



Jornalismo cidadão, uma proposta brasileira ao jornalismo cívico¹

Autor: Me. Zanei Barcellos

Autor: Me. Celina Alvetti

docentes pesquisadores da Pontifícia Universidade Católica do Paraná²

Resumo:

O trabalho *Jornalismo cidadão, uma proposta brasileira ao jornalismo cívico*, tem como objetivo relatar, a partir da experiência com o jornal-laboratório *Comunicare*, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, em Curitiba, o processo de elaboração de um periódico que desenvolve a proposta de um jornalismo cidadão, coletando e tratando a informação de modo a permitir ao receptor exercer a cidadania.

Palavras-chave: jornalismo; cidadania;

¹ Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

² zaneibarcellos@gmail.com - Jornalista formado pela Universidade Federal do Paraná, especialista em Marketing e mestre em Administração Estratégica pela PUCPR, com dissertação enfocando os conglomerados de comunicação. Desenvolveu pesquisa na Universidade de Navarra na área de gerenciamento das redações dos jornais regionais espanhóis.

celina.alvetti@gmail.com - Jornalista, Mestre em Artes - Cinema, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Como professora, na graduação e na pós-graduação, leciona nas áreas de audiovisual, teorias e pesquisa em comunicação, além de coordenar núcleo experimental de pesquisa em audiovisual.

1. Introdução

O movimento do jornalismo cívico tem como proposta o resgate dos ideais do Jornalismo, independente de interesses econômicos e políticos, visando a cidadania, na defesa das causas de seus cidadãos. Na prática, isso significa fazer uma cobertura que atenda aos direitos dos indivíduos, tratando a informação de modo que ela contribua para que os receptores sejam conscientes de seus direitos em uma sociedade democrática. Acreditando nisso, este trabalho relata o processo de elaboração do jornal-laboratório *Comunicare* (edição nº 115, set.2006), que desenvolve a proposta de um Jornalismo Cidadão, ou seja, que orienta os jornalistas em formação para coletar e tratar a informação de modo a permitir ao receptor exercer a cidadania, beneficiando-se do viver em uma sociedade democrática. Metodologicamente, além de experimentar a aplicação do conceito adaptado à realidade brasileira, o trabalho se fundamenta em pesquisa bibliográfica e pesquisa de opinião sobre a credibilidade da mídia, por sua vez ponto de partida para o processo produtivo do jornal.

A criação do jornal-laboratório, em 1997, na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, em Curitiba, coincidiu com o período de informatização das redações dos principais jornais do país, quando se debatiam novas formas da produção jornalística e as funções tradicionais dos jornalistas, que se transformavam em razão das novas tecnologias. Daí ter surgido, ao longo do processo do *Comunicare*, a criação de um método próprio de produção, na qual uma redação virtual permite a constante troca de informações, necessária à produção das edições.

O *Comunicare* tem periodicidade mensal e é temático, formato que veio de encontro às possibilidades pedagógicas de explorar o mesmo assunto jornalístico sob as diferentes óticas das diversas editorias. Desse modo, é possível também explorar os assuntos de forma diferenciada da mídia diária tradicional do estado. Para a edição cujo processo é aqui relatado definiu-se como tema *Leis que não são cumpridas*, com o objetivo de verificar se e como as leis são cumpridas no país.

2. Jornalismo e cidadania

2.1 Aspectos da evolução do jornalismo

Para discutir princípios dessa prática jornalística voltada para a cidadania, recorre-se aos estudos de diversos autores, notadamente Mesquita; Traquina (2003), que entendem o jornalismo como um serviço público, no qual o receptor é tratado com responsabilidade. Antes disso, faz-se necessário o resgate de alguns aspectos

do Jornalismo, à guisa de contextualização dos principais aspectos de sua evolução e, na sua passagem de artesanal a industrial, as conseqüências, no campo de atuação, quanto aos princípios democráticos que o originaram.

Ao fazer um panorama, Ciro Marcondes Filho (1999) divide o Jornalismo em quatro fases. A primeira (1789 a meados do século XIX), é decorrente da criação dos tipos móveis, por Gutenberg, que permite a propagação e o acesso da informação por um número maior do que aqueles que, até então, detinham esse poder. O primeiro jornalismo, iluminista, se reconhece como um novo poder, capaz de contribuir para a democracia.

