

**Jornalismo Público na TV comercial: uma análise
sobre a incidência do JP no telejornalismo local¹**

Marília Carinna Ferreira de OLIVEIRA²
Luís Adriano Mendes COSTA³

Resumo

O Jornalismo Público surgiu no final dos anos 80 nos EUA e tem como objetivo incentivar o pensamento crítico da sociedade, orientando a população para a garantia da cidadania. Esta pesquisa analisa como se dá, na prática, a ocorrência do Jornalismo Público no JPB 1ª Edição, verificando qual o espaço que as notícias ligadas à cidadania têm encontrado na produção do telejornal. A avaliação é feita por meio de um estudo de caso. Os dados revelam que é possível encontrar notícias de interesse público no telejornal estudado, porém as temáticas que mais merecem destaque no telejornal são de cunho policial, e isso não é prioridade no Jornalismo Público. Neste sentido, a presente pesquisa pretende abrir novas discussões sobre a atual relação entre TVs comerciais e o Jornalismo Público.

Palavras-Chave: Jornalismo Público. Interesse Público. Televisão e Telejornalismo. TV Comercial. Notícia.

Introdução

Há muitas décadas vem sendo discutido o papel do jornalismo para a construção da cidadania e viabilização da democracia. Mais recentemente, alguns autores começaram a questionar se o jornalismo teria se afastado dessa função ao se ligar a interesses de elites por motivos políticos e econômicos.

¹ O presente artigo é resultado da monografia defendida no Curso de Especialização em Mídia e Assessoria, da Faculdade Cesrei.

² Especialista em Mídia e Assessoria pela Cesrei, atua na área de assessoria de imprensa. E-mail: mcarinna@gmail.com

³ Doutorando em Literatura e Interculturalidade (PPGLI/UEPB), integrante do Grupo de Pesquisa do CNPq “Interlit - Estudos Interdisciplinares de Literatura”, vinculado a Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: luisadriano@gmail.com

É nesse ambiente que a partir da década de 90 o conceito de Jornalismo Público passa a ser discutido e, conseqüentemente, a ter mais espaço do ponto de vista de abordagem e prática, sendo uma corrente que vem conquistando, cada vez mais, lugar nos veículos de comunicação. O Jornalismo Público tem como objetivo reintegrar os cidadãos à vida democrática através do exercício de um jornalismo de interesse público, e não “do público”.

Os meios de comunicação vêm se adaptando às novas formas de se fazer jornalismo. Muitos jornais e televisões têm deixado suas rotinas de redações para procurar notícias nascidas no contexto comunitário, aproximando-se, assim, da realidade das comunidades e atuando como um prestador de serviço público diante dos grupos sociais.

É nessa perspectiva que o presente artigo aborda os preceitos básicos que envolvem o Jornalismo Público sob o aspecto de uma TV comercial, tornando possível a discussão e ampliação das principais tensões que se estabelecem entre a teoria e a prática. A emissora escolhida nesta abordagem foi a TV Paraíba, afiliada da Rede Globo, localizada na cidade de Campina Grande-PB, através do seu telejornal JPB 1ª Edição. Tal escolha deu-se por se tratar de um noticiário pertencente a uma emissora privada e por exercer uma forte influência sobre os telespectadores paraibanos. Por ser uma emissora local, levamos em conta também a questão da proximidade, cabendo então dar espaço para diferentes tipos de notícias locais que representam de alguma forma o interesse público, passando a permitir uma maior reflexão em torno do jornalismo e da importância local que essa atividade assume na atualidade.

Para o levantamento de informações, foram selecionadas cinco edições do telejornal no período de 7 a 11 de fevereiro de 2011, como também os scripts dessas mesmas datas. Para a análise do conteúdo, foi feita uma categorização mediante aspectos quantitativos e qualitativos, numa forma de conhecer o espaço das temáticas no telejornal, tomando por base o tempo de duração das reportagens, a quantidade de matérias por temática e por dia e formas de apresentação.

Jornalismo Público: origem e conceitos

Uma nova proposta surgiu para o jornalismo no final dos anos 80 nos EUA. Muitos autores preferem designar como Jornalismo Público, Jornalismo Cívico, Jornalismo Cidadão, ou ainda Jornalismo Comunitário. Para Traquina (2001), a centralidade do termo “cidadão” o leva a preferir a designação “Jornalismo Cívico”.

