

ANÁLISE CÍVICA DO JORNALISMO: CATEGORIAS PARA AVALIAÇÃO DE PRODUTOS JORNALÍSTICOS

CIVIC ANALYSIS OF JOURNALISM: CATEGORIES FOR THE ASSESSMENT OF JOURNALISTIC PRODUCTS

Marcus Antônio Assis Lima*
Flavia Moreira Mota e Mota**

RESUMO:

Muitos trabalhos têm sido desenvolvidos com o intuito de verificar a aproximação de produtos jornalísticos da filosofia do jornalismo cívico, contudo, percebe-se a necessidade de uma sistematização dos procedimentos de análise, que possa facilitar as pesquisas. Diante disso, apresentamos neste artigo a “Análise Cívica do Jornalismo”. A delimitação das categorias está fundamentada na própria trajetória do jornalismo cívico, bem como na Teoria da Responsabilidade Social da Mídia e na cartilha publicada pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) intitulada “Adolescentes em conflito com a lei: guia de referência para cobertura jornalística”. Ao passo que buscamos contribuir para a difusão das pesquisas nessa área no país, temos também a intenção de oferecer a estudantes e pesquisadores uma alternativa de análise para futuros projetos na área de jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE:

Jornalismo cívico, Responsabilidade social da mídia, Análise cívica do jornalismo.

ABSTRACT:

Many works have been developed in order to verify the accuracy of journalistic products to the Philosophy of Civic Journalism. However, there is a need for a systematization of the analysis procedures that could facilitate new researches in that field. Therefore, we present in this article the some categories to a “Civic Analysis for Journalism”. The definition of these categories is based on the very trajectory of Civic Journalism and in

* Pós-doutor em Media & Communication na Goldsmiths College/University of London. Professor Adjunto no Programa de Pós-Graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagens na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. BAHIA, Brasil. malima@uesb.edu.br

** Mestre em Letras. Professora Auxiliar de Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. BAHIA, Brasil. flaviamota2@gmail.com

the Theory of Media Social Responsibility and in one booklet published by Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) entitled “Adolescents in conflict with the law: reference guide for news coverage”. While we seek to contribute to the dissemination of research in this field in Brazil, we also intend to offer students and researchers an alternative analysis for future projects in the field of Journalism.

KEYWORDS:

Civic Journalism, Media Social Responsibility, Civic analysis for Journalism

A FILOSOFIA/PRÁTICA DO JORNALISMO CÍVICO

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. 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.

De acordo com Moraes (2011), mesmo se tratando de uma prática relativamente recente, cujas bases teóricas foram lançadas no início dos anos 1990, os argumentos e pressupostos do jornalismo cívico têm origens históricas profundas:

Começam com o famoso debate norte-americano entre o jornalista Walter Lippman e o filósofo John Dewey, na década de 1920, são influenciados pelo relatório da comissão Hutchins para a Liberdade de Imprensa, publicado em 1947, e, mais recentemente inspiram-se nos diversos estudos teóricos e empíricos sobre democracia deliberativa publicados nos anos 1990. Coleman [...] também inclui como origens teóricas do jornalismo público a evolução da filosofia social, o utilitarismo e as ideias dos comunitaristas (MORAES, 2011, p. 19).

Moraes aponta que, além destas influências que acabamos de pontuar, o movimento também teve influência de estudos teóricos e empíricos mais recentes acerca da democracia deliberativa (estudos de Daniel Yankelovich, Robert Putnam, James Fishkin, Richard Harwood, entre outros).

Os “pais” e defensores do jornalismo cívico, a depender do autor tomado como fonte, 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). Percebe-se que, 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.

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.

A perspectiva cívica do jornalismo nos permite perceber a comunicação e o espaço público em geral como um lugar por excelência onde um diálogo social pode (e deve) ser efetivamente produzido.

