



## **Cidadania e audiência no telejornalismo comunitário da Rede Globo<sup>#</sup>**

*Fernando Lattman-Weltman\**

O telejornalismo local praticado por importantes veículos brasileiros de comunicação de massas tem procurado assumir uma função política e social explícita, através da adoção de modelos editoriais calcados na noção de “jornalismo comunitário”, ou “cívico”, dentro das linhas gerais do processo mais amplo que caracterizamos anteriormente como constitutivo da institucionalização política da mídia no Brasil.<sup>1</sup> Este, por sua vez, envolve a articulação contraditória de exigências simultaneamente mercadológicas e políticas.

A pesquisa relatada neste artigo procura avançar na análise das características sistêmicas desse modelo, no modo como vem sendo desenvolvido nas duas edições diárias do telejornal local da principal rede de televisão brasileira, no Rio de Janeiro, o *RJTV*, da Rede Globo.

Originalmente prevíamos a realização desta pesquisa com base em entrevistas e acompanhamento sistemático da programação do telejornal, através da construção de um banco de dados de controle. O objetivo era caracterizar a proposta editorial do veículo e testar a congruência entre os discursos auto-referentes dos informantes da pesquisa – ou seja, os profissionais responsáveis pela efetivação da linha jornalística adotada – e o conteúdo efetivo da produção. Tratava-se obviamente de uma aproximação de caráter exploratório do campo e do objeto em questão.

Ambas as etapas foram cumpridas em caráter parcial, mas de modo suficiente para garantir a satisfação inicial dos objetivos propostos. Assim, embora o banco de dados esteja, neste momento, em fase de ajustes, a análise inicial dos dados empíricos comprovou a congruência entre os discursos e a prática efetiva do modelo – ou melhor, como veremos, dos modelos – adotados pelo telejornal. Quanto à caracterização da

---

<sup>#</sup> - Esta pesquisa faz parte do projeto “Direito e Cidadania”, patrocinado pelo Pronex, desenvolvido pelo Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Cpdoc, da Fundação Getúlio Vargas, FGV em parceria com a Universidade Federal Fluminense, UFF, a Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ e a Casa de Rui Barbosa. Versão preliminar. Favor não citar. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Democracia do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia – Salvador-BA, 2006.

\* - Pesquisador e professor do Cpdoc, e da Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro.

<sup>1</sup> - Os primeiros resultados desta pesquisa podem ser vistos em Lattman-Weltman, 2006b. Sobre a institucionalização política da mídia, ver Lattman-Weltman, 2003.

proposta editorial, creio que o primeiro relato de pesquisa,<sup>2</sup> e os desenvolvimentos que se seguem, sejam o bastante para demonstrá-lo.

Este primeiro resultado – que, acredito, dificilmente será contraditado pela conclusão dos ajustes – não se mostrou, porém, nem de longe suficiente para o encaminhamento de novas questões suscitadas pela exploração inicial. Desse modo, em função das novas coordenadas impostas pelas primeiras aproximações empíricas, tornou-se clara a necessidade de desenvolver de modo mais sistemático o arcabouço conceitual da investigação, o que, por sua vez, demonstrou a necessidade de uma reorientação geral do ponto de vista empírico (conforme descrito ao final do texto).

O que se segue, então, é, numa 1ª parte, uma tipologia não exaustiva de modelos ético-políticos de prática jornalística. Com ela pretendo não apenas caracterizar mais precisamente a proposta do dito “jornalismo cívico”, ou “comunitário”, mas também definir, frente aos modelos, a especificidade do RJTV. Esta última tarefa será desenvolvida na seção seguinte. Nos trechos finais serão explicitadas as novas hipóteses cuja investigação e teste serão buscadas no que (desejamos) se constitua o prosseguimento da pesquisa.

### Modelos de inserção política jornalística e “jornalismo comunitário”

O modelo do chamado “jornalismo cívico”, “jornalismo público”, ou ainda, “jornalismo comunitário”, como se desenvolveu originalmente nos Estados Unidos, com maior autoconsciência, a partir do final da década de 1980 – e que, como vimos anteriormente, foi incorporado, um pouco mais tarde, pelo telejornalismo local da Rede Globo de Televisão<sup>3</sup> – inclui pequena variedade de formas. Apesar disso, de maneira geral, ele pode ser bem caracterizado em seus traços distintivos, principalmente em oposição a outros padrões mais tradicionais.