Para a maioria dos autores, o Jornalismo Público tem como um dos fundadores Davis Merritt, editor do jornal *The Wichita Eagle*. Com a credibilidade baixa da imprensa e considerando a profissão desgastada, Merritt começou a sentir a necessidade de modificar a forma de fazer jornalismo, apontando o JP como um caminho a ser seguido.

Com o apoio financeiro de várias instituições renomadas, como *Poynter Institute*, *Pew Center for Civic Journalism* ou *Public Life and the Press*, existiram, nos Estados Unidos, mais de 200 projetos de JP que procuravam mudar, gradativamente, o pensamento e a postura dos jornalistas norte-americanos em relação à prática da profissão, como, também, incentivar a participação do cidadão na vida pública. Após ser consolidada nos EUA, essa nova vertente do jornalismo foi difundida em outros países e, chegando ao Brasil, seguiu linhas diferentes.

No Brasil, o termo “Jornalismo Público” ainda é pouco reconhecido nas redações. Quando o movimento surgiu, alguns autores o chamaram de Jornalismo Cívico e outros o designaram como Jornalismo Público, e até hoje os dois nomes são utilizados. Abreu (2003, p. 6), que denomina o movimento no Brasil de Jornalismo Cidadão, conta que os dois termos no país norte-americano se referem a movimentos diferentes, de forma que enquanto o Jornalismo Público “pretendia impor uma nova agenda de opinião e se tornar intérprete dos cidadãos quanto à hierarquia dos problemas e à escolha das soluções pela comunidade” o Jornalismo Cívico orientaria os cidadãos a terem voz ativa no processo.

Embora o nome Jornalismo Público não se configure uma unanimidade, é dessa forma que o movimento é mais conhecido no Brasil. Em tese, pode-se dizer que a teoria e a prática do JP seguido nos EUA foram reproduzidas no Brasil. Os autores brasileiros traduziram as principais características americanas do Jornalismo Público e as divulgaram como premissas para a prática no Brasil. Esqueceram, no entanto, que as

realidades sociais dos dois países são completamente diferentes (FERREIRA, 2008). Mesmo assim, com o passar do tempo, o modelo foi se emoldurando e o JP no Brasil adquiriu uma identidade própria (SILVA, 2002), o que na opinião de Abreu (2003) representou assumir o papel de prestador de serviços ao público.

Em relação ao JP praticado na televisão, atualmente, a TV Cultura de São Paulo e a Rede Minas, de Belo Horizonte, são emissoras que já se declararam abertamente adeptas dessa prática, inclusive, lançando seus próprios manuais. Outro destaque ressaltado por Duarte (2006) é que o Jornalismo Público no Brasil também pode ser praticado por veículos privados, sendo necessário, para isso, que o investimento resulte em dividendos para a sociedade. Nesse sentido, conforme aponta Barros (2009), compete destacar os telejornais locais, que reservam grande parte do noticiário com informações de utilidade pública e prestação de serviços.

Um olhar sob o JPB 1ª Edição: dados quantitativos

O JPB 1ª Edição é produzido basicamente por reportagens, explorando o uso de vt's, notas cobertas e entradas ao vivo com os repórteres situados em alguma parte da cidade. Em média, as reportagens têm duração aproximada de 1 minuto e 30 segundos, com exceção de alguns vt's, que chegam a durar 2 minutos e 30 segundos.

Durante o período analisado, foi observado o uso de duas entrevistas em estúdio, a presença de três quadros designados "*Mercado de Trabalho*", "*Saúde*" e "*Charge*" que não são fixos e 68 matérias jornalísticas. Somando o tempo de veiculação das matérias pelo telejornal, chegamos a um resultado de 95 minutos e 39 segundos, sem contar com as escaladas e passagens.

Por ter em média de 30 a 40 minutos de duração, o JPB 1ª Edição consegue produzir uma grande quantidade de temas diários, o que equivale a uma média de 13,6 matérias por dia. A partir desse conteúdo, as temáticas abordadas foram divididas em 15 editorias. São elas: Policial, Factual, Cidadania, Educação, Saúde, Cidades, Cultura, Política, Concursos, Prestação de serviços, Acidentes, Moda, Segurança Pública, Humor e Entretenimento.