POR UMA ANÁLISE CÍVICA DO JORNALISMO

Neste trabalho, nosso propósito é estabelecer categorias de análise para avaliação de produtos jornalísticos que se assumam ou se aproximem da prática do jornalismo cívico, denominadas Análise Cívica do Jornalismo. Para a proposição das categorias utilizamos, inicialmente, a própria trajetória histórica, as características e os elementos que constituem o jornalismo cívico, as mudanças que ele propôs para uma prática mais social do jornalismo e as principais iniciativas de veículos que adotaram essa prática em suas redações. Embora tenhamos mencionado esse assunto na seção anterior, faz-se necessário destacar alguns aspectos que nortearam o processo de elaboração das categorias. Para tanto, consideramos como características essenciais dessa prática:

- a) a *centralidade do cidadão* no processo de produção das notícias; o cidadão não deve ser visto apenas como fonte de informação, mas como um parceiro nas rotinas produtivas das redações;
- b) veiculação de notícias que *formem* e não apenas *informem* a população, contribuindo para o fortalecimento de um debate cívico e de um espaço público mais dinâmico;
- c) preferência de *temáticas de interesse público* ao invés de informações de interesse do público; o conceito de valor-notícia para o jornalismo cívico não pode ser o mesmo adotado pela mídia tradicional;
- d) produção de matérias noticiosas que *proponham soluções e indiquem alternativas* possíveis para que os cidadãos defendam seus direitos; a notícia não deve ser tratada de maneira descontextualizada e isolada;

- e) afirmação de uma função mais ampla para o jornalista, focada no *melhoramento da vida pública*.

As seis categorias para avaliação de produtos jornalísticos, que ora denominamos *Análise cívica do jornalismo*, estão assim distribuídas: 1) relevância do tema abordado; 2) origem da pauta; 3) natureza das fontes; 4) termos escolhidos para se referir aos atores sociais; 5) proposta de soluções; 6) função educativa da informação jornalística.

Outra noção de suma importância no processo de afirmação do jornalismo cívico foi a de Responsabilidade Social da Mídia. Essa teoria nasceu como resposta aos ideais mercadológicos e ao sensacionalismo tão comuns nos Estados Unidos no período pós-Segunda Guerra Mundial e emerge com a necessidade de debater o papel da imprensa na sociedade, estabelecendo novas regras norteadoras para o jornalismo, especialmente devido às transformações políticas e sociais resultantes do período de guerra.

Em dezembro de 1942, diante das inúmeras críticas que a mídia estadunidense enfrentava, foi criada uma comissão liderada por Robert Maynard Hutchins, então reitor da Universidade de Chicago, e composta por treze personalidades ligadas a instituições de ensino superior e empresas privadas. A “Comissão sobre Liberdade de Imprensa” teve como um dos financiadores o jornalista Henry Luce, um dos fundadores da Revista *Time*, que também foi colega de graduação de Hutchins na Universidade de Yale. A intenção da “Comissão Hutchins”, como também era conhecida, era “revelar o estado atual e as perspectivas futuras da liberdade de imprensa” (PAULINO, 2008, p. 7) e, além disso, definir as funções da mídia na sociedade moderna, baseada na liberdade de imprensa como extensão da liberdade de expressão individual e na responsabilidade que os jornalistas devem ter com seu público. Paulino (2008, p. 10) explica que

Hutchins contou com o financiamento de US\$ 200 mil (*Time*) e US\$ 15 mil (*Encyclopaedia Britannica*), e levou a investigação à frente, encabeçando uma equipe com treze membros, na maioria acadêmicos, que se reuniu dezessete vezes durante dois anos, entrevistando 58 pessoas e preparando documentos prévios ao informe final.

Esse “informe final” a que Paulino se refere é o relatório *A Free and Responsible Press: A General Report a Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion pictures, Magazines and Books*. O texto foi publicado em 1947 e trazia, em suas considerações, uma polêmica proposta de criação de um órgão independente para avaliar a atuação de veículos midiáticos. A ação da Comissão Hutchins apelava para a responsabilidade

da imprensa, tomando como base a autodisciplina e autorregulação da mídia. O ponto central do relatório que serviu como base para fundamentar a teoria era articular a liberdade e a responsabilidade da imprensa, para que a qualidade e a diversidade das informações pudessem ser asseguradas e, dessa forma, uma verdadeira comunicação pública fosse desenvolvida, tendo as mídias como intermediárias fundamentais na participação dos indivíduos na democracia.

