

---

## **Jornalismo Cívico Nos Diários de Pernambuco E Jornal Do Commercio: Uma Análise Comparativa Da Temática Febre Amarela <sup>1</sup>**

Caleb LIMA<sup>2</sup>  
Cleiton GOMES<sup>3</sup>  
Filipe CRUZ<sup>4</sup>  
Ana Carolina OLIVEIRA<sup>5</sup>  
Débora GOMES<sup>6</sup>  
Marcus LIMA<sup>7</sup>

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

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo verificar e comparar se os conteúdos jornalísticos análogos, da temática febre amarela, veiculados nos cadernos Local, do jornal Diário de Pernambuco, e Cidades, do Jornal do Commercio, em janeiro de 2018, se enquadrariam nas propostas de jornalismo cívico. A partir disso, pretendemos entender de qual modo cada uma das editorias aborda a temática. A metodologia empregada para nossa análise consistiu de uma abordagem quali-quantitativa tendo como inspiração a “análise cívica” (MOTA, 2017). Os conteúdos, da temática selecionada, tanto no Diário de Pernambuco, como no Jornal do Commercio, apresentaram indícios de jornalismo cívico ou se aproximaram, de alguma maneira, do que é defendido, com destaque para o Jornal do Commercio.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Cívico; Diário de Pernambuco; Jornal do Commercio; Análise Cívica; Cidadania.

### **INTRODUÇÃO**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na II 1 - Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Uesb, e-mail: caleb\_fisio09@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Uesb, e-mail: cleitonruaspro@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Uesb, e-mail: filiperezendecruz@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Uesb, e-mail: anacarolinalagoliveira@gmail.com

<sup>6</sup> Estudante de Graduação 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Uesb, e-mail: deboralisboa@hotmail.com

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Uesb, e-mail: malima@uesb.edu.br

---

Considerado o maior movimento depois do movimento do Novo Jornalismo<sup>8</sup>, essa iniciativa nasceu como uma resposta de alguns veículos noticiosos à sucessiva queda nas vendas e ao descrédito que enfrentavam, constatado por meio de pesquisas (PENA, 2005). O movimento buscou dar centralidade ao cidadão e a seus anseios e necessidades, reafirmando a democracia e incentivando a participação política da população, já que no país o voto é facultativo.

O primeiro jornalista que sentiu vontade de promover uma mudança no processo de construção das notícias foi Davis Merritt, na época editor do jornal *The Wichita Eagle*, do estado do Kansas. Frustrado e incomodado com o trabalho desempenhado nas eleições de 1988, ele produziu um artigo, datado de 1990, em que propagava um maior aprofundamento dos temas abordados nas matérias, proporcionando aos leitores/cidadãos a oportunidade de compreender, em detalhes, a posição dos candidatos que disputariam as eleições para o governo do Estado do Kansas em torno dos assuntos de interesse da comunidade (QUADROS, 2005).

Mesmo com poucos exemplos de sua prática no Brasil, o movimento tem ganhado notoriedade em alguns espaços da comunicação e nas universidades. Como exemplo de iniciativa no espaço acadêmico, podemos citar a Agência Experimental em Jornalismo Cívico (AEJC), localizada na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Contudo, existe pouco material bibliográfico nacional sobre o assunto. A maior parte das referências está disponível em língua estrangeira. Luiz Martins da Silva (2006), Márcio Fernandes (2008), Danilo Rothberg (2011), Marcus Lima (2017), são alguns dos pesquisadores nacionais que já abordaram o tema em suas obras e pesquisas.

Partindo da hipótese de que dentre as produções dos cadernos Local, do jornal Diário de Pernambuco, e Cidades, do Jornal do Commercio, existam conteúdos que contemplem algumas práticas atribuídas ao jornalismo cívico, bem como correspondam ao que prega as categorias da Análise Cívica do Jornalismo (MOTA, 2017), verificaremos de que forma os dois veículos praticam jornalismo cívico – se praticam e em quais pontos – identificando e analisando possíveis diferenças e semelhanças na abordagem da temática selecionada dos cadernos correspondentes.

---

<sup>8</sup> Novo Jornalismo foi o nome dado ao movimento de jornalistas norte-americanos que, na década de 1960, começaram a misturar a narrativa jornalística com a literária. Mais do que criar romances de não-ficção, o novo jornalismo se diferencia pela intensa apuração. Nomes do gênero são Tom Wolfe, Gay Talese, Norman Mailer e Truman Capote.