No decorrer dos cinco dias analisados, constatamos certo equilíbrio na distribuição das notícias entre as editorias, com exceção da editoria Policial. De acordo

com os dados obtidos, verificamos que a temática Policial ocupa o primeiro lugar no número de matérias transmitidas pelo telejornal representando um total de 28. Em segundo lugar, com seis matérias exibidas, ficaram as reportagens e notícias advindas da editoria de Cidadania. Prestação de Serviços veiculou cinco. Com uma quantidade de quatro matérias, as notícias de Cidades, Factuais e Educação ocuparam o terceiro lugar. Em seguida, com três matérias: Saúde, Concurso e Acidentes. Em penúltimo lugar, tivemos os assuntos ligados a Cultura e a Política, somando um total de duas apresentações. Ao final, com apenas uma matéria, ficaram as temáticas sobre Moda, Entretenimento, Humor e Segurança Pública.

Assim, ao levarmos em consideração que os dados representam as notícias de quase uma semana, logo concluiremos que a importância dada às demais editorias é muito pequena, às vezes, insignificante em relação aos assuntos policiais, tendo em vista que durante o período pesquisado, os telespectadores têm contato apenas duas vezes com assuntos sobre política e cultura. Temáticas que abordam exclusivamente a cidadania e a prestação de serviço merecem, nesse caso, ser destacadas, pois mesmo o JPB 1ª Edição sendo veiculado por uma emissora comercial, cujo objetivo inicial parece, talvez, ser voltado para o lucro e para a audiência, podemos perceber que o telejornal vem demonstrando uma preocupação em tratar assuntos ligados à cidadania. Tal aspecto deve ser ressaltado, uma vez que a preocupação com as causas de interesse público é uma das diretrizes do Jornalismo Público.

Mesmo assim, diante do quadro, os temas que se referem à cidadania ainda são pouco contextualizados e aprofundados. Porém, nesses últimos tempos, muitos veículos de comunicação de caráter comercial vêm se adaptando as novas tendências, procurando abordar mais assuntos ligados a cidadania e a localidade onde estão inseridos.

Depois de assistirmos a todas as edições, partimos para a observação do tempo ocupado por cada editoria no JPB 1ª Edição. Constatamos que 38'87" são dedicados a inserções Policiais; 11' de inserções referentes à Cidadania; 7'34" dedicados a Cidades; 5' ocupados pela editoria Factual; 4' dedicados as temáticas de Educação, Saúde e Cultura; 3' a inserções relacionadas à Moda e Concursos; 2' a temas ligados a Política; 1' relacionado à Prestação de Serviços, Segurança Pública e Acidentes; 50" destinados a Entretenimento; e 44" para Humor.

O número de inserções Policiais é expressivo, visto que soma o espaço de tempo de um telejornal inteiro, permanecendo também em primeiro lugar no quesito minutos. Em seguida, ficou a editoria de Cidadania, o que merece destaque, uma vez que o telejornal demonstra que há espaço para discutir questões da comunidade colocando, em tese, o telespectador como parceiro do programa. Na sequência, vem a temática Cidades, com assuntos locais e regionais ligados ao trânsito, investigações, denúncias.

A editoria Factual se apresenta na quarta posição, seguida de Educação, Saúde e Cultura. As editorias de Concursos e Moda tiveram os números aproximados de tempo. A de Política tem como foco os assuntos da política paraibana e fatos oriundos dos governos públicos. Depois vêm as editorias Prestação de Serviços, Segurança e Acidentes, respectivamente.

Assim, podemos relatar as seguintes conclusões sobre o JPB 1ª Edição: a maioria das reportagens exibidas leva uma média de 1'30" chegando algumas vezes, dependendo do assunto, a mais de 2 minutos; as matérias que tem a temática Policial são prioridade no telejornal; a linha editorial do programa supervaloriza as temáticas policiais, muito embora, fatos ligados a cidadania, cidades, acontecimentos factuais, educação, saúde e concursos tenham sido uma constante no telejornal; existe pouco espaço para cultura e política; embora o programa pertença a uma emissora comercial tem buscado inserir aspectos do Jornalismo Público em suas matérias, mesmo que de uma maneira tímida, intuitiva e incipiente; não foi exibida nenhuma matéria ligada a esporte, isso porque logo após o telejornal tem início o Globo Esporte – edição local; a maior parte das matérias é transmitida através de reportagens, *vt's* e *link's* ao vivo, não existindo muito espaço para outros tipos de exibição, como notas peladas, *stand-up's* e entrevistas em estúdio; o programa aborda poucas matérias com enfoque nos direitos dos cidadãos ou cidadania, o que é prioritário para o Jornalismo Público.