Na segunda fase, a partir da metade do século XIX, enquanto se assenta a idéia do jornalismo como empreendimento, iniciando a venda de espaços publicitários (sem perder as características artesanais do jornalismo que se fazia), constroem-se as rotinas produtivas, com o desenvolvimento de novas tecnologias, como o linotipo. Pois, como também observa Traquina, nesse século começam a expansão da imprensa e a comercialização da notícia. Mas é na terceira fase, com as grandes tiragens e os monopólios empresariais, que os interesses publicitários começam a se sobrepor aos jornalísticos. Já o quarto jornalismo, se instala a partir dos anos 1980, com a força da tecnologia mudando as rotinas de produção da notícia, principalmente pela informatização das redações e trazidas pelas novas mídias, como a internet e com os conglomerados de comunicação.

O novo jornalismo é produto de seu tempo – a velocidade da informação, a formação tecnicista dos novos profissionais, a racionalização dos custos nas empresas, a redução do espaço da notícia, a tendência à espetacularização, a ditadura da estética da imagem, o jornalismo de serviço - caracterizando identidades também do jornalismo brasileiro dos anos 2000.

Essas características trouxeram embutidas algumas perdas, como a dos referenciais – o histórico, o cultural, por exemplo. E a do sentido de responsabilidade social da imprensa, de espaço de debates, no qual se põe em questão não só o olhar do especialista, em geral externo, mas o do receptor, no cotidiano e mesmo outras mediações, como o Estado, na sua condição também de objeto de discussão.

Do mesmo modo que Marcondes Filho, Ignácio Ramonet (*in* MORAES, 2002) aponta características do atual discurso do jornalismo, imediatista no modo de fazer (pouco aprofundado), buscando o impacto (o visual, a frase de efeito), a espetacularização (a narrativa dramaturgizada, o modo emocional) – como se faz na publicidade, por exemplo. De acordo com o autor, o comportamento da mídia, a notícia e as relações no trabalho mudaram, basicamente em função da informatização e dos conglomerados.

Também por isso, Ramonet aponta a dificuldade de perceber as fronteiras entre as esferas, antes autônomas, da mídia, da comunicação e da publicidade. Assim, o universo da informação - "imprensa, informação radiofônica, agências de notícias, noticiários de televisão, cadeias de informação contínua – este universo, dos jornalistas, é um mundo à parte, uma esfera à parte" (in MORAES, 2002, p. 43).

Mas, mais que espaço, a mídia é instrumento público de legitimação de poder, da opinião (que passa antes por ela) ao papel do Estado. Visto desse modo, como fenômeno que descobre as regras da sociedade de consumo, os meios são quase falsos espaços de discussão, que se nutrem do interesse do público, criando a necessidade de consumo para compreensão. Ao mesmo tempo, contraditoriamente, ao fazerem a mediação entre o público e a realidade, entre indivíduo e sociedade, tornam-se (ou passam a representar) espaços públicos, por onde se constitui a opinião. Por outro lado, ao fazer a mediação com a sociedade, nos diferentes aspectos da vida cotidiana, a mídia, de acordo com Presas Areu (2002), contribui para a diluição da diferença entre o público e o privado.

Além disso, com outros fatores da vida em uma sociedade pós-industrial – a concentração nas cidades, a mudança nas formas de lazer (o shopping, por exemplo), a violência deixando as pessoas mais em casa, muitas horas expostas à ação da mídia, os indivíduos deixam de exercitar o debate público para dar eco às opiniões veiculadas pela mídia. Reforça-se, assim, tendência de acostumar o indivíduo, com a sua realidade construída pela ação dos meios, a entrar em uma espécie de estado de aceitação do modo de pensar dominante.

