

JORNALISMO PÚBLICO AMERICANO: O LEITOR COMO CIDADÃO

Arquimedes Pessoni

Professor de Jornalismo da UniFIAM/FAAM,
mestre e doutorando em Comunicação Social pela UMESP.

RESUMO

O artigo tem como objetivo apresentar o histórico do jornalismo público (ou cívico) americano e sua nova proposta de ação junto aos leitores e jornalistas. O texto apresenta o cenário em que a nova forma de fazer jornalismo foi apresentada e sua repercussão junto aos pesquisadores da área.

Palavras-chave: jornalismo público, jornalismo cívico, agenda setting.

ABSTRACT

The article has as objective to present the description of the public journalism (or civic) in the United States of America and its new proposal of action to the readers and journalists. The text presents the scene where the new form to make the journalism was presented and its repercussion to the researchers of the area.

Keywords: public journalism, civic journalism, agenda setting.

A história da imprensa nos Estados Unidos viveu um período turbulento no final do século XX. Conforme lembra Cook (1999), o jornalismo americano se encontrava em meio a uma crise e, mesmo com a população continuando a crescer, a circulação dos jornais não seguia essa tendência. Segundo o autor, a maré ruim não era exclusividade da mídia impressa. Também a audiência para os noticiários noturnos de todos os canais jornalísticos de TV afundava dramaticamente. Fazia parte do cenário americano o aumento no descrédito da classe política, o desinteresse em participar de eleições, um declínio no envolvimento social e um vazio na esfera pública. De acordo com Freire (1998), “por esfera pública ou espaço público, entende-se (segundo a definição proposta pelo sociólogo alemão Jürgen Habermas, herdeiro da Escola de Frankfurt) o lugar, hoje ocupado em parte pela mídia, onde uma genuína opinião pública pode ser formada”.

Parte do declínio da tiragem dos jornais e audiência em queda era fruto de um descrédito jamais vivido pela imprensa americana. Fallows (1997, p. 291) lembra que o sentimento do povo não estava engajado em política, vida pública ou nas discussões estampadas na imprensa. Na opinião do autor, o *establishment* da mídia parecia falar *ao* povo ao invés de falar *com* o povo ou, pelo menos, *para* ele. Para Fallows, se o povo não tiver interesse em política e na vida pública, também não terá razões para ler jornais ou acompanhar o noticiário pela TV. Jornais, revistas, TVs passarão a ser coisas que não lhes dizem respeito (Fallows, 1997, p. 296).

Rosen (2001) apontou também que, num artigo em 1990, Batten¹ havia detectado a situação preocu-

pante da mídia americana numa pesquisa realizada naquela oportunidade. Segundo Rosen, por pesquisas da companhia [Knight Ridder] foram verificadas que aquelas pessoas “que sentiam um interesse real em conectar os lugares onde vivem” seriam os maiores leitores do jornal em potencial. Entretanto, usando palavras do próprio Batten, “milhões de nossos queridos cidadãos têm demonstrado nenhum interesse ou responsabilidade por suas comunidades e estão escolhendo evitar, não só o jornal, mas toda a esfera pública de política e vida cívica”. Conforme lembrou o presidente da Knight Ridder, os jornais cresceram com a premissa de que as pessoas estavam conectadas com suas comunidades e queriam saber o que estava acontecendo, queriam estar envolvidas, em muitos casos, queriam fazer uma contribuição, o que, segundo ele, parecia menos verdade nos anos 90.

Concordando com Batten, Merritt (1995) acreditava que o jornalismo americano estava em crise, bem como a democracia americana. A razão apontada por Merritt era que o público havia se desinteressado dos jornais e da política e o *déficit* de confiança entre os cidadãos e as instituições havia aumentado. A tese de Merritt era que o jornalismo americano ignorava suas obrigações e responsabilidades para mediar o funcionamento de uma “vida pública” e esse pecado das redações contribuía para o declínio da participação dos cidadãos nos assuntos públicos. No seu ponto de vista, Merritt acreditava que o jornalismo poderia ser o fator principal na revitalização da vida pública.

Rosen (*apud* Celestino da Costa, 2003) chama atenção para o momento no qual vivia a imprensa americana na época. Para ele, ha-

via seis “alarmes”, para não usar o termo “crise”. E o jornalismo público seria uma resposta a estes alarmes. O primeiro deles seria de ordem econômica, ilustrado pelo resultado da perda significativa de leitores e diminuição de circulação dos periódicos ao longo de 30 anos; o segundo era de ordem tecnológica, que ao mesmo tempo que aumentou a oferta informativa, deixou o dilema de tornar cada vez mais difícil o que se espera de um trabalho de um jornalista. Este dilema tem seu cerne no fato de que a informação estaria circulando quase sem intermediários, dispensando filtros ou qualquer coisa do tipo. Em terceiro lugar, haveria uma crise política. Ela estaria relacionada ao fato de que os políticos estariam indo mal e a imprensa teria dificuldades em “pegar” estas falhas. Uma crise de fundo profissional seria o quarto alerta. Segundo Rosen, os jornalistas americanos estariam inseguros do seu fazer e muitos demonstravam até mesmo vontade de mudar de área. As redações estavam se mostrando hostis, na medida que novas necessidades se deparavam com velhas rotinas. Rosen considera ainda uma crise espiritual, de ordem mais subjetiva, referente a uma falta de uma visão afirmativa, um sentido, algo inspirador no qual os jornalistas possam acreditar e trabalhar em sua construção. Por último, segundo Rosen, a sexta crise é de ordem intelectual. Agora, os conceitos-chave que os jornalistas empregam para explicar a si mesmo e seu fazer já não estariam funcionando muito bem. “Elas não ajudam a navegar pelo futuro e tampouco ajudam a descrever o presente”. As chaves as quais Rosen se refere são o contexto, a análise e a interpretação das notícias.

Grimes (1999, p. 6) sugere que o cenário começa a mudar a partir da campanha presidencial de

¹ James K. Batten, presidente da Knight-Ridder, empresa de comunicação voltada para jornais e internet, segunda maior empresa desse segmento nos Estados Unidos. Fonte: <http://www.knightridder.com/about/index.html>, acesso em 03/6/2004.