Valendo-me da breve recapitulação de Paul Voakes (1999), creio que é possível tentar delimitar o novo modelo – e separá-lo das formas mais clássicas – a partir dos seguintes objetivos auto-atribuídos pelos seus defensores:

1) “Dar voz ao cidadão”: ou seja, permitir ao público uma participação mais direta e de maior peso na formação das pautas jornalísticas, de modo a garantir uma

---

<sup>2</sup> - Cfr. Lattman-Weltman, 2006b.

<sup>3</sup> - Idem.

cobertura mais condizente com suas preocupações imediatas e prioridades, além de permitir a manifestação das próprias visões que o público, ou seus membros, possuiriam da realidade social imediata e de seus problemas cotidianos mais urgentes;

2) Articulação: permitir uma maior, mais ampla e mais autônoma articulação dos interesses dos cidadãos, através do acesso à pauta – garantido acima –, e da exposição e aprofundamento das questões que afetam seus direitos e sua qualidade de vida. Não apenas a veiculação dessas matérias deve, de acordo com o modelo, tornar-se prioritária, mas também caberia ao jornal – nas versões mais “fortes” de “jornalismo cívico”<sup>4</sup> – fomentar iniciativas como reuniões públicas locais, para o debate destas questões, organizar pesquisas e votações *in loco* sobre prioridades da comunidade, etc.

É evidente, portanto, o quanto estes objetivos identificados à prática de um “jornalismo cívico” refletem um ideário que parece refletir um modelo de vida comunitária caracterizado pela presença de elevados índices do que Putnam (1993) definiu como “capital social”: um conjunto de recursos mais ou menos intangíveis, gerados por interação coletiva virtuosa, (re)produtor de confiança mútua, e que permitiria a tais grupos afortunados extrair o máximo de suas instituições, propiciando-lhes assim uma ação coletiva autônoma e eficaz.<sup>5</sup> O “jornalismo cívico”, nesse registro, seria exatamente o padrão de cobertura jornalística que adota como valor supremo para sua prática a promoção do “capital social” das comunidades onde circula e de onde retira o corpo principal de sua matéria-prima informativa.

Por outro lado, mas ainda em grande consonância com os objetivos listados acima – embora não mais com a mesma capacidade discricionária – se poderia associar ao mesmo modelo, ou situar próximo a ele, outras metas:

3) Mediação: efetivar o diálogo equilibrado entre os cidadãos comuns (que para maior clareza conceitual passo a chamar de “principais”) e os representantes das principais instituições (que, doravante, nomearei como “agentes”), responsáveis pelo atendimento dos interesses maiores dos primeiros: ou seja, prestadores de serviços públicos ou privados, mandatários e autoridades em geral. Frequentemente, este diálogo se dará não apenas de modo indireto, ou virtual – através da exposição e recepção das informações oriundas de cada parte, nas edições do veículo –, mas sim de modo

---

<sup>4</sup> - Voakes (1999) distingue entre modelos “*modest*” (ou “comedido”) e “*bold*” (ou “audacioso”) de jornalismo público/cívico.

<sup>5</sup> - Sobre o conceito ver Putnam (1993). Para uma crítica, por exemplo, Reis (2003).

concreto, valendo-se a mídia de suas capacidades tecnológicas para colocar “principais” e “agentes” em contato e diálogo simultâneo, mesmo que a partir de ambientes distintos.

4) Cobrança: em desdobramento mais ou menos imediato da mediação produzida pelo veículo, pode se seguir – ou mesmo já se encontrar implícita no primeiro momento – a cobrança pelo cumprimento das promessas feitas pelo agente ao principal – eventualmente, portanto, através da própria mídia –, no cumprimento das demandas do segundo.

