



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTE
PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

GENÉSIO ALVES DE SOUSA NETO

**O Jornalismo Público e a Experiência na Diretoria de Comunicação do
Tribunal de Justiça da Paraíba**

João Pessoa-PB

2016

S725j Sousa Neto, Genésio Alves de.

O jornalismo público e a experiência na Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba / Genésio Alves de Sousa Neto. - João Pessoa, 2016.

131 f.: il. -

Orientadora: Sandra Regina Moura.

Dissertação (Mestrado Profissional) - UFPB/CCHL

1. Jornalismo. 2. Jornalismo Comunitário. 3. Jornalismo Público. 4. Cobertura Jornalística. I. Título.

UFPB/BC

CDU: 070(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

ATA DE BANCA EXAMINADORA DE DEFESA

Aos 16 (dezesesseis) dias do mês de Agosto de dois mil e dezesesseis, às 10 horas, foi realizada, na Sala de Reuniões de CCTA, na Universidade Federal da Paraíba, a Banca Examinadora de Defesa do (a) discente Genesio Alves de Sousa Neto, matrícula 2014.104.388, para obtenção do Título de Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

Título : « O JORNALISMO PÚBLICO E A EXPERIÊNCIA NA DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA PARAÍBA »

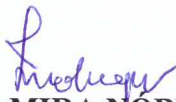
AVALIAÇÃO

(X) Aprovado () Reprovado () Indeterminado

As observações sobre o referido trabalho acadêmico encontram-se no verso desta Ata.

BANCA EXAMINADORA :


Professora Dra – SANDRA REGINA MOURA- Orientador(a)
(UFPB)


Professora Dra – ZULMIRA NOBREGA PIVA DE CARVALHO - Membro Titular Externo (UFPB)


Professora Dra – JOANA BELARMINO DE SOUSA - Membro Titular Interno (UFPB)

GENÉSIO ALVES DE SOUSA NETO

**O Jornalismo Público e a Experiência na Diretoria de Comunicação do
Tribunal de Justiça da Paraíba**

Dissertação de Mestrado Profissional no
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo
da Universidade Federal da Paraíba, para
fins de apresentação e defesa, visando à
obtenção de título de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Regina
Moura

João Pessoa-PB

2016

RESUMO

A pesquisa faz uma relação do Jornalismo Público, nos moldes do movimento iniciado nos EUA na década de 1990, com a experiência desse modo de fazer jornalismo recepcionada pela Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, especificamente, a partir de um estudo feito no projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, idealizado para debater junto às comunidades pautas relativas à violência doméstica contra a mulher, no parâmetro da Lei Maria da Penha. Trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória, e que teve como objetivo de estudo analisar os procedimentos adotados pela Diretoria na cobertura do projeto, num paralelo aos meios jornalísticos tradicionais. No estudo enfatizamos a relação do Jornalismo Público com as experiências vividas em nosso país, que se revelam na prática uma concepção própria do que vem a ser Jornalismo Público. A crise do jornalismo no final do século XX e o advento da internet, vetor na introdução de novas mídias, trouxeram apelos fortes na interatividade e na propagação das redes sociais. Essas transformações abriram possibilidades no mercado, proximidade e reflexões nas teorias. Aceleraram as informações do dia-a-dia e valorizaram as fontes. A pesquisa concluiu que há critérios do Jornalismo Público no objeto de estudo, embora próprios do jornalismo do Brasil, mas reveladores de uma crescente vertente de profissionalização dos jornalistas que atuam no setor público e que esses setores precisam ser reorganizados e estruturados para atender às expectativas jornalismo.

Palavras-chave: jornalismo público, proximidade, Justiça no bairro, cobertura

ABSTRACT

The research makes a relation of Public Journalism, in the mold of the movement started in the USA in the 1990s, with the experience of journalism received by the Communications Department of the Court of Justice of Paraíba, specifically, based on a study done in the project "Justice In Her Neighborhood - Woman Deserves Respect ", idealized to discuss with the communities guidelines on domestic violence against women, in the parameter of the Maria da Penha Law. It is a research of an exploratory nature, whose objective was to analyze the procedures adopted by the Board of Directors in the coverage of the project, in parallel to the traditional journalistic means. In the study we emphasize the relationship of Public Journalism with the experiences lived in our country, which in practice reveal a conception of what becomes Public Journalism. The crisis of journalism in the late twentieth century and the advent of the internet, a vector in the introduction of new media, have brought strong appeals in interactivity and in the spread of social networks. These transformations opened possibilities in the market, proximity and reflections in theories. They accelerated the day-to-day information and valued the sources. The research concluded that there are criteria of Public Journalism in the object of study, although they are self-localized, but they reveal a growing trend of professionalism of journalists working in the public sector and that these sectors need to be reorganized and structured to meet journalism expectations.

Keywords: public journalism, proximity, Justice in the neighborhood, coverage

ILUSTRAÇÕES

Figura 1	O Movimento do Jornalismo Público no Jornal Wichita Eagle.....	38
Figura 2	Correio Braziliense realizou campanha dentro dos moldes do JP.....	45
Figura 3	A TV tem maior índice de preferência na mídia.....	68
Figura 4	Jornalista brasileiro – área de atuação profissional.....	89
Figura 5	Jornalista brasileiro – área de atuação profissional.....	90
Figura 6	Equipe de Jornalistas que atuam na Comunicação do TJPB.....	91
Figura 7	Renda familiar das mulheres vítimas de violência.....	92
Figura 8	Material produzido e publicado nos jornais impressos.....	97
Figura 9	Publicações sobre o tema nos principais jornais de João Pessoa.....	98
Figura 10	Cronograma de coberturas nas reuniões nas comunidades.....	99
Figura 11	Pauta para cobertura em 15/03/2013.....	102
Figura 12	Pauta para cobertura em 15/03/2013.....	104

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 Objetivo Geral	16
1.2 Objetivos Específicos	16
1.3 Problematização e Hipóteses	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	24
2.1 Referências da Proximidade e o Valor-Notícia	29
2.2 Valores Sociais na Produção	32
2.3 Melhoria na relação para o debate.....	33
3 CONCEITOS E ORIGEM DO JORNALISMO PÚBLICO	37
3.1 Características próprias no Brasil.....	42
3.2 Ética e transparência do jornalista	48
3.3 Vinculação e autonomia	53
3.4 Jornalismo pela cidadania	54
3.5 Jornalismo cidadão	57
3.6 Jornalismo comunitário	59
3.5 Jornalista Público e Assessor de imprensa	61
4 NOVOS CAMINHOS PARA O JORNALISMO PÚBLICO	67
4.1 Revolução das fontes na produção da notícia.....	70
4.2 Público, esfera e sociedade iguais	73
5 METODOLOGIA E ANÁLISE DO PROJETO “JUSTIÇA EM SEU BAIRRO MULHER MERECE RESPEITO”	
5.1 Opções de projetos que destacam apelo social.....	85
5.2 Perfil e expectativa da realidade implantada em 2013	89
5.3 Entrevistas mostram o público social	107
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110
REFERÊNCIAS.....	117
APÊNDICE A	124

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa surgiu da curiosidade de saber como o Jornalismo Público foi recepcionado na Paraíba, mais especificamente pela Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba (TJPB). Trata-se de um estudo de caso a partir da experiência com o projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, idealizado para levar e debater junto às comunidades em 10 bairros de João Pessoa, priorizando na pauta questões relativas à violência doméstica contra a mulher, no parâmetro da Lei Maria da Penha.

O Jornalismo Público tomado como referência nessa pesquisa refere-se ao movimento do *Civic Journalism*, iniciado nos Estados Unidos, prática que surgiu na década de 1990, a partir de fatores, entre os quais, o declínio da leitura de jornais, no pensamento do jornalista David Merritt, editor-chefe do *Wichita Eagle*, na cidade de Wichita (Kansas), e outros pioneiros. Eles constataram que os americanos estavam desacreditados com a imprensa pelo distanciamento e pela forma como eram abordadas as informações, passando longe dos interesses sociais e afastando os leitores dos jornais. Daí se buscou a alternativa do Jornalismo Público, ou Cívico, movimento que ganhou força e o apoio financeiro.