1988, com sua fixação na corrida pelos votos, com foco no adultério de Garry Hart, a visita de Bush a indústrias de bandeiras e as propagandas de Willie Horton e Michael Dukakis dirigindo um tanque. De acordo com a autora, esses acontecimentos marcam o nascimento na imprensa americana do **jornalismo público**. De acordo com a autora, no seu âmbito, o jornalismo público é uma parte do velho argumento americano sobre o papel da imprensa, sua missão e propósito na democracia. No seu formato, filosoficamente, o jornalismo público chama os jornalistas a formar – mais do que meramente informar – o público.

A base da idéia matriz do movimento é muito mais antiga do que se pensa. Segundo Loomis (2001), no seu livro sobre jornalismo público, um dos líderes do movimento, Davis “Buzz” Merritt, escreveu que o filósofo e jornalista Walter Lippmann,² no início do século, guiou muitos jornalistas a ver a si mesmos como parte de uma elite, uma visão desconectada dos cidadãos normais. Ao questionar essa conduta, Lippmann lançou dúvidas sobre o papel do jornalista como mediador nas causas públicas, uma ação presente nos estudos de Habermas (1996). Segundo o filósofo alemão da *Teoria crítica*, a sociedade civil está relacionada com um público político que lhe é contíguo e se relaciona como instância mediadora com as sociedades política e econômica, competindo-lhe ampliar a pressão exercida pelos problemas, isto é, não apenas detectá-los e identificá-los, mas também tematizá-los de modo convincente e influente, apresentando-os juntamente com soluções, de tal forma que sejam tomados em conta e resolvidos

pelas instituições representativas.

O pensamento de Lippmann sobre o papel de um público informado na vida política americana foi mais tarde questionado por John Dewey³ e esse embate acabou sendo objeto de doutorado de outro pilar do jornalismo público, o professor na Universidade de Nova York Jay Rosen. Segundo Fallows (1997, p. 302), Rosen acreditava que o debate Dewey-Lippmann continuava tendo muita relevância na imprensa americana e, graças ao trabalho acadêmico de Rosen, este foi convidado a falar, em 1989, na Conferência de Editores Executivos da Associated Press, em Des Moines, Iowa (EUA). Fallows conta que naquela oportunidade Rosen deu aos jornalistas uma visão atualizada da convicção de John Dewey de que, a longo prazo, o sucesso da imprensa e da democracia dependeriam um do outro. Outros três estudiosos, Siebert, Peterson e Schramm (1956) salientaram a importância de Dewey na discussão do que seriam futuramente as bases do jornalismo público:

“As idéias de Dewey ajudaram a fixar a base de um trabalho para a emergência de uma teoria de responsabilidade social da imprensa, cuja principal premissa é de que a liberdade vem com obrigações – e a imprensa, que tem uma posição privilegiada na Constituição, é obrigada a adotar certas funções essenciais na sociedade” (apud Coleman, 2000, p. 44).

Dewey foi responsável pela teoria da responsabilidade social da imprensa, que pregava que as notícias precisam ser um meio pelo qual os cidadãos informados deliberam e governam a si mesmos

(Loomis, 2001) A autora salientou a importância das idéias de Dewey para Rosen e acreditava que o futuro parceiro de Rosen na teoria do jornalismo público, Davis Merritt, talvez nem sequer sabia que um trabalho prático por ele executado teria uma teoria tão amplamente discutida na academia.

“O ideal teórico dos cidadãos falando com o objetivo de entender melhor o outro, que é abraçado pelo discurso ético do teórico Jürgen Habermas (1990,1993) foi tentado no Wichita Eagle (jornal em que Merritt atuava) sem o conhecimento de Merritt sobre o teórico alemão. Mas Merritt havia falado com Jay Rosen, que estava linkado entre as idéias do filósofo americano John Dewey sobre a democracia como sendo necessária à comunidade e ao diálogo e o trabalho de Habermas, a mudança estrutural da esfera pública, que destacava a transformação gradual da esfera pública com cidadãos ativos, que conversavam sobre vida pública em audiências silenciosas”.

Conforme citamos anteriormente, as idéias de Rosen, lançadas no evento de 1989, encontraram eco principalmente entre jornalistas e editores que participaram da conferência que, assim como ele, tinham a sensação de que o navio dos negócios públicos, prestes a naufragar, acabaria por afundá-los também (Fallows, 1997, p. 303). Após sua fala na Conferência de Editores Executivos da Associated Press de 1989, Rosen passou a trocar correspondência com Jack Swift, editor do *Ledger-Enquirer*, um jornal de Columbus, Geórgia. Esse veícu-

² Walter Lippmann (1889-1974), jornalista americano, autor dos livros *Public Opinion* (1922) and *The Phantom Public* (1925).

³ John Dewey (1859-1952) educador estadunidense mais reputado do século XX. Numa carreira prolífica que trespassou sete décadas (a sua obra completa engloba 37 volumes), Dewey centrou-se num vasto leque de preocupações, sobretudo e de uma forma notável, no domínio da filosofia, educação, psicologia, sociologia e política. Tanto durante a sua vida quanto depois da sua morte, os escritos e as posições públicas de Dewey têm sido sujeitos a uma interpretação e reinterpretação por um sem número de estudiosos. (Teitelbaum, K. & Apple, M. Currículo sem Fronteiras, v.1, n.2, pp. 194-201, Jul/Dez 2001, disponível em: <http://www.curriculosemfronteiras.org/classicos/teiapple.pdf>, acesso em 26/5/2004)

lo foi responsável por um dos primeiros projetos reconhecidos como jornalismo público, que consistia num encontro de 300 cidadãos de Columbus para falar sobre o destino daquele município. Com base nesse primeiro evento foi criada uma organização cívica independente chamada United Beyond 2000, que patrocinou futuros encontros e tirou a jornal do papel de sustentar diretamente os esforços de ação cívica.

Mais tarde, conforme lembra Fallows (1997, p. 305), o projeto Columbus atrairia o interesse de David Matthews, ex-secretário de Saúde, Educação e Bem-Estar Social da Fundação Ford, que se tornara presidente da Fundação Kettering, em Ohio. Tanto a Fundação Kettering como o Instituto Poynter para o Estudo da Mídia, com base na Flórida, começaram a juntar repórteres e editores para comparar suas preocupações em relação ao jornalismo “tradicional” com as novas abordagens que vinham tentando.

