

---

# Jornalismo Cívico como alternativa e ferramenta para uma prática mais social da comunicação<sup>12</sup>

Marcus Antônio Assis Lima<sup>3</sup>  
Flávia Moreira Mota e Mota<sup>4</sup>

## Resumo

Este artigo tem como proposta avaliar o atual estado do chamado jornalismo tradicional e apontar a filosofia do jornalismo cívico como uma importante alternativa a essa prática. O jornalismo cívico pode ser considerado um meio de potencializar a inserção do público nas rotinas produtivas, o que pode trazer benefícios tanto para o jornalismo como para o cidadão e a vida cívica como um todo. Neste trabalho, revisitamos os escritos dos principais autores sobre o tema e buscamos, também, compreender se o jornalismo cívico tem sido praticado no Brasil e de que forma essa realidade se materializa. Outras manifestações alternativas do jornalismo, as quais objetivam a centralidade do cidadão nos processos jornalísticos, também serão brevemente abordadas neste trabalho.

Palavras-chave: Cidadão; Jornalismo alternativo; Jornalismo cívico.

22

---

<sup>1</sup> O presente artigo é parte da discussão empreendida na dissertação intitulada "Análise cívica do jornalismo: uma proposta de categorias para avaliação de produtos jornalísticos", vinculada ao Programa de Pós-graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagens, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB.

<sup>2</sup> Pesquisa desenvolvida com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia - FAPESB

<sup>3</sup> Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais. Professor Adjunto da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia e professor do Programa de Pós-Graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagem, na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

<sup>4</sup> Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade estadual do Sudoeste da Bahia; especialista em História: Política, Cultura e Sociedade pela UESB; Mestranda em Letras: Cultura, educação e Linguagens, também pela UESB. Pesquisadora na Agência Experimental em Jornalismo Cívico (UESB)

## Abstract

This paper aims to evaluate the current state of the so called traditional journalism and point the philosophy of civic journalism as an important alternative to this practice. Civic journalism can be considered as a mean of enhancing the inclusion of the public in productive routines, which can benefit both journalism and the citizen, as well as the civic life as a whole. In this paper, we revisit the writings of the leading authors on the subject and we also seek to understand if the civic journalism has been practiced in Brazil and how it is done. Other journalism alternative manifestations, which aim the centrality of the citizen in the journalistic processes, will also be briefly discussed in this paper.

Keywords: Citizen; Alternative journalism, Civic journalism.

## 1. Considerações iniciais

Assim como o homem é fruto do seu tempo ou, como afirma Rousseau, é um produto do meio, toda e qualquer forma de expressão humana, individual ou coletiva, também o é. Essa reflexão é extensiva à imprensa, a qual foi se adaptando, adequando suas práticas ao longo do tempo, seja pelo aperfeiçoar das técnicas ou pelas transformações das mentes. A história do jornalismo e dos veículos de comunicação não deve ser vista isoladamente, pois há sempre interesses políticos e econômicos atrelados ao desenvolvimento dos canais de informação. Há que se considerar ainda que, como explica José Marques de Melo (2003), não é por acaso que o jornalismo tenha surgido historicamente concomitante aos acontecimentos que tornaram realidade a transformação das sociedades europeias.

Não nos enganemos. A mídia é uma das peças do grande quebra-cabeça que compõe a esfera estrutural da economia. Por isso, “as notícias são mercadorias fabricadas e distribuídas segundo a lógica do mercado. (...) a mídia possui um conteúdo que interpreta, segundo os conceitos implícitos ou explícitos e ideológicos do mundo, a realidade social representada” (BONFANTINI, 1984 apud RODRIGO ALSINA, 2009, p.79).

O jornalismo contemporâneo não nasceu com o capitalismo, mas sim por causa dele e das suas necessidades econômicas. O sistema de transmissão de informações midiáticas teve seu caráter mercadológico potencializado a partir do século XIX, com a expansão mundial da Revolução Industrial, iniciada no Reino Unido em meados do século XVIII. Neste cenário, onde as transformações tecnológicas repercutiram profundamente

no processo produtivo e, conseqüentemente, na economia e na política, as mudanças alcançaram inevitavelmente a cultura e os modos de produção da informação.

Ao avaliar o atual estado da imprensa, Marshall (2003, p.47) conclui que

A imprensa vive o paradoxo de ser um elemento-chave do processo industrial capitalista e ter de desempenhar sua missão de apresentar a verdade e defender o interesse público. A mídia é o esteio da sociedade ocidental que, desde os anos 1980, estabeleceu-se sob a égide das privatizações e das desregulamentações, bem como entregou aos cuidados do poder privado as estruturas que zelavam pelos diversos interesses sociais. [...] Em decorrência, a imprensa pós-moderna acaba se tornando objetivamente um produto do *marketing* pós-moderno, uma imprensa cor-de-rosa. Os jornais contemporâneos viram mercadorias, submetidas à lógica do mercado, da audiência e do lucro, que passam a ser produzidas e vendidas dentro da mesma lógica que produz e vende detergentes em pó. A ordem é industrializar mercadorias deliciosas e atrativas que sejam infalíveis na tarefa de fisgar os consumidores de informação.