---

## UM JORNALISMO A SERVIÇO DO PÚBLICO

As eleições presidenciais de 1988 nos Estados Unidos são consideradas como um momento decisivo na trajetória do jornalismo público. Nesse mesmo ano, alguns jornais americanos, de pequeno e médio porte, começaram a se preocupar com a quantidade de assinantes<sup>9</sup>, e com a forma com que estava sendo realizada a cobertura da política. Para reverter a situação, eles apostaram na abordagem de temas locais que fossem mais próximos da comunidade onde atuavam.

Um extenso estudo divulgado no final de 2002 pelo *Pew Center for Civic Journalism*, mais importante órgão de pesquisa e inventivo do tema nos Estados Unidos, também confirma a tese de que o jornalismo público teve as campanhas eleitorais como ponto de partida, com diários do interior erguendo essa corrente da imprensa. O relatório intitulado *Measuring Civic Journalism Progress: a report across a decade of activity* (Friedland; Nichols, 2002) analisou 651 experimentos, entre 1994 e 2002, e observou que, com o passar dos anos, os jornais das regiões metropolitanas começaram a adotar o jornalismo público, movimento que influenciou um quinto das publicações norte-americanas.

Após décadas de debates acerca do papel desempenhado pelo jornalismo e seus jornalistas no cotidiano, algumas observações são pontuadas no jornalismo cívico. São elas: a existência do jornalismo depende da vida pública; os cidadãos se sentem excluídos dos processos democráticos e frustrados com a cobertura polarizada da mídia que os impedem de agir, por isso, o interesse pela vida pública é decrescente; os jornalistas devem perceber os cidadãos como participantes ativos nos processos democráticos, em oposição a espectadores passivos, assim como assumirem um papel mais proativo; os jornalistas devem atuar como facilitadores do debate e contribuir para que a vida pública corra bem (TRAQUINA; MESQUITA, 2003; MERRIT, 1997; FERNANDES, 2008a).

Merrit, ao perceber futuros problemas, apresenta quatro ações,

---

<sup>9</sup> Dados do relatório *State of News Media* apontaram que, só entre 1990 e 1995 caiu em 6,6% a circulação total de jornais em números absolutos – queda de 8,2% em relação ao número de domicílios. Disponível em: <http://stateofthemedial.org/2011/newspapers-essay/data-page-6/> Acesso: 12 fev. 2018.

---

ir para além da missão de dar as notícias para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública; deixar para trás a noção do "observador desprendido" e assumir o papel de "participante justo"; preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas; conceber o público não como consumidores, mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos. (MERRITT, 1995 *apud* TRAQUINA e MESQUITA, 2003, p. 13).

O jornalismo cívico aponta como uma importante estratégia para o fortalecimento da cidadania e da própria cultura da profissão. Por isso, falar sobre ele é também referir-se a um conjunto de estratégias que surgiram no dia a dia das redações.

### **CARACTERÍSTICAS E OBJETIVOS DO JORNALISMO CÍVICO**

Uma das características mais marcantes do jornalismo cívico é estar plenamente a serviço do público, distanciando-se dos interesses puramente econômicos – quando os veículos noticiosos estão unicamente voltados à obtenção de lucro – e políticos – quando a mídia se vincula a ideais partidários e cede a pressões do governo vigente. Os cidadãos e suas necessidades passam a ocupar um papel primordial tanto na definição das pautas quanto na construção da notícia, incentivando e melhorando, desta forma, o debate cívico e contribuindo para a formação de um espaço público mais dinâmico e fortalecido.

Outra relevante proposta diz respeito aos termos adotados numa nova configuração textual que não se preocupa apenas em ouvir e expressar a visão das partes envolvidas nos assuntos retratados. Como destaca Fernandes (2002), a expressão “cão de guarda”, tão conhecida e disseminada nos escritos de Teorias do Jornalismo, dá lugar à função de “cão-guia”, postura que permite uma abertura das redações para a participação cidadã, uma vez que incita o jornalista a encarar seu público como parceiro em suas rotinas produtivas. Para Traquina,

O movimento reafirma as responsabilidades sociais do Jornalismo e representa uma importante brecha na busca frenética de notícias, na postura cínica para com a vida política, na dependência excessiva de fontes oficiais e na desatenção flagrante para com os cidadãos enquanto participantes ativos na vida pública (TRAQUINA, 2003, p.16).