2.2 Jornalismo Cidadão

Na década de 1990 do século passado os jornais norte-americanos ressentiam-se da queda do número de leitores, do conseqüente baixo faturamento publicitário e redução de lucros. Ao mesmo tempo, o distanciamento entre os jornalistas e os cidadãos deixava os primeiros, e sua produção jornalística, longe dos interesses dos leitores, embora o mesmo não acontecesse com os interesses dos políticos, do poder público e das grandes corporações, hábeis em influenciar jornalistas e imprensa. A divulgação de notícias do setor público, essencial aos regimes democráticos, que deveria contemplar as necessidades das comunidades, estranhamente era responsabilidade de setores privados dedicados ao lucro, quais sejam, as organizações de mídia. Tudo isto se somava a um desinteresse crescente do cidadão com relação à política e desconfiança com relação à própria imprensa, cujos dogmas de perseguir a verdade e ser o quarto poder democrático vinham sendo abalados por atuações pouco recomendáveis, ao fazer vistas grossas ou ser conivente com as ações políticas ilegais ou pouco éticas desde a década de 1970, com o agravante do atrelamento às grandes corporações econômicas a partir dos anos 1990.

A formação de grandes conglomerados de infotelecomunicação a partir da última década do século XX,

envolvendo setores essenciais ao público como imprensa, telefonia, satélites, internet e outros, se por um lado colocou os meios de comunicação sob suspeita por não defenderem interesses comunitários na hora de confrontá-los com empresas e negócios do mesmo grupo ao qual pertencem ou a que estão aliados, por outro acentuaram a necessidade da mídia por estas novas e sofisticadas tecnologias e marcaram uma nova era da comunicação social, a do imediatismo da notícia, inicialmente na televisão e pouco depois nos sites jornalísticos na internet. As novas facilidades tecnológicas facilitaram a popularização das TVs por assinatura, que passaram a ofertar programação segmentada, tendo como uma das inovações os canais de notícias 24 horas, fato que somado à aquisição de cadeias de jornais por grandes conglomerados diminuiriam o número de concorrentes e acirraram a competição no setor de mídia. O imediatismo da televisão e da internet e o poder da imagem ao vivo passaram a concorrer diretamente com os jornais e levaram muitos deles a apelar ao sensacionalismo em busca de audiência. O cenário persiste atualmente e, agravado, não está restrito aos Estados Unidos, pois atinge todas as grandes economias em função da globalização.

Porém, alguns jornais não cederam ao sensacionalismo e tentaram reaproximar-se da comunidade com a finalidade de retomar sua função de quarto poder em sociedades democráticas. Propuseram-se a colocar os direitos e deveres dos cidadãos no centro das suas preocupações. Queriam religar-se às comunidades e envolvê-las na busca da solução de seus problemas. Este posicionamento inicialmente de jornais dos Estados Unidos foi denominado de “jornalismo público”, “jornalismo cívico” e “jornalismo comunitário”, entre outros nomes.

Uma das primeiras experiências de jornalismo cívico foi do *Wichita Eagle*, do Kansas, no início da década de 1990 (MESQUITA;TRAQUINA, 2003). Descontente com a maneira como vinha cobrindo eleições, cobertura pautada por políticos e assessores, e ciente dos sintomas descritos, o jornal criou grupos de discussão, inseriu seus jornalistas na comunidade, promoveu conversas com os cidadãos para descobrir temas de interesse público e incorporá-los à discussão de pautas, comparando-os às propostas dos candidatos às eleições. Concomitantemente, o jornal decidiu afastar-se das fontes tradicionais e incentivar os leitores à participação na política. Iniciativas semelhantes foram adotadas por outros jornais americanos.

No Brasil, na segunda metade da década de 1990, foram feitas tentativas neste sentido, ao mesmo tempo em que certos grupos de mídia lançaram, alguns com sucesso, jornais mais populares, com leve apelo sensacionalista, linguagem mais acessível, mais imagens, infografia, textos curtos e simples. A intenção era explorar um mercado que não via sua realidade contemplada nos grandes jornais e cujo nível sociocultural impossibilitava seu entendimento e mesmo a compra dos jornais mais caros. Embora este assunto esteja relacionado, o presente trabalho está mais voltado a registrar a tentativa dos grandes jornais brasileiros em adotarem cobertura mais próxima ao leitor.