Conforme nos conta Silva (2007), em seguimento às orientações da Comissão Hutchins, e com o intuito de incentivar o público a apreciar criticamente a atividade da imprensa, “uma vez que o mercado não pode, por si só, garantir a qualidade dos meios de comunicação social” (idem, p. 39), o professor Claude-Jean Bertrand fez um inventário dos diferentes “Meios de Assegurar a Responsabilidade Social dos *Media* (MARS)”, definidos como meios não-governamentais utilizados para fazer com que as mídias sejam responsáveis diante do público. Entre os MARS, estão os *ombudsman*1 ou provedores dos leitores, os questionários de exatidão e equidade, os correios dos leitores, os códigos deontológicos e os quadros de correção.

Embora houvesse o receio de que a liberdade de imprensa ficasse comprometida com a criação de um órgão de regulação da mídia, o documento da Comissão tinha como intenção assinalar a “duplicidade da imprensa, privada e livre (por isso humana e falível), mas sem ter, no entanto, a falibilidade como justificativa aos seus equívocos porque presta um serviço público” (PAULINO, 2008, p. 12). Havia, ainda, a preocupação com relação ao monopólio das empresas de comunicação e com a necessidade de que fosse assegurado o equilíbrio entre interesses públicos e privados, a intervenção do Estado e a (quase sagrada) liberdade de imprensa. De acordo com Daniel Cornu (1994, p. 199),

As recomendações da comissão Hutchins concernem à imprensa escrita. Visam permitir que esta responda melhor às “cinco exigências que uma sociedade humana tem no que concerne à difusão de ideias e fatos”. Essas exigências merecem ser enumeradas em pormenor: um relato verídico, completo e inteligente da atualidade do dia, feito num contexto que lhe dê sentido; um fórum onde se trocam comentários e críticas; um reflexo fiel dos diversos grupos que constituem a sociedade; apresentação e elucidação dos objetivos e dos valores da sociedade; acesso pleno a toda a informação do dia. As perspectivas lançadas pela comissão Hutchins vão marcar fortemente as reflexões sobre os *media* em todos os países ocidentais.

Em suma, podemos definir a teoria da responsabilidade social das mídias como “o processo pelo qual uma organização noticiosa é obrigada a prestar contas das suas atividades” à sociedade - ao público, às fontes de informação, aos corpos regulatórios do

governo e aos colegas de profissão (SILVA, 2007, p. 39). Apresentada há mais de 65 anos, a discussão do Relatório da Comissão Hutchins permanece atual, afinal, ela apresenta elementos que continuam a orientar a conexão entre a liberdade de expressão e de imprensa com a existência de outros direitos individuais e coletivos.

No processo de composição das categorias que aqui determinamos, recorreremos também ao texto “Adolescentes em conflito com a lei: guia de referência para cobertura jornalística”¹, publicado em 2012 pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) em parceria com a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República do Brasil. A ANDI se ocupa somente do tema “Infância e Adolescência na mídia”, contudo, as orientações prescritas no seu Guia de Referência para cobertura jornalística são úteis para que notícias e reportagens, de modo geral, não sejam excessivamente factuais, descontextualizadas e cheias de estereótipos e mitos, como normalmente se apresentam na prática tradicional do jornalismo.

Desde 1993 a ANDI, uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, atua como mediadora entre imprensa e grupos sociais que trabalham em defesa dos direitos da criança e do adolescente. A organização se dedica inteiramente à questão da infância e da juventude na mídia e oferece propostas para que as informações veiculadas acerca desse grupo social sejam transmitidas da maneira mais ética possível. A partir de 2011 a Agência passou a se chamar “ANDI - Comunicação e Direitos”, como resultado da ampliação das suas áreas de atuação que, além de Infância e Juventude, passaram a prever intervenções nas áreas de Inclusão e Sustentabilidade e Políticas de Comunicação.

Diante do exposto, elencamos as categorias de análise propostas e a descrição de cada uma delas.