---

Com relação aos profissionais, os jornalistas cívicos são aqueles que batalham por uma perspectiva pública do seu trabalho. O profissional deverá ser capaz de informar e formar cidadãos e desenvolver o espírito crítico dos leitores; ele deve priorizar o conhecimento sobre o desenvolvimento de um fato e se concentrar no ponto em que as propostas de diferentes grupos são convergentes e não confrontar os extremos (PENA, 2005, p.156).

## AS PRIMEIRAS PRÁTICAS DO JORNALISMO CÍVICO

O jornal Wichita Eagle pode ser considerado como um dos pioneiros na prática do jornalismo cívico. Sob o comando de Davis Merrit, desenvolveu-se o “*Voter Project*”. Em parceria com uma estação de rádio, foi realizada uma pesquisa de opinião e focus groups para identificar as principais questões expostas pela população. As questões foram publicadas pelo *Eagle*, em forma de artigo, seis semanas antes das eleições com as posições dos candidatos acerca de cada uma delas. Dois anos depois, um outro projeto conhecido como “*People Project: Solving It Ourselves*” foi lançado. Seu maior objetivo era fazer com que os cidadãos identificassem os problemas das suas comunidades e os discutissem com os veículos de comunicação que participavam do projeto. Traquina explica que,

Em relação a cada problema identificado como importante nas entrevistas, houve reportagens onde o objetivo era identificar os valores fundamentais das posições em conflito. Em relação a cada problema, o Wichita Eagle publicou uma listagem completa de todas as organizações e instituições envolvidas. As empresas jornalísticas também promoveram uma série de “intercâmbio de ideias”, onde cidadãos interessados podiam estabelecer contatos e conhecer representantes de diversos grupos (TRAQUINA, 2003b, p.11)

Na Carolina do Norte, o jornal Charlotte Observer destacou-se ao lançar um projeto que se propunha, na cobertura das eleições, a uma perspectiva voltada menos para as estratégias dos candidatos para conseguir uma maior adesão dos eleitores e mais na preocupação destes. Ele utilizou-se também de pesquisas com a população, traçando, através das respostas, uma espécie de “agenda dos cidadãos”. Em Spoke, o periódico The Spokesman Review colocou em cena dois editores com a função de ajudar os leitores a expor suas opiniões nos padrões textuais jornalísticos. Outros importantes

---

exemplos descritos por Fernando Moraes (2011) são o San Jose Mercury, o Tallahassee Democrat e o The Virginia Pilot. O San Jose, do estado da Califórnia, começou a distribuir cartas dos leitores por todas as editorias do jornal com o objetivo de “vincular mais estritamente os temas tratados aos leitores” (MORAES, 2011, p. 49).

## **JORNALISMO CÍVICO NO BRASIL**

No Brasil, grande parte dos trabalhos publicados é composto de revisão bibliográfica de autores referência do jornalismo cívico nos EUA, com enfoque nos princípios cívicos relacionados à democracia deliberativa e responsabilidade social. Pesquisadores da comunicação que exploram a fundo os estudos do jornalismo cívico são unânimes em afirmar que no Brasil não há uma prática do jornalismo cívico nos moldes norte-americanos. Moraes (2011) afirma que,

No Brasil não se pode dizer que haja uma história do jornalismo público<sup>10</sup> muito menos uma tradição. Nos veículos comerciais encontramos algumas iniciativas pontuais de jornais que querem participar de forma mais ativa de suas comunidades ou se aproximar de seus públicos, mas com pouca associação ao conceito de jornalismo público. Nas mídias públicas, em especial nas emissoras de TV, a discussão sobre jornalismo público é mais frutífera. Emissoras como a Rede Minas, TV Cultura e TV Brasil afirmam que seus noticiários realizam jornalismo público (MORAES, 2011, p. 51).

Márcio Fernandes (2002) menciona o jornal O Povo, de Fortaleza, com seu projeto editorial distinto sobre o tema “infância” que fugiu dos tópicos mais óbvios. Do outro lado do país, o Jornal da Manhã, em Ponta Grossa, no estado do Paraná, em suas versões impressa e eletrônica, se destaca por incentivar a participação da comunidade por meio de sondagens de opinião. Ele ainda cita o papel relevante do Observatório da Imprensa e do Instituto Gutemberg como fiscais da mídia.

