



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

MÁRCIO FERNANDES (UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ)

JORNALISMO CÍVICO: UM ESTUDO COMPARADO DOS MODELOS AMERICANO E BRASILEIRO

Palavras-chave: jornalismo, cidadania, equilíbrio

RESUMO: A mídia deve transcender seu papel de simples relatora de acontecimentos e buscar uma missão mais ampla, a de ajudar no bom funcionamento da sociedade? A mídia deve se envolver deliberadamente em projetos de jornalismo público, corrente que pretende incentivar práticas de cidadania, por parte das pessoas comuns e dos jornalistas ao mesmo tempo? Há um modelo verde-amarelo de jornalismo público, similar ao norte-americano, onde o conceito nasceu, na década de 90? A pesquisa em questão pretende responder a todos esses tópicos e ainda mapear as manifestações brasileiras de civic journalism e, se necessário, propor um parâmetro nacional. A pouca disponibilidade de bibliografia no Brasil sobre o tema é uma das justificativas do projeto, além dos excelentes resultados obtidos, como o aumento da credibilidade e do alcance da imprensa engajada na área.

Pode a mídia, mais do que relatar acontecimentos que alegadamente interessem à coletividade, estar envolvida em atividades e programas que intentem contribuir para a melhoria de vida dessa mesma comunidade? Em sendo positiva a resposta, devem os meios de comunicação noticiar com destaque tais projetos e, inclusive, fornecer infra-estrutura para a realização desses eventos? Diante de novo “sim”, como fazer isso sem deixar de observar pilares da imprensa contemporânea, como precisão e independência?

Essas são algumas das perguntas que a pesquisa em questão pretende responder em breve, fruto de interesse em compreender os conceitos e práticas de jornalismo cívico. Os recentes cases, sobretudo nos Estados Unidos, têm sido vistos por dezenas de estudiosos e profissionais da mídia como uma solução excelente para maior engajamento da imprensa na sociedade sem prejuízo aparente para os dois lados envolvidos. Por jornalismo cívico, comunitário, de contato com a comunidade ou de interesse público, entende-se que seja a ação de “retomar contato com a comunidade, descobrindo o que os leitores querem e abrindo espaço para discussões de temas de interesse público”, como pontificou o jornalista brasileiro Carlos Castilho (1997). Ou, como assinalou o editor americano Jan Schaffer (2001), um jornalismo “que ajude as pessoas a superarem sua sensação de impotência e alienação, desafiando-as a envolver-se e tomar para si a responsabilidade sobre problemas comunitários”.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A rápida e bem fundada evolução dos conceitos, das práticas e dos resultados do jornalismo cívico é que justificam essa reflexão, que, entre outros fins, busca comparar as manifestações americanas com as ações brasileiras e, em última instância, propor um modelo verde-amarelo, para nortear futuros interessados. Casos de jornalismo comunitário desenvolvidos em outros países, como Austrália, Canadá e Chile, também poderão ser estudados ao longo da pesquisa, que parte de uma premissa ainda pouco analisada no Brasil – a de que o jornalismo cívico é sim uma re-significação do jornalismo tradicional e que, logo, necessita ainda ser avaliado à luz das teorias da comunicação. Uma dessas teses, por exemplo, delineada pelo filósofo francês Jean Baudrillard (Matterlart & Mattelart, 2000), indica que “o que caracteriza os meios de comunicação de massa é ser antemediadores, intransitivos, fabricantes da não-comunicação se aceitarmos a comunicação como *troca*, como espaço recíproco de uma fala ou *resposta*, logo de uma responsabilidade”. O jornalismo cívico, cunhado nos Estados Unidos a partir dos anos 90, prega justamente o contrário. Sustenta que o esquema “emissor-canal/mensagem-receptor” (Laswell, 1979) não funciona mais apenas em um sentido, mas que há interação constante, principalmente por iniciativa do receptor. Sustenta, assim, que a adesão e a mudança de comportamentos das quais falava Laswell são parte essencial do jornalismo cívico.