Outro componente do time que apostou no jornalismo público – e já o praticava mesmo sem saber – se juntou ao grupo em outubro de 1991 (Loomis, 2001) num debate organizado pela Fundação Kettering e a Syracuse University. Foi nesse evento que o jornalista Davis “Buzz” Merritt, do informativo *The Wichita Eagle* conheceu Jay Rosen, que participava do debate sobre o declínio da vida pública (Merritt, 1997, p. 26). A presença de Merritt no evento foi em função de um convite da Fundação Kettering porque os responsáveis pela Fundação gostaram do projeto de voto de 1990⁴ do *The Wichita Eagle* e queriam que ele se juntasse a um grupo de jornais na vida pública (apud Loomis, 2001). Segundo Loomis, “o uso de Merritt para termos acadêmicos sinalizou um novo estágio de conscientização”.

Verykoulis (1988), ao estudar a proposta de Merritt para um novo modo de fazer jornalismo, sugere que, se os jornalistas estivessem mais ligados à comunidade em que atuam, isso refletiria na qualidade das informações, interesse do público pelo conteúdo das notícias e uma revitalização da vida pública local. Segundo a pesquisadora, se os jornalistas vissem sua relação com a comunidade e mesmo sua reportagem de modo diferente, jornalistas público deveriam escrever e editar com um tom diferente daqueles jornalistas que aderem ao estilo tradicional. Concordando com Verykoulis, Malamud (1996) sugere que “alguns jornalistas crêem que a melhor maneira de motivar a leitura dos diários é fazer com que as pessoas se interessem e tomem parte das questões que fazem parte da comunidade”.

Grime (1999), acredita que o movimento do jornalismo público expressa a frustração de muitos – alguns jornalistas, cidadãos, líderes cívicos e políticos, filósofos sociais – com o público e o sistema político aparentemente inábil a resolver problemas intratáveis da sociedade. Segundo a autora, no seu âmago, o jornalismo público é parte do antigo argumento americano sobre o papel da imprensa e o propósito de sua democracia.

Num outro prisma, Loomis (2001), destaca que o jornalismo público não deve ser confundido com jornalismo comunitário, embora os dois termos estão relacionados em conceito e na prática. A distinção-chave para o autor parece ser um detalhe. Para Loomis, o jornalismo comunitário precisa ser mais desafiante para ser feito do que o jornalismo público. O tamanho é o diferencial, com o jornalismo comunitário mais prevalente em jornais pequenos, incluindo semanários.

O que propõe, então, Merritt, como ações balizadoras do jornalismo público? De acordo com Loomis (2001), Merritt crê que o jornalismo, através das mudanças de algumas de suas atitudes tradicionais e práticas, poderia ajudar a vida pública a ir bem, a construir uma capacidade pública para resolver problemas. Segundo o jornalista, está no próprio interesse do jornalismo a mudança, desde que as pessoas não estejam interessadas na vida pública, eles não terão necessidade dos jornalistas. Dessa forma, o jornalismo público adota o propósito além daquele de meramente “contar as notícias”. Ele aceita como missão fundamental ajudar a vida pública a ir bem. Dessa forma, cumpre seu papel social, apontado por Mathews (1997, p. 18): “os jornais são bons em duas coisas: para o aumento da conscientização – soando o alarme – e são muito bons para atingir muitas pessoas”.

Para Frank Denton, editor do *Wisconsin State Journal* (apud McMillan et al, 1996), o jornalismo público promove um papel ativo que inclui mudanças da cobertura das notícias, mas vai além das mudanças para ativar o engajamento da comunidade. Seu uso do termo “jornalismo cívico” mais do que “jornalismo público” é, pelo menos em parte, uma tentativa de reconhecer a importância de tomar responsabilidade além do que é feito, conduzindo a reação do conteúdo da mídia e incentivando os cidadãos à ação. Para Loomis (2001), “jornalismo público” é o termo preferido pelos teóricos, apesar de termos sinônimos serem encontrados na literatura. Meyer escreve que outros termos incluem *jornalismo cívico* e *jornalismo cidadão*. A Fundação Knight, por exemplo, prefere o termo **jornalismo público**.

⁴ Nesse projeto, o jornal criava uma agenda própria, diferente da dos políticos e encaminhava para os candidatos perguntas da população. Invertia-se, dessa forma, a lógica que imperava até então, em que os políticos usavam a mídia para promover sua plataforma eleitoral. Agora era o jornal que mapeava com seus leitores as questões mais importantes para serem respondidas pelos candidatos. Era o leitor-cidadão que começava a dar o tom dos assuntos abordados pela redação.

Para entender um pouco como se dá a mudança da linha editorial após a adoção do chamado jornalismo público, Schaffer (2001) lembra que os jornalistas cívicos (ou públicos) acreditam ser possível criar cobertura noticiosa que motive as pessoas a pensar e até a agir, em vez de simplesmente atraí-las para assistir (ou ler). E eles crêem que é sua responsabilidade fazê-lo. O autor ressalta, entretanto, que os jornalistas públicos não querem dizer aos leitores e telespectadores o que pensar ou como agir. Eles estão simplesmente criando uma zona neutra de poder, armando os cidadãos com informações e, às vezes, com métodos para conduzir alguma responsabilidade e oferecer alguma imaginação ou soluções para um problema. Segundo Schaffer, os jornalistas públicos buscam examinar onde os participantes da comunidade concordam sobre algum ponto, bem como onde eles discordam. Para o autor isto é novo e afirma que o jornalismo público lida com o fornecimento de pontos de entrada para envolver as pessoas e encorajar a interatividade entre jornalistas e cidadãos. Ele busca criar conversas de duas vias com os leitores, ao contrário da busca de informações de uma só via (despejando um conjunto de fatos para o público), como tão freqüentemente se vê no jornalismo tradicional.

White (1996) lembra que o jornalismo público era uma chamada para a mídia tomar a liderança na ajuda às comunidades para identificar problemas e o jornalismo público poderia ser um passo em direção à solução. De acordo com a autora, o jornalismo público deveria ser um senso de comunidade, senso de envolvimento na comunidade, uma certa quantidade de generosidade de espírito e respeito às idéias das pessoas.