O Correio Braziliense veiculou por algum tempo assuntos de interesse do cidadão, como: prevenção de acidentes, manutenção das características arquitetônicas e cultural de Brasília, combate à violência urbana, e campanhas como a “Paz no trânsito”, “Preserve Brasília” e “Eu quero paz”. Apesar disso, para muitos estudantes, professores e profissionais que atuam na área, o jornalismo cívico ainda é pouco conhecido (LIMA,

---

<sup>10</sup> O autor escolhe usar o termo “Jornalismo Público” como sinônimo para “Jornalismo Cívico”, mas a escolha não modifica o sentido do termo.

2012). A partir da necessidade de entender e colocar em prática esse modelo surgiu o projeto de pesquisa Agência Experimental em Jornalismo Cívico (AEJC).

Localizada na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, a AEJC pautou-se em seguir o modelo do jornalismo cívico em suas publicações, todas próprias, por meio de boletins. O jornal laboratório Oficina de Notícias, do curso de Comunicação Social da Uesb, tornou-se um parceiro da agência quando inúmeras vezes cedeu um espaço para as suas publicações. Tomando como exemplo os recursos usados pelo *Charlotte Observer*, a agência utilizou enquetes com o propósito de identificar os problemas da comunidade, modelo “agenda cidadão” instituído pelo jornal americano.

Mesmo com todos os exemplos de tentativas de uma prática nacional, é necessário, sem deixar de lado a base, os princípios e as regras que o movimento delimita para o bom exercício do jornalismo, uma adaptação dos pressupostos apontados pelos defensores do jornalismo cívico à complexa realidade brasileira.

## **HISTÓRIA DO DIARIO DE PERNAMBUCO E DO JORNAL DO COMMERCIO**

Estampando 38 propagandas, o Diario de Pernambuco nasce no dia 7 de novembro de 1825 como folha de anúncios. Com quatro páginas, o diário foi o 24º jornal a ser fundado desde o início oficial da imprensa pernambucana. No seu segundo ano de fundação, tornou-se o primeiro veículo do nordeste a colocar em foco a liberdade de imprensa, classificando-se como órgão de imprensa informativa e a serviço do aperfeiçoamento da vida pública e social. Mesmo com todas as mudanças ocorridas durante os anos, as alterações ocorridas no ano de 1970 se tornaram significativas no processo de editoração e produção, quando então, o sistema de impressão gráfica utilizado na época, o “a quente”, com suas prensas de linotipo, foi aos poucos substituído pelo sistema offset. Assim, o Diario passou a ser vendido de segunda a sexta-feira, com 64 páginas, separadas em quatro cadernos particulares. Também nessa época, o jornal contratou serviços de grandes agências de notícias internacionais.

O Jornal do Commercio tem como data de fundação o dia três de abril de 1919 pelo empresário, advogado, diplomata e político brasileiro Francisco Pessoa de Queiroz. Com o período de dominação militar, o Jornal do Commercio, assim como toda a imprensa brasileira, foi afetado. Durante esse período, que vai de 1964 até 1979, o ano da dinastia, o JC teve que se adaptar à ova ordem, principalmente após o Ato

Institucional nº 5. Todavia, foi nesse intervalo de tempo que o Jornal proporcionou um dos maiores furos de reportagem da sua história, quando o repórter Vladimir Maia Calheiros – também editor-geral na época – e o fotógrafo Solano José, em outubro de 1970, foram a Caatinga entrevistar Floro Gomes Novais, famoso personagem dos sertões nordestinos, na época, um dos pistoleiros mais temidos do sertão pernambucano.

Em abril de 1987, passando por uma crise severa, o JC foi adquirido pelo empresário João Carlos Paes Mendonça, que modernizou a empresa, assegurando-a como líder regional da época. A proposta nesse novo momento seria um veículo sem laços partidários, sendo seu compromisso o estado de Pernambuco e o Nordeste. No ano de 2008, passa a ser o primeiro jornal no estado e o segundo no Norte/Nordeste a receber a certificação ISO 9001-2000 para todos os processos do parque gráfico. O JC online inaugura um novo tempo na disseminação, o Portal do Sistema Jornal Comercio de Comunicação (SJCC). Atualmente, o SJCC é comandado pelo grupo JCPM e contempla o JC, o portal NE10, a TV Jornal – afiliada ao SBT – e a Rádio Jornal.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo trata-se de uma pesquisa com características quali-quantitativas, tendo como base teórico-metodológicos a Análise Cívica do Jornalismo (MOTA, 2017). Por isso, faz-se necessário conhecer cada uma delas:

*1- Relevância do tema abordado* - Leva em consideração o assunto abordado pelo produto jornalístico e a sua relevância para o fortalecimento da cidadania.