CATEGORIAS DA ANÁLISE CÍVICA DO JORNALISMO

A seleção das reportagens que constituirão o objeto de estudo é o primeiro passo. Para realizar a Análise Cívica, é importante fugir das obviedades. Se a ideia é avaliar aproximações com o jornalismo cívico, é claro que reportagens publicadas por veículos de tendência sensacionalista ou programas apelativos não devem ser tomadas como objeto de análise.

É preferível escolher reportagens, programas ou veículos que abordem temas mais relevantes para a construção do debate público. Os critérios de escolha do objeto

devem estar fundamentados de maneira adequada em relação aos objetos e objetivos da pesquisa.

Relevância do tema abordado

Essa categoria leva em consideração o assunto abordado pelo produto jornalístico e a sua relevância para o fortalecimento da cidadania. Dito de outro modo, aqui deve ser avaliado se o tema em questão segue mais a tendência do *interesse público* ou do *interesse do público*. Temas que levem o público a uma reflexão e impulsionem o cidadão ao exercício da cidadania, são considerados de interesse público.

Vale ressaltar que não é somente por abordar o tema “educação”, por exemplo, que se pode caracterizar um determinado veículo como praticante do jornalismo cívico. Uma notícia pode falar sobre o aumento da criminalidade entre crianças e adolescentes de 12 a 17 anos apenas mostrando índices, número de vítimas etc. Entretanto, uma notícia nos padrões cívicos vai tratar desses assuntos de maneira contextualizada, não privilegiando o governo ou outras instâncias do poder, nem vitimizando os atores sociais alvo das reportagens.

Um exemplo da adoção de pautas de interesse público sob o viés do jornalismo cívico é a revista *Vírus Planetário*³, publicação que assume uma prática mais cívica do jornalismo e se preocupa em deixar isso claro desde o *slogan* estampado na capa, que traz a seguinte frase: “porque neutro nem sabonete, nem a Suíça”. Essa postura denota a preocupação em não seguir o enquadramento e as pautas da grande mídia. A suposta imparcialidade, grande bandeira dos principais veículos de comunicação, é posta de lado. A linha editorial e o discurso da revista estão voltados sempre para a defesa do cidadão e para a necessidade de se criar uma aproximação maior entre o jornalismo e as comunidades que não são ouvidas pelos principais veículos de imprensa do país.

Origem da pauta

Embora essa pareça, inicialmente, uma categoria difícil de ser adotada, conhecer a origem da pauta que gerou a reportagem faz toda a diferença quando se trata de avaliar se determinada notícia está ou não de acordo com os pressupostos do jornalismo cívico. Isso porque, de acordo com os pais e defensores dessa prática, os assuntos noticiados devem, em primeira instância, estar em consonância com a “agenda cidadã”, ou seja, devem tratar de assuntos que tenham influência direta na vida cotidiana dos cidadãos, que despertem neles o desejo de se informar e de participar mais ativamente

da solução dos problemas que afetam à comunidade. Em outras palavras, a proposta do jornalismo cívico é fazer com que a agenda pública tenha espaço na mídia tradicional.

Chaparro (1994, p. 149) chama a atenção para a questão da intencionalidade da ação jornalística. Para este pesquisador, é a intenção do jornalista que controla o uso das técnicas e também “inspira a curiosidade, ativa a compreensão, gera critérios valorativos para a apuração, depuração e ordenação das informações e opiniões recolhidas. Dá direção à sensibilidade criativa, na elaboração do relato veraz”. Há uma intencionalidade implícita na determinação das pautas, contudo ela deve ser motivada pelo interesse público.

As pautas devem surgir de assembleias de associações de moradores, de representantes de organizações não governamentais ou de canais de acesso do espectador/leitor disponibilizados pelos próprios veículos de notícias.

Inserir o público no processo produtivo dos conteúdos é uma valiosa ferramenta para despertar uma leitura crítica da realidade. Envolver o cidadão na veiculação de causas comunitárias traz benefícios para a vida cívica e para o próprio veículo noticioso, que ganha em visibilidade e, conseqüentemente, lucro.