Esta mesma constatação repetia-se nas diversas regiões do país. Tanto que, em 1998, pouco antes do início

da campanha eleitoral, editores de política dos principais jornais de diferentes estados reuniram-se em Brasília, sob os auspícios da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), entidade patronal, para debater novas possibilidades cobrir eleições. O jornalismo cívico esteve em evidência no encontro e algumas experiências de norte a sul foram apresentadas. A *Gazeta do Povo*, jornal de maior circulação do Paraná, adotou a idéia. Resolveu realizar pesquisas para detectar as vontades, aspirações e preocupações do povo paranaense que passariam a pautar a cobertura da campanha eleitoral para governador do estado, presidente da República, deputado estadual e deputado federal. A iniciativa gerou uma forma diferente de cobrir eleições daquela até então em prática pelo jornal, porém mostrou-se logo ineficaz em estar ao lado do leitor e não dos políticos. Isto porque, assim como o jornal realizou pesquisas junto ao eleitor, os políticos também o fizeram, como sempre fazem. Assim, o jornal, embora com uma cobertura diferente, continuou sendo instrumento para o espetáculo dos políticos que, auxiliados por seus assessores de imprensa e de marketing, já tinham respostas prontas a todas as questões populares. Ou seja, esta fórmula não tem efeito no Brasil porque, como mostra a sua história democrática recente, os discursos eleitorais e dos políticos já eleitos não passam, no mais das vezes, de retórica previamente preparada por especialistas para mantê-los em alta perante a opinião pública. Consequentemente, a imprensa como meio democrático de cobrança aos políticos para que cumpram seus discursos continua ineficaz.

Outro agravante no país, contrário ao jornalismo cívico, é a pluralidade da sociedade brasileira, onde há grande número de pessoas com curso superior convivendo com maior número de analfabetos, ao mesmo tempo em que a baixa qualidade de educação ofertada deixa a maioria sem condições sequer de entender textos simples de jornais. Seria demais, diante desta realidade, querer que esta parcela mais humilde da população fosse consciente ao menos dos seus direitos mínimos, quanto mais que se organizasse ou participasse de reuniões comunitárias junto com jornalistas para usar das páginas de diários em busca de soluções, quando a luta pela sobrevivência não o permite pela falta de tempo, de energia ou capacidade de compreensão. Como o país é tão plural, seria possível a iniciativa em alguns grupos, mas de uma forma geral nem mesmo a classe média estaria disponível diante também do pouco tempo e estresse de trabalho, trânsito e violência das grandes cidades.

Defende-se que, no caos brasileiro, o termo Jornalismo Cidadão é adequado, porque a palavra “cidadania” remete a iniciativas que tratam da inclusão social, da busca pelos direitos dos cidadãos e está consagrado na linguagem da própria imprensa, bem disseminado na sociedade com conotação semelhante ao emprego de jornalismo cívico em textos portugueses e nas origens em inglês. No Brasil, a expressão jornalismo cívico sofre o risco de ter conotação militaresca, resquício da ditadura militar. Da mesma forma, jornalismo público remete a jornalismo oficial, porta-voz dos órgãos públicos e governos, justamente a antítese da proposta, assim como jornalismo comunitário ou jornalismo de serviço comunitário dão idéia de jornais alternativos feitos por ou para comunidades restritas, sem abrangência maior.

Acredita-se, porém, que, diante da realidade nacional, a universidade tem papel fundamental a cumprir na mudança desse quadro. Considerando as possibilidades de fazer um trabalho de base, é pela formação profissional que passa o movimento, que é de postura, não por um novo, mas por um jornalismo mais responsável.

3. Apresentação dos dados

3.1 O início do processo

Para os alunos, a preparação da edição *Leis que não são cumpridas* começou com um levantamento de questões gerais sobre a mídia brasileira, tendo como referência a leitura de *A tirania da comunicação*, de Ignácio Ramonet, escolhido como suporte para examinar a atual imprensa e verificar de que modo ela se identifica com a proposta de um jornalismo cidadão.

Assim, analisando o lugar da emissão, percebe-se que as grandes corporações de infotelecomunicação tratam, cada vez mais, a notícia como produto industrializado destinado ao lucro, sendo, com frequência, o que interessa nesta nova realidade: a possibilidade de comercialização, não a veracidade ou função social. Ao mesmo tempo, a produção jornalística está cada vez mais concentrada nos grandes conglomerados, que apresentam a notícia sob sua ótica e em atendimento aos próprios interesses e não, necessariamente, aos do cidadão. A “censura democrática” exercida veladamente pelo poder político e econômico sobre a imprensa (marcadamente por meio das assessorias de comunicação e marketing), por sua vez, acentua essa condição.