24

Somada a essa realidade, vemos que a utilização predominante de representantes de alguma instância do poder como fontes, em detrimento de representantes das camadas mais populares da sociedade é algo recorrente; quando observamos os veículos noticiosos que se destinam às classes C e D, o bizarro, o excêntrico, o sangue, o humor e o sexo ocupam suas seções mais nobres. Ciro Marcondes Filho (2002) comenta que o conteúdo dos veículos que seguem essa linha de caráter sensacionalista prioriza o lado aparente, externo e atraente do fato. Sua essência, seu sentido, sua motivação ou sua história estão fora de qualquer cogitação.

É importante considerar que não é somente o sensacionalismo, a apelação, o tratar a informação como mercadoria ou o uso de fontes oficiais em demasia que prejudicam a prática do jornalismo. Somada a essas ações, as quais se revelam perniciosas à profissão, está a *incomunicação*, fenômeno gerado quando o fluxo de produção de notícias e de informações em geral é superior à capacidade do público de consumi-las e de refletir sobre elas.

Dominique Wolton (2010) afirma que nunca os homens passaram tanto tempo, como neste meio século, tentando se comunicar. Nunca se investiu tanto dinheiro em tecnologias cada vez mais sofisticadas na tentativa de atingir esse objetivo. A informação

---

tornou-se abundante, entretanto, a comunicação uma raridade. Produzir informações e ter acesso a elas não significa mais comunicar.

Existe um fluxo contínuo de informações, que substituem umas às outras, no qual estamos mergulhados. Quanto mais recebemos informações, paradoxalmente, menos compreendemos o que acontece na realidade. Ou seja, há muita informação, mas pouco conhecimento e espírito crítico.

A função do jornalismo e dos jornalistas como um todo deve, então, ser avaliada. Contudo, não é nossa intenção condenar a profissão ou mesmo o profissional, uma vez que muitas das razões pelas quais o jornalismo se afastou dos seus propósitos se encontram além das possibilidades de ação dos comunicadores. Como reflexos do capitalismo, o mercado competitivo impõe regras e limites, e cada veículo estabelece suas próprias estratégias para seduzir o público na busca desenfreada pelo lucro. Cabe, então, aos jornalistas e até mesmo aos cidadãos, buscarem formas alternativas para que a função social do jornalismo seja assegurada.

Diante de tais considerações, reafirmamos nosso intuito de refletir sobre o atual estado do que comumente chamamos de “jornalismo tradicional”. Entendemos como “tradicional” o jornalismo praticado nos moldes capitalistas, no qual sobressaem os interesses da grande mídia e dos poderes constituídos, em detrimento das demandas/necessidades dos cidadãos. O objetivo do presente artigo é, neste sentido, apontar a teoria e prática do jornalismo cívico como um importante instrumento de revitalização da democracia e da vida pública, tendo em vista que um dos seus principais preceitos é que o cidadão seja o foco e faça parte das rotinas produtivas dos jornalistas.

Como estratégias metodológicas, adotamos como finalidade a pesquisa básica, de caráter descritivo e lançamos mão da pesquisa bibliográfica, que tem como objetivo identificar, localizar e analisar informações e conhecimentos prévios sobre uma determinada ideia, assunto ou fato para o qual se procura uma resposta (GIL, 2002).

Embora a abordagem sobre o jornalismo cívico e seu caráter de inclusão do cidadão seja o foco deste trabalho, não podemos negar a trajetória de uma mídia alternativa, cuja existência representou um importante instrumento de luta pela democratização da política e da informação, como veremos no tópico a seguir.

## **2. “Se Maomé não vai à montanha...”: Formas alternativas de inserção do público na prática jornalística**

Nem sempre o público obteve a devida atenção e espaço na chamada “grande mídia”. Por isso, foi preciso desenvolver estratégias para que ele fosse inserido nos processos de produção e de difusão de informações. Essa realidade permitiu a emergência de novas práticas no âmbito do jornalismo e, desse modo, diversas iniciativas surgiram como um diferencial no contexto da mídia praticada nos moldes tradicionais capitalistas.

Atualmente existem inúmeros tipos de práticas jornalísticas que seguem a proposta de ser um porta-voz dos cidadãos. Entretanto, dada a natureza do trabalho, mencionaremos brevemente apenas três modelos mais comuns dentro dessa tendência: alternativo, popular e comunitário<sup>1</sup>.

O estudo da chamada “mídia alternativa” está focado na capacidade de empoderamento concedida aos cidadãos, ou seja, possibilitar de que pessoas comuns tenham suas histórias contadas (ou que elas mesmas as contem) sem necessariamente contar com os conhecimentos especializados de um jornalista (ATTON & HAMILTON, 2008).