Procuramos nos reportar ao Jornalismo Público, ainda visto no Brasil pelo viés da tradição cultural, que não absolveu o ambiente da origem nos Estados Unidos, embasado pelas mídias privadas. Em terras brasileiras, o desenrolar teve como fim - como é a finalidade do jornalismo, o interesse público, quando alinhamos os serviços ao público e à demanda social. Nesse estudo identificamos a presença do jornalista público como ator social e mediador nas relações com as comunidades.

A chegada da internet foi um marco nesse processo revolucionário. A abertura dos espaços da mídia digital, livremente, trouxe mais liberdade e transparência para todo e qualquer cidadão. A informação passou a ser mais democratizada e esse fenômeno interferiu nas rotinas do jornalismo, em especial nessa fase do pós-jornalismo, identificado com o século XXI, no momento em que reflexões importantes acontecem na estrutura teórica e prática do jornalismo.

A pesquisa alia as tecnologias digitais aos processos que mexeram com a doutrina no jornalismo. O jornalista na concepção do jornalismo tradicional – este composto por uma linha editorial e disposição das matérias, editorias, corpo de

colunistas e as manchetes, todos atuando de forma complementar, materializa uma nova realidade em manifestações alternativas, as quais objetivam a centralidade do cidadão nos processos jornalísticos, como são abordadas neste trabalho. O repórter, antes considerado apenas um importante e necessário mediador dos fatos inerentes aos anseios da sociedade, está sendo forçado a conviver com a própria sociedade para identificar as notícias que devem repercutir no interesse público, haja vista a receptividade e as consequências sociais.

Assim, o objetivo geral de nossa pesquisa é estabelecer relações de proximidade entre o Jornalismo Público, nos moldes praticados nos Estados Unidos, com o serviço de Comunicação de uma instituição pública brasileira.

Entre os objetivos específicos, direcionamos para identificar as características e procedimentos do Jornalismo Público, de versão norte-americana, a partir da experiência da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba; também envolve descrever essa experiência, com o projeto “Justiça em Seu Bairro - Mulher Merece Respeito” e verificar se esses jornalistas que trabalham nessa Diretoria atuam de forma intuitiva ou se têm conhecimento prévio sobre o que vem a ser o Jornalismo Público que exercem.

De certa forma, a pesquisa também vai mostrar que a prática do Jornalismo Público é uma realidade no jornalismo brasileiro, especificamente na Paraíba, nessa experiência do Tribunal de Justiça, onde identificamos procedimentos que estão associados aos conceitos do movimento iniciado nos Estados Unidos, que tinha como principal meta envolver o jornalista nas ações e atividades que têm como atores principais os próprios cidadãos, trazendo para o noticiário os fatos inerentes aos interesses públicos.

Levantamos como hipótese nesta pesquisa, se estaria a Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, com o projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, seguindo os critérios associativos à prática do Jornalismo Público nos termos propostos na origem do movimento nos Estados Unidos?

Como procedimentos metodológicos no estudo de caso, aqui proposto, utilizamos entrevistas a partir de questionários distribuídos com os jornalistas da Diretoria de Comunicação do TJPB, pautas, arquivos de jornais e revistas, fotografias, vídeos, áudios. Também acompanhamos as reuniões de pauta e os encontros nas comunidades, utilizando a técnica da observação participante. As

reflexões sobre essa experiência da Diretoria de Comunicação são baseadas nos estudos referentes ao Jornalismo Público de Fernandes (2004), Traquina (2003), Rothberg (2008), Mesquita (2003), Silva (2002), aliados à Análise de Conteúdo de Gil (2008) e Bardin (2009).

A pesquisa é exploratória, em termos de nível, se desenvolve com o intuito de proporcionar uma visão geral, próxima, acerca do fato determinado, e busca esclarecer e modificar conceitos e ideias. Gil (2008) fala que habitualmente essas pesquisas envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas, assim como procedimentos de amostragem e técnicas qualitativas para coleta de dados.

Para esse estudo, a observação constituiu um elemento de fundamental importância na formulação do problema e na construção de hipóteses. A análise de conteúdo se verifica pela complexidade do campo da pesquisa, com mais intensidade no conjunto dos dados em um caso específico, mesmo observando-se certa abrangência temática, quando ensejamos a avaliação dos recortes e dados coletados. Nessa fase foram observados os argumentos teóricos dos apontamentos de Bardin (2009), tomado pelas técnicas nos procedimentos de comunicação, em especial quanto à pré-análise, tratada nesse contexto pela observação, exploração do material e, por fim, o tratamento do material para se obter os resultados que vão determinar a interpretação.

A pesquisa, já visualizada no contexto geral, envolve a atuação da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, numa visão social que tem como receptivo o ambiente do interesse público, base teórica para os conceitos do Jornalismo Público. Identifica-se nos procedimentos adotados no Projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”. A temática já aparece nos conteúdos preliminares, entre outros temas de repercussão social, em virtude da dinâmica que procurou fazer enxergar - não apenas nas páginas de jornais ou nos noticiários cotidianos dos rádios, TVs e sites, mas a problemática existente no ambiente social, consequências, ações preventivas e esclarecimentos.

O estudo tem como expectativa a realidade implantada em 2013, quando houve uma completa estruturação do setor de jornalismo do Tribunal de Justiça, a partir da criação da Diretoria de Comunicação. A nova estrutura fortaleceu as atividades profissionais e dividiu os setores e responsabilidades.

Essa configuração é um reflexo dos rumos que o jornalismo tem seguido no novo milênio, numa demonstração de que as carências sociais afloram e o mercado abre-se na direção de novas oportunidades e áreas de atuação.

A nossa pesquisa se organiza em cinco capítulos. Neste primeiro, que chamamos de capítulo introdutório, apresentamos um quadro geral do nosso estudo, com seus objetivos, problematização e hipóteses.

No capítulo 2, enfatizamos a fundamentação teórica que embasa nosso estudo nas análises de Wolton (1999), quando o autor nos remete para a ideia de que estamos vivendo um novo tempo e uma nova realidade com a inclusão da sociedade no debate das formas de seleção e produção de informações, prática, valores e as ideologias do jornalismo.

Também no conceito da esfera pública de Habermas, posta nessa contextualização para chamar a atenção à porção democrática e histórica, e se estabelecer uma relação entre informação e veículos, definida no espaço de livre acesso no processo de intermediação e a presença do cidadão como ator em uma instância discursiva na relação com o Jornalismo Público, em que pese, todas as reflexões inerentes aos autores citados nessa introdução.

A pesquisa pontua uma linha de pensamento por intermédio de ações que podem reforçar a ligação entre o jornalismo praticado no âmbito de uma repartição pública, possivelmente comprometida com a cidadania, intermediada na cooperação das instituições públicas, nos casos em que a finalidade esteja focada no interesse social.

Enfim, a análise objetiva despertar para as rotinas do jornalismo que é produzido na comunicação do TJPB, na perspectiva de que estejam associadas às práticas do Jornalismo Público como parâmetro de estudo, embora se saiba que a imprensa brasileira não abraçou a cópia ou feito uma adaptação que se possa vincular aos preceitos da origem nos EUA. Mesmo assim, pode-se compreender que no Brasil, o Jornalismo Público emergiu com características próprias e, ao contrário do que ocorreu no jornalismo americano, não houve intenções e ações visando especificamente fundar uma categoria jornalística, ou mesmo associá-la à empresa, que se pauta em projeções e interesses econômicos.