Um olhar sob o JPB 1ª Edição: dados qualitativos

Como já comentamos e constatamos na análise quantitativa, a editoria que recebeu mais destaque no período estudado foi a **Policial**. As matérias dessa categoria foram as que mais ocuparam espaço dentro do telejornal, sendo exibidas de 4 a 7 por edição. Reportagens sobre assaltos, operação policial, investigação, envolvimento com

drogas, homicídios são temas constantes. Tais assuntos são tidos como os mais fortes e tentam impactar o telespectador com seu enredo chocante.

Podemos citar como exemplo dessa editoria um VIVO/LINK/VT exibido no dia 7 de fevereiro, sendo veiculada como a primeira notícia do telejornal. A matéria foi mostrada em 2'58", ocupando um grande espaço na edição. Já no dia 8 de fevereiro, o JPB 1ª Edição mostrou uma notícia sobre um bebê de um mês de vida que foi enterrado vivo pela mãe e que havia sido encontrado. Essa matéria teve 2'60" de exibição. No dia 9, o telejornal trouxe uma suíte do caso e no dia 10 saiu uma nota sobre o estado de saúde do bebê.

Observamos que nessa matéria houve um acompanhamento do caso por parte da reportagem, o que pode mostrar o interesse e a preocupação da emissora em abordar um caso que afeta diretamente à população, fazendo o papel de prestador de serviço para a sociedade, o que passa a se configurar como um dos princípios do Jornalismo Público. Porém, em nenhum momento da matéria, foi mencionado o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e nem quais providências devem ser tomadas diante de casos como esse. Não foram divulgados telefone, nem endereço do Conselho Tutelar e de nenhuma delegacia ou órgão especializado nos direitos da criança e do adolescente.

A segunda temática em destaque das editorias é a de **Cidadania**, ocupando um espaço significativo dentro do JPB 1ª Edição, apesar de que, considerando o fator tempo, passa a ser inferior às abordagens policiais. Uma matéria que merece ser destacada nessa editoria foi veiculada no dia 9, no segundo bloco, com 2'25" de duração, mostrando a preocupação de como funcionam as instituições que trabalham para salvar a vida de dependentes químicos. Essa notícia leva ao telespectador uma reflexão sobre o vício das drogas, cobra dos governos mais políticas públicas e demonstra solidariedade por parte das pessoas que estão conseguindo vencer o vício. Outra abordagem importante que faz parte dessa temática é o *Quadro Mercado de Trabalho*, que traz reportagens e dicas de emprego. Esse quadro foi exibido no dia 7 e mostrou ao telespectador como utilizar a ferramenta *twitter* para a distribuição de currículos.

A editoria **Cidades** também ocupou um bom espaço dentro do JPB 1ª Edição. As matérias são mais ligadas aos aspectos locais e regionais, a exemplo de duas abordagens nos dias 7 e 11, quando a primeira teve como assunto a questão de uma

passarela para pedestre na BR 230 e a última tratava da investigação que o Conselho Regional de Medicina (CRM) e o Ministério Público vinham fazendo a respeito da morte de duas crianças na Unidade de Terapia Intensiva (UTI) neonatal da Maternidade Instituto Saúde Elpídio de Almeida (ISEA) em decorrência de um problema no sistema elétrico da unidade.

As matérias da editoria **Factual** se revezam entre o segundo e o terceiro bloco do telejornal. Geralmente, são notícias que têm como objetivo situar o telespectador sobre algum assunto em discussão no dia. Entre as matérias que chamaram atenção desta pesquisa está a transmitida no dia 10 de fevereiro, que tratava de uma assembleia geral que iria ser realizada pelos professores da Rede Pública estadual em Campina Grande. Já no dia 11, duas notícias factuais tiveram destaque. A primeira falava de uma vigília feita pelos profissionais da segurança pública em João Pessoa, solicitando reajuste salarial conhecido pela PEC 300, e a segunda sobre a manifestação dos policiais paraibanos.

