



## O Jornalismo Público como Redefinidor Social<sup>1</sup>

Eduarda Schneider Lemes<sup>2</sup>  
Pedro Henrique Costa Krüger<sup>3</sup>  
Eduardo Ritter<sup>4</sup>

Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS

### RESUMO

O Jornalismo Público é considerado uma alternativa ao jornalismo *convencional*, apesar de suas características serem próximas à essência da profissão. Trata-se de uma linha de pensamento que tem por objetivo dar à sociedade o que é dela por direito: informação. Para isso, através de reflexões acerca dessa linha de pensamento, serão apresentados argumentos que viabilizam e inserem o Jornalismo Público como modelo padrão ao jornalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo público; sociedade; alternativa; convencional.

### 1. INTRODUÇÃO

Devido à inconformidade com as eleições estadunidenses do ano de 1998, o jornalista e editor Davis Merritt do jornal *The Wichita Eagle*, Kansas, lançou o termo *civic journalism* ou, atualmente no Brasil, jornalismo público. O *civic journalism* batizou um movimento social jornalístico que visava redefinir o modelo vigente nas redações da época. A linha de pensamento sugerida por Merritt é muito parecida com o que, na verdade, seria o propósito original da profissão: “[...] cuidar da segurança e do bem-estar das pessoas que nele confiam.” (PULITZER apud HOHENBERG, 1981, p. 8)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPel, email: eduarda.lemes@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPel, email: peedrohckruiger@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFPel, email: rittergaucho@hotmail.com



A ideia do *civic journalism* nasceu da necessidade, constatada por Merritt, da população norte-americana em inserir-se ativamente com mais profundidade e entendimento no processo eleitoral. Possibilitando assim, com a mediação do jornalista, o exercício pleno de um direito constitucional: a democracia. Nesse contexto, o papel do jornalista seria permitir e proporcionar a ocorrência de um debate público nos meios de comunicação (SOUSA, 2009) fazendo com que a sociedade se tornasse num agente ativo ao invés de passivo.

Se partirmos do propósito de que o jornalismo consolida-se como elemento fundamental da democracia, o jornalismo público não deveria ser considerado um movimento, uma vez que seu ideal converge com a essência da profissão que é o motivo pelo qual o jornalismo se faz fundamental. Assim sendo, será questionada a ideia da existência de um jornalismo *convencional*, conforme sustenta Schudson apud Borges (2009, p.98) quando fala sobre a afirmação do jornalismo público como um modelo alternativo ao modelo *convencional*.

Para desenvolver esse tema serão analisadas as coincidências entre os conceitos de jornalismo e jornalismo público; assim como o inciso XIV do artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, e suas interpretações, que garante o direito à informação e coloca, por conseguinte, o jornalismo como elemento fundamental da democracia; além de pensar a ideia de o jornalismo público ser a alternativa ao modelo de jornalismo *convencional*, predominante no Brasil.

## 2. CONCEITOS

Desde a sua origem o *civic journalism* preocupa-se com o envolvimento das pessoas em assuntos de interesse público, como política, economia, saúde, entre outros. Para isso, utiliza-se de pesquisas de opinião a fim de conhecer os interesses do cidadão, elencando, assim, os tópicos preferenciais que formarão a pauta da mídia. A promoção do debate público, grande característica do *civic journalism*, permite a deliberação pelos cidadãos e garante a participação de todos, concretizando os princípios da democracia, como sustenta SOUSA (2009, p.2) quando diz que [...] o processo democrático apenas tem significado real e verdadeiro se os cidadãos estiverem informados. [...] somente cidadãos informados podem agir com consciência e fazerem escolhas acertadas.



