

Agência Experimental em Jornalismo Cívico: uma tentativa de aliar jornalismo, democracia e educação¹

Thaís Ariane Ferreira PIMENTA²

Murillo Nascimento NONATO³

Marcus Antônio Assis LIMA⁴

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista-BA

RESUMO: A Agência Experimental em Jornalismo Cívico (AEJC) é um projeto de pesquisa nascido no Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, sob a coordenação do professor Marcus Lima, do Departamento de Filosofia e Ciências Humanas (DFCH). Aprovado em outubro de 2009 pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb), a agência tem como objetivo capacitar os discentes para a prática cotidiana do jornalismo cívico, para que esses, indo além de escrever sobre práticas democráticas, eduquem seus leitores para a cidadania.

INTRODUÇÃO:

Segundo Lima e Cardoso Filho, jornalismo e democracia têm passando por momentos de crise. Para eles, o jornalismo tem perdido a credibilidade, em parte pelo crescente uso do entretenimento como forma de atrair mais público, mas também pelo distanciamento entre os conteúdos informativos e a vida cotidiana da maioria de seus leitores. É em meio a esse descontentamento que surge, na década de 1990, O “jornalismo cívico” (Lambeth e Craig, 1995) ou “jornalismo público” (Merrit, 1995), movimento que tem como principalmente premissa o estímulo ao engajamento dos cidadãos comuns a vida pública e no processo democrático.

O jornalismo tradicional, segundo os percussores do jornalismo cívico, tem fomentado, uma lacuna na

¹ Trabalho apresentado no XX Prêmio Expocom 2013 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação- XV Intercom Nordeste- Mossoró- RN, 12 a 14 de junho de 2013

² Aluna líder do trabalho, discente do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia e bolsista IC- Fapesb- Projeto Agência Experimental em Jornalismo Cívico. email: tafpimenta@gmail.com

³ discente do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia e bolsista IC- CNPQ- Projeto Agência Experimental em Jornalismo Cívico. email: nonato.murillo@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Prof. Dr. do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

participação ativa dos cidadãos da vida pública. Rosen (2003) coloca como problema real do jornalismo o fato do termo que o fundamento – o público – ter sido dissolvido em parte pelo jornalismo. Para o autor, o jornalismo só faz sentido em relação com o público e com a vida pública.

Depois de duas décadas, o jornalismo cívico ainda é pouco conhecido no Brasil, até mesmo dentro das escolas de comunicação. Diante dessa realidade, Agência Experimental em Jornalismo Cívico, projeto de pesquisa do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, tenta criar um modelo de jornalismo cívico segundo os moldes da realidade brasileira. Sob a coordenação do professor Marcus Lima, do Departamento de Filosofia e Ciências Humanas (DFCH), a Agência está em funcionamento desde 2011, e é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb).

A AEJC busca a junção da teoria e prática. Dentre os produtos desenvolvidos estão boletins impressos próprios, e uma parceria na elaboração do Oficina de Notícias (jornal-laboratório do curso de Comunicação Social da UESB). No trabalho realizado pela AEJC constam também, pesquisas de opinião e atividades de proposições teóricas como discussões de textos e trabalhos acadêmicos.

Recentemente a AEJC foi aprovada no edital de extensão continuada da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia e encontra-se no processo de produção do seu site de notícias.

OBJETIVO:

Entre os objetivos do projeto estão à veiculação e distribuição de material noticioso que resgate a participação ativa dos cidadãos da vida pública. A agência visa também capacitar os discentes para a prática cotidiana do jornalismo cívico, pois tem preocupações como:

“[A] Compreensão da prática dos jornais-laboratório e das agências de notícia, e pelo conhecimento da realidade em confronto com as teorias do jornalismo, é possível entender até que ponto o ensino está apenas repetindo o mercado, ou possibilitando um jornalismo mais crítico e comprometido com o bem comum da sociedade (Projeto da Agência Experimental em Jornalismo Cívico, 2009).”

JUSTIFICATIVA:

Segundo Lima (2009), na prática, a comunicação entre jornalistas e cidadãos é na maioria das vezes aleatória, fragmenta e cheia de estática. Sendo assim, segundo autor, essa maneira como os jornalistas habitualmente ouvem os cidadãos contribuiu muito pouco para encorajá-los a se verem como cidadãos.

Para ele:

Uma das melhores maneiras para se melhorar a qualidade dos jornais, ao mesmo tempo em que se estimula a participação popular na deliberação política, está no modo com que os jornalistas ouvem as pessoas e encaram seu público (2009, p. 5)

Sendo assim, O jornalismo cívico, ao contrário do jornalismo tradicional, propõem-se a estar mais próximos aos cidadãos comuns, inseri-los no debate público. Encarando o seu público não como meros consumidores e sim como cidadãos, o jornalismo cívico traz uma abordagem capaz de dirigir-se às pessoas como cidadãs, participantes potenciais do debate público, e não como vítimas e meramente espectadores.