Pesquisadores admitem que ainda hoje há uma imprecisão conceitual dos termos acima referidos, que carecem de uma definição teórica mais precisa. Os termos estão situados a partir das noções teóricas de comunidade e dos movimentos sociais (PERUZZO, 2006). Conforme explicam Atton e Hamilton (2008, p.124), os termos são amplos e não estão limitados apenas a um jornalismo de projetos políticos ou ao desenvolvimento de movimentos sociais. Podemos afirmar que se trata de uma mídia que tem como prioridade divulgar assuntos geralmente ocultados, evitados ou ignorados pela imprensa tradicional. A ideia é que aqueles que geralmente não têm voz na grande mídia possam ser ouvidos. De acordo com Dennis de Oliveira (2009, p.6),

A práxis jornalística alternativa tem como perspectiva a reconstrução da esfera pública a partir dos valores da igualdade de oportunidades, da equidade, da democracia radical e da subordinação dos interesses econômico-privados aos interesses coletivos. Não se trata apenas e tão somente de defesa dos valores da democracia institucional, mas de uma atitude radicalmente democrática, que passa pela abertura dos espaços midiáticos a todos os segmentos sociais, rompendo com o cerco da agenda de fontes oficiais; pela plena referência na produção das informações no sujeito-cidadão e não no sujeito-consumidor. Para tanto,

---

a práxis jornalística alternativa é uma confrontação com a atual estrutura midiática monopolizada e que coloca o jornalismo como mais uma atividade mercantil. Os projetos alternativos de jornalismo podem configurar-se como elementos de construção de uma esfera pública alternativa, que esteja atenta com as demandas da maioria da sociedade.

Acerca do jornalismo alternativo, podemos afirmar que esta é uma expressão comum dos anos 1960 a 1980. Chamar esse tipo de mídia de alternativa significava, como o próprio nome sugere, que ela era uma opção diferente de leitura aos jornais de grande circulação, enquanto fonte de informação, pelo tipo de conteúdo e pela abordagem dos fatos. A tendência do jornalismo alternativo era romper com a ordem imposta pelo capitalismo, promovendo a efetiva participação dos cidadãos na sociedade e na produção do conhecimento.

Já o chamado jornalismo popular tem sua origem na ação dos movimentos populares dos anos 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo. O jornalismo comunitário, por sua vez, representa um espaço para a participação democrática da comunidade, e, como demonstra Peruzzo (2006, p.9-10),

se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania. Engloba os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão sob controle dos movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos. Em última instância, realiza-se o direito à comunicação na perspectiva do acesso aos canais para se comunicar. Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, enquanto receptor – tão presente quando se fala em grande mídia –, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de emissor e difusor de conteúdos.

Hackett & Carroll (2006 *apud* ATTON & HAMILTON, 2008) descrevem três características comumente relacionadas ao jornalismo que se encaixa nos padrões acima descritos: 1) tende a ser relativamente autônoma ou independente de corporações ou órgãos governamentais. A independência de métodos dominantes de organização da mídia encoraja seus praticantes a experimentar, com métodos de controle mais inclusivos

e igualitários, cujas decisões sempre partem de consensos; 2) promover estratégias que dão acesso a vozes e questões marginalizadas na mídia hegemônica; e, por fim, as duas características anteriores tornam a terceira possível, que é 3) promover uma comunicação horizontal entre membros de grupos marginalizados e através desses grupos. Os autores apontam que a mídia de caráter alternativo tem como um dos seus grandes desafios transformar consumidores de mídia em participantes do processo de produção da mídia. Tais características podem ser comparadas aos valores defendidos pelo jornalismo cívico, acrescido ainda do claro afastamento do regime da objetividade e da imparcialidade.

Ainda nesta perspectiva de apontar práticas alternativas ao jornalismo dito tradicional, mencionamos o jornalismo cívico, movimento iniciado por um grupo de jornalistas norte-americanos, que desenvolveu um conjunto de estratégias, visando a revitalização da profissão e dos interesses pela vida pública, o qual abordaremos de maneira detalhada na seção a seguir.

### 3. Primeiras iniciativas: o estabelecimento de um padrão cívico para o jornalismo

Os primeiros debates a respeito de uma nova proposta de práticas jornalísticas denominada “jornalismo cívico” foram iniciados no fim da década de 1980, nos Estados Unidos. A iniciativa nasceu como uma reação de alguns periódicos estadunidenses à sucessiva queda nas vendas e ao descrédito que enfrentavam, constatado por meio de pesquisas (PENA, 2005). Em sua gênese, que tem como pano de fundo as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 1988 (George W. Bush/Dan Quayle *versus* Michael Dukakis/Lloyd Bentsen), o movimento buscou dar centralidade ao cidadão e a seus anseios e necessidades, reafirmando a democracia e incentivando a participação política da população, já que no país o voto é facultativo.

Os “pais” e defensores do jornalismo cívico partem de dois pressupostos básicos: 1) a situação atual em que se encontra o jornalismo é desfavorável porque o interesse das pessoas na vida pública diminuiu de maneira considerável; 2) diante desse cenário, ao jornalismo e seus agentes não cabe um posicionamento vitimizado, tendo em vista que também são responsáveis pelo descrédito da população na democracia e na vida pública, seja por um recorrente uso do sensacionalismo, pela ênfase no entretenimento ou pela veiculação de informações que não contribuem para um processo reflexivo dos leitores/espectadores/receptores.