Aqui, embora o cidadão comum, o “principal”, siga como ator privilegiado do enredo jornalístico “comunitário”: é ele quem demanda, e é em nome dele que os veículos se atribuem o dever e o direito de cobrar, a interação e seu desenlace ideal – o atendimento satisfatório das demandas – não mais pode permanecer circunscrito à jurisdição da própria comunidade, nem poderá se restringir ao desempenho de uma variável tão aparentemente independente quanto a que se pretende caracterizar com o conceito de “capital social”. Agora a esfera especificamente institucional passa, na verdade, a ser senão a principal, ao menos a mais decisiva: pois que é do desempenho de variáveis que lhes são, em grande medida, endógenas, específicas, portanto, à sua estruturação e ao seu funcionamento, que irão depender, no limite, o atendimento satisfatório das demandas soberanas do “principal”.

É por isso que, finalmente, a prática eficaz do “jornalismo cívico” – em benefício de seus próprios objetivos éticos, sociais e políticos – pode acabar desembocando na (re)afirmação de ao menos uma forma bem conhecida de objetivo ético-político jornalístico:

5) Watchdog: quer dizer, o velho jornalismo de vigilância, controle, eventualmente denúncia e – talvez mais raro do que seria o desejável – investigação de desvios de conduta e malversação de recursos públicos pelos “agentes”.<sup>6</sup>

Apesar de que a lógica inerente ao clássico “jornalismo cão de guarda” não se encontra, a rigor, em contradição com os ideais do “jornalismo cívico”, não me parece surpreendente o fato de alguns dos defensores desta nova tendência buscar claramente diferenciar os dois modelos. E não creio que o motivo se deva apenas a um esforço de mera diferenciação e construção – talvez um tanto arbitrária – de um novo padrão (o que certamente tem peso considerável). Mas sim porque um dos pressupostos óbvios do modelo (dito) antigo é o de que cabe, de fato e de direito, às instituições e a seus

---

<sup>6</sup> - Sobre evoluções relativamente recentes do conceito e sua prática na América Latina, em particular, ver Waisbord, (2000).

agentes, a primazia na defesa do interesse público. É a eles que cabem as principais responsabilidades políticas e sociais – daí o caráter imperdoável de desvios como os da corrupção, má-fé, negligência ou irresponsabilidades oficiais – e não, com efeito, aos próprios “principais”, tal como, tudo indica, gostariam de crer (e de promover) os ideólogos da acumulação do capital social, via mídia.

Finalmente, nossa breve tipologia deontológica do jornalismo não poderia deixar de mencionar ao menos mais quatro tipos de metas cuja vigência ou possibilidade são de há muito conhecidas da teoria e que não deixam de ser menos interessantes para um forte contraste com os pressupostos do “jornalismo cívico”. São elas:

6) Difusão de informação: talvez a forma mais tradicional de atribuição de função, ou sentido ético-político ao jornalismo, e que se traduz na concepção dos meios como difusores de um conjunto variado e polissêmico de informações, com variados graus de sentido e elaboração simbólica, mas cujo uso e destino devem permanecer, tanto quanto possível, a livre critério dos seus consumidores.

7) “Livre mercado de idéias”: em maior ou menor articulação (sutil) com a difusão, encontra-se – ou melhor: pode-se encontrar – a defesa de um papel difusor também de idéias (associadas às “informações”), para os veículos de comunicação. Aqui, não apenas caberia igualmente aos consumidores o uso, a manipulação livre, ou o simples descarte dessas “idéias”, mas também pode concorrer uma específica visão da produção midiática como constituindo, de algum modo, um fórum para o embate, o ajuste e a superação de idéias em diálogo e/ou competição.<sup>7</sup>

8) Entretenimento: às formas clássicas citadas acima seria possível acrescentar também – de certo modo, em oposição tanto a elas quanto aos próprios modelos “comunitários”, “cívicos”, e/ou “republicanos” – outros parâmetros que chamaria de sociológico-funcionalistas. Quer dizer: voltados para a produção de efeitos não necessariamente conscientes ou voluntários, junto aos consumidores da informação. Assim, em 1º lugar, numa elaboração talvez mais radical do sentido libertário preconizado pelas metas mencionadas acima – ou talvez, ao contrário, num registro menos ambicioso, eticamente falando –, também é possível restringir as “funcionalidades” do jornalismo à produção de “simples” entretenimento. Algo como uma função psicossocial profilática de alívio e reconciliação provisória – de modo