Assim, a Agência Experimental em Jornalismo Cívico se torna importante como possibilidade, de sanar o afastamento estabelecido entre jornalismo e cidadãos, prestar serviço á comunidade e despertar o interesse da população a assuntos referentes à vida pública. Ao mesmo tempo em que se torna importante para estudantes de Comunicação da UESB - por despertá-los a uma possibilidade de atuação profissional socialmente responsável do jornalismo ao discutir temas relevantes e formas de solucionar seus problemas.

MÉTODOS E TÉCNICAS:

Diferente de boa parte dos veículos de comunicação, o critério de noticiabilidade primordial da AEJC é o valor social, a relevância daquela notícia para a comunidade. A partir disso “agregar aos valores/notícia tradicionais elementos de análise e de orientação do público quanto a soluções dos problemas” (SILVA, 2002, p.04).

A forma de trabalho prima pelo abandono da hierarquia. Para tal é preciso “delegar autoridade e gerenciamento de baixo para cima” (LIMA, 2009, p. 06). As reuniões de pauta seguem o modelo

brainstorming, guiados sempre pelo critério de noticiabilidade chave. A divisão de tarefas é proposta conforme as afinidades pessoais e aceita de comum acordo entre os integrantes da equipe.

“O desafio da equipe é se aproximar o máximo possível das ‘equipes qualificadas circulares’ (LIMA, 2009, p. 05) que tem como princípio ouvir os cidadãos e seguir a agenda da comunidade, fugindo da realidade atual do jornalismo tradicional” (ANDRADE, 2011, p. 6).

Entre as primeiras mudanças em busca da inserção do cidadão na vida pública está a inversão na escolha das fontes. Fugindo da lógica tradicional: “neste, o testemunho das elites é personalizado, enquanto no jornalismo cívico personaliza-se o testemunho dos cidadãos e generaliza o testemunho das elites”, assim como explica Lima (2009, p. 2) .

Para que esse testemunho dos cidadãos seja personalizado, a abordagem, no geral deve focar-se aos leitores/ cidadãos o mesmo tipo de perguntas que se faria a um especialista, a uma autoridade ou mesmo um analista midiático (Lima, 2009, p. 6). Entre as técnicas elencadas por Lima, extraídas do Listening Project Training Manual (apud Charity, 1995:21-24), e utilizadas pela AEJC para ouvir e abordagem o cidadão estão: i) buscar uma aproximação pessoal como o entrevistado, criando um ambiente mais aconchegante. Só deve-se começar uma entrevista depois de constituir uma atmosfera para uma conversa de “cidadão para cidadão”; ii) Não fazer perguntas do tipo “sim ou não”, ou outros tipos de questões que levam a lugar algum, em vez disso, fazer perguntas que possam levar à autoconscientização e que evoquem sentimentos e emoções; iii) Elabore “perguntas esclarecedoras”, que desafiam o interlocutor a examinar e alterar ideias; iv) Não prestar atenção apenas nas partes da resposta da pessoa que imediatamente lhe interessam. Deixe a pessoa gozar do seu pleno direito à palavra; v) Ser sempre simpático. Trate o seu interlocutor como alguém que também tem interesse em saber a verdade. Se não se é capaz de concordar com as declarações ouvidas, deve-se encontrar uma maneira de, ao menos, simpatizar com a pessoa; vi) Deve-se estar verdadeiramente interessado. Isto é algo que não se pode fingir. Estar aberto a alterar as próprias opiniões (mesmo se você não submetê-las na conversa) é fundamental. Em outras palavras, ir para a entrevista com expectativa de aprender algo de importância com o interlocutor.

Ainda a fim de buscar uma aproximação maior com os leitores, a AEJC procura identificar pautas a

partir do que de fato é relevante para a comunidade. Para isso são realizadas constantes pesquisas de opinião do tipo survey (Babbie, 1999), seja para elencar as principais pautas que devem ser realizadas, seja para saber a opinião do leitor sobre determinado assunto.

Para a confecção das matérias, os repórteres são incentivados a se utilizarem do potencial educacional para fazer com que os cidadãos compreendam a natureza do problema e vislumbrem soluções práticas. Para isso, recursos imagéticos são sempre pensados para serem utilizados: fotografias, infográficos, fluxogramas, box explicativos e charges.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO:

A Agência Experimental em Jornalismo Cívico está instalada no Núcleo de Pesquisa em Jornalismo- NPjor. Contém 5 computadores, 2 notebooks, 2 câmeras fotográficas, 1 filmadora e 1 impressora para a montagem da redação da Agência Experimental. No centro da sala há uma mesa redonda para reuniões de pauta e discussões teóricas.