A **Educação** é também temática presente no JPB 1ª Edição. Pelo que observamos, as matérias dessa categoria são elaboradas sob o ponto de vista informativo, sem muita preocupação com o aprofundamento dos temas. Uma matéria de destaque dessa editoria foi veiculada no dia 11, com 1'60" de exibição, sobre o resultado do vestibular da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Depois de entrevistas com os aprovados e familiares, a notícia foi encerrada com a apresentadora informando que o resultado final estava disponível no site da Comissão Permanente do Concurso Vestibular (COPERVE). Trata-se de uma matéria típica de jornalismo cívico, pois orienta os aprovados sobre os procedimentos a adotar a partir da aprovação no exame.

Já as matérias da editoria **Saúde** são produzidas com o propósito de esclarecer ao telespectador sobre o bem estar da saúde do corpo e da mente como também os problemas de ordem administrativa. Os repórteres utilizam uma linguagem simples, baseada em exemplos que procuram se aproximar cada vez mais do público. No "Quadro Saúde" geralmente há exibição de um vt e, depois, um especialista é entrevistado no estúdio respondendo aos questionamentos dos telespectadores, devidamente identificados pelo apresentador. Um destaque desse quadro foi verificado

no dia 8, numa entrevista em estúdio com uma nutricionista falando sobre dietas, ocupando o espaço de tempo de 3'56" do telejornal.

Outra editoria que merece ser observada é a de **Cultura**, quando verificamos que o JPB 1ª Edição veiculou apenas duas matérias durante toda a semana. Ambas foram exibidas no dia 11, encerrando o último bloco, ocupando um espaço significativo. A primeira durou cerca de 2'08", enfocando os preparativos para os encontros religiosos que iriam acontecer em Campina Grande na semana de carnaval. A segunda notícia teve 3'55" de exibição e tratava de outros eventos que iriam ser realizados na cidade.

Na editoria de **Concursos** encontramos matérias que falam sobre processos seletivos com inscrições abertas, com dicas para os telespectadores de como se preparar para provas dessa natureza, sendo uma oportunidade manter os interessados mais bem informados sobre o assunto. Foi o que aconteceu no dia 7, com a veiculação de uma matéria de 1'40". Da mesma forma, no dia 10, foi verificado o tempo de 1'50" para tratar da suspensão de concursos públicos federais e nomeação de candidatos aprovados em decorrência da Política Nacional de Gastos.

Mais uma editoria analisada foi a de **Moda**, que aborda temas ligados as tendências do verão. Durante a semana pesquisada foi registrada apenas uma reportagem que ocupou um espaço de 3'27" no telejornal, na edição do dia 8. A matéria mostrou temas diversos, a exemplo do uso de esmaltes com cores fortes, fluorescentes e até em 3D que estavam fazendo sucesso entre as adolescentes nesse período do ano.

Na editoria de **Política** registramos apenas duas notícias veiculadas na edição do dia 8. A primeira foi uma nota de 46", mostrando que a Justiça Federal havia condenado o prefeito de Marizópolis por improbidade administrativa. Com um 1'40" de duração, a segunda foi um link direto da Assembléia Legislativa mostrando a abertura dos trabalhos legislativos.

Três outras editorias têm características semelhantes quanto a sua estrutura dentro do telejornal. As temáticas de **Prestação de Serviços**, **Segurança Pública** e **Acidentes** tiveram um pequeno espaço no programa, prevalecendo o caráter informativo, sem aprofundamento do assunto abordado. Por fim, **Entretenimento** e **Humor** ocuparam o menor espaço. A primeira com uma nota de 50" no dia 11, tratando de uma promoção para os seguidores do *twitter* da TV Paraíba. Nesse mesmo dia, na editoria de **Humor**, registramos 44" numa charge animada.