---

<sup>7</sup> - Como se pode perceber, sem maiores dificuldades, trata-se de outro princípio clássico atribuído ao jornalismo e que se manifesta em vários autores (inclusive alguns dos mais importantes, ontem e hoje, para a chamada tradição liberal. A esse respeito, ver, por exemplo, Keane (1991)).

semelhante a uma válvula de escape –, diante das tensões ordinárias e eventuais conflitos insolúveis da vida social cotidiana.

9) Gratificações simbólicas e/ou identitárias (pertencimento): de par com o “entretenimento” – ou, talvez, num patamar ético-funcional mais elevado – se poderia, finalmente, mencionar a capacidade (ou utilidade) da mídia e seus conteúdos informativos atuarem na produção de gratificações simbólicas – em prol (novamente) da unidade simbólica entre indivíduos e seu ambiente social mais amplo; seus sentidos e sentimentos de pertencimento –, inclusive com possíveis efeitos benéficos para a produção e/ou manutenção de identidades e solidariedades importantes para o indivíduo e – como diriam os sociólogos (não sei se) de antigamente – para a renovação do “tecido social”.

Embora seja claro que aqui lidamos com tipos-ideais, a extensão dos objetivos jornalísticos para muito além do escopo auto-limitado pelos defensores e praticantes do “jornalismo cívico” se justifica não somente por tornar mais claros os limites e pretensões do novo modelo,<sup>8</sup> mas acima de tudo por espelhar melhor as variedades de jornalismo praticadas hoje pelo RJTV, como veremos a seguir.

#### Discurso e prática jornalística no RJTV

A análise do RJTV, ao longo dos últimos dois anos, nos mostrou claramente que, se por um lado não há dúvidas de que o telejornal, de fato, incorporou uma prática consistente de “jornalismo cívico” – tal como descrito pelos criadores, analistas e defensores do gênero –, por outro lado é visível também a manutenção, nas edições do programa, de traços atribuídos a outros modelos de cobertura jornalística.

Assim, são índices inequívocos de adoção do novo modelo, por exemplo, a abertura da linha editorial do RJTV para pesquisas e referendos próprios – patrocinados pelo veículo – no sentido de quantificar os temas (e problemas) de maior interesse do público; matérias desdobradas em mais de uma edição com o acompanhamento de dificuldades cotidianas de cidadãos de comunidades carentes; ou a mediação permanente – e, por vezes, agressiva – entre principais e agentes, no sentido de obter o

---

<sup>8</sup> - Sem mencionar, é claro, os seus muitos problemas teóricos e práticos.

atendimento de demandas urgentes – com a institucionalização, inclusive, de formatos de cobrança de resultados.<sup>9</sup>

Por outro lado, o telejornal seguiu não apenas cobrindo e investigando denúncias de desvios – matéria-prima básica e típica do *watchdog journalism* –, como também nunca abdicou das funções clássicas. Seja na difusão de informações – terreno tradicional do “factual” –, seja ao abrir-se como fórum de debates. E é claro, também, que nunca deixou de operar sem maiores dificuldades, ou contradições, com as lógicas “industriais” – ou “plebiscitário-aclamativas” – do entretenimento e da gratificação.

Em grande medida, como vimos anteriormente, o caráter, digamos, “híbrido” do projeto editorial do RJTV já se encontrava perfeitamente incorporado no “discurso nativo” de seus operadores.<sup>10</sup> Desde a primeira aproximação fomos informados de que a distinção central a nortear a política editorial era a que se estabelecia, nas palavras dos informantes, entre as matérias “comunitárias” e as “factuais”: as primeiras se referindo exatamente ao modelo cultivado pelo telejornal no sentido deliberado de qualificar a sua especificidade, seja diante da concorrência, seja – de modo talvez ainda mais significativo – em oposição ao formato jornalístico adotado em outros momentos pelo próprio programa. Já as segundas, obviamente, se referiam explicitamente àquilo que “um [ou qualquer] telejornal competitivo não pode deixar de informar”.<sup>11</sup> Como mencionamos no trabalho anterior, essa distinção é fundamental, inclusive, para diferenciar o perfil de cada uma das edições do RJTV: enquanto a da manhã, maior, reservava mais espaço para o aprofundamento dos temas “comunitários”, a do início da noite, mais curta, forçosamente privilegiava o “factual” (ou, como também nos foi dito, as *hard news*).