Essa concepção própria é observada na variedade de experiências vividas no Brasil, indicando uma nova configuração que pode até não ser mais alinhada ao Jornalismo Público. Os conceitos americanos foram revisados e adaptados à

realidade local, levando-se em conta às demandas sociais, e nesse contexto, focamos nessa modalidade a proximidade com o interesse público, e mais ainda com os atores, rompendo-se a barreira que impede a interação emissor, receptor e fontes na representação dos jornalistas públicos.

No capítulo 3, abordamos o Jornalismo Público, com ênfase para o início do movimento, como ficou configurado à época. Observou-se que os leitores norte-americanos estavam cada vez mais descrentes em relação aos veículos de comunicação. As pesquisas apontavam para um distanciamento entre os interesses da população e os fatos noticiados, que já não eram mais identificados como função de servir à sociedade ou de reportar notícias de interesse coletivo. Naquele momento os pesquisadores passaram a mapear o comportamento dos veículos de imprensa e de seus profissionais.

Influenciado pelo avanço do movimento, já na década de 1990, o editor David Merritt, à frente do *The Wichita Eagle* - um pequeno diário que circulava no estado do Kansas, iniciou uma nova prática no tratamento das informações, criando assim as bases do Jornalismo Público. Defendia-se a necessidade de se proporcionar o debate de temas mais próximos da coletividade, tendo em vista o distanciamento dos veículos de comunicação em relação às questões sociais e na época a preocupação se voltava para as eleições. O jornalismo estava ignorando suas obrigações para com uma vida pública efetiva, e caminhava para um processo de falência, afastando-se do cidadão, ao contrário de ser um instrumento na revitalização da vida pública.

O Jornalismo Público ganha adeptos nos Estados Unidos e chegou à academia na pessoa do professor Jay Rosen, docente da Universidade de Nova York. Ambos, Merritt e Rosen, que partilhavam a mesma visão de uma democracia participativa. Defendiam um papel mais ativo do jornalismo na construção de um espaço público mais vibrante e na resolução dos problemas da comunidade, segundo Traquina (2003).

Nesse capítulo tratamos também do Jornalismo Público no Brasil. Os projetos de jornalismo que apontavam tendências para ser adaptados ao modelo norte-americano, e que não foram recepcionados conforme os conceitos de origem. No país, por questões culturais e estruturais, o Jornalismo Público aparece em experiências que se moldam em características próprias.

Silva (2002) foi um dos pesquisadores que mais se aprofundaram nos conceitos para tentar vincular o Jornalismo Público às experiências no Brasil, na base de algumas das teorias universais do jornalismo, no entanto, o ambiente, diversificado, acolheu a nova prática para o ambiente no oficialismo, voltando-se para os interesses sociais.

O capítulo 4 direciona-se para os novos caminhos do Jornalismo, movidos pela mídia eletrônica. Buscamos, por meio de uma pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República, em 2015, mostrar a tendência pela interatividade, o que nos remete ao entendimento de que a participação do cidadão na relação com os veículos é cada vez mais evidente. Os números revelam que a televisão segue como meio predominante no gosto do brasileiro, e que a internet já supera os acessos aos jornais.

Outro aspecto destacado nesse capítulo refere-se à participação das fontes no processo de produção da notícia, ou seja, a maioria das informações jornalísticas advêm de organizações ou personagens que testemunham eventos e fatos de interesse da mídia. O mundo moderno obriga o jornalista a produzir a notícia que não presencia e também não entende, o que provocou a difusão das assessorias de comunicação nas articulações entre fonte e jornalista (SCHMITZ, 2011).

No capítulo 5, encontram-se os procedimentos metodológicos aplicados na pesquisa e o projeto que envolveram a seleção de pautas, recortes de jornais, fotos e vídeos resultantes da produção de matérias durante o período de análise, questionários abertos, dirigidos a dez jornalistas da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, além de análise sobre o Projeto “Justiça em seu bairro – Mulher merece respeito”.

A aproximação ao objeto de estudo, na convivência com o fenômeno determinado, associa-se à condição de observador participante. Traçamos um quadro da Diretoria de Comunicação, sua estrutura organizacional. No tocante às pautas, analisamos as matérias de cunho eminentemente social, produzidas pela Assessoria, visando assim abrir o leque para o debate sobre os critérios e conceitos que devem fomentar o jornalismo como meio para suplantar rotinas e abrir os espaços públicos às discussões de interesse social. Nessa contextualização insere-se a participação do próprio agente, como fonte na promoção e aprimoramento dos serviços que são originados pela estrutura pública.

Analisando a bibliografia, é de se constatar que se torna paradoxal entender o jornalismo como um negócio, na lógica dos interesses privados, se sua repercussão e consequências são avaliadas pelo público consumidor das informações. A experiência que se propõe nessa pesquisa aborda exatamente a presença do jornalista público, o relacionamento com a sociedade e os veículos, num espaço aberto e próprio aos órgãos públicos gestores de políticas públicas.

No cenário de estudo projeta-se um senso determinado para os rumos norteadores de um Jornalismo Cidadão, que repousa numa tradição resistente e que não deixa de existir. Não se discute nessa análise a questão cultural que acompanha o jornalismo ao longo do tempo, seguindo a prática comum apreendida nas redações, onde a notícia, na concepção das teorias, numa delas, tende a ser espelho de uma realidade. Tem-se a convicção de que o jornalista é mediador e atua de forma determinante, capacitado para captar as notícias e recriar os fatos na sua visão, de acordo com os critérios de análise, o que vem a se configurar no jornalismo tradicional.

Em outro ângulo, na perspectiva dessa pesquisa que foca o Jornalismo Público no parâmetro das ideias, a transformação é um desafio a relacionar as figuras repórter, cidadão e terceiros, que na realidade podem ser a complementação, como fontes orientadoras de objetivos a serem alcançados pela sociedade, merecedora da notícia recepcionada, com foco para o impacto social que ela possa gerar. Nessa relação buscamos os conceitos do Jornalismo Público para vincular as rotinas dos veículos, no que se refere ao tratamento dado às matérias que interessam à sociedade.

Procuramos associar algumas práticas em projetos sociais realizados no jornalismo do TJPB, no que diz respeito ao agendamento das notícias e as coberturas, seguindo os preceitos da relação com o cidadão receptor. Nesse aspecto, abordamos a cultura dos valores-notícia na ótica dos veículos e enfatizamos a presença do jornalista público como vetor na formalização de um novo processo de construção da notícia, especificamente, na proposta de estudo embasada na experiência selecionada.

Nesse aspecto podemos questionar que o jornalismo, nos moldes tradicionais, se apresenta, supostamente, como subordinação ao negócio privado, no contraponto às ideias que abordamos na relação da notícia produzida nos interesses do público receptor.

Partindo dessa premissa, problematizamos também a questão do jornalismo de setor público como vetor de aproximação e interação entre os veículos e a sociedade, no propósito de abrir os espaços para fortalecer o trabalho do jornalista público, até mesmo no tocante ao mercado de trabalho.

A tese do comprometimento com a hierarquia patronal - ou mesmo a submissão profissional, está presente em todos os segmentos e nas camadas sociais, seja ela pública ou privada, pois não há dúvida, até mesmo entre os mais radicais jornalistas da tradição, de que o jornalismo praticado pelas empresas privadas se move e sobrevive às custas do poder econômico, mesmo compreendendo-se a resistência e os requisitos éticos que devem ser respeitados.

Abordamos um ponto de resistência, no que diz respeito aos críticos do jornalismo do setor público, que se move para desqualificar o trabalho profissional do jornalista público, sob o argumento de que a autonomia - que contemplada apenas no jornalismo tradicional, estaria ameaçada, inclusive no tocante aos princípios éticos, diante do comprometimento na relação hierárquica da repartição pública.