Levantamentos da década passada indicaram que leitores ianques estavam se sentindo cada vez mais alijados da política nacional, enquanto que incrementavam seu interesse em questões locais, conforme documentos de institutos respeitadíssimos – Harwood Group, Nieman Foundation, Kettering Foundation e Times Mirror Center for the People and the Press. A decisão, em 1994, do Pew Charitable Trust Fund, de criar um centro de estudos e desenvolvimento do jornalismo cívico contribuiu de vez para alavancar essa modalidade, que, contabilizava nos Estados Unidos pelo menos 400 programas em andamento em 1997 (Castilho, 1997). No Brasil, há exemplos incipientes. Em Fortaleza, encontra-se um: há cinco anos está em andamento um projeto editorial do jornal O Povo que trata da cobertura jornalística sobre a infância sem ter os tópicos óbvios como rumo. Numa cidade margeada pelos baixos indicadores sociais, a banalidade na cobertura seria fácil de atingir. O Povo seguiu caminho contrário.

O fato é que os casos são raros. Poucas entidades, como Observatório da Imprensa e Instituto Gutenberg, desempenham com regularidade o papel de fiscal. Os pesquisadores Jacques Wainberg e Manuel Luís Petrik Pereira (2000) apontaram que somente 4,55% dos trabalhos publicados sobre jornalismo no Brasil entre 1983 e 1997 versavam sobre ética no jornalismo. Em valores absolutos, isso significou 20 trabalhos (livros, artigos, teses e dissertações) num universo de 436. Como disse o professor universitário Luiz Martins da Silva (2001), “o Brasil está para alguns aspectos da vida social como a Terra para algumas estrelas que já não existem, mas cuja luz finalmente chega até nós. Na área da comunicação social, um assunto se presta a essa analogia. Trata-se do civic journalism, um movimento que vem se expandindo há mais de uma década e até tem passado por questionamentos, mas por aqui ainda não mereceu sequer tradução”. Com a pesquisa em questão, eis um interesse em preencher essa lacuna, ao menos em parte.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A formulação de um modelo brasileiro poderá incitar a alteração de determinadas práticas públicas, tal qual no país norte-americano, como ilustraram os pesquisadores Frank Denton e Esther Thorson (1995), sempre em benefício de populações menos informadas, fazendo com que a política, por exemplo, deixe cada vez mais de ser um exercício para poucos para alastrar-se “às pessoas ordinárias” e mostrar-lhes como “os negócios públicos os afetam e como eles podem ter impacto”. Em última instância, a busca e sugestão de um parâmetro nacional pode lançar a base de uma geração de homens de imprensa que, “dizendo sempre a verdade, sejam capazes de mudar a face de uma nação”, como delineou certa vez o editor italiano Giulio de Benedetti.

Incitar mudanças parece mesmo ser uma sina do jornalismo cívico. Davies Merritt, editor americano e considerado um dos pais do civic journalism, atesta que a imprensa contemporânea precisa ser capaz de transcender a “missão limitada de contar notícias, até uma missão muito mais ampla, de ajuda para que a vida pública funcione bem e atuar baseando-se nesse imperativo” (Lennon, 2002). Outro estudioso americano, Robert Steele (1995), recorreu a um humorista, Finley Dunne, para descrever a missão que a nova missão dos jornais é confortar os aflitos e afligir os confortados. Mesmo Marshall McLuhan (1979) pode ser citado aqui, como um dos teóricos que influenciaram o jornalismo cívico, quando criou a divisão dos meios de comunicação em “quentes”, nos quais o receptor é passivo, e “frios”, onde é possível a troca de dados.

Projetos da década passada atestam o que se escreve. “(...) Outra experiência original é a do The Spokesman Review, um jornal da cidade de Spoke, no Estado de Washington, que eliminou a secção de editoriais e designou dois editores, chamados de *interativos*, para ajudar os leitores a colocarem opiniões em formato jornalístico. O Tallahassee Democrat pulou para a Internet. O jornal da capital do Estado da Flórida organiza fóruns conjuntos com leitores e membros da Câmara dos Deputados, e depois coloca o teor dos debates na rede pública e gratuita de computadores, para as pessoas poderem seguir a discussão em casa. O número de interessados cresceu 200 vezes em três meses” (Castilho, 1997).