A idéia de deixar de encarar os leitores como meros consumido-

res parece apontar para uma nova maneira de encarar o jornalismo como carro-chefe, enterrando a idéia capitalista de ter o departamento comercial na batuta, conforme sugere Traquina (2001, p. 194): “O lado do serviço público do jornalismo tem sido diminuído, substituído por objetivos comerciais, e o público é visto como consumidor de produtos de lazer”.

A idéia é comungada também por Merritt (1997, p. 21) que afirma que temos que aceitar como obrigação primária a exploração das possibilidades de resolver problemas antigos que preocupam as pessoas. De acordo com o autor, “temos que ver os cidadãos não como audiência – como leitores ou não-leitores – mas como público, como atores potenciais. Temos que separar os cânones do jornalismo – objetividade, por exemplo, de axiomas tolos que cresceram ao redor dos cânones – alienação, por exemplo”.

Quem aponta a participação da comunidade na pauta é Cook (1999), que afirma que o jornalismo público, de várias formas, tenta colocar os leitores e espectadores das notícias não simplesmente como beneficiários finais da informação que os jornalistas oferecem a eles, mas como participantes cruciais na designação e criação da própria notícia. Especificamente, o jornalismo gostaria que os produtores jornalísticos vissem seus leitores e telespectadores não simplesmente como consumidores do produto [informação], mas cidadãos politizados. Os jornalistas deveriam depois, conforme a idéia proposta por Cook, tentar fazer com que as notícias refletissem as necessidades das pessoas, de forma com que fossem envolvidos e participassem mais efetivamente.

De acordo com Traquina (2001, p. 178-179), o jornalismo público que Merritt defende envolve as seguintes mudanças:

- 1) Ir para além da missão de dar as notícias, para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública;
- 2) Deixar para trás a noção do “observador desprendido” e assim assumir um papel de “participante justo”;
- 3) Preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas;
- 4) Conceber o público não como consumidores, mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos.

Reforçando o parecer de Traquina, Loomis (2001) resume que a literatura relevante sobre jornalismo público enfatiza temas e práticas nesse campo que apontam que o jornalismo público prega uma aproximação mais solícita dos cidadãos; procura reparar uma aparente desconexão entre jornais e sua audiência; que o detalhamento é a chave nos debates entre jornalismo público e jornalistas tradicionais; que o jornalismo público enfatiza comunidades locais, os problemas da agenda pública e capital social, incluindo envolvimento cívico, num esforço para resolver problemas da comunidade.

Para colaborar com Traquina e Loomis, Meyer (1996) também resume em tópicos alguns elementos que definem o jornalismo público. Segundo o autor, o jornalismo público traz em sua receita ingredientes, como o desejo de reconstruir o senso de comunidade; atenção mais centrada na comunidade e seus aspectos em que os cidadãos possam deliberar racionalmente sobre os mesmos; ir fundo nas explicações sobre os sistemas que dirigem nossas vidas; mais atenção às questões centrais e menos aos extremos;

preferência por substância sobre as táticas na cobertura de argumentos políticos e ajuda aos membros da comunidade, encorajando-os a ter uma atenção mais séria no entendimento como um aspecto-chave do jornalismo público.

A interatividade proposta por Schaffer (2001), para que aconteça o bom funcionamento do jornalismo público, também é defendida por Rosen (*apud* Verykoulis, 1988), quando argumenta que “ajudando a comunidade a entender a si mesma, relacionar-se bem e resolver seus problemas, reconecta os jornalistas ao idealismo que traz a maioria das pessoas para a profissão. Para os jornalistas, há uma força espiritual nisso”.

Outra autora, Verykoulis (1988) sugere que os jornalistas públicos também acreditam no revigoração de suas comunidades. Segundo a pesquisadora, jornalistas tradicionais geralmente reforçam a idéia de que eles são simplesmente observadores em suas comunidades, não atores da vida pública. Entretanto, um dos fundadores do movimento do jornalismo público, Davis “Buzz” Merritt, tem afirmado que o jornalismo público é um modo fundamentalmente diferente de entender o trabalho da imprensa e seu papel na sociedade democrática. Concordando com Verykoulis, Shepard (*apud* Parisi, 1997) salienta que o objetivo do jornalismo público é reconectar cidadãos com seus jornais, suas comunidades e o processo político, com os jornais tendo um papel como o de organizador da comunidade. De acordo com o espírito do jornalismo público, a passividade profissional está em baixa, o ativismo em alta. Conforme lembra o autor, com o advento do jornalismo público, a objetividade é *out*, a participação é *in*. Dessa forma, sugere Shepard, especialistas não são mais escolhidos como “fábricas de aspas” e as vozes dos leitores passam a ser ouvidas.

Nesse sentido proposto por Shepard, Cohn (1995) ratifica a proposta, afirmando que “para sua credibilidade, o jornalismo público clama por inclusão e a idéia é dar voz para quantas pessoas for possível”. O pensamento de Cohn também é dividido por Traquina (2001, p. 198), fazendo um alerta para que o leitor seja valorizado, mas também proativo na tarefa de controlar a qualidade do que é veiculado pelos coleguinhas de redação:

“Os jornalistas precisam ouvir mais os cidadãos e fazer cobertura de temas que são importantes para os cidadãos e não apenas para as fontes habituais... Os cidadãos, assumindo plenamente a sua cidadania, devem vigiar o Quarto Poder”.

Outra pesquisadora faz suas considerações sobre o pensamento de Merritt e Rosen. Para Grimes (1999), Merritt clama aos jornalistas a serem mais “participantes justos na vida pública do que observadores detalhistas”. Segundo a autora, Merritt e Rosen mantêm que os jornalistas não devem desistir de sua independência nem serem partidários, mas clama por um novo ativismo jornalístico citando Rosen, quando afirma que o jornalismo público propõe uma decisão mais dramática: um novo comportamento entre jornalistas e o público a que eles servem, em que ambas as partes reconheçam o dever que a imprensa tem ocasionalmente em intervir na vida pública no interesse de intensificar a cultura cívica.

Servir como farol na maré de informações duvidosas é também o que prega aos jornalistas públicos Coleman (2000, p. 55). Segundo a autora, o desafio para jornalistas públicos é ajudar as pessoas a se engajarem numa vida pública ativa, oferecendo informações que eles precisam e querem num contexto significativo que os ajudem a participar, não decidin-

do para eles sobre o que se preocupar e como eles deveriam agir. Uma linha tênue divide os dois.