Considerando a importância qualitativa da informação, o jornalista público deve ter por essência o compromisso social de auxiliar o cidadão a formatar as suas opiniões. Além disso, deve contextualizar os fatos e propor soluções, atuando, então, como “participante justo” (MERRITT apud BORGES, 1998, p.95), o que, conseqüentemente, vai de encontro à Teoria do Espelho – a qual insere o jornalista como mero observador da realidade. Para tal, é necessário que o jornalista identifique e reporte os principais problemas que geram preocupação à sociedade, cobrindo-os a partir da perspectiva do público e envolvendo os cidadãos na busca por uma resolução às intempéries (HAAS apud BORGES, 2009, p. 98).

Sendo assim, a função do jornalista público é possibilitar que os meios de comunicação sejam espaço de debate e reflexão sobre a complexidade social, além de direcionar a atenção do jornalismo para o interesse público e não às audiências. Reforçando essa ideia, Fernandes (2002, p.1003) afirma que “A função do jornalista público é motivar as pessoas a pensar e agir, em vez de meramente atraí-las para assistir à apresentação dos fatos”.

Uma vez que o propósito do jornalismo público é servir à sociedade, qual seria a função do jornalismo *convencional*? Pulitzer (1981, p. 8) definiu a função social do jornalista, dizendo que:

O jornalista é o vigia na ponte de comando do navio do Estado. Ele nota a vela que passa, os pequenos sinais que surgem no horizonte. Ele informa sobre o naufrago que surge à deriva e se este pode ser salvo. Ele perscruta através do nevoeiro da tempestade para avisar sobre os perigos à frente. (p.8)

Ainda sobre a função social, Sousa (2009, p.3) define a do jornalismo como perseguidora da ideia do bem, dizendo que “o jornalismo aspira a ser um bem público, no sentido de que deve ser benéfico para o maior número de pessoas”. Além disso, sustenta que o jornalismo contribui para a elevação do espírito humano no momento em que liberta o homem da ignorância (p.8). Christofolletti (2008) em “*Ética no Jornalismo*” defende seu ponto de vista sobre a profissão dizendo que:

A função da imprensa é confortar os aflitos e afligir os confortados. Nessa direção, o jornalismo constrói para si uma espécie de missão, de lugar e vocação social: fiscaliza os poderes estabelecidos, investiga e denuncia abusos, luta por uma camada da sociedade. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.35)



A partir da definição destes três autores, pode-se construir a ideia de que o jornalismo, em sua origem, é para a sociedade. É uma profissão que almeja servir à sociedade, e existir para que a população compreenda o que se passa no mundo. Meditsch (1997, p.6) define uma das justificativas da profissão dizendo que é “manter a comunicabilidade entre o físico, o advogado, o operário e o filósofo”, ou seja, informar, auxiliando a sociedade a construir suas próprias acepções de realidade.

Porém, o jornalismo *convencional* que impera atualmente, não segue à risca as definições acima. Desde o período do desenvolvimento industrial, o jornalismo tem tomado outros rumos que fazem com que parte dos profissionais esqueça que a profissão é regida por responsabilidade social. Com a ascensão capitalista, o jornalismo *convencional* distorceu seu ideal, e passou a ser a chamada indústria da comunicação, deixando-se confundir com publicidade e marketing, como se a informação fosse um produto e como se a essência fosse a lucratividade. Neste contexto, Bucci (2002) questiona o ideal jornalístico:

Como pode a imprensa fiscalizar o poder – um de seus deveres supremos – se ela se converteu num negócio transnacional, oligopolizado em conglomerados da mídia que trafica influência junto aos governos para conseguir mais concessões de canais e mais facilidades de financiamento público? Onde está a independência do jornalismo? (BUCCI, 2002, p.12)

Apesar da clara distorção na prática do o que é jornalismo, o jornalismo público ainda é considerado uma alternativa quando deveria ser praticado como fundamento da profissão. Teoricamente, o jornalismo é uma profissão com forte função social e compromisso com as pessoas - mesmas características que definem o *civic journalism*. Portanto, este não deveria ser considerado como uma opção, afinal os conceitos de jornalismo e jornalismo público convergem e têm, assim, o mesmo sentido e finalidade.