Para a logomarca da AEJC, o conceito-chave e norteador é a participação e a inclusão do cidadão no processo de produção do conteúdo. Sendo assim, a primeira versão e que permaneceu durante o primeiro ano de funcionamento da agência foi a de um quebra-cabeça, com as siglas da agência, visando à integração do público, à proposta de fazer jornalismo cívico no Brasil:



Logomarca desenvolvida por Juraci Santana, discente do curso Comunicação Social

Em junho de 2012 a AEJC realizou um concurso de logomarca, aberto para estudantes dos cursos de graduação e pós-graduação da Uesb, com a finalidade de incentivar a participação dos estudantes da UESB e reformulação da identidade visual do projeto. A logomarca escolhida para ser a nova

identidade visual do projeto foi aquela que mais transmitiu os motes de participação, inclusão e cidadania:



Logomarca desenvolvida por Halanna Andrade, discente do curso de Comunicação Social

Os primeiros produtos a serem publicados seriam uma espécie de informativo temático – boletins - em folha de tamanho A4, preto e branco, em lauda frente e verso, pois dessa forma haveria condições materiais de produção sem que fosse preciso depender de outros equipamentos que não fossem os pertencentes à própria AEJC.

Da equipe responsável pela produção dos boletins participaram três estudantes pertencentes ao projeto, além do professor orientador. As funções determinadas foram as de reportagem para Thaís Pimenta e Juraci Santana, edição e diagramação para Halanna Andrade e coordenação para o professor Marcus A. Lima. Dentre os temas abordados pelos boletins estão, assembleia Universitária e mandato de segurança.

A produção da AEJC também conta com matérias que foram veiculadas pelo Oficina de Notícias (ON), Jornal Laboratório do Curso de Comunicação. O público-alvo da AEJC passa a ser então, além da comunidade acadêmica, os cidadãos da cidade de Vitória da Conquista, considerando o fato do ON ter uma distribuição em maior escala. A página traz o formato A3, contendo um box com uma breve apresentação da AEJC, e geralmente apresentam gráficos e infográficos. Dentre os temas abordados estão orçamento participativo e processo licitatório de transporte coletivo. Ambas as matérias apontam o modo pelo qual o cidadão pode se inserir e ser atuante.

Atualmente o projeto de pesquisa está construindo o seu site de notícias. Em seu trabalho o grupo está

procurando casar a teoria de jornalismo cívico com as características que constituem o web jornalismo, sendo elas, de acordo com Mielniczck (2003) : interatividade, customização de conteúdos ou personalização, hipertextualidade, multimídia ou convergência e memória.

Conclusão:

Como sugere Jay Rosen (1995, p.54, negritos no original), os "jornalistas deveriam **formar** bem como **informar** o público". A Agência Experimental em Jornalismo Cívico, vem então resgatar essa lacuna deixada pelo jornalismo tradicional no que se diz respeito à formação do cidadão e incentiva-los no exercício na cidadania. A nossa fase da AEJC- a construção do site- é crucial para que o aumento o alcance das produções da agência, e levá-las a mais leitores.

REFERÊNCIAS:

ANDRADE, H. S.; LIMA, M. A. A.. **Agência Experimental em Jornalismo Cívico: A tentativa da prática de um modelo brasileiro**. In: Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1804-1.pdf>

LIMA, Marcus A. Assis. **“Consumidor ou cidadão?” Estratégias para a qualidade do jornalismo e da vida pública**” In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação [on-line]. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira interior, 2009 a. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/bocclima-seminario.pdf>

LIMA, M. A. A.. **Indícios para uma 'análise cívica' do jornalismo: a temática da responsabilidade social**. Estudos em Comunicação/Communication Studies, 2011.

NONATTO, M. N.; CARVALHO, F. R. S.; ANDRADE, H. S.; LIMA, M.A. A. **Agência Experimental em Jornalismo Cívico: O avanço empírico na produção em Jornalismo Cívico no Brasil**. In XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação – evento componente XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom Nordeste, 2012

ROSEN, J. **“Tornar a vida pública mais pública: sobre a responsabilidade política dos intelectuais dos media”**. In: TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário, Jornalismo cívico. Lisboa: Livros Horizontes, 2003.

TRAQUINA, N.; MESQUITA, M.. **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003



MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Salvador: Facom, 2003.

CARDOSO FILHO, J; LIMA, M. A. A. “**Jornalismo, Democracia e Educação: algumas reflexões sobre o Jornalismo Cívico**”. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. vol.35 no.2 São Paulo July/Dec. 2012