Natureza das fontes

Nenhum veículo de notícias sobrevive sem fontes. Considera-se como fonte qualquer entidade capaz de fornecer informações plausíveis para a confecção de produtos jornalísticos (pessoas ou documentos). Na maioria dos acontecimentos o jornalista não consegue ser uma testemunha ocular dos fatos, por isso as fontes são relevantes instrumentos de consulta na hora de checar a validade das informações. Barbosa e Rabaça (2001, p. 317) trazem a seguinte definição para fonte de informação: “*Todos os documentos e pessoas de onde um autor de trabalho jornalístico, literário, técnico ou artístico extraiu informações para sua obra. [...] Fonte em princípio é qualquer pessoa usada por um repórter na sua busca de informação*” (itálico no original).

A escolha das fontes é crucial para o rumo das reportagens. Ela leva em consideração as necessidades de produção dos jornalistas, a posição que as fontes ocupam na sociedade, considerando, entre outros fatores, a proximidade social e geográfica. As fontes são utilizadas para confirmar ou reforçar as informações dispostas no relato dos acontecimentos, por isso, nenhuma fonte é escolhida aleatoriamente. A veiculação de informações

jornalísticas depende, muitas vezes, do que as fontes dizem e, em algumas circunstâncias, a linha editorial do veículo noticioso pode determinar se uma fonte específica deve ou não ser consultada. De acordo com Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 292),

[...] devemos prestar atenção nas fontes que são citadas para interpretar os acontecimentos. O fato de que determinadas fontes tenham voz, no intuito de interpretar, valorizarem, e, em resumo, opinarem sobre o acontecimento, é um elemento fundamental na construção do sentido. Os jornalistas procuram por fontes que sejam facilmente acessíveis e que forneçam uma informação útil. Isso faz com que determinadas fontes sejam muito mais consultadas do que as outras, gerando a institucionalização [...] de determinadas fontes.

Aldo Antônio Schmitz (2011, p. 2), observando como “são díspares as classificações e nomenclaturas das fontes de notícias por pesquisadores e nos manuais de redação dos principais jornais brasileiros”, propõem uma taxonomia a partir da reunião e revisão das diferentes classificações. Tomando como base os estudos de autores como Manuel Carlos Chaparro, Nilson Lage, Manuel Pinto, Stuart Hall, Molotch e Lester e Herbert G. Gans, o autor busca avaliar como a teoria, representada pelos pesquisadores, e a prática, pelos manuais de redação, tipificam as fontes de notícias. A partir de então, propõe a seguinte definição (idem, p. 20):

Fontes de notícias são pessoas, organizações sociais, grupos ou referências, envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa. Sendo confiáveis, credíveis ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público por meio de uma mídia.

Schmitz (idem, p. 7) apresenta, ainda, um quadro no qual estabelece, partindo das considerações dos mesmos autores acima mencionados, uma demarcação e interrelação entre os grupos, classes e tipos de fontes:

Categoria	Grupo	Ação	Crédito	Qualificação
Primária	Oficial	Proativa	Identificada	Confiável
Secundária	Empresarial	Ativa	Sigilosa	Fidedigna
	Institucional	Passiva		Duvidosa
	Individual	Reativa		
	Testemunhal			
	Especializada			
	Referência			

Quadro 1- Matriz da tipificação das fontes de notícias elaborada por Schmitz.

Fontes que possuem posições institucionalizadas, autoridades ou representação maior das factuais são chamadas por Hall (et al, 1993) de “definidores primários”. São fontes que podem definir a situação sob uma ótica particular e são comumente os primeiros a serem consultados. Esse grupo compreende políticos, empresários, representantes de grandes empresas e de entidades religiosas e documentos oficiais.

Segundo os pressupostos do jornalismo cívico, não é interessante que o cidadão seja consultado apenas para complementar a narrativa ou como mais um personagem para ilustrar a história. Isso não significa que as autoridades seriam excluídas da produção das notícias, contudo, esse tipo de fonte deve ser buscado quando for necessário o fornecimento de informações importantes para a solução dos problemas da comunidade (LIMA, 2011). As fontes oriundas dos poderes instituídos devem estar tensionadas com a presença do cidadão como fonte, ou seja, os dois lados da história não são ouvidos para que seja meramente cumprida uma obrigação normatizada pelos parâmetros da profissão. Tal atitude reafirma o foco do jornalismo cívico: a centralidade do cidadão.