Com tantas características afins chega-se a uma conclusão lógica e, ao mesmo tempo, a um questionamento natural: por que considerar o jornalismo público como alternativa quando, na verdade, ele faz parte da essência da profissão?

### **3. DIREITO À INFORMAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO**



Diversos países defendem constitucionalmente o acesso à informação pela sociedade. Mais do que isso, algumas constituições resguardam o direito a informação de interesse público, como é o caso da Constituição da República Federativa do Brasil, que o assegura nos limites do direito à privacidade. Fica evidente a importância do resguardo desse direito no momento em que a sociedade passa a absorver informação relevante, ou seja, de interesse público.

Segundo Branco (2001, p.321) é importante estar atento ao fato de que “[...] interesse público não é conceito coincidente com o de interesse do público”. Para isso, Branco (2011) conceitua notícias relevantes como sendo aquelas que auxiliam os indivíduos a tomar decisões importantes na sociedade, a exemplo de notícias sobre saúde ou segurança pública.

Cobra-se, além disso, que a divulgação não se destine meramente a atender à curiosidade ociosa do público, mas que vise a se constituir em elemento útil a que o indivíduo que vai receber o informe se oriente melhor na sociedade em que vive. (BRANCO 2011, p. 321)

O inciso XIV do artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, sustenta que “É assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Entende-se, assim, que todo cidadão brasileiro tem protegido por lei o direito à instrução, que advém das informações que recebe.

Uma interpretação muito pertinente ao tema tratado nesta análise é a que faz Fábio Balestro, diretor do Departamento de Relações Internacionais da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, quando se refere à informação política e governamental<sup>5</sup>. Balestro defende que, através do exercício de sua soberania, o povo tem o direito de ter conhecimento sobre o funcionamento do governo, assim como de saber o que seus mandatários fazem e decidem em seu nome, além de que “não devem, de forma alguma, ser privado disso”.

Outra interpretação é a que o advogado e professor de Direito, José Francisco Cunha Ferraz Filho, faz no livro “Constituição Federal Interpretada”

Todos têm o direito de se informar dos fatos relevantes da vida social e política. Essa ideia de transparência e contato com os fatos e acontecimentos do cotidiano é requisito imprescindível à boa

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8MLm9Swe97o>. Acesso em 29 de fevereiro de 2012.

instrução social. Na verdade, sem acesso à informação não haverá que falar em direito a informação. Destarte, essa garantia é estendida a todos, indistintamente. Contudo, não de ser respeitados aqueles assuntos que dizem respeito a intimidade, inclusive no tocante ao exercício profissional, mas também do cliente. O sigilo profissional, que permite manter anônimo a sua fonte, é um direito constitucional. (FERRAZ FILHO, 2011, p.22)

De acordo com Ferraz Filho fica explícito o direito a informação de interesse público, assim como o acesso a ela pelos cidadãos - garantia necessária para o cumprimento da lei. No momento em que não houver a divulgação da informação de interesse público, não se faz necessário existir uma lei que a garanta, uma vez que não existirá informação. O advogado ainda salienta a preservação da intimidade em assuntos que se referem à vida privada do indivíduo. Porém, para que essas leis não fiquem apenas no papel e possam ser verdadeiramente respeitadas é necessária a contribuição de um profissional em especial: o jornalista.