Diante do que observamos nesta análise qualitativa, em resumo, verificamos que o JPB 1ª Edição tenta contextualizar suas matérias para oferecer ao telespectador um aprofundamento sobre o tema abordado, mas não consegue fazer isso literalmente; o telejornal se preocupa em transmitir quadros especiais que tratam de assuntos como Saúde e Mercado de trabalho, buscando levar a comunidade a refletir situações e até propor soluções para uma melhor qualidade de vida e de promoção da cidadania; temas Policiais são assuntos rotineiros e importantes, ocupando um espaço expressivo; o telejornal não se interessa em contextualizar notícias sobre Prestação de Serviços, Segurança Pública e casos de acidentes.

Considerações finais

A partir dessas observações, podemos perceber que sob o aspecto do Jornalismo Público, o JPB 1ª Edição apresenta aspectos positivos e negativos. Mesmo sendo produto de uma emissora comercial, as matérias exibidas possuem alguns elementos característicos do JP. No entanto, os profissionais o realizam de forma tímida, espontânea, intuitiva, tanto que existem fatores muito claros que poderiam ser melhorados com o simples conhecimento de conceitos essenciais para esse tipo de prática.

Fica visível que se a direção da empresa e os jornalistas tivessem um conhecimento maior sobre Jornalismo Público, seria mais fácil inserir essa modalidade dentro da programação jornalística do telejornal, embora, saibamos que a TV Paraíba é comercial e depende da venda do seu bem maior, que é a audiência para os patrocinadores. Algumas mudanças já foram realizadas, mas não a ponto de se dizer que é um programa que tem o JP imerso em sua linha editorial.

A análise feita demonstra que é possível encontrar notícias de interesse público no telejornal pesquisado. Entretanto, percebemos que cerca de 8,82% do JPB 1ª Edição trata de temáticas ligadas à editoria de Cidadania, número considerado pequeno, visto que o Jornalismo Público busca inserir os profissionais desse ramo na sociedade, produzindo matérias que possam ajudar aos cidadãos, deixando de ser apenas um simples relator dos fatos.

Os quadros fixos podem ser considerados uma importante iniciativa para a inserção do JP no telejornal. Muitos deles, como o *Fala Aí* (que não foi exibido durante a semana da pesquisa), abrem espaço para o telespectador denunciar e cobrar dos poderes públicos a solução para problemas. De acordo com o Manual de Jornalismo Público (2006), a emissora que se comprometer a incorporar o JP em sua programação deve estruturar uma central de relacionamento com os telespectadores, permitindo que eles possam mandar cartas e e-mails com sugestões de pautas e eventuais reclamações. Os jornalistas, por sua vez, devem promover mais espaço para essas reivindicações, procurando os responsáveis que possam solucionar os problemas relatados pelos telespectadores.

Em relação à linguagem, PATERNOSTRO (1999) explica que deve ser coloquial, ressaltando, também, que existem formas específicas de se apresentar as notícias, respeitando as especificidades de cada uma. Segundo a autora, a familiaridade com os apresentadores seduz quem assiste. Essa é uma característica utilizada pelo JPB 1ª Edição, uma vez que o noticiário procura utilizar uma linguagem coloquial para que o telespectador se sinta familiarizado com a apresentadora, o que não garante o desenvolvimento do JP.

De acordo com a pesquisa, o JPB 1ª Edição está galgando os primeiros degraus que podem levá-lo a alcançar, um dia, talvez, o status de um jornal que pratica o JP. Foi possível encontrar indícios dessa nova vertente do jornalismo, através de algumas inserções de interesse público constatadas na análise. No entanto, as temáticas que mais merecem destaque no telejornal são de cunho policial, o que não se constitui uma prioridade no JP.

Constatamos que falta um conhecimento maior por parte da direção da empresa e dos profissionais do JPB 1ª Edição sobre o que vem a ser de fato Jornalismo Público. Eles se autodenominam praticantes desse modelo, embora o conhecimento que possuem sobre essa vertente jornalística ainda seja bastante inconsistente para implantá-lo efetivamente.