Nesse aspecto tratamos da imprensa com o assessor de imprensa, que não deixa de ser jornalista pelo fato de ter assumido o cargo na gestão pública. Talvez, a nomenclatura seja muito generalizada para identificar os profissionais do jornalismo que trabalham no setor público.

O Jornalismo Público não adquiriu de imediato, como esperado, o status de outras especializações, como do Jornalismo Esportivo, Jornalismo Político, Econômico e Científico, nem encontrou no Brasil uma tradução equivalente ou duradoura, nem uma compreensão do que ele representa enquanto função, área de cobertura e campo profissional.

Essa vertente brasileira, neste início de século, deve ser problematizada em diversos fatores, com peculiaridades do modelo brasileiro de jornalismo no setor público, diante do carente mercado de trabalho nas empresas jornalísticas tradicionais e o crescimento da crítica à mídia mercantilista. Na contrapartida vislumbramos o futuro do jornalismo, em perspectivas digitais e interativas. Há uma crescente vertente de profissionalização do jornalista do setor público, evidentemente, com o aprofundamento da valorização aos princípios ético e público, como modelo para o exercício do jornalismo na comunicação pública.

1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral de nossa pesquisa consiste em estabelecer relações de proximidade entre o Jornalismo Público, nos moldes praticados nos Estados Unidos, com o serviço de Comunicação de uma instituição pública brasileira.

1.2 Objetivos Específicos

Entre os objetivos específicos, buscou-se identificar as características de interlocução entre os procedimentos do Jornalismo Público e a experiência do jornalismo praticado pela Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, na execução do projeto “Justiça em Seu Bairro - Mulher Merece Respeito”, idealizado pela Vara de Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher, sob a coordenação da juíza Rita de Cássia Andrade.

Pretendeu-se mostrar a presença do jornalista público como ator social e mediador nas relações da instituição com as comunidades.

E também relacionar as figuras repórter, cidadão e terceiros, que na realidade podem ser a complementação, como fontes orientadoras de objetivos a serem alcançados pela sociedade, merecedora da notícia recepcionada, com foco para o impacto social que ela possa gerar.

1.3 Problematização e hipóteses

As práticas que deram início ao movimento do Jornalismo Público nos Estados Unidos mostram a participação da comunidade na pauta. Os leitores não são apenas expectadores das notícias, ou beneficiários finais. Eles passam a ser participantes cruciais na designação e criação da própria notícia. A idéia é que sejam vistos como cidadãos politizados, comprometido com a sociedade e com as questões públicas, no sentido dos interesses públicos, conforme sugere Traquina (2001).

Nesse estudo, abordamos bases do Jornalismo Público, que mesmo avançando nos argumentos gerais acerca da função e da responsabilidade do jornalismo numa sociedade democrática, transformou-se numa forte segmentação no jornalismo mundial, ao ponto de ser posicionado pelos pesquisadores como

conceito de um relacionamento social de proximidade entre a imprensa e a sociedade, tendo como fundamentação e objetivos de cada um os fatos que repercutem no interesse público, e como fator de unidade para esse fim, evoluiu-se o espaço da esfera pública como possibilidade de aglutinação ao debate todos os interesses individuais.

Diante dos argumentos e de toda uma segmentação bibliográfica favorável ao fenômeno, levanta-se como hipótese na pesquisa as atividades da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, no tocante ao projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, indagando-se se as práticas adotadas no trabalho de cobertura e acompanhamento do projeto estariam associadas aos critérios do Jornalismo Público nos termos propostos na origem do movimento nos Estados Unidos.

O projeto, entre tantas outras, teve por finalidade levar às comunidades de João Pessoa informações e debates sobre mulheres agredidas pelos respectivos companheiros, e que não sabiam, e nem tinham conhecimento da existência da Lei Maria da Penha - que regulamenta as penas para esses crimes, e vários serviços públicos destinados às vítimas, como proteção, assessoria jurídica e apoio psicológico, entre outros.

Naquele ambiente, acompanhamos a presença dos jornalistas que trabalham na Diretoria de Comunicação e a atuação no desenvolvimento das atividades jornalísticas. Procurou-se perceber como eles interagiram com a comunidade e com os veículos, especificamente, para saber se tinham noção sobre a prática do Jornalismo Público, conforme conceituado pelo movimento norte-americano.

Para a realização do projeto, que tinha o apoio federal do Conselho Nacional de Justiça, foram mobilizados vários setores da Justiça Estadual e da Diretoria de Comunicação do TJPB, que dentro de suas competências encampou a iniciativa de maneira especial, projetando uma cobertura diferenciada, mais próxima às pessoas envolvidas, ou seja, às vítimas, como forma de subsidiar, não apenas os meios de comunicação na divulgação dos releases, mas também, promovendo campanhas e debates com os participantes, em reuniões periódicas nas comunidades selecionadas.

A presença do jornalista público no contexto corrobora com os preceitos do Jornalismo Público, no momento em que se buscou promover ações antecipadas com intuito de prevenir as vítimas de violência da concretização dos fatos.

As reuniões, espécies de esferas públicas planejadas, atrairiam diversos segmentos da sociedade, responsáveis, em algum momento, por peculiaridades que tenderiam a provocar o ato de violência.

O Jornalismo Público, nos efeitos da origem, teria a missão de publicizar e, até mesmo, se comprometer com os interesses sociais, levando a outras comunidades e à sociedade em geral, todas as querelas e soluções em relação aquele tema. Mesmo não sendo recepcionado aos moldes dos americanos na vertente cultural - pois é o jornalismo naquele país um apêndice da sociedade na defesa dos bens sociais, o movimento convive com a resistência cultural e desperta para desmistificar um modelo tradicional e discriminatório ao jornalismo praticado no âmbito dos setores públicos, condição para reforçar nosso objetivo nessa pesquisa.

Procura-se eleger no debate os critérios e conceitos que devem fomentar o jornalismo, como meio para suplantar rotinas e abrir os espaços públicos às discussões de interesse social com a participação do próprio agente, como fonte na promoção e aprimoramento dos serviços que são originados pela estrutura pública, destinados ao próprio cidadão. Ou seja, o individualismo abre espaço para o democrático, quando se trata de interesse público.

A prática do jornalismo tradicional, que seria na conjuntura prática comum para as coberturas - conforme as teorias, se enquadra num liberalismo social, onde impera como já observamos, o individualismo, mas não deixa de reconhecer os interesses públicos como objetivo maior no exercício da profissão. Tem na filosofia alternativa do cívico, apontado como um meio de potencializar a inserção do público nas rotinas produtivas, o que pode trazer benefícios tanto para o Jornalismo como para o cidadão e a vida cívica como um todo (TRAQUINA; MESQUITA, 2003).

Partindo dessa premissa, indaga-se o porquê não se reconhecer o jornalismo do setor público como vetor de aproximação e interação entre os veículos e a sociedade. Essa concepção, apesar do ensaio de algumas poucas tentativas no Brasil, não vingou com os mesmos conceitos que mobilizaram os cidadãos americanos, mas, destacam-se experiências como essa que estamos identificando no projeto do Tribunal de Justiça.

A tese do comprometimento com a hierarquia patronal - ou mesmo a submissão profissional, está presente em todos os segmentos e nas camadas sociais, seja ela pública ou privada, pois não há dúvida, até mesmo entre os mais radicais jornalistas da tradição, de que o jornalismo privado se move e sobrevive às

custas do poder econômico, mesmo compreendendo-se a resistência e os requisitos éticos que devem ser respeitados.

A problematização dessa pesquisa se materializa e faz relação ao sentido da ética, com a realidade dos dias de hoje, quando se sabe que existe um mercado de interesses econômicos para competir com os interesses públicos. Traquina (2001) explica que, cada vez mais, a imprensa tem optado por publicar notícias que tenham valor de mercado e não as que são de interesse público.