O mais importante, acredito, é perceber, em 1º lugar, que obviamente os supostos modelos ético-políticos de jornalismo não são de modo algum excludentes, e podem coexistir sem maiores problemas. Inclusive com grandes sucessos de público e institucionalização.<sup>12</sup> Não somente porque as linguagens midiáticas, com todos os seus limites, são suficientemente plásticas para absorver diversos “idiomas” diferentes (e

---

<sup>9</sup> - Vários exemplos dessas iniciativas foram descritos no trabalho anterior (cfr. Lattman-Weltman, 2006b). Uma das interessantes inovações do RJTV foi a instalação de um *link* permanente na região da Baixada Fluminense, para uma cobertura mais sistemática do cotidiano local.

<sup>10</sup> - Cfr Lattman-Weltman, 2006b.

<sup>11</sup> - *Idem*.

<sup>12</sup> - *Idem*.

aparentemente contraditórios).<sup>13</sup> Mas também porque, na verdade, há muito mais em comum entre as diferentes correntes ideológicas que parecem embasar os modelos alternativos de deontologia jornalística.

Com efeito, a despeito de suas grandes diferenças e reais oposições teóricas – senão mesmo filosóficas –, a operação prática, mais ou menos concomitante, dos distintos modelos não produz efeitos necessariamente excludentes ou rigorosamente problemáticos.

De fato, a promoção do que se convencionou chamar de “capital social” – se, realmente, é possível contar-se com a mídia para isso – pode perfeitamente ser congruente e até mesmo estratégica para o sucesso de mediações, cobranças e vigilâncias eficazes do desempenho institucional. Do mesmo modo, não vejo porque demais funções usuais do telejornalismo – tanto as de livre oferta de “informações” ou “idéias”, quanto as de reprodução sociológica –, embora eticamente distintas, não possam favorecer, na prática, aos ditos objetivos “cívicos”, tão caros ao novo modelo.

Nada parece demonstrar melhor a possibilidade e o potencial dessa pluralidade, do que o modo como é francamente afirmada no “discurso nativo” a prioridade sempre atribuída e reconhecida da dimensão mercadológica a que deve servir a opção pelo “jornalismo comunitário” do RJTV. É em nome dela, na verdade, que se incorpora, sem maiores dilemas de consciência, o caráter estratégico da opção por “dar voz” e fomentar a autonomia do telespectador:

“A idéia do jornal comunitário surge pelo seguinte: pesquisas provam que quanto mais próximo da pessoa mais interesse a notícia tem. Então, a tendência mundial, não é uma tendência nossa, é que os jornais cada vez mais se aproximem da comunidade. Então é um conceito que o João Roberto, que a família Marinho já tinha ouvido. Eles chamam de *civic journalism*. (...) ...o Evandro pode ter implantado, mas a idéia, a coisa de fazer o jornal comunitário, a idéia é do João Roberto. Eu não sei de onde ele tirou a idéia mas eu imagino que seja de um movimento. (...) O jornalismo cívico é isso... Primeiro, a comunidade tem o direito de escolher o que ela quer ver no jornal. O problema dela, ela escolhe: "Eu quero ver uma matéria sobre falta d'água". E você faz a matéria e tenta dar uma resposta para aquela comunidade. (...) Porque, na verdade, a busca é a audiência, o tempo todo, não é? (...) Isso aqui é um negócio, isso aqui tem que crescer, tem que ter uma atração, e eles descobriram isso, que quando você se aproxima das pessoas você atrai o público”<sup>14</sup>

Por conta destas polissemia e plasticidade, torna-se evidente que qualquer tentativa de juízo do telejornal, de acordo com parâmetros rígidos de fidelidade a algum

<sup>13</sup> - Diversidade e coexistência que sem dúvida não são menores, nem menos plásticas, na própria vida social de onde a mídia extrai suas matérias-primas básicas.