*2- Origem da pauta*- Os assuntos noticiados devem estar em consonância com a “agenda cidadã”. As pautas devem surgir de assembleias de associações de moradores, de representantes de organizações não governamentais ou de canais de acesso do espectador/leitor disponibilizados pelos próprios veículos de notícias.

*3- Natureza das fontes*- As fontes oriundas dos poderes instituídos devem estar tensionadas com a presença do cidadão como fonte, ou seja, os dois lados da história não são ouvidos para que seja meramente cumprida uma obrigação normatizada pelos parâmetros da profissão.



---

4- *Termos escolhidos para se referir aos atores sociais*- A proposta aqui é perceber se no texto falado ou escrito a caracterização dos personagens os coloca numa posição de vítimas ou os trata como cidadãos, tal como propõe o jornalismo cívico.

5- *Propostas de soluções*- Os conteúdos, de acordo com os princípios do jornalismo cívico, devem munir o cidadão de informações úteis e esclarecimentos que o ajudem na tomada de decisões.

6- *Função educativa da informação jornalística*- São pautas que devem “estar comprometidas com a visão de que alguma coisa precisa ser feita, há problemas e desafios a serem enfrentados, há interesses em jogo, e o jornalismo e o jornalista podem desempenhar um papel fundamental na sua explicitação” (DORNELLES, 2008, p. 129).

Selecionamos, de forma aleatória, edições do mês de janeiro de 2018 que trouxeram o tema febre amarela em seus conteúdos, já que nessa época o país enfrentava um surto dessa patologia. Na nossa proposta, a data de veiculação da informação não apresentou relevância, mas sim, o seu conteúdo.

## **TEMÁTICA: FEBRE AMARELA**

A situação da febre amarela no estado é transmitida no caderno Local, do Diário de Pernambuco, através das reportagens “Brigadas contra o *Aedes aegypti*”, “Estado fará vigilância contra a febre amarela”, “Caso de febre amarela investigado no estado” e “Hospitais se preparam contra a febre amarela”. Elas têm como intuito divulgar o cenário atual de ameaças da doença no país e em Pernambuco, ao mesmo tempo em que tranquiliza seus leitores e moradores quanto à incidência de casos locais confirmados, mesmo o estado de Pernambuco estando fora da rota de contaminação.

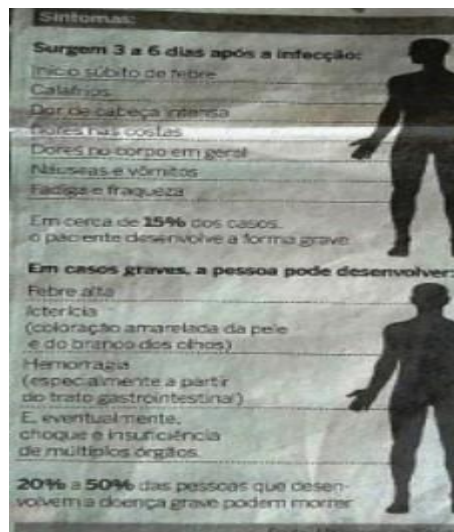
Por abordar um tema que afeta de forma generalizada a sociedade, podemos dizer que o assunto é de extrema relevância. São disponibilizados, em duas reportagens, assinadas pela mesma jornalista, um e-mail para contato. Por meio da troca de e-mails no dia 23 de abril de 2018 entre o autor dessa pesquisa e a jornalista Alice de Souza, fomos inteirados de que em uma, a pauta surgiu após um boletim divulgado pelo Ministério da Saúde em sua página de notícias, e a outra, a partir de um suíte de matéria anterior. Considerando que as pautas devam surgir de assembleias, reuniões de moradores e até mesmo pelo próprio cidadão, o resultado não está de acordo com a segunda categoria.