Com a evolução do jornalismo como empresa e, como tal, com a necessidade de lucros, as funções da imprensa têm sido substituídas por interesses mercadológicos. Cada vez mais o objetivo da mídia tem sido de maximizar os lucros e minimizar os custos (TRAQUINA, 2001, p.194).

Kunczik (2001) destaca que é essencial evitar que as notícias se distorçam. No entanto, é importante ressaltar que, para exercer corretamente suas funções, o jornalista deve ter liberdade dentro da empresa que o contrata. Reitera que os interesses empresariais não devem prevalecer sobre o direito à informação verdadeira da sociedade.

Sendo assim, deve-se perguntar por que o jornalista público estaria comprometido, em relação à credibilidade na produção da notícia, se na esfera privada há preocupação semelhante, quando levamos para o campo da responsabilidade social e da ética?

Certamente, do mesmo modo como deverá atuar o profissional dos veículos, o jornalista público estaria comprometido com a ética e com a autonomia tão cobrada, e teria independência para cumprir suas obrigações profissionais. A questão passa a ser cultural no Brasil. Teoricamente, os jornalistas públicos são contratados para fazer jornalismo.

É no serviço público onde a ética deveria merecer atenção em dose ainda maior, principalmente no cumprimento dos preceitos legais, onde a Lei da Transparência está tão evidente em decorrência, inclusive, de se tratar, oficialmente, de uma atividade voltada para o bem público, onde se atrela os interesses públicos.

Bucci (2008) atenta para a questão de não ser o mercado a razão de ser da imprensa, mas sim uma consequência, ou seja, algumas vezes a empresa jornalística preserva seus interesses mercadológicos em detrimento dos cidadãos,

posição que corrobora o estudo, mas que não deixa de ser um problema, quando na contrapartida, em relação ao jornalista público, a percepção é modificada e a missão constitucional do profissional passa a ser contestada. Aliás, Bucci não considera o assessor de imprensa do setor público um jornalista, posição respeitada, mas que pode ser equivocada, quando confrontamos os ideais republicanos e as relações de emprego público ou privado.

Silva (2002) afirma que a imprensa, que nasceu como uma conquista da esfera pública burguesa, evoluiu para ser mais um segmento de mercado, um ramo da indústria cultural e seria um negócio como outro qualquer se não fosse, apesar de tudo, a sua função pública, a sua vocação para o interesse público, ou do público, ou ambos.

Essa posição do autor reforça a origem privada do jornalismo. O fato é que não pode ser descartada uma nova mentalidade em relação ao jornalista público, apesar de ser um processo que precisa ser levado à discussão em um ambiente, ou melhor, numa esfera que interfira para avaliar a qualidade técnica das informações e dos valores éticos da categoria que atua no serviço público.

Já dissemos que no Brasil existem as evidências que são direcionadas para experiências no âmbito público, no sentido da palavra, público de oficialismo ou ente governamental, o que foge das prerrogativas iniciais, mas não afastam os objetivos de favorecer o interesse público com ética e autonomia, apesar da caracterização oficial. A comunicação pública merece ser avaliada. Funciona em sistemas de comunicação estruturados em torno de organização, gestão qualificada, profissionais, tecnologia e recursos financeiros (WEBER e COELHO, 2011).

Weber (2011) enfoca que centenas de profissionais de comunicação emprestam sua competência como assessores de comunicação, de imprensa e de relações públicas, especialistas capazes de produzir notícias, promover eventos e planejar, numa demonstração de que a atividade precisa ser reavaliada, mesmo que faça parte das assessorias de comunicação em geral. Pode-se identificar a autonomia dos jornalistas quanto à especificidade de suas funções e à manutenção dos padrões de produção das notícias (SILVA, 2011).

É conclusivo entender, nessa análise, que o Jornalismo Público nasce nos EUA com características privativas, embora, que no Brasil, diante de outra realidade cultural, resiste numa faixa para se estabelecer em uma nova configuração advinda

dos costumes internos na política de mercado, proveniente dos grandes grupos de comunicação do país.

Nesse contexto, abordamos também a problematização com o propósito da segmentação pública, que tem como objetivo a relação para fins de interesse público, numa configuração que se amolda, pelo menos no perfil filosófico e conceitual, ao movimento do Jornalismo Público iniciado nos Estados Unidos, em decorrência de experiências observadas nas décadas finais do século XX.

A dúvida em relação à atividade do jornalismo profissional no Brasil é evidente quando analisamos os métodos e as técnicas utilizadas para o exercício da profissão, e, mais ainda, quando percebemos sua presença na sociedade, que cobra sua identidade de vetor para a liberdade de expressão e a busca pelos interesses públicos. É uma disposição constitucional que deve ser entendida no seio da sociedade e que não só se aplica ao jornalismo, mas a todos os segmentos sociais que têm na comunicação o exercício de suas atividades.

O ambiente do jornalismo praticado no Brasil é diverso e a problemática aparece sem explicações para justificar uma realidade falsa em relação ao comportamento da imprensa no Brasil, inclusive no que diz respeito à regulamentação da profissão de jornalista, que estaria em um patamar de autonomia e ética, em detrimento de outras configurações na mesma categoria, embora, pelo menos teoricamente, estariam a exercer as mesmas obrigações no exercício da profissão. A vinculação mercadológica ao jornalismo tradicional é uma realidade, do mesmo modo como há um relacionamento hierárquico, mas não submisso, entre o jornalista público e seus superiores.

Isso não quer dizer que a ética, a autonomia e o compromisso com a supremacia dos interesses públicos não possam suplantar as ações e direcionar para um jornalismo mais livre e comprometido com a sociedade.

Essa prática estaria até a reprimir possíveis tentativas contrárias à ética do servidor público. Os caminhos são novos pela transparência e pelo acesso à informação nas instâncias governamentais. Não há o que se esconder, pelo contrário, deve-se mostrar a eficiência necessária que justifique a existência do ente público.

É também importante frisar que nos tempos que correm, os problemas instalados nos meios de comunicação conspiram contra a qualidade do debate público. Alguns exemplos abertos podem mostrar a promiscuidade sem limites entre

o Poder Legislativo e o controle empresarial de concessionárias de radiodifusão, com deputados e senadores que são sócios ou partes interessadas em emissoras ou redes de televisão e de rádio (num flagrante conflito de interesses que contraria o disposto no artigo 54 da Constituição Federal).

Do mesmo modo, em outra vertente tem-se que o governo federal e os governos estaduais não controlam os meios jornalísticos apenas por meio de funcionários públicos que lhes sejam subservientes, mas também, e principalmente, por meio do manejo de imensas quantias de dinheiro público repassadas a veículos comerciais sob o pretexto de comprar espaços publicitários para a veiculação de campanhas oficiais.

A propaganda estatal se converteu, no Brasil, num atalho para a captura dos humores da reportagem pelos tentáculos dos governantes. A situação é gravíssima e, dadas as características da asfixia econômica dos órgãos de imprensa, é de difícil superação. Em democracias mais sólidas, as instituições públicas em que se pratica o jornalismo, como as emissoras públicas da Europa, tratam de manter os representantes do governo longe da administração editorial, impedindo que eles opinem em definições das grades de programação, nas decisões de pauta, na escalação de repórteres ou de apresentadores.

No Reino Unido, ao contrário do Brasil, há um órgão denominado Ofcom (Office Communications), que regulamenta e fiscaliza o uso do espectro digital, na condição de recurso público (ROTHBERG, 2011). O uso e dever são regulamentados com transparência. Trata-se de uma decisão a ser tomada de maneira informada pela sociedade, que deve examinar periodicamente os custos e os benefícios da concessão, situação que contrasta fortemente com o panorama brasileiro.

No Brasil, algumas emissoras ligadas ao setor público tentam seguir uma linha mais comprometida com os interesses públicos, e nessa configuração, aparece o Jornalismo Público como modelo para a prática. Problematisamos a questão para mostrar a incoerência dos setores tradicionais, em muitos dos casos, quando se referem ao jornalismo do setor público. Na hipótese, contemplamos a valorização e a profissionalização do jornalista público na linha de um servidor ético e autônomo para com os compromissos constitucionais da Administração Pública.