Outro: “O jornal The Virginian Pilot, por exemplo, distribuiu a todos os candidatos (nas eleições americanas de 1992) a cargos regionais um formulário imitando um pedido de emprego no qual eles deveriam apresentar um currículo e dizer o que pretendiam fazer. Depois, convocou uma série de mesas-redondas entre os candidatos e eleitores para discutir a agenda levantada entre os leitores a partir das pesquisas de opinião pública. Procedimento semelhante foi adotado por jornais como The Orange County Register, St Petersburg Times e até por jornais maiores, como o Boston Globe e o Seattle Times. Muitos deles procuraram acordos com emissoras de TV para aumentar o alcance e a participação popular” (Castilho, 1997).

Mais um: “Uma das experiências mais ambiciosas realizou-se em 1999, quando o jornal The Spokesman Review utilizou ferramentas de *mapeamento* de jornalismo cívico para determinar momentos fundamentais da vida dos jovens que determinam se eles terão sucesso ou fracassarão quando adultos, possivelmente terminando na prisão. Eles surgiram com alguns momentos interessantes, como o primeiro dia na quarta série, que é quando se saberá se uma criança irá gostar da escola ou não. Ou o primeiro dia da



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

sétima série, que é quando se determina quem será um *nerd* ou parte do grupo influente. A idéia não foi apenas cobrir esse assunto, mas também descobrir alguns pontos de intervenção para as agências de assistência social da comunidade. Essa é uma definição muito diferente de notícia” (Schaffer, 2001).

Essa *definição muito diferente de notícia* também é freqüentemente seguida pelo The Orange County Register, jornal do Estado da Califórnia, que “realizou experiências com uma nova técnica narrativa, para contar a história das ‘Crianças de motel’, crianças dolorosamente pobres que vivem em motéis residenciais literalmente em frente ao parque temático da Disneylândia. A história foi contada em forma de diálogo, utilizando as próprias palavras das crianças. A reação foi surpreendente. Ela inclui 200 mil dólares em doações, 50 toneladas de alimentos, 8 mil brinquedos e milhares de horas de voluntários dedicadas a auxiliar as ‘crianças de motel’. O Condado destinou 1 milhão de dólares para um programa residencial, a fim de retirar as famílias dos motéis. Uma agência sem fins lucrativos lançou uma campanha de US\$ 5 milhões para tratar as famílias de motéis viciadas em drogas. A repórter Laura Saari afirmou posteriormente que o que a impressionou foi como todos estavam trabalhando juntos em busca de uma solução. ‘Uma reportagem similar, escrita de forma convencional, teria colocado as agências governamentais na defensiva. Mas, devido à abordagem do texto, ninguém sentiu que estava sendo acusado. Assim, em vez de gastarem energia defendendo-se, eles foram às ruas’. O jornalismo cívico trata da redefinição do equilíbrio” (Schaffer, 2001).

Aqui se insere uma palavra-chave – equilíbrio. Este autor deste artigo travou contato inicial com o jornalismo público em 1997, quando da produção da monografia *A opinião do leitor no interior do Rio Grande do Sul*, defendida como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Tal estudo acabou aprovado com nota máxima e distinção acadêmica pela banca. Neste momento, o assunto é objeto de análise no Mestrado em Comunicação e Linguagens, da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). E a expressão “equilíbrio” ainda provoca questionamentos, muitos questionamentos.

Naquilo que se convencionou chamar de jornalismo tradicional, o equilíbrio também é fator importante. Manuais e demais regras recomendam ouvir todas as partes envolvidas e a elas destinar espaços iguais nas matérias sempre que possível – e com o mesmo destaque. Essa é a situação ideal, mas adversidades de toda espécie acabam por, em muitos casos, atrapalhar a intenção do jornalista. E, quanto menor a estrutura do veículo de comunicação, maior a probabilidade de influências externas. Mundo afora, os mecanismos para manter o equilíbrio na imprensa são distintos. Na Austrália, um Conselho de Imprensa cuida para que os mass media possam ter liberdade para informar, mas responsabilidade para trazer notícias com veracidade. Quando um veículo é condenado pelo Conselho a se retratar, deve fazê-lo com o devido destaque junto à opinião pública. No Canadá, diversos tribunais éticos sustentados pelos órgãos de comunicação estão espalhados pelos Estados daquele país da América do Norte.