Para analisar a força dos jornalistas como atores da vida social, Campbell (1996, p. 31) lança algumas questões que merecem um minuto de atenção:

“Ao invés de pensar em jornalistas como depositários da força, se pensássemos neles como potencializadores da força? Se pensássemos que no nosso ofício era para aumentar a força da comunidade para lidar com seus problemas?(...) Dando-lhes informação, dando-lhes um modo para pensar sobre si mesmos, falarem de si mesmos, engajar-se nas discussões. Não dizer à comunidade o que fazer, mas aumentar sua capacidade de fazer o que é melhor para a comunidade. É uma idéia revolucionária a qual acho que os jornalistas deveriam gastar um pouco mais de tempo para pensar a respeito”.

Outro aspecto que vale salientar é que os jornalistas públicos tencionam fomentar o engajamento, não promover uma posição particular. Eles querem um jogo justo, mas não estão direcionados para time algum. De fato esta filosofia – de que a imprensa atua como defensora dos meios democráticos e não dos fins democráticos –, é a “regra de ouro” do jornalismo público (Woodstock, 2002, p. 45). Segundo a autora, ao definir problemas, o jornalismo público oferece uma poderosa explicação da vida pública e, ao oferecer soluções, discutidas, o jornalismo público promove esperança, sugerindo meios pelos quais um público fragmentado possa ser considerado como um todo.

A questão de uma nova maneira de construir a pauta, passando por uma agenda do cidadão é ressaltada pelo autor português Camponez (2002, p. 167). Segundo ele:

“A proximidade procurada pelo jornalismo cívico parece resultar de uma busca deliberada do cidadão e não tanto do consumidor ou da audiência... A idéia de uma agenda do cidadão, uma das questões mais fundamentais do jornalismo cívico, implica essa quase revolução copernicana forma de encarar o jornalismo: trata-se de uma deslocação de um ponto de vista centrado na notícia, enquanto produto e enquanto consumível, para uma visão mais preocupada com o cidadão, com a sua saúde cívica, com a democracia”.

Essa nova perspectiva de ver seu papel como mediador de conflitos pode colocar em xeque a própria conduta profissional dos coleguinhas de redação, conforme salientam Heikkila e Kunelius (*apud* Woodstock, 2002), quando lembram que existe tensão entre o papel do jornalista em representar a voz do público quando dizem que o jornalismo público deseja contar histórias das ações dos cidadãos, mas não se tornar um ator em si. De acordo com os autores, “os jornalistas públicos geralmente enfatizam que eles não têm uma agenda própria, mas atendem a uma agenda do cidadão”.

Cohn (1995) observa que o jornalismo público procura apresentar soluções orientadas e tornar as notícias uma força construtiva para a promoção do civismo. Segundo o autor, mais do que focar exclusivamente no conflito e no seu detalhamento obsessivo, os jornalistas públicos procuram escrever histórias que apresentem soluções e, quando apropriado, inspiração moral.

Como se trata de uma postura nova no campo jornalístico, o movimento ainda carece de conceitos que o definam ou de um manual

de conduta para seus praticantes, conforme lembra um dos pioneiros do jornalismo público americano, Merritt (1997, p. 22):

“Outra coisa que percebi é que ninguém sabe bem como *fazer* jornalismo público. Não há uma fórmula ou conjunto de regras. É, sim, a convicção e uma atitude resultante de uma conexão entre jornalismo e vida pública. Além disso, como isso é expresso é de responsabilidades de consciências individuais e julgamentos de jornalistas e das necessidades de suas comunidades”.

Concordando com Merritt, Grimes (1999) sugere que, em geral, os defensores do jornalismo público afirmam que deveria ser feito de um modo que convide a participação dos cidadãos em novos modos de cobertura, encorajando o engajamento cívico – especialmente eleições – e que ajude a comunidade a resolver seus problemas. O próprio Merritt, com a autoridade de quem está conectado com o novo “*american way of journalism*”, arrisca que o significado do movimento ainda está em gestação:

“Desde o começo, o jornalismo público tem sido uma idéia a procura de um significado de aplicação do que um jogo de princípios operacionais ou um grupo de regras. É uma atitude que se transformou num jeito de fazer, não apenas um modo de atuar. Pessoas não dispostas a fazer uma jornada intelectual para entendê-lo estão destinadas a fazer um jornalismo público ruim e de fato têm feito isso pessimamente” (Merritt, 2002).

No formato, a filosofia do jornalismo público clama aos jornalistas a formar – mais do que

meramente informar o público (Grimes, 1999, p. 5). Campbell (1996, p. 29) acreditava que o novo profissional do jornalismo precisava deixar claro sua ruptura com algumas velhas receitas com as quais não comungava. Segundo o autor, “uma das chaves da ruptura para o jornalista é parar de identificar os problemas e identificar soluções”.

Para Loomis (2001), essa conexão entre o profissional da Comunicação e a comunidade em que atua, chama para si uma nova postura frente à profissão que faz com que o jornalista se veja mais do que nunca como um mediador entre a comunidade em que vive com os problemas locais e seus desdobramentos políticos.

“Reviver a vida pública significa algumas coisas. Primeiramente, é a *re-aceitação* por todos os cidadãos de uma responsabilidade pessoal por aquilo que acontece na vizinhança, escolas e cidades, quer dizer, restaurar a importância do debate público racional sobre temas, isto é, revigorar um sistema político que tem sido apropriado por intrusos e profissionais... A complexa sentença de Merritt implicava que o objetivo principal do seu projeto de jornalismo público era convencer os cidadãos a *re-aceitar* a responsabilidade pessoal. Sua tese, todavia, era de que os cidadãos rejeitavam a aceitação da responsabilidade sobre aquilo que acontecia nas vizinhanças, nas escolas e cidades. Um argumento plausível poderia ser de que jornalistas haviam privado os cidadãos de uma habilidade de tomar parte na vida pública através da usurpação da esfera pública e estando entre os cidadãos e seus representantes eleitos. Isso é uma realidade intangível para

um jornalista público procurar trazer cidadãos de volta para a vida pública e para animar a discussão pública”.