A proposta do jornalismo cívico surge, então, em consonância com a ideia de dependência entre jornalismo e democracia (LIMA; CARDOSO FILHO, 2012). Entre as primeiras iniciativas dessa vertente jornalística destacam-se a experiência do *Columbus Ledger Enquirer*, um jornal da rede da Companhia Knight-Ridder, no estado da Geórgia. Para a cobertura das eleições presidenciais, o jornal decidiu adotar um papel mais ativo na tentativa de trazer melhorias para a qualidade de vida na comunidade. Foi realizada uma pesquisa para conhecer os problemas que afetavam a comunidade. Posteriormente, 85 cidadãos influentes responderam a um questionário e moradores foram entrevistados por jornalistas (TRAQUINA, 2003b). Essa ação resultou no desenvolvimento de um projeto intitulado “Columbus Para Além de 2000” (*Columbus Beyond 2000*), o qual, unido a outras ações que visavam agregar o público – como encontros com cidadãos interessados – resultou em um movimento cidadão mais amplo, comprometido com o enfrentamento dos problemas relativos à vida pública, denominado “Unidos Para Além de 2000”.

Podemos citar ainda outra importante iniciativa que foi o *Voter Project*, desenvolvido pelo jornal *Wichita Eagle*, sob a direção de Davis Merrit. Em parceria com uma estação de rádio, o jornal utilizou pesquisas de opinião para identificar quais temas despertavam maior interesse e preocupação entre a comunidade. As questões levantadas pelos cidadãos foram publicadas pelo *Eagle*, em forma de artigo, seis semanas antes das eleições, apresentando o posicionamento dos candidatos sobre cada uma delas. Dois anos depois o jornal lançou o projeto *People Project: Solving It Ourselves*, dessa vez contando não apenas com o apoio de outras empresas jornalísticas, mas também de professores universitários. O objetivo era envolver os cidadãos, fazendo-os identificar os problemas que afetavam a comunidade na qual estavam inseridos e discuti-los com os veículos de comunicação que participavam do projeto.

Outra ação que merece destaque aconteceu na Carolina do Norte, quando o jornal *Charlotte Observer* lançou um projeto que, na perspectiva da cobertura de eleições, voltava-se mais para a preocupação dos eleitores do que para as estratégias adotadas pelos candidatos para conseguir uma maior adesão dos eleitores. Sirianni e Friedland (2001, p.208) destacam que o *Observer* conseguiu desenvolver “o mais sistemático, profundo e contínuo diálogo com a comunidade” (tradução nossa).

As pesquisas com cidadãos também foram utilizadas por esse veículo noticioso, e as respostas obtidas formaram uma espécie de “agenda dos cidadãos”. Algumas



questões levantadas na sondagem realizada com a população foram levadas aos candidatos e as respostas publicadas em uma editoria criada especificamente para tal finalidade. O *Charlotte Observer* lançou, ainda, um projeto de reportagens que tinha como objetivo propor soluções para os altos índices de criminalidade da cidade. Para tanto,

O jornal contratou uma pessoa para coordenar as relações com as comunidades e organizou encontros com os residentes. Publicava igualmente, páginas de ajuda para cada bairro e solicitou contribuições financeiras, oportunidades de emprego e de bens e serviços. Entre outros resultados do projeto, existe agora num dos bairros um centro de recreio e houve uma quebra significativa no número de crimes violentos (TRAQUINA, 2003b, p. 12).

Na Califórnia, o *The Orange County Register* contou, de maneira não convencional, a história de crianças que moravam em motéis residenciais em frente ao parque temático da Disneylândia, utilizando palavras das próprias crianças, em forma de diálogo. O que poderia convencionalmente ser tratado sob a ótica da vitimização das crianças, mostrou, por sua vez, como a comunidade poderia se engajar na solução dessa realidade. O resultado foi a mobilização da população e do governo local por meio da doação de dinheiro, alimentos, brinquedos e tempo para voluntariado (MORAES, 2011).

Também do estado da Califórnia temos o exemplo do *San Jose Mercury*, jornal que começou a distribuir cartas dos leitores por todas as editorias do periódico com o objetivo de “vincular mais estritamente os temas tratados aos leitores” (MORAES, 2011, p. 49).

As ações acima descritas se assemelham quanto às estratégias e ao tipo de temática adotada nas coberturas, tratando assuntos de interesse público, diretamente relacionados aos problemas das comunidades. Os “pais” e “advogados” do jornalismo cívico conseguiram, ao longo dos anos, estabelecer um padrão para que outras iniciativas pudessem ser desenvolvidas em qualquer parte do mundo, incluindo, essencialmente, o público, conhecendo suas demandas e fazendo com que ele mesmo atue na tentativa de solução dos problemas que o afetam.