No Brasil, a carência é acentuada, o que tende a indicar uma imprensa perniciosa o suficiente para ter baixa credibilidade. Ao longo dos últimos anos, ações como o ombudsman da Folha de São Paulo, mais a



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

veiculação de programas televisivos tipo Globo Comunidade e campanhas como a *Eu quero paz*, do jornal Correio Braziliense, chegaram a receber a alcunha de cívicas, porém sem uma análise acadêmica que as pudesse referendar ou não como tal. E por quais motivos isso se deu?

Uma das deficiências está no estudo do vocabulário que o civic journalism enseja. Essa carga semiótica necessita ser detalhada, algo que a pesquisa em questão pretende contribuir de modo significativo. O “dicionário” inclui expressões como “cão-guia” – um contraponto ao “cão de guarda” em vigor no país – e, “conselho de imprensa” e “problemas cívicos” (em vez de problemas do Poder Público). Uma análise das práticas americanas de civic journalism permite ver que, quando o cão vigilante cede espaço ao cão-guia, idéias originais são colhidas nas redações e os meios de comunicação começam a fazer seu trabalho de modo diferente, influenciando os cidadãos a fazer o seu também de modo diferente (Schaffer, 2001).

Esse realizar “de modo diferente” é outro item de discussão. O lingüista suíço Ferdinand de Saussure costumava afirmar que era o ponto de vista que definia o objeto, e não o contrário. O semiólogo Roland Barthes (s/d) tinha uma assertiva semelhante: o que importa é o contar, não o conto. Trazendo isso para a esfera do jornalismo comunitário, pode-se dizer que é preciso debater com afincos cada meio cívico empregado pelos *mass media*, no Brasil ou em qualquer outro país, justamente para evitar deslizos que possam comprometer códigos de ética vigentes na sociedade e na própria imprensa. Ou para evitar que a mídia solidifique a tese de que é um “Quarto Poder”, em detrimento de um “Poder Moderador”, adjetivo mais pertinente ao jornalismo cívico.

Por Quarto Poder, entende-se o compromisso da imprensa com a objetividade no tratamento das notícias; com a representação do cidadão comum frente ao Estado; e com o funcionamento eficiente do sistema de divisão de poderes (Albuquerque, 1999). Por Poder Moderador, pode-se concluir que seja um instrumento mais completo que o anterior entre o cidadão e os demais Poderes. Ora, objetividade, representação perante o Estado e zelo pela divisão equânime da coisa pública são tarefas consideradas obrigações básicas pela corrente cívica e que, como pontuou Lennon (2001), citando Merritt, é preciso ir além.

Jornalistas cívicos dizem acreditar que sua missão é motivar as pessoas a pensar e agir, em vez de meramente atraí-las para assistir à apresentação dos fatos, sejam da mídia impressa, televisiva ou radiofônica. É uma re-significação de sua meta e sem medo de torná-la pública e consolidada.

Claro que o jornalismo cívico é passível de ataques e, por isso mesmo, precisa ser debatido. Na década passada, publicações influentes nos Estados Unidos, como o jornal The New York Times, sustentaram que o jornalismo de contato com a comunidade significava a morte justamente dos pilares citados anteriormente, isenção e independência. O The Washington Post também se virou contra a corrente, lembrando que não cabia à imprensa, no caso da cobertura de uma eleição, por exemplo, criar uma agenda ampla de assuntos e orientar a discussão entre candidatos e votantes. Para o Post, a tarefa se encerra no limite



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

da cobertura imparcial dos acontecimentos. Mais do que isso, seria utilizar o jornalismo como arma de marketing ou relações públicas, algo condenável na visão do diário da capital americana.

Outros críticos apelam para o caso do Pew Center, criado pelos descendentes do magnata do petróleo Joseph Pew. O chamado “berço conservador” do Pew Center seria, assim, só mais uma prova de o jornalismo cívico está mais para ser uma ferramenta de interesse de poucos do que um instrumento em benefício da coletividade, em qualquer país. Outros, por seu turno, recordam o exemplo ocorrido nos anos 90 no Chile (Castilho, 1995), mas que bem poderia ter ocorrido em qualquer país: “Um caso de rotina: Sérgio Armstrong foi entrevistado na rua pela Rede de Televisão Universidade do Chile, para o programa aumentem o volume. Segundo reclamaria depois ao Conselho de Ética dos Meios de Comunicação do Chile, o diálogo original foi o seguinte:

‘ – Você ouve música jovem?