<sup>14</sup> - Entrevista de Marcelo Moreira, chefe de reportagem do RJTV, ao autor, 15/10/2004.

modelo típico-ideal de ética jornalística seria tão impróprio – ou irrelevante – quanto questionar a verdade dos argumentos desenvolvidos pelos depoentes, seus operadores.

O que importa é compreender o alcance político do modelo efetivamente praticado pelo telejornal. Principalmente em função de seu sucesso de audiência – fonte de seus recursos, meios e poderes – e, conseqüentemente, de sua institucionalização como efetivo canal privilegiado de mediação pública.

Nesse sentido, cabe apontar o que me parece sejam os potenciais políticos principais da experiência institucional do RJTV (e assim delinear os contornos do prosseguimento dessa investigação).

Minha hipótese central, portanto, é a de que o “jornalismo cívico”, ou “comunitário” do RJTV não é necessariamente interessante pelo que pretende ser: a voz do cidadão e o substituto do “Poder público” ineficaz. Mas sim por outras razões que, no entanto, dificilmente se produziriam se o veículo não assumisse como sua missão fundamental a efetivação de um modelo bastante “forte” – embora inevitavelmente “híbrido” – de jornalismo voltado à promoção da cidadania.

Nesse sentido, embora não caiba aqui desenvolver a contento a questão – que, de fato, envolve todo um debate com as modernas teorias políticas da representação<sup>15</sup> –, é possível, ao menos, lembrar em 1º lugar que não há propriamente qualquer relação necessária, unívoca, ou não-problemática, entre a manifestação empírica de demandas dos cidadãos e o seu “interesse público real”. De modo que “dar voz” não implica necessariamente a liberação à manifestação de alguma vontade substantiva prévia – e, portanto, mais “natural”, ou “superior” –, eventualmente latente ou reprimida. Ao contrário, pode sim se constituir muito mais na interpelação à produção contingente e criativa não somente das próprias “demandas”, como também, em grande medida, das próprias identidades demandantes.

Por outro lado, e em 2º lugar – como já creio ter sugerido, na definição dos objetivos de “mediação”, “cobrança” e, principalmente, na descrição dos objetivos do *watchdog journalism* –, a possível (e provável) ineficácia dos “poderes públicos” não os torna menos necessários, ou mais facilmente contornáveis. Nem, muito menos, permite à mídia – ou a qualquer outra agência supostamente mais eficiente, ou eticamente mais elevada – cumprir melhor, ou com menores riscos de produção de externalidades

---

<sup>15</sup> - E que já esbocei em trabalhos anteriores (ver Lattman-Weltman, 2006a).

perversas, as funções incorporadas historicamente por tais instituições públicas, ditas “formais”, da Ordem Liberal e do Estado modernos.<sup>16</sup>

Muito pelo contrário, o que talvez nos caiba investigar melhor sejam justamente hipóteses empíricas referentes à possível eficácia política prática de modelos “impuros” de jornalismo comunitário, tal como o efetivado, hoje, pelo RJTV, e que poderíamos definir do seguinte modo:

- Hipótese 1: o telejornalismo local, dito “cívico”, ou “comunitário”, favorece o empoderamento dos cidadãos ao atuar positivamente sobre o aparelhamento societário de intervenção discursiva;<sup>17</sup>
- Hipótese 2: o telejornalismo local, dito “cívico”, ou “comunitário”, favorece a *accountability* das pessoas públicas – especialmente as de jurisdição local – por ampliação de efeitos panópticos sobre aspectos do funcionamento concreto do Estado mais diretamente relacionados ao cotidiano da população.