Na análise cívica, é importante o equilíbrio entre os diferentes tipos de fontes. Contudo, o que se percebe é que em uma das reportagens não existe sonora, apenas uma nota da assessoria de comunicação da secretaria estadual de saúde. Nas demais, as fontes escutadas são apenas as oficiais, o prefeito de Recife, o diretor-geral de vigilância e controle de doenças transmissíveis da secretaria estadual de saúde e especialistas da área, dois infectologistas. Ao contrário do que o jornalismo cívico propõe, não houve um aproveitamento do cidadão como uma possível fonte, concentrando o campo de visão dos fatos nos órgãos oficiais. Por isso, podemos dizer que a terceira categoria não se apresenta de forma positiva.

Verificar não apenas a aparição das fontes, mas avaliar também o tratamento que lhes é dado é o que preconiza a quarta categoria. No conteúdo analisado, não são encontrados termos que possam constranger ou mesmo discriminar as fontes escolhidas. As expressões empregadas estão em congruência com suas respectivas funções governamentais e profissionais. Como a temática engloba a sociedade no todo e não há menção de fonte cidadã ou mesmo de um personagem, inferimos que o processo de escolha de quais termos seriam usados, ocorreu de maneira simplificada.

Já ao cidadão, é preciso que a notícia ofereça condições para que o próprio busque formas de solucionar os problemas. Nesse caso, a temática trabalhada fornece, de forma contextualizada e coerente, informações de utilidade pública. Através de um boxe, são disponibilizadas informações sobre os sintomas e seus possíveis desdobramentos em casos graves, em que a mensagem é a de que, aos se constatarem os sintomas apontados, é preciso procurar ajuda de um profissional de saúde.

Imagem 1: Boxe informativo sobre os sintomas da febre amarela



Fonte: Jornal Diário de Pernambuco

Quanto à sexta categoria, é importante perceber o papel do jornalismo na construção e formação de cidadãos mais conscientes, quando o seu papel de apenas retransmissor de informações aleatórias é substituído por um de agregador de conhecimento. O conteúdo analisado desempenha a função de levar conhecimento ao cidadão, ao tornar as informações mais didáticas, de modo especial à reportagem “Caso de febre amarela investigado no estado”, quando em sua estrutura é adicionado um recurso visual, um boxe, bem explicativo, sobre a febre amarela, proporcionando uma informação mais clara, evitando assim, hospitais lotados, internações inapropriadas e a conscientização do leitor quanto a importância do combate aos vetores urbanos (*Aedes aegypti*), responsáveis pela transmissão.

Imagem 2: Boxe explicativo sobre a febre amarela



Fonte: Jornal Diário de Pernambuco

Assim como no caderno Local, a temática, no caderno Cidades, do Jornal do Commercio, aborda a situação da febre amarela no estado de Pernambuco por intermédio das reportagens “Pernambuco investiga caso”, “Recife à base de doses extras” e “Vacina agora só na segunda-feira”. Por se tratar de um tema que afeta diretamente a saúde e o bem-estar social da população, é necessário à atuação do estado no controle efetivo do problema. Mesmo aparentando ser um caso momentâneo, destacamos a sua relevância quanto a um assunto de interesse público. Quanto à

segunda categoria, origem da pauta, duas das reportagens, assinadas pela mesma jornalista, fornecem um e-mail para contato, porém, os e-mails enviados nos dias 18, 23 e 24 de abril de 2018 não foram respondidos, impossibilitando a avaliação da categoria.

O equilíbrio entre os diferentes tipos de fontes pode ser encontrado no conteúdo. É importante que ocorra esse equilíbrio para que as informações fiquem mais claras e que não se concentrem apenas nas mãos de instituições públicas ou oficiais. São ouvidas duas fontes oficiais, a coordenadora do programa de imunização do Recife e o secretário de saúde da capital, um especialista (epidemiologista) e duas fontes não oficiais, uma professora aposentada e uma doceira. O que se verifica é que as fontes oficiais e o especialista aparecem com o intuito de esclarecer, de forma simplificada, as informações. Já as não oficiais, são ouvidas para que se verifique a situação no dia a dia do cidadão que vai em busca da vacinação ou mesmo de atendimento. Não há intenção de confronto entre “as partes”, nem de se apontar culpados, mas que seus posicionamentos contribuam para conferir uma melhor compreensão.

Pela diversidade das fontes inseridas em um mesmo contexto, não são percebidos termos discriminatórios ou qualquer evidência que possa constranger as fontes. Os atores sociais são creditados de acordo com as suas próprias posições e funções na sociedade. O que se conclui é que os textos jornalísticos dessa temática estão em conformidade com as instruções referentes ao uso de expressões pertinentes. Para a quinta categoria, é possível perceber que o conteúdo transcende a simples transmissão de dados fornecendo, em termos práticos, meios de solução de problemas. Assim, quem precisa tomar a vacina, é direcionado a procurar um posto de vacinação mais próximo da sua residência ou bairro através das referências contida em boxes.

