comprova pelos depoimentos que o editor Mario Toledo e a repórter Fernanda Pontes concederam

¹²⁸ Entrevista concedida por Lenora Vasconcellos à autora deste trabalho em 2 de setembro de 2004.

¹²⁹ Entrevista concedida por Regina Chiaradia à autora deste trabalho em 12 de julho de 2004.

para este trabalho. Começamos pelo editor. Na ocasião em que a entrevista foi realizada, ele estava há seis meses conduzindo os Jornais de Bairro e, neste período, já percebera como os cadernos participavam ativamente na vida pública. Ele afirma ser importante que o leitor saiba que o jornal é o responsável pela ação do poder público e pela resolução das situações que afligem a população. Disse ele:

Na seção “Defesa do Consumidor”, da parte de Economia de O GLOBO, assim como nos Jornais de Bairro, muitas vezes as situações retratadas só se encaminham porque existe a cobrança do jornal. Estou há seis meses à frente dos Jornais de Bairro e perdi a conta de situações como buracos que foram tapados na rua somente após as denúncias saírem no GLOBO. É importante que o leitor do GLOBO saiba que o problema está sendo resolvido com a interferência do jornal. Às vezes, apenas quem reclamou sabe que a publicação da denúncia nas páginas do jornal foi essencial para solucionar a questão: nem mesmo o vizinho, que também era afetado pelo buraco, ou por qualquer outro incômodo que tivesse sido publicado no jornal, sabe que a participação do meio foi importante para resolver o problema.¹³⁰

Fernanda Pontes também afirma que já perdeu a conta de quantas vezes, atuando como repórter nos Jornais de Bairro, viu suas matérias servirem ao objetivo a que se propõe o caderno – ser parceiro da população – e mudarem a realidade das comunidades retratadas. “Foram muitas reportagens, principalmente as ligadas à ordem urbana, como problemas com camelôs, por exemplo, ou lançamento de esgoto na praia, pavimentação de ruas. Depois de publicadas as matérias, os órgãos públicos atuaram para solucionar as situações. Os Jornais de Bairro conseguem mudar a realidade, sim. Mas nem sempre em todas as regiões, e nem sempre para todos”, afirma a repórter.

Depois de termos tido acesso a esses depoimentos de profissionais que diariamente lidam com as vicissitudes de um jornalismo local produzido dentro de um grande meio de comunicação, apreende-se que, no dia-a-dia da redação de um veículo regional, atender ao interesse público e ajudar o leitor a pôr em prática sua cidadania são objetivos constantes. E isso ocorre ainda que nem todos os repórteres e editores vistam a camisa de um “jornalismo-cidadão” diariamente, isto é, ainda que, no meio do conturbado processo de produção de notícias, nem toda a equipe tenha consciência das conseqüências de suas reportagens para a manutenção da vida pública. Mas, quando indagados a respeito de sua atividade profissional, esses jornalistas têm em mente, de forma clara, a idéia de que o

jornalismo é um elemento constitutivo e indissociável da sociedade, responsável pela circulação de informações, opiniões, ideologias, cultura e conhecimento. Ou, como diz Wilson Gomes, o

(...) jornalismo como instituição é imprescindível para sociedades democráticas justamente porque é capaz de servir ao interesse público. E de fazê-lo de maneira frequentemente melhor que outras instituições com a mesma destinação, como a política. Mais que uma função social, o serviço ao interesse público é valor eminente e o princípio que o prescreve torna-se uma determinação moral. Em suma, o que tornaria o jornalismo uma instituição legitimada do ponto de vista social seria o fato de ele estar voltado para servir, da maneira mais completa, ao interesse público.¹³¹