#### Aparelhamento societário de intervenção discursiva e efeitos panópticos

Quando falamos de “empoderamento” (tradução pouco agradável de *empowerment*), nos referimos à capacitação política de indivíduos e grupos atuarem em benefício próprio no sentido de avançarem a defesa e/ou garantia de seus interesses.<sup>18</sup> Assim, em termos mais específicos, empoderamento pode incluir a obtenção e o aprimoramento de capacidades cognitivas, acesso a informações, desenvolvimento e renovação de competências organizacionais, (re)afirmação ou (re)construção de identidades e laços de solidariedade, em suma: recursos econômicos, simbólicos e sociais (“capitais”, se quisermos), transmutáveis em recursos políticos.

---

<sup>16</sup> - Algumas dessas contradições e externalidades foram por mim analisadas em Lattman-Weltman, 1997 e 2003

<sup>17</sup> - Sobre a noção de aparelhamento societário de intervenção discursiva, ver Lattman-Weltman, 2002.

<sup>18</sup> - Claro está que não é necessário, nesta formulação, caracterizar exaustiva ou univocamente o que pode constituir, de “fato”, o “interesse próprio” de tais grupos, nem o quanto a direção concretamente dada a tal meta efetivamente irá garantir a defesa ou atualidade do dito interesse. Basta, para nós, que tais indivíduos e/ou grupos afirmem sua posição – a opção política que, de certo modo, Hirschman (1970) qualificou como “voz” – e busquem efetivamente promovê-la e/ou assegurá-la para si. Sobre uma visão alternativa do conceito, ver a válida tentativa de Horochovski (2006).

Ora, o consumo midiático e, ainda mais, a busca de uma participação mais ativa na produção de conteúdo informativo midiático,<sup>19</sup> pode implicar em empoderamento na medida em que assim são interpelados indivíduos e grupos de “principais”, permitindo desse modo a ativação – e não importa muito se de maneira polissêmica, anárquica ou imprevisível – de seus recursos cognitivos e organizacionais, reforçando, modificando ou mesmo dando melhor forma e consistência a identidades sociais e políticas, enfim, mecanismos de valor estratégico para o desenvolvimento de competências práticas necessárias à participação em diferentes jogos de poder.

Dado que tanto a intervenção midiática quanto a “mediação,<sup>20</sup> ou a “recepção”, se processam forçosamente nos quadros de uma economia simbólica ativada discursivamente, a dispersão, a distribuição e a eventual institucionalização dos recursos e mecanismos de intervenção discursiva disponíveis numa dada sociedade – ou seja: seus múltiplos canais de acesso à comunicação e ao investimento no mercado de discursos públicos – acaba por configurar uma complexa “estrutura” que configura o que chamei de “aparelhamento societário de intervenção discursiva”. Uma estrutura “econômica” específica, de recursos transmutáveis em capacidade informacional, retórica e ideológica, e que à medida em que avançamos nos quadros do que já se caracterizou como “democracia de público”, torna-se cada vez mais decisiva para os contornos da economia política amais ampla da sociedade.

Assim, o processo de interpelação constante dos cidadãos não apenas enquanto fonte e público, mas também a sua consagração como “pautadores” da agenda telejornalística – mesmo que, como vimos antes,<sup>21</sup> a agenda do RJTV (e de qualquer programa ou veículo “autônomo”) siga perfeitamente sob o controle da hierarquia redacional –, pode, não obstante, favorecer aos “principais” que participam do diálogo com o “jornalismo cívico” um aprendizado prático das linguagens e das regras implícitas que regem os processos de (des)valorização de ativos discursivos no MDP. Tão ou mais importante: um aprendizado, também, dos mecanismos de seleção e agendamento implícitos na própria ação privilegiada da instituição em questão: o veículo de comunicação e seu bem sucedido sistema de “dar voz” ao cidadão.

Já quando falo de “efeitos panópticos”, estou me referindo ao poder de controle mais ou menos indireto que o veículo – se bem sucedido, na audiência e,

---

<sup>19</sup> - O que já caracterizei como investimento no mercado de discursos públicos (Lattman-Weltman, 2002).

<sup>20</sup> - Sobre o conceito de “mediação” no sentido específico de modo de apropriação da produção comunicacional de massa, ver Martin-Barbero (2001).