Imagem 3: Nomes e endereços de postos de vacinação



Fonte: Jornal do Commercio

Para a sexta e última categoria da análise cívica, podemos confirmar que a sua proposta está de acordo com uma função educativa da informação jornalística. Em seu conteúdo, as informações foram dispostas de uma maneira didática, com o uso de recursos visuais, com destaque para a reportagem “Recife à base de doses extras”. Ao optar por enquadrar um box com o título “tire suas dúvidas”, a reportagem possibilita formas de representação mais legíveis.

Imagem 4: Boxe reforça as informações sobre a febre amarela



Fonte: Jornal do Commercio

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na comparação entre os dois cadernos, podemos destacar a instantaneidade da resposta da jornalista no caderno Local quando são solicitadas maiores informações sobre a reportagem, conduta essa defendida pelo jornalismo cívico, no qual o cidadão adquire uma relação de pertencimento com o profissional de comunicação. No caderno Cidades, esse contato não existiu. Outro ponto positivo é a “chamada” do cidadão para participação no plano de enfrentamento das arboviroses, quando este se torna colaborador das ações de combate, divulgadas na reportagem, implantadas pelo governo municipal. Contudo, duas situações merecem serem revistas pelo jornal. Em nenhuma das reportagens há a presença do cidadão como possível fonte na construção do conteúdo. Uma situação preocupante, tendo em conta a importância do relato da

sociedade para corroboração quanto ao modo de tratamento dado ao assunto pelos órgãos públicos. O *Jornal do Commercio* apresenta, na estrutura do seu conteúdo, a participação de duas fontes não oficiais, no que concerne o papel de corroborar ou não com os fatos. Sente-se falta também, em todo o seu conteúdo, de mais informações sobre a vacinação. No *Jornal do Commercio*, merece destaque um foco maior dado à vacinação. Das três reportagens, duas trazem a questão da vacinação e seus desdobramentos. Acompanhando os nomes dos postos de vacinação, encontra-se o endereço de cada um, bem como a quantidade disponível no estado e capital. Em suma, a questão da vacinação é tratada com maior dedicação, afinal de contas, o que vai interessar ao leitor são os caminhos que ele deve percorrer para a solução dos problemas.

Para o *Diário de Pernambuco*, presumimos que a inserção de fontes não oficiais seria de extrema importância na construção de seus conteúdos, bem como uma exploração maior sobre a vacinação contra a febre amarela. Para isso, a incorporação de recursos visuais, como um boxe ou mesmo um quadro, com os locais de vacinação poderia ter sido uma conduta positiva. Já para o *Jornal do Commercio*, acreditamos que um maior contato entre o jornalista e o leitor é um ponto importante na construção da informação. Não queremos afirmar, aqui, que não haja esse contato, contudo, essa foi a impressão deixada na análise.

## REFERÊNCIAS

FERNANDES, M. *Jornalismo cívico: um estudo comparado dos modelos americano e brasileiro*. In: HOHLFELDT, Antônio e BARBOSA, Marialva (org.). **Jornalismo do século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

MORAES, B. S. de. **Jornalismo Público: um olhar sobre o Repórter Brasil**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília. Brasília, 2011.

MOTA, F. M. M. **Análise cívica do jornalismo: uma proposta de categorias para avaliação de produtos jornalísticos**. 2014. 124p. Dissertação (Mestrado em Letras: Cultura, Educação e Linguagens) – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2014.

PENA, F. (org.). **1000 perguntas em Jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 2005.

QUADROS, C. **Jornalismo Público, rádio e internet: Uma combinação possível? Comunicação e Espaço Público**. Brasília: Ano VIII, v. 5, nº 1, 2005. Disponível em: <[http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2005a/Artigo\\_3.claudia.barros.pdf](http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2005a/Artigo_3.claudia.barros.pdf)>. Acesso em: 30 jan. 2018.

SILVA, L. M. **Jornalismo Público**. Brasília: Casa das Musas, 2006.

TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003a.

\_\_\_\_\_. Jornalismo cívico: reforma ou revolução? In: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003. p. 9-17.