E, especialmente no jornalismo regional, que, afinal, vimos que é o tipo de atividade jornalística que se pratica semanalmente nas páginas do GLOBO-Zona Sul, atender ao *interesse público* e oferecer *serviço* torna-se a principal meta. Mas não é necessário, aqui, assumir uma postura quixotesca, fantasiosa e sonhadora, de que o único propósito do GLOBO-Zona Sul seria este de acudir e proteger o público. Como vimos anteriormente, a notícia é prioridade, mas na produção do caderno pesam os interesses mercadológicos, já que o GLOBO-Zona Sul é um produto local que nasce dentro de uma das maiores e mais poderosas organizações de jornalismo do país. Precisa dar lucro à empresa e sustentar seus gastos. Porém, após ouvir as vozes de profissionais do jornal, de uma associação que bem representa a população e de um órgão público, pode-se entender que o lema que move o caderno e orienta sua equipe, a cada nova edição, a cada novo fechamento, ao menos na teoria, é a idéia de que “o jornalismo conhece apenas uma servidão, a servidão voluntária ao ‘público’”.¹³²

¹³⁰ Entrevista concedida por Mario Toledo à autora deste trabalho em 21 de julho de 2004.

¹³¹ Cf GOMES, W. In PERUZZO, C.M.K. ALMEIDA, F.F. (org.) p. 31

¹³² Ibidem p.32.

Considerações finais: depois ser de dado o primeiro passo...

Ao começar este trabalho, a intenção primeira era entender melhor a realidade da relação dos Jornais de Bairro com a comunidade a que se dirigem. A meta era, ainda, avaliar sua relação com o poder público. E, finalmente, tentar provar a importância do produto não só para o jornal O GLOBO, mas também para o mercado da notícia. Foram dois anos de pesquisas, entrevistas e muitos livros, artigos e reportagens lidos. Quanto mais me aprofundava no assunto, mais me interessava e me encantava com esse poder de o jornalismo criar uma realidade da qual apenas seus leitores são capazes de compartilhar – e discordar, julgar, aceitar...

Ao fim da pesquisa, tenho a certeza de que consegui, tomando O GLOBO-Zona Sul como base e ponto de referência, compreender melhor os meandros da interferência da mídia local no dia-a-dia dos bairros e no fluxo das coisas. Sim, de fato o GLOBO-Zona Sul influencia na realidade. Sob o ponto de vista da classe média alta, quase sempre, mas interfere. E consegue alcançar o objetivo dos grupos da sociedade a que se dirige. No lugar de ir até as ouvidorias dos órgãos públicos para registrar suas reclamações e ter suas queixas atendidas, a população prefere ir à mídia, ao jornal local, seu parceiro de todas as horas, porque sabe que quando ele entrar em cena e pressionar o governo, o buraco em sua rua será devidamente tapado, o vazamento consertado, o poste de luz reativado. Acostumou-se a não recorrer ao Estado – que está longe de ser aquele Estado paternalista e todo-poderoso da Modernidade – e queima uma etapa: transforma a mídia em *fim*, quando ela deveria ser, literalmente, o *meio*. O meio para se chegar ao poder público. E esse leitor deposita toda a sua esperança naquele caderno que circula semanalmente em sua região.

É preciso confessar que essa capacidade de o jornal atuar no andamento da vida pública me impressionou bastante. Em alguns momentos, cheguei a me perguntar se, ao pressionar o poder público por meio de reportagens, para conseguir atender aos interesses das comunidades, o GLOBO-Zona Sul não estaria ocupando o lugar do Estado. Teria havido uma troca de papéis: estaria o jornal regional atuando no papel do poder público, ao conseguir interferir no curso da realidade? Esta foi uma dúvida que de fato me perturbou. Mas que foi se dissipando conforme fui ouvindo o que tinham a dizer os jornalistas e os editores envolvidos na produção do caderno; o público, representado pela Amab; e um

órgão público, a Comlurb. Consegui enxergar que, na verdade, não ocorre uma substituição, mas uma espécie de parceria (ainda que nem sempre amistosa). O Estado, muitas vezes, conta com a mídia para poder ter acesso e conhecer as necessidades do público – embora tema ser crucificado por essa mesma mídia, quando tais interesses não são contemplados. E, na esfera local, isso se sente com mais força, uma vez que os jornais regionais testemunham mais de perto o cotidiano dos moradores, sendo quase seus porta-vozes.