Os direitos do cidadão e as matérias de interesse público são tarefas do Estado, mas se a imprensa está comprometida com as questões sociais, pode e

deve colaborar (GENTILLI, 2002), mesmo se compreendendo que a comunicação realizada por órgãos públicos exerce um papel fundamental nesse contexto. A responsabilidade pela comunicação direta entre o Estado e os cidadãos, por meio dos veículos públicos, ou privados, pode ser realizada pelos jornalistas públicos, que se firmam como produtores, fontes, gerenciadoras do fluxo de informações e relacionamento com a imprensa privada.

O Jornalismo Público tem um papel importante na propagação de ações voltadas ao interesse público, mesmo que existam propósitos e interesses alheios, internos e externos. Há a responsabilidade social, o compromisso com a ética e com os ditames legais, em especial com a Constituição Federal, no que tange a transparência e a eficiência na administração pública.

Somente para se compreender bem essa relação jornalista e jornalista público, tome-se o exemplo da distribuição de releases pela Assessoria do TJPB. O material distribuído é sempre aproveitado e publicado, na íntegra, pelos veículos de comunicação, pouco se modifica na linha editorial do texto, numa demonstração de que há na origem a preocupação de se produzir um material sério, ético e isento de possíveis vinculações ou desvios de finalidades das matérias. Isso quer dizer, que no meio do Jornalismo Público praticado pelo setor público há uma preocupação pela orientação técnica e ética, em relação aos deveres do jornalista, enquanto mediador, ou emissor de informações de interesse público.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As novas tecnologias proporcionaram mudanças profundas no jornalismo a partir das reações provocadas pelas facilidades das comunicações, que trouxeram para o mundo novo a instantaneidade e uma crise no modelo convencional de se fazer jornalismo. As razões dessa nova realidade estão associadas à exaustiva reflexividade que caracteriza as sociedades modernas. Esse preâmbulo pode resumir o pensamento de Wolton (1999), ao concluir que a crise no jornalismo é o resultado da sua entrada na idade da maturidade.

Os fatos circulam em minutos para transformar o sentido das notícias na linha dos dispositivos que estabelecem uma nova relação entre as partes envolvidas no processo de comunicação, se concluindo que a crise do jornalismo é o resultado da sua entrada na idade da maturidade (WOLTON, 1999, p. 221).

O autor nos remete para a ideia de que estamos vivendo um novo tempo, uma nova realidade e buscando aprofundar - como é proveito nessa pesquisa, o que seria associar o debate público, com a inclusão da sociedade, aqui representado no Jornalismo Público, reforçando a necessidade de se discutir as formas de seleção e produção de informações, prática, valores e as ideologias do jornalismo, hoje objeto de questionamento social, especialmente quando se tem nas teorias a preservação do status individualista.

Vários pesquisadores têm se reportado a Habermas (1984), para utilizar o conceito de esfera pública, vindo da Grécia Antiga, que seria os espaços públicos e a esfera pública - a chamada esfera de liberdade aberta à reflexão e ao debate. Na esfera os cidadãos se encontravam para debater – racionalmente, sem constrangimentos, e em igualdade de condições – desenvolvendo argumentos sobre questões da vida comum (HABERMAS, 1984).

...só à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos. Na conversão dos cidadãos entre si é que as coisas se verbalizam e se configuram (HABERMAS, 1984).

O conceito de esfera pública de Habermas está definido nessa contextualização para chamar a atenção à porção democrática e histórica, e se

estabelecer uma relação entre informação e veículos, definida no espaço de livre acesso, estando na proposição, assim como a valorização do jornalista público no processo de intermediação e a presença do cidadão como ator em uma instância discursiva.

No texto “Jornalismo, Espaço Público e Esfera Pública” (SILVA, 2006), o autor contextualiza a atualidade dos conceitos de espaço público e esfera pública, correlacionada ao papel estruturante da imprensa no funcionamento de uma sociedade democrática, levando em consideração as contribuições teóricas de Habermas e Wolton.

A ideia de Habermas, trazida para os dias de hoje e levada para os meios de comunicação, reverte-se num processo que parte dos acontecimentos concorrenciais nos debates para a construção de uma esfera pública, entendida como o território da discussão livre entre cidadãos sobre questões de interesse comum, numa arena na qual se toam e se justificam as decisões políticas (MAIA, 2006).

No paralelo ao debate que se propõe com essa nova modalidade de jornalismo, a que estamos associando ao trabalho da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, evidenciando a proximidade entre jornalistas e fontes, trazemos para a discussão os conceitos de Jornalismo Público na concepção do editor David Merritt, quando começou a mudar o curso da história da imprensa americana à frente de um pequeno diário, *The Wichita Eagle*, no estado do Kansas. Naquela oportunidade foram criadas as bases de uma prática que trouxe inquietação aos veteranos profissionais.

Defendia-se a necessidade de se proporcionar uma discussão mais séria sobre os temas envolvendo a coletividade, tendo em vista o distanciamento dos veículos de comunicação em relação às questões sociais e na época a preocupação se voltava para as eleições. Os interesses dos cidadãos, na ocasião, os eleitores, passaram a ser observados democraticamente, ou seja, o jornalista teria que se aproximar mais do seu receptor, buscar os interesses da coletividade e interferir para viabilizar a amplitude do processo democrático. (FERNANDES, 2002).

O jornalismo estava ignorando suas obrigações para com uma vida pública efetiva, e caminhava para um processo de falência, afastando-se do cidadão, ao contrário de ser um instrumento na revitalização da vida pública. O estudo sobre o Jornalismo Público ganhou o mundo, nas mais diferentes perspectivas de

receptividade em consonância com sua aplicabilidade. Não houve, à época, uma sistematização para direcionar os rumos que o movimento tomou no tocante às teorias do jornalismo, num paralelo, pelo menos próximo dos conceitos iniciais de seus idealizadores nos Estados Unidos, mas longe da experiência vivida no Brasil e ainda distante de se firmar como uma modalidade do jornalismo.

A deflagração do movimento pelo Jornalismo Público possibilitou mudanças de atitudes nas tradicionais práticas e permitiram avanços no jornalismo americano, com reflexo na construção de uma capacidade ideal para resolver problemas, curiosamente, no caso pretendido, num ambiente onde a regra é rígida, mais ainda quando se percebe a desvalorização da credibilidade e a metamorfose dos paradigmas do jornalismo.

Temos também que o século XX foi aquele que a profissão jornalística mais se consolidou e disseminou procedimentos que refletiram em fazeres técnicos e na observação de determinados princípios morais, chamados de normas de conduta e de honra que foram objeto de julgamento dos procedimentos jornalísticos, envolvendo profissionais, empresários, pesquisadores, professores, filósofos, sociólogos e estudiosos do tema em geral (KARAN, 2004).

O compromisso com o público em geral ou com os interesses gerais da sociedade, expressos na ampliação dos direitos civis, reforçou, no caso do jornalismo, a necessidade de acesso e do direito à informação (KARAN, 2004, p.12).

Na atual explosão da informação, em todas as vertentes e mais variados veículos, com o peso da interatividade, não é mais possível se pensar no Jornalismo como uma profissão unificada (MATOS, 2004). A autora afirma que a função do jornalismo se desloca da mera disseminação de mensagens para a oferta de orientação, e ênfase da notícia, do conteúdo para o contexto.

... o ambiente fragmentado da mídia, o advento dos novos formatos da mídia baseado na multimídia e na interatividade não permite essa classificação unitária. Podemos observar hoje a existência de um jornalismo de orientação, com análise e crítica e de um jornalismo instrumental, que visa oferecer informações especializadas para públicos interessados (MATOS, 2004).