#### 4. Jornalismo cívico: novas práticas para uma nova tendência

Falar de jornalismo cívico é abordar mais do que uma teoria, mas também é

referir-se a um conjunto de estratégias que nasceram da prática, do cotidiano das redações. Um dos principais autores que abordam o jornalismo sob a perspectiva cívica é Jay Rosen. Ele nos oferece cinco maneiras de compreender o jornalismo cívico (1999, p.22-23): 1) como um argumento, uma maneira de pensar sobre o que os jornalistas deveriam ter feito diante da situação em que a vida pública se encontrava nos estados unidos; 2) como um experimento, uma tentativa de sair das rotinas pré-estabelecidas com o objetivo de contribuir para o fortalecimento da vida pública; 3) um movimento, uma ampla rede de jornalistas que desejavam melhorar seu ofício, acadêmicos e cidadãos que se uniram para contribuir com o crescente espírito de reforma; 4) um debate, um diálogo permanente sobre a produção da imprensa e a sua contribuição para o fortalecimento da democracia americana; e, por fim, 5) uma aventura, uma busca aberta e experimental para um novo formato de imprensa.

Coleman (2003) argumenta que não existe uma definição específica para essa abordagem, assim como a sua prática não está pronta e acabada, tendo em vista que, do ponto de vista teórico, trata-se de uma temática relativamente recente. Independentemente de um conceito fixo, uma das características mais marcantes do jornalismo cívico é estar plenamente a serviço do público, distanciando-se dos interesses puramente econômicos – quando os veículos noticiosos estão unicamente voltados à obtenção de lucro – e políticos – quando a mídia se vincula a ideais partidários e cede a pressões do governo vigente. Os cidadãos e suas necessidades passam a ocupar um papel primordial tanto na definição das pautas quanto na construção da notícia, incentivando e melhorando, desta forma, o debate cívico e contribuindo para a formação de um espaço público mais dinâmico e fortalecido. Nesta perspectiva, Haas (2007, p. 4-5), destaca que

os defensores [do jornalismo cívico] argumentam que os jornalistas necessitariam mudar as formas pelas quais eles tradicionalmente têm concebido o público e o próprio engajamento deles na vida pública. Em vez de perceber o público como espectadores que buscam “emoção” [...], que apenas se voltam para as notícias a fim de serem entretidos pelo espetáculo político, ou ainda como “consumidores” [...] que se voltam às notícias para serem informados sobre as deliberações e ações dos agentes de governo, especialistas e outros atores da elite, os jornalistas deveriam perceber o público como “cidadãos” [...] engajados e responsáveis que estão interessados e capazes de participar ativamente

---

da democracia. (Tradução nossa).

Para corroborar essa ideia, mencionamos Cytrynblum (2009), autora que, ao tratar do que ela chama de “Periodismo Social”, percebe o jornalismo como protagonista dos processos sociais, compreendendo toda a responsabilidade que a atividade tem na manutenção de tais processos. O público, em sua visão, deve ser reconhecido como fonte em potencial, não somente para complementar a notícia ou para se ouvir os dois lados da história, mas para enriquecer o diálogo entre os diferentes atores sociais, buscar soluções possíveis para seus problemas comunitários e, desse modo, construir uma sociedade mais inclusiva. A autora defende também que o governo, de maneira geral, e as organizações não governamentais precisam estar mais próximos dos meios de comunicação, o que agregaria mais credibilidade aos veículos e potencializaria a comunicação como um lugar por excelência onde se produz um diálogo social.

O jornalismo cívico evita qualquer tipo de interesses político-partidários. Em vez de discutir a realidade e as ações dos partidos políticos, sua intenção é promover um debate sobre a política de forma aberta e acessível a todos os cidadãos interessados. Essa democracia fortalecida por meio do diálogo envolve jornalistas, cidadãos e políticos, atraídos por um exercício de governo que seja coerente com a democracia participativa direta.

Outra relevante mudança proposta refere-se aos termos adotados numa nova configuração textual que não se preocupa apenas em ouvir e expressar a visão das partes envolvidas nos assuntos retratados. Como destaca Fernandes (2002), a expressão “cão de guarda”, tão conhecida e disseminada nos escritos de Teorias do Jornalismo, dá lugar à função de “cão-guia”, postura que permite uma abertura das redações para a participação cidadã, uma vez que incita o jornalista a encarar seu público como parceiro em suas rotinas produtivas. Nesse sentido, Theodore L. Glasser (1999), constata que o jornalismo cívico contribuiu com a percepção de que a visão restrita das rotinas produtivas do jornalismo tradicional pode facilmente tornar a imprensa incapaz de promover a mudança social.

Se a resolução dos problemas comunitários contarem com uma participação mais ativa do jornalismo, certamente os cidadãos se sentirão mais encorajados a participar da vida pública.