Como já foi dito anteriormente, o papel do jornalismo público vai muito mais além do que apenas informar. O jornalista público deve ter como ideal a defesa da livre circulação de conteúdo relevante à sociedade; munindo-a de informações que possibilitem a construção de uma base sólida, visando formar uma opinião pública de qualidade; auxiliando no desenvolvimento de uma sociedade onde o ideal democrático seja completamente difundido e todos realmente terão voz, assim como defendem MACHADO e MOREIRA (2005, p. 119):

[...] o jornalismo público, que surge a partir dos movimentos de crítica à mídia, está baseado em ideias como fortalecimento da vida pública, a concepção de seu público como cidadão e não como consumidor, a preocupação com a formação dos cidadãos e não apenas com a informação e a consciência da responsabilidade social. (MACHADO e MOREIRA, 2005, p. 119)

Tamanha responsabilidade é exigida não só do profissional, mas também do cidadão. Segundo Sousa (2009, pg. 4), “a democracia depende dos cidadãos”, pois mesmo que o jornalista proporcione as características necessárias para a efetivação da democracia, “conhecer o mundo, socializar-se e aculturar-se politicamente são atividades pró-ativas que exigem esforço por parte dos interessados, esforço esse que, reconhecamos-lo, nem todos dispõem ou sequer querem ou gostam de dispender” (SOUSA, 2009, pg. 4). Neste caso, o modelo de informação almejado pelo jornalismo público fará com que as pessoas exerçam plenamente seus direitos democráticos como



os de decisão e escolha, e que sejam verdadeiramente representadas por um governante, o que é bem diferente de serem submetidas a um.

Desta forma percebe-se que, assim como os conceitos de jornalismo e jornalismo público convergem, o direito à informação e as características que o jornalismo público propõe também seguem as mesmas direções. Sendo assim, surge uma pergunta chave em que sua resposta esclareceria o sistema jornalístico da atualidade: por qual motivo o jornalismo chamado *convencional*, não retoma suas características originais, que o fazem ser o jornalismo público, se até mesmo a lei encontra-se favorável?

Sousa (2009, p.8) responde ao questionamento no momento em que constata a transgressão atual do jornalismo para o marketing, o que ocasionaria um “esvaziamento dos conteúdos”, dizendo que estes dependeriam mais de “interesses superficiais [...] do que dos critérios de noticiabilidade, rigor, constância e profundidade que, idealmente, permitiriam tornar o jornalismo um bem efectivamente público”.

Ainda sobre a possível transgressão do jornalismo, pode-se citar mais alguns autores que abordam essa mesma temática. Bucci (2002, p.12) ressalta que a imprensa existe para “beneficiar a sociedade democrática em sua dimensão civil e pública, não como prerrogativa de negócios sem limites na área da mídia e das telecomunicações, em dimensões nacionais e transnacionais”. Christofolletti (2008, p.35), por sua vez, diz que “diferentemente da publicidade, da propaganda ou do marketing, o jornalismo não deve ser promocional, isto é, não deve enaltecer, promover. É uma atividade crítica e incômoda”.

Portanto, o motivo pelo qual o jornalismo não retoma suas características públicas, seria o de que a prática profissional inclinou-se para o mercado e para indústria, fazendo com que o jornalismo se torne mais um produto da sociedade capitalista e que, por isso, é muito mais favorável continuar sendo *convencional* e lucrativo ao invés de público.

#### **4. JORNALISMO PÚBLICO COMO MODELO PADRÃO**

O jornalismo atual, que é chamado de *convencional* nesta pesquisa, traz em suas características diretrizes distintas das que o jornalismo propõe em sua essência - como



as que foram colocadas nas páginas anteriores. Para esclarecer essas características Cervi, Massuchin e Engelbrecht (2009, p.2) no artigo “*Jornalismo Público ou Convencional: que faz diferença para a democracia brasileira?*” apontam o jornalismo *convencional* como um modelo em que os conteúdos são “[...] definidos de maneira autoritária e vertical, no interior das estruturas dos meios de comunicação, e muitas vezes com a finalidade de atender aos interesses comerciais de determinados segmentos”.

A partir dessa definição pode-se constatar que o jornalismo *convencional* é o que se apresenta atualmente em todas as mídias: uma atividade capitalista que acompanha o mercado, limita a participação pública e que se preocupa em entreter as pessoas, tornando-as consumidoras de espetáculos (PINTO, 2002, p.98). Ou seja, o interesse comercial tem maior importância para o jornalismo *convencional* do que o interesse público.