Schmitz (2011) nos oferece uma visão ampla sobre as diferentes possibilidades de classificar as fontes. Reconhecemos que o assunto é complexo, contudo, de modo a não privilegiar essa categoria (“Natureza das fontes”) em detrimento das demais, vamos nos ater apenas à primeira diferenciação proposta pelo autor (*Categorias*), diferenciando as fontes em “primárias” e “secundárias”.

Termos escolhidos para se referir aos atores sociais

Com a definição dessa quarta categoria, pretendemos avaliar a linguagem adotada pelo produto noticioso e os termos utilizados para descrever os atores sociais a quem a reportagem faz referência. Esse tema merece atenção, uma vez que o modo como os personagens dispostos na matéria são adjetivados pode gerar uma interpretação deturpada dos fatos e a manutenção de preconceitos que atravessam gerações.

A proposta aqui é perceber se no texto falado ou escrito a caracterização dos personagens os coloca numa posição de vítimas ou os trata como cidadãos, tal como propõe o jornalismo cívico. Ressaltamos que não é apenas uma questão de denominação, mas a forma como os atores sociais são nomeados nas reportagens faz parte do enquadramento adotado pelo repórter, o que reflete o posicionamento ideológico do veículo de notícias.

Coberturas descontextualizadas, apressadas e superficiais geram e fixam no inconsciente coletivo alguns estigmas. É o caso da abordagem comumente feita sobre segurança pública, quando determinadas publicações induzem a interpretações generalistas, como pensar que nas favelas e periferias só existem “bandidos”, “traficantes” e “criminosos”. De acordo com Alicia Cytrynblum (2009, p. 99), as pautas devem conter uma linguagem livre de discriminação, especialmente em temas relacionados à violência sexual, imigrantes envolvidos em situações ilícitas, jovens em situação de pobreza, pessoas que possuem algum tipo de vício, entre outros. Ainda de acordo com a autora (2009, p. 83), percebe-se que “todos nós jornalistas podemos escolher as palavras que usamos, quer dizer, que a utilização de um idioma mais inclusivo é uma decisão pessoal, raramente censurada por um editor”.

Isso acontece porque, como nos explica, Rodrigo Alsina (2009), os meios de comunicação desenvolveram técnicas para distribuir a maior quantidade de informações no menor espaço possível. Entre essas técnicas está o uso dos estereótipos, por meio dos quais os veículos noticiosos conseguem, de maneira mais fácil, comunicar-se com seu público, embora isso gere mal-entendidos com aqueles que são/estão estereotipados.

O Guia de Referência para cobertura jornalística da ANDI, embora aborde especificamente “Infância e Adolescência na mídia”, traz importantes considerações para a prática jornalística de modo geral, quando se trata da escolha dos termos para fazer referência aos personagens. Neste sentido, o Guia explica que

As narrativas dos meios de comunicação de massa atuam de forma decisiva na construção de valores e comportamentos sociais. Nesse contexto, o emprego de palavras inadequadas pode reforçar preconceitos ou estereótipos. No caso dos adolescentes em conflito com a lei, em que os direitos conquistados estão permanentemente ameaçados por uma cultura de criminalização, editores e repórteres precisam estar atentos ao emprego de termos que contenham juízos de valor (ANDI, 2012, p. 77).