Antonio Albino Canelas Rubim, em seu livro “Comunicação & Política”, apresenta de forma bastante perspicaz essa relação entre a mídia e o poder público. Neste livro, encontrei considerações de Rubim que acabaram reforçando essa conclusão a que cheguei ao terminar o trabalho. Diz ele, de maneira muito elucidativa:

Em sentido estrito, o campo da comunicação não tem como finalidade social prevista governar. Mas não se pode negar que, através de inúmeros mecanismos, ele interfere e influencia o ato de governar agendando temas, requerer providências, propor soluções, criticar atitudes, sugerir alternativas, produzir imagens públicas, engendrar climas sociais, enfim – e por tudo isso –, afetar, no dia-a-dia, a governabilidade. Na sociedade contemporânea, como busca-se demonstrar, a governabilidade não pode prescindir e nem se realizar sem a visibilidade pública dos atos de governo, que agregam e garantem legitimidade social ao governo e, e, conseqüência, aos governantes.¹³³

Diz ele ainda que esse íntimo entrelaçamento entre as duas esferas sociais (mídia e política) reivindica uma *complementariedade* de esforços para a consecução satisfatória da governabilidade, mas, simultaneamente, faz possível a emergência de disputas. No dia-a-dia, essa relação entre imprensa e poder público solta suas faíscas, é claro: a mídia questiona e cobra e, muitas vezes, o Estado, pressionado, retém informações, sabotando os jornais, foge das publicações. O tipo de interação, complementar ou conflituosa, decorre, por conseguinte, de uma série de fatores que configuram campos de força determinados, com base nos quais podem ser explicitados os nexos existentes entre comunicação e política acerca da governabilidade. O fato é que os dois campos precisam interagir um com o outro para se legitimar e efetivar socialmente.

¹³³ RUBIM, A.A.C. pp. 75-76

Reconheço que esta dissertação é apenas um primeiro passo para entender a intrincada e complexa relação neste “triângulo” mídia local-Estado-população. Muito ainda pode se investigar sobre as efetivas conseqüências da mediação dos veículos regionais, tanto para as comunidades retratadas quanto para os próprios órgãos públicos. Diariamente – ou semanalmente, como é o caso do GLOBO-Zona Sul – as matérias publicadas oferecem novas fontes para estudo, novas repercussões, novas interferências do jornalismo na realidade e na esfera pública. Da mesma forma, a cada nova edição, o GLOBO-Zona Sul ajuda a modelar a região e a (re)construir aquele imaginário local, criando novos estereótipos, apontando novidades culturais, elegendo os “queridinhos” e julgando os “inimigos” da região, denunciando os pequenos escândalos que movimentam o enunciado local... A fonte é inesgotável e se renova semanalmente. Fica para um futuro trabalho, possivelmente no doutorado, a proposta de ir mais fundo na investigação dessa interferência do jornal regional nas políticas sociais e na criação (e recriação) da cidadania do leitor. A proposta de uma pesquisa concentrada em mais detalhes dessa relação, debruçada, talvez, sobre as cartas e os e-mails enviados pelos leitores, e ouvindo um conjunto amplo de associações de moradores, que possa lembrar casos em que a mídia foi essencial na mudança social. Assuntos que inspirem novas análises não faltam. E ainda poderão render muitos frutos...

Referências bibliográficas

Livros e artigos

ABRIL, Gonzalo. **Teoría general de la información** – Datos, relatos y ritos. Espanha: Ediciones Catedra, 1997.

AHMAD, Aijaz. **Linhagens do presente – ensaios**. São Paulo: Boi Tempo Editorial, 2002.

APREA, Gustavo. Desarrollo humano: necesidades y derechos en torno a los medios y tecnologías de comunicación. In PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Editora Angellara, 2004.

AUBENAS, Florence. BENASAYAG, Miguel. **A fabricação da informação** – os jornalistas e a ideologia da comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BERGER, C. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal – Da forma ao sentido**. Brasília: UnB, 2002.

CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal** – O jornalismo impresso na era da internet. Rio de Janeiro: Editora PUC/Edições Loyola, 2002.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. Conflitos culturais da globalização. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DOWBOR, Ladislau. **O que é poder local**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.

FILHO, Ciro Marcondes. Jornal comunitário e mobilização popular. In **Quem manipula quem?** Petrópolis: Vozes, 1986.

- _____. **Comunicação & Jornalismo** – A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- _____. **A imprensa e o capitalismo**. São Paulo: Kairós Livraria Editora Ltda, 1984.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.
- GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Lisboa: Círculo do Livro.
- HALL, Stuart. **Identidades culturais na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.
- _____. SOVIK, Liv (org.) **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HARDT, Michael, NEGRI, Antônio. **Império**. Rio de Janeiro, Record, 2001.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência** – O futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. Antropologia da notícia, ética e cidadania e pesquisa comunicacional latino-americana. In: **Revista brasileira de ciências da comunicação**. São Paulo, volume XXV, número 2, julho/dezembro de 2002.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Cuál es el papel del agente externo?** In Planificación de la comunicación en proyectos participativos, Manuales Didácticos Ciespal, número 8, 1984.
- _____. Teoria da notícia: as relações entre o real e o simbólico. In MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal – Da forma ao sentido**. Braasília: UnB, 2002.
- MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal – Da forma ao sentido**. Braasília: UnB, 2002.
- PARK, Robert Ezra. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In PEREIRA, Luiz (org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: Intercom, 1995.
- _____. **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom, 2002.

_____. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In **Anuário Unesco/Unesp de Comunicação regional**. São Bernardo do Campo: Unesco/Unesp, 2003.

_____. ALMEIDA, Fernando Ferreira de. (org.) **Comunicação para a cidadania**. Salvador: UNEB, 2003.

PINTO, Milton José. **Comunicação & Discurso**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

REBELO, José. **O discurso do jornal**. Lisboa: Editorial Notícias, 2000.

RORTY, Richard. **Contingência, ironia e solidariedade**. Lisboa: Editoria Presença, 1992.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação & Política**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

SAID, Edward. **Cultura e Imperialismo**. Trad: Denise Bottman. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SÁNCHEZ, Francisco Martínez. **Medios y sociedad**. Artigo apresentado no Seminário “Imagem e Educação”, no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ em abril de 1998.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura**. A comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **Sociedade, mídia e violência**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

TÉTU, Jean-François. A informação local: o espaço público local e suas mediações. In MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal – Da forma ao sentido**. Brasília: UnB, 2002.

TÖNNIES, Ferdinand. **Comunidad y asociación**. Barcelona: Ediciones Peninsula, 1979.

VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose**. Antropologia das sociedades complexas. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

Jornais

CIDADE DA BARRA. Novembro de 2003.

O GLOBO. **Operação combate o sexo no Parque do Flamengo e 2 pessoas são detidas**. Rio de Janeiro, 2 de março de 2002.

O GLOBO. **Prefeitura proíbe vasos e floreiras em sepulturas**. Rio de Janeiro, 8 de fevereiro de 2002.

GLOBO-ZONA SUL. **“O artista dos cartões-postais”**. Rio de Janeiro, 8 de julho de 2004

GLOBO-ZONA SUL. **“As ‘cidades’ da Zona Sul”**. Rio de Janeiro, 7 de outubro de 2004.

GLOBO-ZONA SUL, **“A dengue ronda o São João Batista”**. Rio de Janeiro, 17 de janeiro de 2002.

GLOBO-ZONA SUL, **“A gangorra da campanha comunitária”**. Rio de Janeiro, 18 de setembro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“Fôlego renovado para o circuito Flamengo-Botafogo”**. Rio de Janeiro, 13 de novembro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“Insegurança traduzida na arquitetura”**. Rio de Janeiro, 20 de novembro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“Ipanema tenta pôr fim a gangue na Farma”**. Rio de Janeiro, 27 de novembro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“O medo faz o hábito”**. Rio de Janeiro, 29 de agosto de 2002.