O novo posicionamento diante das necessidades e preocupações dos cidadãos

se reflete na construção das notícias. Enquanto na mídia tradicional se verifica uma valorização de notícias e temas superficiais, em detrimento daqueles que interferem na vida social, o jornalismo cívico opta pela abordagem de assuntos que estimulem a reflexão e ação dos cidadãos em prol da vida cívica. O conceito de valor-notícia para o jornalismo cívico vai de encontro ao proposto pelo jornalismo tradicional; o conhecimento sobre o desenvolvimento da matéria é priorizado, os opostos não são ouvidos para serem confrontados, mas para alcançar um equilíbrio, as pautas são estabelecidas a partir de temas que afetem de alguma forma a comunidade (política, eleições, projetos de ONGs e seus resultados e questões sociais), facilitando a compreensão do público e estimulando a cidadania. No que se refere às ações de organizações sociais, Alicia Cytrynblum (2009, p.97) destaca que elas desfrutam de um lugar privilegiado na confiança pública, confiança esta que não se verifica quando se faz referência aos atores políticos. Desse modo, ampliar o diálogo com organizações não governamentais, além de enriquecer a pauta, pode conferir maior credibilidade à cobertura.

33

Existe uma preocupação em oferecer alternativas ou soluções para os problemas e em não se restringir a informar o que aconteceu. Beatriz Dornelles (2008, p. 121) destaca o papel educativo que o jornalismo deve desempenhar na sociedade, ao ponderar que os jornalistas precisam pensar não apenas em manter a população informada sobre os fatos, mas precisam também educá-la de maneira que, vivendo em democracia, tenham a possibilidade de se organizar e se mobilizar, realizando ações que considerem o futuro de toda a geração. Nessa “tendência cívica”, busca-se a superação do formato de notícia baseado em uma simples narração de fatos descontextualizados, fundados em apelos dramáticos e histórias de superação e conquistas particulares.

Com relação aos profissionais, os jornalistas cívicos são aqueles que lutam por uma perspectiva pública do seu trabalho e a redação é vista como o melhor lugar para apreender as práticas da função que exerce. O profissional deverá ser capaz de informar e formar cidadãos e desenvolver o espírito crítico dos leitores; ele deve priorizar o conhecimento sobre o desenvolvimento de um fato e se concentrar no ponto em que as propostas de diferentes grupos são convergentes e não confrontar os extremos (PENA, 2005, p.156). Na visão de Haas (2007, p.7), em vez de se perceberem como transmissores de informações de especialistas’, os jornalistas deveriam se

---

considerar como facilitadores de uma ‘conversação pública’.

## 5. Jornalismo Cívico no Brasil

Pesquisadores da comunicação que se debruçam sobre os estudos do jornalismo cívico (público, comunitário ou outras vertentes que colocam o cidadão e seus anseios como aspecto primordial na escolha e execução das pautas) são unânimes em afirmar que no Brasil não há uma prática do jornalismo cívico nos moldes norte-americanos.

Nota-se que há uma disposição de determinados veículos, principalmente os que fazem parte do chamado campo público (no sentido de serem mantidos pelo Estado), em não explorar os fatos ressaltando seus aspectos dramáticos e sem profundidade, mas em produzir informações que instruem e orientem o público a exercer sua cidadania. O campo público se mostra, desse modo, o ambiente mais propício para a emergência de uma nova prática jornalística baseada nos pressupostos do jornalismo cívico; por não se encontrarem atrelados à lógica de mercado, tais veículos estariam livres para abordar temas que se distanciem da espetacularização e de uma abordagem descontextualizada e superficial.

No Brasil não se pode dizer que haja uma história do jornalismo público, muito menos uma tradição. Nos veículos comerciais encontramos algumas iniciativas pontuais de jornais que querem participar de forma mais ativa de suas comunidades ou se aproximar de seus públicos, mas com pouca associação ao conceito de jornalismo público. Nas mídias públicas, em especial nas emissoras de TV, a discussão sobre jornalismo público é mais frutífera. (MORAES, 2011, p. 51).

Segundo este autor, o que pode ser percebido, ao avaliar a prática jornalística brasileira que segue uma tendência cívica, é que ela está mais voltada “à inclusão de serviços nas matérias que uma abertura do jornal ao cidadão e à resolução de problemas da comunidade” (MORAES, 2011, p. 9).

Bailey (1999, p.134) reconhece que o jornalismo cívico praticado no Brasil possui duas características distintas, que por vezes se encontram sobrepostas:

A primeira é a interação do público com as organizações noticiosas, na qual as pessoas fornecem pautas para a produção de notícias e imagens

---

para sites *online* e mídia televisiva. A segunda é a produção de uma mídia alternativa, por jornalistas e não-jornalistas, tomando como base uma agenda de notícias que nem sempre é explorada pelos meios de comunicação tradicionais. (Tradução nossa).