Se uma nova postura dos jornalistas perante as notícias implica num *re-pensar* dos profissionais e sua importância na comunidade em que atuam, a proposta do jornalismo público traz no seu bojo algumas afinidades com o jornalismo investigativo praticado no cotidiano das redações. Nesse sentido, Coleman (2000), registra algumas indicações que tanto o jornalismo público como investigativo carregam genes bem parecidos em seu DNA:

“A idéia de uma imprensa com largas responsabilidades com a sociedade foi novamente debatida com o crescimento do jornalismo investigativo. Com raízes nos *muckrackers*⁵ da virada do século, o objetivo principal do jornalismo investigativo de expor a corrupção estava implicitamente ligado à idéia dos jornalistas tendo a responsabilidade de melhorar a sociedade... Repórteres investigativos inevitavelmente tomam decisões morais lembrando que atos de oficiais públicos constituem ações errôneas e depois abandonam a sua objetividade para empurrar para o bem público”.

De acordo com Coleman, se a comunicação serve a propósitos públicos, deve ser secundária aos direitos individuais (idem, p. 45) e o jornalismo poderia, sim, ser uma ferramenta de promoção da cidadania, mudança já visualizada pe-

los comunitaristas de plantão, que procuram resolver seus problemas através do aumento da participação cidadã.

Tocando também no assunto cidadania e citando os autores Glasser e Craft, Freire (1998) acredita que o jornalismo público se funda numa premissa simples: “o propósito da mídia é promover e implementar a cidadania e não apenas descrevê-la ou criticá-la”. Segundo Coleman (idem, p. 47), citando Rosen (1994, 1996), Merritt (1995) e Etzioni (1995), “o jornalismo público propõe um papel mais ativo para jornalistas que poderia melhor encorajar cidadãos a se desenvolver na vida pública”. Outro que reza na mesma cartilha é Bentley (2001), quando afirma que o objetivo do jornalismo público com a cobertura das notícias é ajudar o leitor a se engajar na discussão pública e talvez tomar decisões melhores que possam ampliar a qualidade de vida nas comunidades.

Para Fallows (1997, p. 322), os editores que decidiram pelo jornalismo público dizem que trabalham arduamente para determinar, não o que as pessoas querem ouvir, mas quais as questões que mais as preocupam, e de posse dessas informações aplicá-las nas coberturas. De acordo com o autor, poucas pessoas vêem a mídia como um instrumento crucial para entender as diferenças que moldam vidas. Já para Verykousis (1988), “os adeptos do jornalismo público também procuram incluir cidadãos na criação de sua agenda pública, algumas vezes promovendo reuniões

de comissões e usando o resultado para determinar os termos que serão abordados”.

De acordo com Silva [s.d], quando grandes jornais resolvem, por exemplo, dedicar sistematicamente parte de seu esforço de cobertura a causas públicas, estão praticando o jornalismo público. Para o autor, o jornalismo público se distingue de uma simples campanha. Não se trata apenas de uma série de reportagens sobre um problema social, mas da adoção permanente de uma ou mais causas públicas por um veículo de comunicação. Weichert (1996) acredita que a adoção do jornalismo público por parte dos veículos de comunicação é estratégica. De acordo com a pesquisadora, os jornais precisam se enraizar em suas comunidades. Organizações noticiosas precisam aceitar sua responsabilidade e liderança de confiança pública e que serve a interesses públicos. Isso envolve uma visão ampla, investindo na comunidade e deixa nos executivos locais um senso de “família”. Esse senso de grupo é ressaltado por Cohn (1995), quando afirma que “o jornalismo público encoraja explicitamente os jornais a serem ativistas para discussões construtivas na comunidade”.

Segundo os proponentes do jornalismo público, sua prática é um possível remédio para uma diminuição do espaço entre jornalistas e comunidades onde eles servem. Ao adotar a conduta pública, pretende-se ser mais responsável à real necessidade dos cidadãos e focar menos as agen-

⁵ *Muckrackers* – termo usado para denominar revistas de forte apelo político em defesa dos trabalhadores, como a McClure’s Magazine, de 1910. (Fonte: Wainberg, J., Campos, J. & Behs, E. in: *Polemista, o personagem esquecido do jornalismo*. ALAIC, Congresso 2002. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/alaic/material%20congresso%202002/congBolivia2002/trabalhos%20completos%20Bolivia%202002/GT%20%203%20%20eduardo%20meditsch/jacques%20wainberg.doc>, acesso em 31/5/2004). Foi o presidente Theodore Roosevelt quem usou as expressões *muckraking journalism* e *muckrakers* para definir esse tipo de trabalho e aqueles que o praticavam. Ele os comparou ao Homem do Ancinho, do livro *Pilgrim’s progress*, que preferia revolver imundícies, olhando para baixo, a levantar a cabeça e olhar o céu (Elmer, p. 301). O termo, depreciativo, passou a ser usado como título de honra pelas revistas no período conhecido como “a era dos *muckrackers*”. (Amaral, Luiz. *Assessoria de Imprensa nos Estados Unidos*, p. 55. In: Duarte, Jorge (org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo, Atlas, 2002, p. 411)

das propostas por *experts* oficiais e candidatos (Loomis, 2001). Verykoulis (1998) aponta que um dos idealizadores do movimento do jornalismo público, Merritt, acredita que os jornalistas precisam reconsiderar seus próprios papéis na democracia, mesmo que estejam tranqüilos, acreditando que não estejam participando da vida pública. Em outras palavras, defende a autora, Merritt clama aos jornalistas para aceitarem a realidade de que eles já são participantes na vida pública. Definindo a idéia dos jornalistas como reais participantes, ele apostou que é parte do dever dos jornalistas assegurar que a vida pública vá bem. Segundo Verykoulis, Merritt diz que os jornalistas deveriam participar sem decidir resultados, que eles poderiam trazer seu conhecimento nas regras do jogo “X”, que valoriza a comunidade “X” e a habilidade e disposição para oferecer informações relevantes e um lugar para a informação ser discutida e transformada em consentimento. Para a pesquisadora, os repórteres precisam entender que seu papel não é passar adiante agendas e carreiras mas, como substitutos das pessoas, perguntando questões que elas gostariam de fazer do modo como um cidadão honesto faria, com firmeza e persistência, mas também com respeito.