No que diz respeito aos jornalistas observou-se que, no caso do Brasil, o excesso de profissionais formados e o temor do desemprego levam-nos a cederem a pressões econômicas e políticas, muitas vezes reforçadas pelos próprios veículos onde trabalham, na confecção de suas matérias, e mesmo a sujeitarem-se à produção de matérias sensacionalistas nem sempre refletindo adequadamente a realidade. Além disso, a insuficiência de jornalistas nas redações indica que pode haver falta de tempo para checar melhor as informações e publicação de notícias sem credibilidade.

Centro da mídia atual para Ramonet, no Brasil a televisão é hegemônica. Por sua capacidade de mostrar, aparece como verdade, legitimando, mas não, necessariamente, esclarecendo o receptor. Ou seja, faz importar menos o fato, transformando a informação em espetáculo. Ao invés de investigar a verdade, servindo ao cidadão, é um sistema de produção industrial para consumo em larga escala. Por sua vez, o

jornalista passa a ser instrumento desse sistema, para o qual concorreram a evolução tecnológica e a divisão do trabalho. Por isso, é possível afirmar que, também no Brasil, o espírito do jornalismo cidadão perdeu-se no cotidiano dos meios como mercadorias e o papel da imprensa como agente em defesa da democracia, dos direitos do cidadão, foi se esvaziando.

3.2 As fontes preliminares da pesquisa

Diante destas e de outras constatações, os acadêmicos consideraram a proposta de produzir a edição sem incorrer nos erros e vícios constatados na imprensa, para o que foram preparados pelo professor, com a exposição dos princípios do jornalismo cívico norte-americano. Ao mesmo tempo, observou-se a dificuldade no levantamento de informações porque os alunos, assim como muitos cidadãos brasileiros, desconheciam muitas leis e, por desconhecê-las, não as cumpriam nem poderiam cobrar do poder público sequer sua própria cidadania quanto mais defender a dos leitores nas suas matérias; também não poderiam cobrar da imprensa, do poder político e econômico postura ética e legal se, por vontade própria ou não, cometiam falhas similares. Paralelamente, estavam vivenciando a falta de tempo dos jornalistas para informarem-se adequadamente sobre os assuntos que estavam prestes a cobrir. Sendo assim, houve necessidade de levantar fontes preliminares, no caso, especialistas da área jurídica, para coletar informações sobre leis que garantem a cidadania e que não são devidamente cumpridas no país.

Por outro lado, como a proposta do jornal é resgatar uma das funções do jornalista, como responsável pelas notícias de interesse do cidadão, dando prioridade às notícias de interesse da comunidade, acreditou-se ser fundamental ter informações do modo como a população percebe a ação dos meios. Partiu-se da hipótese que, na sociedade atual, há um questionamento do papel dos meios e, antes disso, uma descrença do receptor quanto às informações que recebe. Para verificar tal hipótese, fez-se uma pesquisa de opinião, que buscou verificar o grau de credibilidade da imprensa, por parte dos habitantes de Curitiba e Região Metropolitana. O universo pesquisado é a parcela da população (2.803.744 indivíduos, conforme o IBGE, 2005) que tem idade acima de 18 anos, que corresponde a aproximadamente 1.642.040 indivíduos. A amostragem foi definida em 561 entrevistados, abordados em cinco locais de fluxo estratégicos da capital, na primeira semana de agosto de 2006.

De acordo com os resultados da pesquisa (ZABLONSKI, 2006), para se informar sobre a cidade, a preferência é pela televisão (32%) e pelo jornal (27%), sendo que o telejornal é o produto mais consumido (68%), quando se trata de saber sobre o Brasil. A maioria (64%) acredita que a imprensa colabora na formação da opinião, mas, por outro lado, entende que essa mesma imprensa é, por sua vez, influenciada, principalmente pelo Governo (84%) e depois (80%) por grandes empresas nacionais, empresários e mercado

financeiro. Por outro lado, a imprensa é vista não como um instrumento efetivo da democracia, mas como uma mercadoria, daí, provavelmente, a razão de sua baixa credibilidade, evidenciada pelo fato de 66% dos entrevistados confiarem pouco na imprensa e 14% não confiarem. Na pesquisa, verificou-se que a maioria (56%) também não acredita na mídia como suporte para a solução dos problemas sociais. No que diz respeito aos meios, a internet foi apontada como um dos menos confiáveis, tendo a confiança de apenas 5% dos entrevistados. Por outro lado, o meio mais confiável (32%) é o jornal.