Em nosso país, quando pensamos em jornalismo cívico, de pronto despontam duas deficiências: uma, de cunho teórico-metodológico, originada pela pouca disponibilidade de bibliografia sobre o tema, e outra no âmbito da prática profissional, já que no Brasil os exemplos de veículos que adotaram esse tipo de jornalismo são incipientes. Márcio Fernandes (2002) cita o jornal *O Povo*, de Fortaleza, que estabeleceu um projeto editorial diferenciado para tratar o tema “infância” sem os tópicos mais óbvios como guia. O *Jornal da Manhã*, em Ponta Grossa, Paraná, em suas versões impressa e eletrônica, se destaca por seu papel de motivador da participação do público, seja como fonte de informações ou de sugestões. Fernandes fala ainda sobre as ações do Observatório da Imprensa e do Instituto Gutemberg, que regularmente atuam como fiscais da mídia. Já Bruno Sodré de Moraes (2011) aponta que emissoras como a Rede Minas, a TV Brasil e a TV Cultura afirmam que seus noticiários adotam o jornalismo cívico. Luiz Martins da Silva (2006) acrescenta o exemplo da TV Futura, uma emissora que possui todas as características de um canal público, embora seja resultante de um consórcio de empresas, e desempenha um papel na atuação do jornalismo em seu viés educativo. Essa realidade mostra, de acordo com Silva, que a prestação de um serviço público não necessita ser disponibilizada apenas por um órgão estatal ou governamental.

Silva (2006, p.6) destaca ainda que o jornalismo cívico não encontrou no Brasil “nem uma tradução definitiva nem a compreensão do que ele representa enquanto função, área de cobertura e campo profissional”. Entretanto, o fato de dizer que o Brasil não pratica o jornalismo cívico tal qual os norte-americanos o desenvolveram não deve soar como uma crítica ou uma condenação. Se no Brasil não houve uma adesão estrita ao movimento, como expõe o autor, podemos afirmar que também não houve uma rejeição completa por parte da grande mídia. Embora muitos desconheçam por completo ou aqueles que possuem algum conhecimento sobre o tema no meio jornalístico apenas fizeram algumas leituras ou ouviram falar a respeito, Andrade (2012, p.61), em sua *Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social e Práticas Jornalísticas*, demonstra que muitas pessoas “acreditam que as mudanças nas salas de redação podem ser praticadas,

---

desconsiderando a influência do capital numa possível a implantação no Brasil das mudanças propostas pelo jornalismo cívico”.

É necessário que haja uma adaptação dos pressupostos apontados pelos defensores do jornalismo cívico à realidade brasileira, sem, obviamente, deixar de lado os fundamentos que essa prática estipula para o bom exercício do jornalismo.

## 6. Considerações Finais

Propor o jornalismo cívico como estratégia pode soar utópico, uma meta inalcançável em seu todo. Mas, se mudar a prática do jornalismo tradicional, (sub)imerso na lógica de mercado, parece uma tarefa demasiadamente difícil, é preciso, então, investir em uma formação diferenciada na academia. Por isso, concordamos com Eksterowicz, Roberts e Clark (2003, p. 101) quando afirmam que

A maior esperança para que seja restaurada a confiança do público no governo deve residir não numa melhor cobertura das questões da campanha mas na tomada de consciência de que o jornalismo deve dedicar muito mais tempo a ajudar o público a compreender as operações do dia-a-dia das instituições nacionais, locais, estatais e federais. Para concretizar esta missão, poderá ser necessário proceder a grandes alterações na forma como educamos os jornalistas da imprensa, do rádio e da televisão e na forma como estes cobrem a política, o governo e a formulação e a implementação das medidas práticas.

Os autores defendem, ainda, que a prática do jornalismo cívico requer muito mais do que o domínio das técnicas da área, mas um conhecimento sobre temas voltados para economia, história, ciência política, filosofia, ciência e humanidades. Jornalistas que saem das universidades conscientes do seu papel (conscientes de que antes de serem profissionais são também cidadãos) podem gerar significativas mudanças na realidade da profissão.

O jornalismo cívico é uma prática relativamente recente, embrionária em vista de outras teorias vigentes, carente de discussões e aperfeiçoamento. E é justamente por seu caráter recente que o debate precisa ser promovido, e não há melhor lugar para se iniciar um bom debate do que o ambiente acadêmico, de onde os futuros profissionais devem sair não apenas munidos de ferramentas e técnicas que os habilitarão a exercer



sua profissão, mas dotados, sobretudo, de uma visão crítica e ética que os permitam exercer a função social do jornalismo em sua integridade.

O futuro do jornalismo cívico, como assegura Clifford G. Christians (1999, p. 67), “depende da noção de bem comum e se podemos articulá-la, ajustá-la filosoficamente, estabelecer sua lógica e raciocínio. O jornalismo cívico visa a formação da comunidade. Destina-se a revigorar a esfera pública política e sociologicamente”. E isso, de acordo com o autor, só se concretizará quando essa noção de bem comum for integrada à prática jornalística.

Sirianni e Friedland (2001, p.231) reconhecem que

O jornalismo cívico pode claramente não representar toda a gama de estratégias midiáticas necessária para democratizar o espaço público. Mas ele respondeu de forma estratégica e relativamente eficaz às oportunidades existentes e conseguiu desenvolver um valioso modelo de deliberação que induz o estabelecimento de uma agenda democrática e a resolução de problemas entre os atores cívicos e governamentais.