A visão de quem está do outro lado do mundo – no Brasil, especificamente – sobre o assunto jornalismo público é expressa por Nogueira (2003). Para o autor:

“O jornalista público está amarrado à verdade, à informação que ajuda a construir civicamente uma comunidade e a formar cidadãos republicanos. Situa-se num terreno radicalmente distante do jornalismo sensacio-

nalista, que veicula crimes hediondos ou cenas escabrosas em nome da necessidade de denunciar e alertar a opinião pública. O jornalismo público não se pretende um quarto poder, não se põe numa esfera superior, a partir da qual imagine ser possível pautar a opinião de todos, governantes e governados. Ele é uma espécie de voz ativa da cidadania, e se mistura com ela. Por isso, não costuma ser muito apreciado pelos poderosos ou pelos que se julgam acima do bem e do mal”.

A mudança editorial de um veículo para adotar a proposta do jornalismo público prevê alterações profundas, conforme lembra Loomis (2001). Segundo o autor, “a predisposição do jornalismo público significa uma cultura consistente e forte no engajamento cívico de topo à parte inferior dentro da organização do jornal”.

Para suprir a suposta ausência de objetividade pregada pelo jornalismo público, Rosen (apud Woodstock, 2002) sugere uma “neutralidade proativa”. Para ele, “neutralidade proativa é neutra porque não preserva nenhuma escolha da solução e não favorece nenhuma parte interessada. É proativa na sua crença de que no jornalismo, em certos casos, intervéem no serviço de valores públicos sem comprometer sua integridade”.

De qualquer forma, conforme lembra Merritt (2002), como o jornalismo tem sido um fator de desconexões, o jornalismo público vem sendo um fator de reconexão de pessoas entre si e no processo da vida pública. Segundo o autor, é um propósito jornalístico além de contar as novidades, e isso pode beneficiar ambos, a vida pública e o jornalismo. Para Traquina (2001, p. 184), o movimento provocou uma

discussão dentro do jornalismo norte-americano sobre os valores fundamentais para a profissão e lançou um alerta que preconiza uma quebra das rotinas gastas e asfixiantes. Mas o futuro do jornalismo cívico depende, em certa medida, de o movimento pressagiar uma reforma e não uma revolução. O jornalismo cívico tem o potencial para renovar o jornalismo, se não pretender ser uma ruptura com o seu capital já acumulado.

Outro que tece elogios para essa nova forma de fazer jornalismo é Pinto (1999). Para o autor:

“Esta parece ser uma orientação coerente com uma outra dimensão que julgo ser de promover na formação dos estudantes de jornalismo: a atividade jornalística como serviço público. Isto não implica a defesa de posicionamentos *iluministas* sobre o papel do jornalismo ou atitudes que entendem o exercício dessa atividade como uma militância. Significa assumir que o jornalismo tem um papel social de grande importância, que proporciona (ou não) os elementos de que os cidadãos necessitam para tomar conhecimento dos assuntos de interesse comum e dos argumentos e modos de ver implicados nesses assuntos, para debater as possíveis soluções, para orientar as suas vidas etc. Há, como notou Bourdieu (1996), uma relação estreita entre este sentido de serviço público do jornalismo e as *condições de possibilidade de uma virtude civil, de que o jornalismo é um dos lugares de exercício privilegiado*”.

De qualquer forma, para finalizar a discussão, se o jornalismo público é algo que veio para ficar, fazemos nossas as palavras de Woodstock (2002, p. 44), que con-

clui com uma pergunta que deve ser respondida individualmente pelos críticos e adeptos desse novo movimento que promete crescer ainda mais nos próximos tempos, mesmo longe de seu local de origem, devidamente adaptado às condições das sociedades em que ele conseguir defensores:

“Mesmo que, na teoria, os dois jornalismo (público e tradicional) afirmam ser diametralmente opostos, na prática, o jornalismo público deve coincidir com, não suplantando, o trabalho tradi-

cional das redações... O jornalismo público clama por um jornalismo ativo e é rapidamente interpretado por jornalistas como um chamado para o ativismo em si. Como pode um jornalista como solucionador de problemas continuar como observador crítico e, inversamente, como pode o observador detalhista redefinir as notícias de acordo com a demanda do público?”

A tentativa de resposta vem por parte de um dos seus idealizadores, no trabalho em que procurou fa-

zer um balanço de toda essa jornada que mexeu com teóricos e práticos do jornalismo. Para Rosen (2001), “o movimento do jornalismo público foi uma tentativa de reparar as conexões vitais entre cidadãos, a imprensa e a vida pública. Eu disse *foi*, mas ainda é, por isso é impossível saber para onde essa jornada vai. Sem algo como isso vivo na profissão, jornalistas irão deixar o barco correr em direção a um novo século, incertos sobre o que eles desejam fazer com ele”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Luiz. **Assessoria de imprensa nos Estados Unidos**. In: DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2002.

BENTLEY, Cecil. **Newspaper can guide community at crossroads**. Athens online, 2001. Disponível em: http://www.onlineathens.com/stories/021101/opi_0211010003.shtml, acesso em 15/5/2004.

CAMPBELL, Cole, **Talks from the project on public life and the press** – seminars at the American Press Institute, 1993-1997. In: Speaking of Public Journalism. Kettering Foundation, 1997.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CELESTINO DA COSTA, Paulo Fº. **Jornalismo público**: por uma nova relação do jornalismo com os públicos. (Monografia do curso de Gestão Estratégica em Com. Organizacional e Relações Públicas, Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA/USP). São Paulo, 2003.

COHN, Jonathan. Should journalists do community service? **The American Prospect** v. 6 n. 22, June 23, 1995. Disponível em: <http://www.prospect.org/print/V6/22/cohn-j.html>, acesso em 15/5/2004.

COLEMAN, Renita. The ethical context for public journalism: as an ethical foundation for public journalism, communitarian philosophy provides principles for practitioners to apply to real-world problems. **Journal of Communication Inquiry**. 24:1 (January, 2000): 41-66, 2000, Sage Publications Inc.

COOK, Timothy E. in GRIMES, Charlotte. **Whiter the civic journalism bandwagon?** Harvard University, John F. Kennedy School of Government, Discussion Paper D.-36, January, 1999. Disponível em: http://www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Papers/Discussion_Papers/D36.pdf, acesso em 22/3/2004.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2002.

ETZIONI, A. **The spirity of community**: rights, responsibilities, and the communication agenda. New York: Crown, 1995.