Apesar de quase não entrar nos agendamentos jornalísticos, o povo produz acontecimentos e, com eles, conflitos, cultura, fatos, falas, artes e saberes que precisam ser captados, compreendidos e narrados (CHAPARRO, 2001). O autor indaga onde estão os sujeitos falantes do povo? São raras as redações, por isso, ao invés de repudiar as fontes e tentar refletir os acontecimentos de acordo com convicções internas e individualistas, deveriam refletir sobre a possibilidade aproximação aos circuitos sociais, onde os discursos perdem-se no vento.

Como se percebe, a fundamentação teórica enfatiza para uma perspectiva que emerge do pensamento de vários pesquisadores e aponta para a necessidade de se adequar as intenções e as práticas do Jornalismo Público, de acordo com o que nos parece ser o mais relevante contributo para revitalizar o relacionamento com o público, por meio de um compromisso com a deliberação democrática.

Observa-se a adequação da soberania popular de forma intersubjetiva, onde se permite a interação, a formação de vontade institucionalizada em reflexo na esfera pública, ancorada em fontes segmentadas ou associações da sociedade civil. Isso pode resultar na formação de uma ampla rede de sensores, voltada aos problemas sociais e estimulando a produção de opiniões que influenciem o sistema (HABERMAS, 1994).

Fonte segmentada na contextualização que se conceitua poderia ser a participação do jornalista público, entre os sensores, na relação com a comunidade, veículos e setores representativos, responsáveis pelas áreas que podem influenciar na resolução dos problemas selecionados para o debate na esfera pública. Os novos tempos ampliaram as áreas de abrangência, onde circulam as informações, hoje instantâneas e interativas. Esse momento resvala no jornalismo brasileiro, que precisa ser problematizado em um quadro onde imperam diversos fatores.

Com isso, o envolvimento dos jornalistas que trabalham na Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça demonstra o comprometimento com essa realidade, e de forma imperceptível – no que diz respeito ao Jornalismo Público, ao mesmo tempo, ocupam espaços dentro do leque de oportunidades que a cada dia são mais escassos no ambiente da profissão.

As peculiaridades se voltam para a diversidade de atividades jornalísticas, diante de um mercado de trabalho insuficiente, na perspectiva das empresas jornalísticas tradicionais e as críticas da sociedade, fomentando-se assim um modelo de Jornalismo Público, onde a valorização do princípio público esteja

contemplada, ou seja, o jornalismo teria espaços para atuação tanto no modelo público, como no privado, em ambos os casos, respeitando-se a autonomia, a credibilidade e os pressupostos morais e éticos em que se desdobra a atividade profissional dos jornalistas.

A pesquisa em estudo focaliza a valorização do jornalista público e sua interação, como representante de um segmento público – aqui tratado como o Estado Constitucional, dotado de interesses para a sociedade. Essa realidade foi retratada no projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, idealizado e posto em prática pelo Tribunal de Justiça da Paraíba, numa ação voltada para a comunidade e que teve a experiência do jornalista como mediador interessado nos resultados, configurando-se um modelo de Jornalismo Público, praticado no Brasil, evidenciando-se suas características, mas vinculadas a vários pressupostos da experiência dos americanos.

Ações com a natureza do interesse público patrocinadas pelo Estado, numa vinculação com o jornalismo e pontual nas discussões a respeito da democratização da notícia, representam direitos aos cidadãos. Entende-se que a comunicação realizada por órgãos públicos exerce um papel fundamental nesse contexto. É dela a responsabilidade pela comunicação direta entre Estado e cidadãos – através dos veículos públicos - ou a comunicação indireta, por meio do trabalho de assessoria às fontes e do gerenciamento do fluxo de informações com a Imprensa (BENETTI; MOREIRA, 2005).

Pelo que se observa na fundamentação apreciada, o trabalho, fruto da pesquisa, tem como pressuposto as bases do Jornalismo Público na concepção de que o jornalismo precisa estar próximo do cidadão, numa concepção filosófica que tem no jornalista a responsabilidade social e, para isso, não se presta apenas a mostrar os fatos num espelho da realidade, nem mesmo, poderá ser visto como representação privada, onde os interesses econômicos estarão sempre acima dos interesses públicos.

O jornalista público tem capacidade e condições morais para exercer a profissão, influenciar e contribuir com a melhoria na propagação dos bens públicos, que pertencem à sociedade e dela deve se beneficiar.

2.1 Referências da Proximidade e o Valor-Notícia

O Núcleo para os estudos que estamos empreendendo no trabalho tem como visão geral o Jornalismo Público e uma experiência prática nas atividades desenvolvidas na maneira de fazer jornalismo na Diretoria de Comunicação do TJPB. A divulgação dos fatos por meio dos veículos de comunicação começa com a notícia, que no conceito de Amaral (apud PENA, 2005), é a matéria prima do jornalismo, razão pela qual emerge a preocupação no sentido de que essa notícia tenha a finalidade concebida no interesse público e nos propósitos pretendidos para a relação entre jornalista público e veículos.

No cotidiano das atividades numa Assessoria de Comunicação, a produção dos releases é prática comum no trabalho diário dos jornalistas públicos e não se descarta o respeito aos procedimentos basilares na produção da notícia. O contraponto se volta para a ideia que se propôs na Comunicação do TJPB, por meio de projeto pontual, o que seria mais uma opção para avançar na relação com os atores da notícia, no caso veículos e público receptor, com o objetivo de alcançar o tão citado interesse público.

A pesquisa procura mostrar e associar as características próprias do Jornalismo Público à realidade brasileira, em uma adaptação circunstancial, mas que visualiza concepções com a proposta americana e vem de encontro às alternativas do jornalismo nesse novo milênio, sendo assim uma contribuição ao processo de mudanças que ocorre na categoria, especificamente, no que se refere à migração de jornalistas para o exercício da atividade no setor público.

A rotina diária das redações dos veículos privados em todo o mundo - em sua grande maioria, estar submetida às teorias do jornalismo, focalizando uma resistência com a duvidosa realidade e um *gatekeeper*, que vem a reiterar a competência do jornalista para escolher quais as notícias que devem ser publicadas, em meio ao excesso de informações que chegam às redações.

O leitor, hoje mais bem informado e inserido pela interatividade em tempo real, tem outra concepção em relação aos fatos que vão interessar à opinião pública e já descredita do modelo. Atualizado pelas redes sociais e envolvido na geração dos fatos, cobra participação na produção das notícias.

A origem do Jornalismo Público vem exatamente dessa descrença nos atuais modelos e formas de seleção e produção da informação, às práticas, os valores e as

ideologias, hoje objeto de questionamentos sociais, estimulados, entre outros, pelo debate público e pela reflexão desenvolvida nas universidades e nas escolas de jornalismo (CAMPONEZ, 2005).

Os conceitos do Jornalismo Público apontam para essa preocupação do leitor, consumidor das informações, e nesse trabalho, procura-se abrir espaço para o debate em relação ao tema, que é controverso e tem sido motivação à criação de novos meios para a comunicação. Pena (2005) considera a dúvida um dos questionamentos em relação às teorias do jornalismo. “Revelar o modo como as notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender o seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade” (PENA, 2005).

A discussão tem sido presente no jornalismo pós-moderno, mas não há o denominador para encontrar um ponto de equilíbrio na relação que começou a vingar na sociedade, a partir das novas tecnologias e no avanço do processo democrático. Os jornalistas tradicionais se valem de uma cultura própria para decidir o que é ou não notícia, ou seja, têm critérios próprios, que consideram óbvios, quase instintivos.

Wolf (2002) procura sistematizar esses critérios mostrando que não são tão óbvios e instintivos como se propaga. O autor considera noticiabilidade, a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia. Quanto maior o grau de noticiabilidade, maior essa capacidade, chamada por ele de valor-notícia. Define noticiabilidade como sendo um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gera a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há de selecionar a notícia (WOLF apud PENA, 2005).