37

O jornalismo cívico, enquanto filosofia e movimento, pode conter falhas e ser alvo de críticas de diferentes teóricos, mas é necessário que assim seja; afinal, o debate enriquece de maneira grandiosa a Ciência. Pode não ser, e nem deve ser, a “salvação da lavoura”, mas o jornalismo cívico é a prova de que ainda existem mentes pensantes, incomodadas, inquietas, resistentes à ordem vigente e que buscam trabalhar por/em uma profissão que exerça, na prática, seus valores e princípios.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, H. S. *Conhecimento sobre jornalismo cívico no Brasil: a Pesquisa nacional sobre responsabilidade social e práticas Jornalísticas. Monografia de bacharelado em Comunicação Social*. Vitória da Conquista, Univeridade Estadual do Sudoeste da Bahia. 2012.

ATTON, C.; HAMILTON, J.F. *Alternative Journalism*. London, SAGE, 2008.

BAILEY, O.G. *Citizen journalism and child rights in Brazil*. In: ALLAN, S. & THORSEN, E. *Citizen journalism: global perspectives*. New York, Peter Lang, 2009. p.133-142.

- COLEMAN, R. Os antecedentes intelectuais do jornalismo público. In: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte, 2003. p. 59-74.
- CYTRYMBLUM, A. *Periodismo Social: una nueva disciplina*. 2. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- EKSTEROWICZ, A. J.; ROBERTS, R.; CLARK, A. Jornalismo público e conhecimento público. In: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte, 2003. p. 85-105.
- FERNANDES, M. Jornalismo Cívico: um estudo comparado dos modelos americano e brasileiro. In: HOHLFELDT, A.; BARBOSA, M. *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Porto Alegre, 2002. p. 95-108.
- FRIEDLAND, L. A. *Public Journalism: past and future*. Dayton, Ohio: Charles F. Kettering Foundation, 2003.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Editora Atlas, 2002.
- GLASSER, T. L. *The Idea of Public Journalism*. New York: The Guilford Press, 1999.
- HAAS, T. *The pursuit of public journalism: theory, practice, and criticism*. New York; London: Routledge, 2007.
- LIMA, M. A. A. Índícios para uma “análise cívica” do jornalismo: a temática da responsabilidade social. In: *Estudos em Comunicação/Communication Studies*, n. 9, p. 377-389, mai 2011. Disponível em <http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-20.pdf>. Acesso em 27/09/2011.
- LIMA, M. A. A.; CARDOSO FILHO, J. Jornalismo, Democracia e Educação: algumas reflexões sobre Jornalismo Cívico. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 35, n. 2, p. 39-60, jul/dez 2012.
- MARCONDES FILHO, C. *Comunicação e Jornalismo. A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MARSHALL, L. *O jornalismo na era da Publicidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- MELO, J. M. de. *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Mantiqueira, 2003.
- MERRIT, D. *Public Journalism and Public Life: Why telling the news is not enough*. 2. ed. New Jersey: Erlbaum, 1997.
- MORAES, B. S. de. *Jornalismo Público: um olhar sobre o Repórter Brasil*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília. Brasília, 2011.
- OLIVEIRA, D. de. “*Jornalismo alternativo: o utopismo iconoclasta*” (Trabalho apresentado no VII Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores de Jornalismo – SBPJor). S. Paulo: ECA/USP, 2009. Disponível em [http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjr/arquivos/dennis\\_de\\_oliveira.pdf](http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjr/arquivos/dennis_de_oliveira.pdf). Acesso em 02/01/2014.
- OTONDO, T. M. *Televisão pública para quem e para quê?* São Paulo: Annablume, 2012.
- PENA, F. (org.). *1000 perguntas em Jornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Rio, 2005a.
- \_\_\_\_\_. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005b.

PERUZZO, C.M.K. “Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária”. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa “Comunicação para Cidadania”, do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília-DF, INTERCOM/UnB, 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em <<http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia%2BPeruzzo%2B.pdf>>. Acesso em 02/01/2014.

RODRIGO ALSINA, M. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009.

ROSEN, J. *The action of the Idea*. In: GLASSER, T. L. *The Idea of Public Journalism*. New York: The Guilford Press, 1999. p. 21-48.

ROSEN, J. Tornar a vida pública mais pública: Sobre a responsabilidade política dos intelectuais dos media. In: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte, 2003. p. 31-58.

ROTHBERG, D. *Jornalismo Público: informação, cidadania e televisão*. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

RUDIN, R.; IBBOTSON, T. *Introdução do jornalismo: técnicas essenciais e conhecimentos básicos*. São Paulo: Roca, 2008.

SILVA, L.M. da. *Jornalismo Público*. Brasília: Casa das Musas, 2006.

SIRIANNI, C.; FRIEDLAND, L. *Civic Innovation in America: Community empowerment, public policy and the movement for civic renewal*. London, University of California Press, 2001.

TRAQUINA, N. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003a.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo Cívico: reforma ou revolução?* IN: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte, 2003b.

WOLTON, D. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2010.