FALLOWS, James. **Detonando a notícia**: como a mídia corrói a democracia americana. Tradução de Fausto Wolff. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

FREIRE, Alexandre. **Jornalismo público, “publijornalismo” e cidadania**. Observatório da Imprensa, 1998. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq051098b.htm>, acesso em 22/3/2004.

GRIMES, Charlotte. **Whiter the civic journalism bandwagon?** Harvard University, John F. Kennedy School of Government, Discussion Paper D.-36, January, 1999. Disponível em: http://www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Papers/Discussion_Papers/D36.pdf, acesso em 22/3/2004.

HABERMAS, Jürgen, 1996, **Between facts and norms**, Cambridge, MIT Press, p. 332 *apud* SOARES, Marcelo. Ultrapassando a forma para chegar à lógica do método jornalístico. Disponível em: www.saladeprensa.org/art107.htm, acesso em 13/5/2004.

HEIKKILA, HEIKKI and KUNELIUS, Public journalism ads its problems. *Javnost – The Public*. 3(3): 81-95, Risto, 1996.

LOOMIS, David O. **A tale of two cities: do small-town dailies practice public journalism without knowing it?** Presented to the civic journalism interest group of the AEJMC Convention, Baltimore, Maryland, Jan.2001. Disponível em: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0101b&L=aejmc&F=&S=&P=9966>, acesso em: 17/5/2004.

MALAMUD, Paul, 1996. El periodismo cívico: um antídoto a la apatia? *Temas de la Democracia – Publicaciones Electrónicas de USIS*, v. 1, n. 8, julio de 1996. Disponível em: <http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/0796/ijds/civjourn.htm>, acesso em 15/5/2004.

MATHEWS, David. In: **Speaking of public journalism**. Talks from the project on public life and the press – Seminars at the American Press Institute, 1993-1997. Kettering Foundation, 1997.

MERRITT, Davis. The misconception about public journalism. *Editor & Publisher* (July 1):68, 80 – 1995.

_____. **Public journalism and public life: why telling the news is not enough**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1995.

_____. In: **Speaking of public journalism**. Talks from the project on public life and the press – Seminars at the American Press Institute, 1993-1997. Kettering Foundation, 1997.

_____. 2002 – **Public Journalism: where it has been; where it is headed?** Disponível em: http://www.imdp.org/artman/publish/article_14.shtml, acesso em 22/3/2004.

MEYER, Philip. **Public Journalism and the problem of objectivity**. *Publicaciones Electrónicas de USIS*, v.1, n. 8. julho de 1996. Disponível em: <http://www.unc.edu/~pmeyer/ire95pj.htm>, acesso em 29/4/2004.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Jornalismo público. Jornal da Tarde**, Brasil, abril de 2003. disponível em: <http://www.artnet.com.br/gramsci/arquiv270.htm>, acesso em: 15/4/2004.

PARISI, Peter. Toward a “philosophy of framing”: narrative strategy and public journalism. *Journalism & mass communication quarterly*. 1997; 74:673-86, disponível em: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812b&L=aejmc&F=&S=&P=7289>, acesso em 17/5/2004.

PINTO, Manuel. O jornalismo como campo social e como domínio de formação. *Comunicação e Sociedade*, n. 1, 1999. Braga. Portugal, p. 75-95. Disponível em: http://www.ics.uminho.pt/dcc/doc/mpinto/jornalismo_campo_social.htm#_ftn20, acesso em 15/4/2004.

ROSEN, Jay. **Getting the connections right** – public journalism and troubles in the press. 1994. Presentation to project on public life and the press, American Press Institute,

June 13. Reston, VA. Disponível em: http://www.tcf.org/Publications/Media/Getting_the_Connections_Right *apud* CELESTINO.

_____. **What are journalists for?** Yale Press University, April, 2001. Primeiro capítulo disponível em: <http://www.yale.edu/yup/chapters/078234chap.htm>, acesso em 17/5/2004.

SCHAFFER, Jan. **O papel dos meios de comunicação na construção das comunidades**. Departamento de Estado dos EUA, escritório de programas internacionais de informação – questões globais, 2001. Disponível em: <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijgp/ig0403.htm>, Acesso em 03/6/2004.

SHEPARD, Alicia C. The gospel of public journalism. *American Journalism Review*. 29, September, 1994.

SIEBERT, F.S., T. PETERSON and SCHRAMM, W. **Four theories of the press**. Urbana: University of Illinois Press, 1956.

SILVA, Luiz Martins da. **Civic journalism: um gênero que no Brasil ainda não emplacou** [s.d.]. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/sos/artigos/civic.htm>, acesso em 17/5/2004.

SOARES, Marcelo. **Ultrapassando a forma para chegar à lógica do método jornalístico**. Disponível em: www.saladeprensa.org/art107.htm, acesso em 13/5/2004.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo (RS): Ed.Unisinos, 2001.

VERYKOUKIS, Andrea. **A journalism less ordinary?** The inspirational tone of public journalism. Presented to the Civic Journalism Interest Group of the AEJMC Convention, Baltimore, Maryland, August, 1988. Disponível em: <http://www.aejmc.org/convention/abstracts/1998/cjig.html>, acesso em: 17/5/2004.

WAINBERG, J., CAMPOS, J. & BEHS, E. **Polemista, o personagem esquecido do jornalismo**. ALAIC, Congresso 2002. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/alaic/material%20congresso%202002/congBolivia2002/trabalhos%20completos%20Bolivia%202002/GT%20%203%20%20eduardo%20meditsch/jacques%20wainberg.doc>, acesso em 31/5/2004.

WEICHEL, Ann. **Public journalism: leadership or readership? A look at the media entry into community activism**. AEJMC archives – February 1996. Disponível em: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9602B&L=aejmc&F=&S=&P=4475>, acesso em 17/5/2004.

WHITE, Heidi. **Journalists disagree on how to connect with public**. *Alumni News Staff*. Winter, 1996, v. 7, n. 1. Disponível em: <http://journalism.unl.edu/an/winter96/civic.html>, acesso em: 29/4/2004.

WOODSTOCK, Louise. **Public journalism's talking cure** – an analysis of the movement's ‘problem’ and ‘solution’ narratives. SAGE Publications, 2002, v. 3(1): 37-55.