Um exemplo do impacto de interesses comerciais na produção das notícias é o volume de conteúdos diversionais ou de entretenimento, tais como “fofocas da TV” nas páginas dos jornais. Esses temas, importantes para a manutenção das fatias de mercado dos veículos de comunicação, não acrescentam nada ao debate público de assuntos relevantes. (CERVI, MASSUCHIN e ENGELBRECHT, 2009, p.2)

Além disso, os interesses comerciais do jornalismo *convencional* – e atual – tornam o público hierarquicamente inferior em relação ao jornalista, visto que as pautas são arbitrárias e que desconsideram os anseios populares, impossibilitando, assim, o debate público. Tais características deixam claro que o modelo *convencional* de jornalismo não atende às necessidades dos cidadãos, uma vez que os tornam como meros consumidores alheios aos assuntos de maior relevância à sociedade. Sendo assim, é errado considerá-lo como o modelo jornalístico padrão.

Como alternativa existe o jornalismo público, que vai ao encontro dos interesses da sociedade ao promover a participação popular e o pleno exercício da democracia. Porém, essa linha de pensamento não deve ser tratada como um modelo alternativo ao *convencional*, mas, sim, como o modelo padrão ao jornalismo atual. Isso se dá pelo motivo de que as características dos conceitos de jornalismo e jornalismo público coincidem no mesmo ideal.

O jornalismo público promove o debate, as pautas deixam de ser arbitrárias - levando em conta, assim, os interesses e anseios da sociedade -, além de priorizar o interesse público em detrimento do interesse comercial. Da mesma forma, o jornalismo,





pois ele é feito “do público e para o público.” (BELTRÃO, 1960, p. 111) Sendo assim, não é irracional concluir que essa linha de pensamento é a própria profissão jornalística, numa tentativa de se reencontrar com a sua real identidade nos tempos atuais.

No momento em que o jornalismo público for compreendido como o modelo padrão, o cidadão conquistará a acessibilidade total à democracia e ao direito de participar ativamente da sociedade, contribuindo para a construção das pautas que envolvem os seus próprios, e agora reais, interesses. Para Beltrão (1960, p.111), o público é agente do jornalismo, da mesma forma que são o editor, o técnico e o próprio jornalista. Levando isso em conta, a passividade do público é deixada de lado, pois este passaria a contribuir para a formulação da agenda midiática.

O público, contudo, é também agente ativo, quando a sua contribuição é intelectual e direta [...] São esses amadores que cooperam de boa vontade nas enquetes, nos concursos e certames, nas mesas redondas de rádio e da TV, funcionando como extras ou informantes gratuitos. (BELTRÃO, 1960, p. 112-113)

Em relação à pergunta inicial proposta neste artigo, pode-se dizer que sua resposta é lógica: o jornalismo em sua concepção não está tão presente há algum tempo, fazendo com que seus ideais tenham sido esquecidos, ou até mesmo ignorados, tanto pela população quanto por seus próprios profissionais. Por esse motivo, o jornalismo público, apesar de estar trazendo os conceitos originais da profissão, acaba por ser visto como uma novidade. Mais do que isso, é analisado pela perspectiva que o vê como uma alternativa, quando, na verdade, se trata da essência.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir dessas considerações chega-se à conclusão de que o jornalismo público como modelo padrão só teria o que acrescentar positivamente à sociedade. Assim como o cidadão se beneficiaria com a maior acessibilidade à informação, as empresas jornalísticas sairiam ganhando com o aumento da credibilidade, o que se converteria, conseqüentemente, em uma elevação no número de vendas, por exemplo. Além disso, cresceria o interesse da sociedade ao jornalismo como um todo: na busca e fornecimento de informações, numa maior valorização do profissional, além de um crescimento na procura por cursos de jornalismo nas faculdades.