<sup>21</sup> - Cfr. Lattman-Weltman, 2006b.

conseqüentemente, em sua institucionalização – adquire frente aos “agentes”. Como se sabe, o principal mecanismo de controle intentado pelo panóptico de Bentham – e analisado por Foucault em trabalho conhecido – é sua capacidade de internalização do controle junto aos sujeitos da vigilância: já que pela forma de construção do panóptico o interno sabe que pode estar sendo observado a qualquer momento, mas jamais poderá estar seguro de quando o será. Ora, do mesmo modo, qualquer agente, prestador de serviços à população, sabe hoje que a qualquer momento pode ser objeto da vigilância das câmeras e microfones, e ter seu eventual comportamento desviante – ou o que ainda é bem pior: qualquer ato seu mal-interpretado – exposto ao juízo de algo como um júri potencialmente implacável e, em sua esmagadora maioria, perfeitamente irresponsável por danos morais, e outros, conseqüentes, que venha a sofrer justamente por conta de tal exposição.

Se, por um lado, este efeito panóptico pode ser o responsável por muitos desdobramentos perversos de nossa atual “democracia de público”,<sup>22</sup> por outro lado, não é menos desprezível o potencial em termos de *accountability* das pessoas públicas em oferta por conta da institucionalização do mesmo sistema.<sup>23</sup>

Seja como for, nosso desafio, de agora em diante será no sentido de operacionalizar empiricamente o teste dessas duas hipóteses.

Mas em vista do caminho percorrido até aqui, não tenho dúvidas de que ele compensa.

#### Bibliografia:

- GLASSER, Theodore L. (org.), *The idea of public journalism*, Guilford Press, New York/London, 1999;
- HIRSCHMAN, Albert O., *Exit, voice and loyalty*, Cambridge, Harvard University Press, 1970.
- HOROCHOVSKI , Rodrigo, “Empoderamento: definições e aplicações”, *Paper* apresentado ao 30º Encontro Anual da Anpocs, Caxambu, 2006.

---

<sup>22</sup> Cfr. Lattman-Weltman 2003.

<sup>23</sup> - Com efeito, no relato anterior foi possível exemplificar esse processo de várias maneiras (Lattman-Weltman, 2006b).

- KEANE, John, *The media and democracy*, Cambridge, Polity Press, 1991.
- KURPIUS, David D., “Sources and civic journalism: changing patterns of reporting?”, in: *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 79 (4), Winter/2002.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando, “Democracia, Informação e Mercado Político: Indeterminação e Representatividade da Representação”, *Paper* apresentado ao 5º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, ABCP, Belo Horizonte, julho/2006a;
- \_\_\_\_\_, “Institucionalização midiática e "representação" política: a construção do cidadão-consumidor nos telejornais”,. In: *Estudos Históricos*, 37, 2006b;
- \_\_\_\_\_, “Mídia e transição democrática: a (des)institucionalização do pan-óptico no Brasil”, in F.Lattman-Weltman, A.A.Abreu & M.Kornis, *Mídia e política no Brasil: Jornalismo e ficção*. Editora FGV, Rio de Janeiro, 2003.
- \_\_\_\_\_, “Mídia e cidadania: o mercado de discursos públicos e o aparelhamento societário de intervenção discursiva”, *Paper* apresentado ao XXVI Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, 2002.
- \_\_\_\_\_, “Justiça, moral e ressentimento: ‘esferas públicas’ e formas discursivas da autoridade midiática na reiteração da promessa do ideal civil”, Mimeo, *Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Cpdoc, Fundação Getulio Vargas*, Rio de Janeiro, 1997;
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.
- MASSEY, Brian L., “Civic journalism and nonelite sourcing: making routine newswork of community connectedness”, in: *Journalism and Mass Communications Quarterly*, Summer/1998, 75 (2).
- PUTNAM, Robert, *Making democracy work: Civic traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, 1993;

- REIS, Bruno Pinheiro W. “Capital social e confiança: questões de teoria e método”, In: *Revista de Sociologia e Política*, no.21, p.35-49, Nov/2003;
- VOAKES, Paul S., “Civic duties: newspaper journalists’ views on public journalism”, in: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76 (4), 1999;
- WAISBORD, Sílvio, *Watchdog Journalism in South America*, Columbia University Press, New York, 2000.