3.3 Da pauta à produção

Os dados colhidos na pesquisa de opinião reforçaram as razões de escolha do tema *Leis que não são cumpridas* para a edição nº115 do *Comunicare*. Cientes da importância da informação, para entender o mundo em que se vive, os cidadãos podem perceber também a relação de interesses que se estabelece, no processo de construção da notícia. No contexto do Brasil, o papel da mídia é fundamental, ao relatar os casos de corrupção exacerbada nos governos, com participação da iniciativa privada e inversão da autoridade, com presidiários comandando dos presídios ataques terroristas contra autoridades constituídas, policiais e da Justiça.

A busca por leis não cumpridas que poderiam servir de pautas à edição do *Comunicare* constituiu-se em tópico de debates no fórum da sala de aula virtual, resultando em 575 colaborações livres de alunos e do professor da disciplina. No processo de discussão, foram incorporadas questões consideradas agressão à ética e pautas alertas à sociedade para fatos em curso contra a cidadania e bem comum, mesmo que a própria sociedade ainda não estivesse consciente deles.

A essas discussões foi agregado o levantamento preliminar de dados das fontes da área jurídica, após o que os acadêmicos reuniram-se para reavaliar as pautas que vinham discutidas no fórum virtual e, então, propor quais assuntos seriam cobertos, seu agrupamento em editorias e distribuição nas 16 páginas disponíveis. A proposta resultante desta reunião foi apresentada ao professor da disciplina, cuja função no jornal laboratório é a de editor chefe. Com um processo de ajuste, as pautas foram finalmente definidas.

Seguiu-se a fase de coleta de dados, entrevistas, produção fotos, redação, edição, diagramação, revisão e demais etapas da produção de um jornal, que, após impresso e produzido, foi submetido à análise crítica. A cada editoria coube reunir-se, presencialmente ou online, discutir o trabalho de outra editoria para então apresentar sua crítica perante o professor e demais editorias, em sala de aula. Além da crítica ao fazer jornalístico trivial, pediu-se que as críticas levassem em consideração sobretudo se e como o jornal e a editoria em análise conseguiram trabalhar dentro da proposta de Jornalismo Cidadão.

3.4 Análise do processo de construção da notícia

Um balanço da análise do processo de produção da edição *Leis que não são cumpridas* permite identificar três principais aspectos que demonstram a efetividade na aplicação dos princípios do Jornalismo Cidadão. No primeiro, percebe-se que foi possível minimizar o uso de fontes oficiais detentoras do poder político e econômico, recorrendo a elas na busca de dados como estatísticas, que não sofrem interferências ideológicas; do mesmo modo, entrevistas com representantes do poder político ou do econômico e com fontes consideradas do “establishment” foram realizadas, entretanto, cobrando benefícios à sociedade ou em busca de explicações técnicas.

O segundo aspecto a ser apontado é que as reportagens cobraram das autoridades constituídas e alertaram o cidadão que leis sejam aplicadas igualmente ao poder público e econômico, assim como são à classe média e classes menos favorecidas economicamente. Desse modo, são reportagens de alerta sobre prejuízos à sociedade causados por ações, intenções ou omissões do poder público ou econômico, mesmo que a população se mostrasse inconsciente dos prejuízos que sofreria e, portanto, não houvesse qualquer reclamação popular pelo objeto da reportagem.

Em terceiro lugar, constata-se a presença de matérias jornalísticas baseadas na observação dos repórteres, em entrevistas com a população, deixando intencionalmente de ouvir “todos os lados da questão” quando estes se referiam ao político ou econômico, ou ainda a fontes notoriamente mantenedoras do *status quo*. Inclusive, observou-se que, ao enfrentar barreiras ao livre exercício do jornalismo ou tentativas de direcionamento do noticiário por assessorias de imprensa, o que Ramonet (2004) chama de “censura democrática”, os acadêmicos persistiram na sua independência e, nos casos mais graves, chegaram a denunciar no jornal este tipo de atentado à liberdade de imprensa; assim, as matérias publicadas não buscaram a isenção proposta pela maioria das correntes jornalísticas, mas assumiram o lado da sociedade, do cidadão, para minimizar as diferenças de forças favoráveis aos poderes político-econômicos.