A preocupação com os estereótipos se dá porque eles funcionam como um mecanismo de construção de outra realidade, propagando, muitas vezes, uma visão errônea sobre determinado fato ou grupo social e comprometendo a recepção das informações por parte do público. A ANDI oferece, em sua cartilha, uma tabela com os termos mais adequados para se referir a crianças e adolescentes:

Termo inadequado	Termo adequado	Razão
Menores	Crianças e adolescentes; meninos e meninas; garotos e garotas; ou ainda menores de idade.	Sem o qualificativo “de idade”, o termo “menor”, usado para designar crianças e adolescentes, em geral, tem sentido pejorativo. A definição remete ao Código de Menores, que foi revogado pelo ECA. Normalmente, seu uso ocorre quando estão em foco meninos e meninas para os quais o Código se destinava, ou seja, em situação de abandono, de trabalho precoce ou em conflito com a lei.
Delinquente, criminoso, marginal	Adolescente em conflito com a lei; jovem em conflito a lei, acusado de ter cometido ato infracional.	“Delinquente”, “criminoso” e “marginal” trazem o problema para a pessoa, atribuindo seus atos a causas “biológicas” - portanto, difíceis de serem superadas. “Em conflito com a lei” estabelece uma condição temporal e superável. O adolescente não “é”. Ele “está”.
Crime	Ato infracional, infração, delito.	O ECA considera que a população abaixo dos 18 anos está em fase de desenvolvimento e, portanto, ainda vivenciando uma etapa de consolidação de valores e práticas sociais. Ao evitar a palavra “crime”, o repórter contribui para que a sociedade entenda que o jovem, por estar em formação, tem oportunidade de aprender com o erro.
Pena	Medida socioeducativa.	A amplitude da medida socioeducativa é bem maior do que a da pena. Além do mais, é uma oportunidade para que o adolescente, auxiliado por profissionais capacitados, família e comunidade, repense o ato infracional e o seu projeto de vida.

Tabela 1: termos adequados para se referir a crianças e adolescentes.

A proposta da ANDI, nesse sentido, vai além de uma simples adequação no vocabulário jornalístico, mas busca promover um constante trabalho de conscientização sobre a realidade na qual esses atores sociais estão inseridos. A mídia é um instrumento valioso que pode impulsionar essa mudança na mente do público.

Propostas de soluções

Não basta dizer ao cidadão que um problema existe. É, como dizem, “chover no molhado”, já que ninguém melhor do que ele tem ciência de todos os percalços que o acometem no seu cotidiano. O jornalismo praticado nos moldes cívicos deve informar o público “sobre o que é realmente necessário para que eles atuem racionalmente como cidadãos em uma democracia” (LIMA, 2011, p. 380).

Isso não quer dizer que o jornalismo tem o poder para solucionar todos os males da sociedade, mas, agindo como o “cão guia” e se reconectando com as comunidades, os jornalistas conhecerão melhor a realidade na qual os cidadãos estão inseridos e terão maiores condições para indicar alternativas viáveis para a resolução de suas questões.

As matérias, de acordo com os princípios do jornalismo cívico, devem munir o cidadão de informações úteis e esclarecimentos que o ajudem na tomada de decisões.

Faz parte dessa proposta fornecer uma informação mais contextualizada, na qual todo o problema é descrito, ao invés de apenas os dados serem transmitidos. Cytrynblum (2009) explica que a busca por soluções gera um impacto maior que a mera denúncia, pois ela incentiva a ação. Em sua visão (2009, p. 96), quando o fato é contextualizado, quando alternativas são mostradas e quando os envolvidos são tratados como atores sociais, é possível

1. Articular os temas econômicos, políticos e sociais.
2. Abrir a possibilidade de solução e sair da paralisia que provoca as situações limites.
3. Mostrar toda a realidade e não apenas a parte que supostamente “vende”. Devolver à sociedade uma imagem mais completa de si mesma e responsabilizar a toda a sociedade pela situação em que “todos” vivemos.

Embora comumente associadas ao “jornalismo de serviço”, uma importante alternativa é disponibilizar em quadros ilustrativos, infográficos, boxes com informações adicionais ou em algum trecho da reportagem falada um “passo a passo” ou “como fazer” aliado a informações sobre instituições ou órgãos que as pessoas devem procurar para a resolução de determinado problema.

Função educativa da informação jornalística

Como descrito no início da seção, o jornalismo cívico deve atuar na formação para a cidadania e não apenas ser transmissor de informações. A mídia deve ser uma ponte entre o cidadão e o governo ou outras instâncias de poder, e, para tanto, o público deve receber informações adequadas sobre os problemas que o envolvem.