GLOBO-ZONA SUL. **“Passado de touradas em Laranjeiras”**. Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“Patricinhas, mas sem frescura”**. Rio de Janeiro, 16 de outubro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“Pioneiros na briga pela defesa da cidade”**. Rio de Janeiro, 25 de abril de 2002.

GLOBO-ZONA SUL. **“Síndicos unidos contra furtos na Lagoa”**. Rio de Janeiro, 27 de novembro de 2003.

GLOBO-ZONA SUL. **“Sorria! Você está sendo filmado”**. Rio de Janeiro, 18 de novembro de 2004.

GLOBO-ZONA SUL. **“Vida de interior no coração da Zona Sul”**. Rio de Janeiro, 4 de novembro de 2004.

JB EM FOLHAS. Edição de dezembro de 2004/janeiro de 2005.

Meio eletrônico

ALTSCHULL, J. Herbert. A crisis of conscience: is community journalism the answer?. In **Mixed News: The public/civic/communitarian journalism debate**. BLACK, Jay (org.). Mahwah, Nova Jérsei: Lawrence Erlbaum Associates, 1997. Disponível em: <<http://www.questia.com>>.

- CARVALHEIRO, José Ricardo. **Os media e os poderes locais**. Universidade da Beira Interior, Portugal. Novembro de 1996. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>
- CAREY, James W. Community, public and journalism. In **Mixed News: The public/civic/communitarian journalism debate**. BLACK, Jay (org.). Mahwah, Nova Jérsei: Lawrence Erlbaum Associates, 1997. Disponível em: <<http://www.questia.com>>.
- CHRISTIANS, Clifford. FACKLER, P. Mark. FERRÉ, John. **Good news: social ethics and the press**. Nova York (EUA): Oxford University Press, 1993. Disponível em: <<http://www.questia.com>>
- CORREIA, João Carlos. **A região e o espaço público**: um contributo crítico. Universidade da Beira Interior, Portugal. Maio de 2001. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>
- _____. **Algumas reflexões em torno de duas categorias modernas**: consenso e ideologia. Universidade da Beira Interior, Portugal. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>
- _____. **Jornalismo local e cidadania**. Universidade da Beira Interior, Portugal. Disponível em <<http://www.labcom.ubi.pt>>
- CRAFT, Stephanie. GLASSER, Theodore L. Public journalism and the prospects for press accountability. In **Journal of Mass Media Ethics**. Volume 11, 1996. Disponível em: <<http://www.questia.com>>
- CRAIG, David A. Communitarian journalism: clearing conceptual landscapes. In: **Journal of Mass Media Ethics**. Volume: 11, caderno 2, 1996. Disponível em: <<http://www.questia.com>>.
- FERNANDES, Adélia Barroso. PEIXOTO, Maria Cristina Leite. **Jornal da rua**: uma experiência do jornalismo e da cidadania como extensão universitária. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação para a cidadania no INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2 a 6 de setembro de 2003. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>>
- HOYT, Mike. **Are you now or will you ever be a civic journalist? As the theory moves into practice in more and more newsrooms, the debate gets sharper**. In Columbia Journalism Review, número 34, setembro/outubro de 1995. Disponível em: <<http://www.questia.com>>.
- JORNAL POSTO SEIS**. Disponível em <<http://www.postoseis.com.br>>

SALVADOR, Michael. SIAS, Patricia. **The public voice in a democracy at risk.** Westport (Estados Unidos): Praeger Publishes, 1998. Disponível em: <<http://www.questia.com>>.

SILVA, Regina Helena Alves da. **Espaço urbano, espaço da comunicação.** Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação para a cidadania no INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2 a 6 de setembro de 2003. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>>

THE PEW RESEARCH CENTER FOR THE PEOPLE & THE PRESS.
<<http://www.people-press.org>>

Dissertação de mestrado

PINTO, André Luís Esteves. O Cidadão: Um Jornal Comunitário na era da Globalização. Dissertação (em Mestrado de Comunicação e Cultura) Escola de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.