Um traço importante percebido na produção do JPB 1ª Edição durante a pesquisa, e que faz parte das premissas que regem a prática do Jornalismo Público foi a preocupação com a qualidade do material que seria veiculado e apreendido pelo telespectador. Constatou-se uma preocupação da chefia de redação, dos produtores e

dos editores de jornalismo no que se refere à seleção das pautas que seriam produzidas pela equipe. É importante ressaltar que a discussão de pauta se dá de forma coletiva, com a participação de editores, produtores, apresentadores e repórteres. Entretanto, percebemos que não existe um aprofundamento das matérias e que os assuntos policiais são expressivos, ocupando quase que a metade do espaço do telejornal. Para o JP ser inserido efetivamente no programa estudado é necessário uma maior participação e o envolvimento direto da comunidade na definição das pautas.

Identificamos alguns critérios utilizados pela produção do JPB 1ª Edição para a construção de notícias visando identificação com o público, tais como: interesse público ligado a audiência e assuntos factuais (de preferência os fatos policiais e impactantes). Tais constatações demonstram uma contradição aos preceitos do Jornalismo Público, uma vez que no JP o interesse público não está ligado à audiência. Para essa vertente jornalística, o telespectador é considerado um cidadão e, não apenas, um consumidor de notícias, como também as matérias buscam ajudar a formação crítica do cidadão.

Verificamos que o tempo destinado às reportagens, às vezes, é inadequado. Para se fazer uma matéria com mais profundidade e com uma melhor abordagem seria preciso um tempo maior dedicado a esses conteúdos, muito embora não exista delimitação de tempo em relação às matérias produzidas pelo telejornal.

Diante destas constatações iniciais, podemos afirmar que o JPB 1ª Edição, mesmo sendo um telejornal de uma emissora comercial, possui potencial para trabalhar em suas pautas os pressupostos do Jornalismo Público. Afinal, algumas características desta modalidade já são praticadas mesmo sem a percepção e o conhecimento claro por parte dos profissionais desse noticiário.

Mesmo sabendo da existência dos diversos obstáculos que dificultam a abordagem dos direitos dos cidadãos pelo telejornal analisado, entende-se que as TV's, jornalistas, organizações da sociedade civil, e os cidadãos podem e devem lutar para que o telejornalismo (e o jornalismo de forma geral) seja(m) o lugar para se conhecer e debater a situação política, civil e social das comunidades. Acredita-se que só conhecendo seus direitos, os cidadãos podem cobrar e participar da sociedade amplamente.

Percebemos, portanto, que o Jornalismo Público praticado no JPB 1ª Edição está muito aquém do desejável. Faltam matérias especiais, espaço no noticiário e,

principalmente, uma maior clareza por parte dos profissionais sobre essa vertente, o que passa a ser uma questão bem mais ampla conforme a maioria dos autores estudados que chamam a atenção para esse processo ainda em fase de amadurecimento. O telejornal ainda tem um longo caminho a ser percorrido para que consiga alcançar a condição de um programa que aplica e faz uso do JP.

Por fim, vale destacar que o texto ora apresentado busca colaborar para com novas reflexões acerca do uso do Jornalismo Público. Nesse sentido, espera-se que outros trabalhos retomem o tema, ampliem as abordagens e possibilitem uma maior clareza sobre a realidade em que o JP está inserido no Brasil, promovendo assim um ambiente de intenso debate sobre essas questões que reflitam o interesse maior da população.

Referências

ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo Cidadão**. Revista Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n.º. 31, p. 25-40, 2003. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq./339.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2010.

BARROS, Luís Gustavo Martins. **O Jornalismo Público praticado pelo programa Cidades e Soluções**. Brasília: Instituto de Educação Superior de Brasília-IESB, 2009.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. Estudo de caso. 2, Ed, São Paulo, Atlas, 2006.

FERREIRA, Vânia. **Impressões sobre Jornalismo Público**. In: PRADO, Mônica (Org). Coletânea Pública – Práticas de comunicação Pública em Brasília. Brasília: Entrepasto Acadêmico e DCE-UniCEUB, 2008. 105 p.

MANUAL DE JORNALISMO PÚBLICO. **Guia de Princípios**. 3. ed. Piauí, 2006.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsever, 1999.

SILVA, Luiz Martins. **Jornalismo Público: o social como valor-notícia**. 2002. In: **Jornalismo Público-Três textos básicos**. Brasília: Casa das Musas, 2006, 63 p. Disponível em: http://www.ucb.br/comsocial/mba/Jornalismo_publico_o_social_como_valor-noticia.pdf. Acesso em: 20 dez. 2010.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.