Respondi que só de vez em quando.

- Você gosta desse tipo de música?

Respondi que há coisas boas e outras nem tanto.

- Mas você dançaria essa música jovem?

Respondi que, depois de tomar uns tragos, dançaria qualquer coisa.’

Mas a última pergunta (quando acabou no ar) foi trocada para: ‘Você passaria a noite com Kim Basinger?’ Como dá para notar, é um daqueles programas que emissoras de rádio e TV adoram fazer para ridicularizar as pessoas. Mas Armstrong não achou nenhuma graça. O diretor da TV alegou que esta é uma *técnica mundialmente usada para provocar uma situação humorística* e que os entrevistados são informados da mudança das perguntas e, se não estiverem de acordo, a *entrevista* não é transmitida. Mas, por *lamentável descuido*, isso não foi dito a Armstrong”.

Claramente, a credibilidade dos meios de imprensa cai com frequência devido a acontecimentos do gênero. Com isso, dezenas de pesquisas sobre confiança na imprensa publicadas todos os anos em países distintos tendem a atestar que os “jornalões” The New York Times e The Washington Post estão equivocados. Em 1995, em um documento público, o Yankelovich Monitor (Castilho, 1997) afirmou que a credibilidade dos jornais americanos havia caído de 51%, em 1988, para 21%. No mesmo período, as revistas haviam passado de 38% para 14%, enquanto que a televisão podia ostentar um índice de credibilidade plena de 23% em 1995, menos da metade que detinha sete anos antes. Em abril do corrente, Lennon demonstrou que, diante da crise sócio-econômica na Argentina, a imprensa local não soube cumprir seu papel de “confortar os aflitos”, ao criticar amargamente e movida por interesses obscuros os dirigentes da República ou, o que é pior, ao se omitirem diante de uma situação ímpar no país latino. Como é voz corrente e plenamente aceita que os meios de comunicação são um dos melhores defensores do sistema democrático, houve falha grave. E, quando isso ocorre, os índices de aprovação dos mass media decrescem vertiginosamente.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Entende-se aqui que é nesses momentos de instabilidade que a imprensa jamais poderia falhar. E não é só nos grandes temas eleitorais ou econômicos que a força da mídia precisa estar presente. Em 1997, o jornal San Jose Mercury News, do Estado da Califórnia, instituiu um projeto exemplar: aboliu a editoria Opinião e começou a distribuir as cartas dos leitores por todas as editorias. Lixo na rua, segurança pública e qualidade de vida passaram a ser os temas mais frequentes na avalanche contínua de cartas que o San Jose começou a notar (Castilho, 1997).

Ao decidir pelo programa de espalhamento dos canais do leitor, o San Jose deu sua parcela, mesmo que mínima, para evitar que o conceito de que o jornalismo é “arrogante, cínico, escandaloso e destrutivo”, como escrito por James Fallows (1997), ganhasse mais corpo. Com a pesquisa em questão, o que se pretende é apurar onde estão as demais pequenas parcelas da mídia americana e saber o que o Brasil pode fazer a respeito, para benefício interno, para benefício da sua imprensa e de seus cidadãos. Uma base do que tende a acontecer em determinadas regiões da nação verde-amarela pode ser retirada de algumas das conclusões do próprio Schaffer (2001): “Mas qual é o lucro do jornalismo cívico? Para a comunidade: observamos que, ao fornecermos aos leitores meios de agir, eles irão agir; observamos em pesquisas que o jornalismo cívico aumentou de forma mensurável o conhecimento dos leitores sobre assuntos específicos; observamos outros grupos comunitários adotarem o modelo de engajamento cívico (através de círculos de estudo e equipes de ação, por exemplo) que eles aprenderam através do envolvimento de organizações noticiosas com esforços de jornalismo cívico”.