Supondo que o jornalismo público fosse implementado como modelo padrão, a prática poderia se dar das seguintes formas:

- ✘ Na aproximação da população aos jornais, fazendo com o que as pessoas se sintam estimuladas a enviar, sugerir e construir de forma democrática pautas relevantes à própria sociedade como um todo;
- ✘ Numa participação mais ativa dos próprios jornalistas na busca pelos assuntos de relevância pública, investigando e denunciando sem se preocupar com as influências exercidas pelas empresas jornalísticas;
- ✘ Tendo como foco principal o cidadão, o interesse público e a (re)construção da sociedade, colocando-a acima dos interesses políticos, econômicos e empresariais;
- ✘ Agindo com ética e responsabilidade ao tratar dos assuntos mais importantes, os quais podem modificar a vida de muitas pessoas, como coberturas eleitorais, assim como as eventuais denúncias de fraudes e atividades ilícitas dos representantes da população.

Portanto, conclui-se que o jornalismo público é viável, totalmente comprometido com as questões públicas e que tem por proposta a redefinição do jornalismo (TRAQUINA apud QUADROS, 2005, p. 46) Além disso, trata-se de uma possibilidade de transformação do jornalismo, assim como da sociedade contemporânea.



## REFERÊNCIAS

BALESTRO, Fábio. Título: **Direito à informação** [01/09/2011]. Local de publicação: Internet. Entrevista concedida a Flávia Metzker. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8MLm9Swe97o>> Acesso em: 28/03/2012.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Livraria Agir Editora. Rio de Janeiro, 1960.

BORGES, Susana. **A segunda fase do Jornalismo Público**. 2009. Disponível em <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/05-borges-segunda.pdf>>.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Ed. Cia das Letras, 2002.

CERVI, Emerson; MASSUCHIN, Michele e ENGELBRECHT, Camila. **Jornalismo Público ou Convencional: que faz diferença para a democracia brasileira?** 2009. Disponível em: <[http://uepg.academia.edu/CamilaWadaEngelbrecht/Papers/1210724/Jornalismo\\_Publico\\_ou\\_Convencional\\_que\\_faz\\_diferenca\\_para\\_a\\_democracia\\_brasileira](http://uepg.academia.edu/CamilaWadaEngelbrecht/Papers/1210724/Jornalismo_Publico_ou_Convencional_que_faz_diferenca_para_a_democracia_brasileira)>.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.

FERNANDES, Márcio. **Jornalismo Cívico: um estudo comparado dos modelos americano e brasileiro**. In HOHLFELDT, Antonio e BARBOSA, Marialva (orgs.). **Jornalismo no Século XXI: A Cidadania**, Porto Alegre, Mercado Aberto, 2002, pp. 94-108.

HOHENBERG, John. **O jornalista profissional: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Ed. Interamericana, 1981.

MACHADO, Costa e FERRAZ, Anna. **Constituição Federal Interpretada**. São Paulo: Ed. Manole, 2011.



MACHADO Márcia, e MOREIRA, Fabiane. **Jornalismo e informação de interesse público.** 2005. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/443/370>>.

MENDES, Gilmar e BRANCO, Paulo. **Curso de direito constitucional.** São Paulo: Ed. Saraiva, 2011.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso.** São Paulo: Hacker Editores, 2002.

QUADROS, Cláudia Irene de. **Jornalismo público, rádio e internet: Uma combinação possível?** 2005. Disponível em <<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/c77a318c2e9a1ed812b93672773f8a16.pdf>>.

SCHUDSON, Michael. **The Public Journalism Movement and Its Problems** in GRABER, Doris, McQUAIL, Dennis, NORRIS, Pippa (Eds.), *The Politics of News, The News of Politics*, Washington, Congressional Quarter Press. pp. 132-149. 1998.

SOUSA, Jorge Pedro. **O jornalismo na democracia representativa: um ensaio.** 2009. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-o-jornalismo-sousa.pdf>>.