As pautas sobre política, economia, saúde, meio ambiente ou qualquer tema de interesse público, precisam assumir uma função pedagógica, na sistematização de conceitos, na disseminação de informações, estimulando o cidadão a participar dos debates. São pautas que devem “estar comprometidas com a visão de que alguma coisa precisa ser feita, há problemas e desafios a serem enfrentados, há interesses em jogo, e o jornalismo e o jornalista podem desempenhar um papel fundamental na sua explicitação” (DORNELLES, 2008, p. 129). O jornalismo cívico se propõe a ser didático, por isso, como nos explica Alicia Cytrynblum (2009, p. 104),

Se um artigo se refere a uma nova temática, é muito provável que mais da metade dos leitores não saibam exatamente do que se está falando. Por essa razão se recomenda a inclusão de um quadro com uma definição, que se introduzam na nota as ferramentas, etc. Por exemplo, no caso da participação cidadã, é importante explicar o que é uma Audiência Pública (...), o que significa pressuposto participativo e tudo o que for necessário para situar o leitor no tema.

É importante que conceitos sejam explicados, não dando como certo que o público conhece o significado das palavras e os conceitos abordados (CYTRYNBUM, 2009). Nesse sentido, o uso de iconografias, infográficos, tabelas ou boxes, conforme mencionamos no item acima, pode ser um valioso aliado.

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.

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.

Por fim, vale acrescentar que, do ponto de vista acadêmico, a proposta de análise ora apresentada pode contribuir não apenas com o fortalecimento do jornalismo cívico enquanto teoria, mas vem também para fortalecer as pesquisas na área da comunicação, tendo em vista que as categorias funcionarão como mais um subsídio analítico para investigações futuras.

A Análise Cívica do Jornalismo apresenta, ainda, como potencialidade, o fato de não possuir restrições no que concerne ao objeto de estudo, podendo ser aplicado a qualquer veículo ou meio de comunicação, desde que este seja identificado (declaradamente ou não) como adepto ao jornalismo cívico.

REFERÊNCIAS

ANDI. *Adolescentes em conflito com a lei: Guia de referência para a cobertura jornalística*. Série Jornalista Amigo da Criança. Realização: ANDI - Comunicação e Direitos. Apoio: Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República. 2012.

BARBOSA, G.; RABAÇA, C. A. *Dicionário de Comunicação*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

CHAPARRO, M.C. *Pragmática do jornalismo*. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

CORNU, D. *Jornalismo e verdade: Para uma ética da informação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CYTRYMBLUM, A. *Periodismo Social: una nueva disciplina*. 2. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

DORNELLES, B. O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental. *Brazilian Journalism Research: Journalism theory, research and criticism*. v. 4, n. 2, jul/dez 2008.

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.

MORAES, B. S. de. *Jornalismo Público: um olhar sobre o Repórter Brasil*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília. Brasília, 2011.

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

SCHMITZ, A. A. *Classificação das fontes de notícias*. [Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>. Acesso em 26/11/2013]

NOTAS

- 1 Palavra de origem sueca que significa “representante do povo”. Trata-se de um profissional contratado por uma empresa ou instituição cuja função é receber sugestões, críticas e reclamações e mediar a relação entre as partes interessadas. Na imprensa o *ombudsman* funciona como a “voz” do leitor no jornal, o elo entre o público e a direção do veículo de notícias.
- 2 Disponível para acesso e download através do link <<http://www.andi.org.br/infancia-e-juventude/publicacao/adolescentes-em-conflito-com-a-lei-guia-de-referencia-para-a-cobertu>> .

- 3 A revista Vírus Planetário é mencionada aqui apenas como um exemplo de um veículo que adota uma prática muito próxima da filosofia do jornalismo cívico. Dizemos que próxima, porque não há nenhuma autorreferência sobre a associação desse periódico com a proposta do jornalismo cívico. Mais informações sobre a publicação podem ser encontradas no site <http://www.virusplanetario.net>

Artigo recebido: 20 de fevereiro de 2014

Artigo aceito: 05 de outubro de 2014