Schaffer continua: “Para o jornalismo: observamos jornalismo de profundidade com ressonância mais autêntica com a comunidade, em vez de jornalismo que apenas repete os dois lados de uma questão; observamos jornalistas redescobrimo suas comunidades e rompendo alguns velhos estereótipos; observamos todo tipo de inovações nas redações. Novas páginas, novos empregos, novos critérios, novas declarações de missão (...); por fim, o jornalismo cívico produziu um ambiente que permitiu aos editores assumirem novos riscos”.

Ao final das contas, ao praticar jornalismo público, é como ser um profissional ético em alta instância, em prol do cidadão, que pode ser ele mesmo. É transcender o mito do “jornalista Watergate”, sempre solitário, em busca de um erro para denunciar. É colaborar para que esse erro seja evitado. Com esse estudo, busca-se aqui convalidar esse interesse por uma imprensa mais cidadã, no sentido em que ela também seja responsável pelos erros e acertos – e não apenas aponte as falhas e se autocongratule pelas conquistas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989
- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. Lisboa: Edições 70, s/d
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógios d'Água, 1991
- CAPOTE, Truman. *A sangue frio*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1965
- COSTA, Caio Túlio. *O relógio de Pascal*. São Paulo: Siciliano, 1991



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. São Paulo: Summus, 1986
- JOBIM, Danton. *Espírito do jornalismo*. São Paulo: Edusp, 1990
- FALLOWS, James. *Detonando a notícia – como a mídia corrói a democracia americana*. São Paulo: Civilização Brasileira, 1997
- LASWELL, Harold. *A Linguagem da Política*. Distrito Federal: Editora da UnB, 1979
- MACLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1979
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michéle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 2000
- MEYER, Philip. *A ética no jornalismo*. São Paulo: Forense Universitária, 1987
- NERY, Sebastião. *Grandes pecados da imprensa*. São Paulo: Geração Editorial, 2000
- SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001
- SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de lingüística geral*. São Paulo: Cultrix, 1972
- SCHAFFER, Jan. *Civic journalism is...True stories from America's newsrooms*. Washington: Pew Center Library, 2001
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001
- ALBUQUERQUE, Afonso. *Um outro quarto poder – imprensa e compromisso político no Brasil*. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos. São Leopoldo, v.1, n.1, p.7-38, dez. 1999
- CASTILHO, Carlos. *Os conselhos de ética são um meio eficiente de auto-regulamentação da imprensa?* Boletim do Instituto Gutenberg, São Paulo, n. 6, pg 14, nov-dez 1995
- CASTILHO, Carlos. *Jornalismo público*. Boletim do Instituto Gutenberg, São Paulo, n. 15, pg. 15, mai-jun 1997
- FOUHY, Ed. *Is civic journalism the answer?.* Communicator. S/1, p.18-19, mai. 1994
- COSTA, Caio Túlio. Os limites do ombudsman. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 8 abr. 1990, p. A6
- MERRITT, Davies. Public journalism: a movement toward fundamental cultural change. *Wichita Eagle Journal*, Kansas City, 30 out. 1994, p. 17A
- ORGANIZATION FOR NEWS OMBUDSMEN. Guidelines for news ombudsmen. Washington, 1982
- PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. *Levantamento Estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil*. Jacques Wainberg e Manuel Luís Petrik Pereira. Porto Alegre, 2000
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. *Monografia A opinião do leitor no interior do Rio Grande do Sul*. Márcio Fernandes. Santa Maria, dez. 1997
- FEDERICO REY LENNON. *Las cacerolas vacías – la crisis argentina y los medios de comunicación*. <http://www.comunica.org/chasqui>> abr. 2001



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

FRANK DENTON & ESTHER THORSON. *Civic journalism: does it work?*. <http://www.pewcenter.org>> 1995

JAN SCHAFFER. *O papel dos meios de comunicação na construção das comunidades*. <http://www.pewcenter.org>> 14.ago.2001

LUIZ MARTINS DA SILVA. *Civic journalism: um gênero que no Brasil ainda não emplacou*. <http://www.ucb.br>> 2001

ROBERT STEELE. *The ethics of civic journalism: independence as guide*. <http://www.pointer.org>> jun. 1995