Além dos aspectos citados, que diferenciaram a edição do jornalismo tradicional e mudaram o posicionamento do jornalista em relação à sociedade, concluiu-se também, ouvindo-se os acadêmicos que participaram da experiência e observando seu comportamento ao realizar a próxima edição do jornal, que os conceitos do Jornalismo Cidadão foram assimilados e passaram a nortear outras coberturas. Também se observou, no caso, que a motivação dos alunos aumenta, ao sentirem a possibilidade de contribuir para solucionar problemas sociais. Esta experiência também demonstrou que a universidade significa um lugar e um tempo de questionar o jornalismo e experimentar novas formas a serem levadas ao mercado de trabalho, campo de necessárias transformações.

4. Considerações finais

Entendendo que o atual Jornalismo é, de certo modo, refém do político, do econômico e do próprio midiático, acredita-se que a alternativa de resistência esteja na prática de um jornalismo responsável, mantendo o compromisso com a sociedade, de mantê-la adequadamente informada. Trata-se, em certa medida, de uma retomada de posição. Afinal, democracia, direito do cidadão sempre estiveram intrinsecamente ligados à idéia de imprensa.

Ao mesmo tempo, a sociedade delega ao jornalista a função de estar atento a todos os fatos que ocorrem no mundo, de escolher entre estes fatos os mais importantes e colocá-los em uma plataforma, de forma hierarquizada pela sua importância para o cidadão. Sendo assim, a comunidade pode e deve envolver-se com a qualidade da sua imprensa – sem esquecer, no entanto, que a função é do jornalista.

A nova mentalidade requerida aos jornalistas, seria estar mais atento aos problemas e aspirações sociais, um porta-voz da sociedade dentro da redação, mais resistente às tentações do jornalismo fácil das assessorias de imprensa, das fontes oficiais, dos grandes entrevistados do mundo político e econômico e do poder das próprias corporações proprietárias ou aliadas ao jornal para trabalhar.

Um jornalista dotado do espírito cidadão poderia até servir-se de pesquisas, promover encontros com a comunidade e demais propostas do jornalismo cívico. Porém o essencial é treinar permanente seu “tino” para captar notícias capazes de promover a cidadania transformando-o em “assessor de imprensa” da população, uma contrapartida ao fato de que atualmente os poderosos da política ou economia têm suas assessorias cada vez mais sofisticadas, produzindo suas próprias versões das informações e influenciando cada vez mais nos jornais e mídia em geral. O jornalista cidadão deveria circular menos nos ambientes oficiais e empresariais e estar mais presente no dia-a-dia da sua cidade, em contato com os cidadãos, para ser “contaminado” e produzir notícias não totalmente imparciais, porém ao lado daqueles que são a verdadeira razão da existência da imprensa e da democracia.

Acredita-se que a edição do jornal *Comunicare* realizada dentro dos princípios do Jornalismo Cidadão diferenciou-se das coberturas tradicionais dos jornais brasileiros em muitos aspectos, evidenciando possibilidades para a prática desse jornalismo. Do ponto de vista pedagógico, é pertinente apontar a relevância da proposta de formar profissionais que, entendendo o seu papel social, possam contribuir para a evolução do jornalismo

Referências bibliográficas

- MARCONDES FILHO, Ciro (1999). **Comunicação e jornalismo** – a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker.
- MORAES, Denis de (2001). **O concreto e o virtual** – mídia, cultura e tecnologia. Rio de Janeiro: DP&A. .
- PRESAS AREU, Graciela (2002). **Espacio publico y comunicación en el proceso de democratización brasilleño (1982-1992)** - a análisis del caso Collor de Mello. Barcelona: UAB. Trabalho não publicado.
- RAMONET, Ignacio (2004). **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes.
- RAMONET, Ignácio (2003). O poder midiático, in MORAES, D (Org). **Por uma outra comunicação** – mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record. p. 243-254.
- TRAQUINA, Nelson (2005). **Teorias do Jornalismo** – porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular.
- TRAQUINA, Nelson.; MESQUITA, Mario (2003). **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Horizonte.
- ZABLONSKY, Marcos José (2006). (coord). **A credibilidade da mídia** - pesquisa de opinião. Curitiba: PUCPR. Trabalho não publicado.