Mas é importante ressaltar que toda a noticiabilidade é negociada, o que faz com que todos esses critérios sejam variáveis.

O repórter negocia com o editor, que negocia com o diretor de redação, e assim por diante. Esses critérios estão inseridos na rotina do jornalista, pois são contextualizados no processo produtivo, em que adquirem significado, desempenham função e tornam-se elementos dados como certos, o conhecido senso comum da redação (PENA, 2005, p. 73).

Para o acadêmico, os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na decisão de escolher um acontecimento como candidato à

sua transformação em notícia. Esses valores subdividem-se em critérios substantivos e contextuais. Os critérios de noticiabilidade, por sua vez, consistem no conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor notícia (TRAQUINA, 2005).

A análise do estudo foca também o valor da notícia, no tocante ao tema selecionado, daí a ideia de conceber a notícia como uma construção social – paradigma construcionista, resultado de um processo negociado entre diversos agentes, apesar de ter - pelo menos teoricamente, uma autonomia relativa em relação a outros campos. Isso significa que, na seleção das notícias é, muitas vezes, feita conforme interesses externos e arbitrariedades do poder. Nesse processo, há várias etapas e podem seguir padrões viciados, inclusive devido à pressão do tempo – deadline.

O estudo levar a discussão para uma nova realidade do jornalismo, com a proximidade que nos remete ao objeto escolhido, para a análise por meio da metodologia utilizada e do pensamento dos autores. Os estudos de Traquina (2004), apesar da diversidade de teorias - como já dito, apontam para o construcionismo, que envolve a estrutura escolhida e a interatividade com os fatos e as fontes, resultados de ações sociais e ideológicas. São paradigmas que nos levam a abordagens sobre assuntos específicos tratados na seleção das notícias.

Apesar de suplantando várias etapas no processo evolutivo do jornalismo, sem mudanças significativas dos métodos de se produzir as notícias, Traquina (2004) revela uma ideia de manipulação explícita e de existência de um poder individual dos selecionadores.

Breed (1955) sublinhou o peso dos constrangimentos organizacionais no trabalho jornalístico e a importância do fator econômico, visto como um negócio. São abordados aspectos como o conformismo dos jornalistas com a política editorial da organização e o controle do trabalho, por parte da organização, através de um processo de socialização e que é sublinhada a importância de uma cultura organizacional e não de uma cultura profissional.

De maneira geral, o jornalismo pode atuar próximo aos princípios do serviço público e do mesmo modo, no que se refere aos interesses mercantilistas. São valorizadas devido à importância social, quando está atuando como serviço público,

oferecendo aquilo que o leitor precisa saber, mas não deixa de cuidar dos fatos que podem chamar a atenção pela curiosidade, preenchendo a necessidade de diversão do público. Nesse caso, o jornalismo prioriza aquilo que o público está ávido em saber, mas se distancia do que é útil ou importante para a vida em sociedade. E nesse espaço pode atuar o aspecto dos negócios, procurando atender ao interesse do privado, em vez de interesse público.

2.2 Valores Sociais na Produção

Nas observações da pesquisa e na apreciação dos resultados, o limite posto para o debate vem de encontro ao ponto de referência adotado nas hipóteses trazidas nos conceitos do Jornalismo Público, e nos referimos à aproximação do jornalista ao ambiente, fonte da matéria, que vem a se materializar em valores sociais na produção das notícias. Nesse aspecto, o consumidor da informação deixa de ser apenas receptor para integrar a relação técnica responsável pela produção da notícia. Ou seja, é o receptor, ator e beneficiário das questões públicas levantadas pela reportagem.

A presença do jornalista entre os atores da relação, inclusive no acesso à comunidade onde a notícia será classificada pelo seu valor na importância do interesse público, poderia se caracterizar na prática um jornalismo de proximidade, que vem a ser no conceito de Camponez (2002), uma articulação em torno de território, comunicação e comunidade, como pacto regional para se reconhecerem como base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorial situada.

O autor enfatiza que a ideia é sustentada na tese de estarmos hoje perante um campo da comunicação virado ao avesso, ou seja, quanto mais fácil é tomarmos conhecimento dos acontecimentos longínquos, mais distanciamos da realidade mais próxima. Situação essa que conceitua a ideia do jornalismo de proximidade, analisado sob o ponto de vista da ética e da deontologia do jornalismo, tendo em conta as perspectivas do valor notícia, valor deontológico, e, finalmente, como valor ético, que vale a pena questionar, em particular no quadro das especificidades do jornalismo que pretendemos adotar.

Todo esse processo está sendo analisado com a inserção do jornalista público na relação entre jornalismo, imprensa e fontes, no paralelo de todas as condições impostas e mantidas pelos defensores do jornalismo tradicional, influenciado pelo poder econômico, embora, ressalte-se a autonomia anunciada pelos jornalistas. O que se discute são as mudanças - inclusive de cultura, que teriam de ter como ponto de partida a própria seleção noticiosa. O "social" deveria ser a grande palavra de ordem e a principal prioridade nas pautas jornalísticas, sem precisar descartar as diversas modalidades que diferenciam os setores de atuação do jornalismo.

2.3 Melhoria na Relação para o Debate Público

Compreende-se que Comunicação Pública não é apenas o que se faz pelo Estado, tendo como prioridade o interesse público contribuindo para o desenvolvimento da cidadania. É também toda a Comunicação (MATOS, 1999; OLIVEIRA, 2004). Do mesmo modo, no jornalismo, o público e o privado devem ter responsabilidades sociais para defender o interesse público.

Os pressupostos morais e éticos em que se desdobra a atividade profissional dos jornalistas não podem estar submetidos à lógica do Estado. (KARAM, 1997), ou de qualquer veículo, quando os interesses econômicos estiverem em jogo.

O Jornalismo Público tem capacidade para fomentar meios de revitalização da vida pública, como reforço à cidadania e à melhoria do debate público, até então inexistente. Rosen (1991) advogava que o jornalismo precisaria ser mais "público", isto é, tentar encontrar maneiras para sensibilizar um maior número de cidadãos na vida pública, encorajando-os ao discurso sério a tornar-se "mais público", enquanto tornamos o discurso público mais sério (ROSEN, 1991 apud TRAQUINA, 1991).

Karam (1997 apud BENETTI, 2005), defende que os pressupostos morais e éticos em que se desdobra a atividade profissional dos jornalistas não podem estar submetidos à lógica do Estado, do interesse privado ou a critérios pessoais, daí a preocupação constante, quando se refere à iniciativa de divulgar informações que possam trazer prejuízos à imagem da instituição.

A tendência, pelo que se pode avaliar - se a pauta for de iniciativa da Imprensa, a conduta é facilitar o acesso aos dados públicos - na forma mais

transparente possível, para que o repórter possa buscar o que lhe interessa, mesmo porque, o acesso às informações públicas nos dias de hoje, desde que não estejam em segredo de justiça, é um direito constitucional, não só para os jornalistas, mas também para qualquer cidadão.

A previsão está contida na (Lei nº 12.527/2011), sobre o Acesso à Informação e que regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Essa norma entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e criou mecanismos que possibilitam, a qualquer pessoa, física ou jurídica, sem necessidade de apresentar motivo, o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades.

O interesse público está na Constituição do Brasil como um dos princípios da supremacia, estando no âmbito das relações sociais em conflito com os interesses privados. Também está dito que o Estado Democrático de Direito assegura os direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos.

Pelos preceitos estabelecidos na Lei Maior do país, o interesse público está acima de qualquer valor de cunho privado, isto porque, atende um maior número de pessoas, quando de sua aplicabilidade. Sendo assim, evoca-se o mandamento constitucional para o jornalismo, especificamente para observar a importância dos conceitos que decorrem do Jornalismo Público e sua aceitação no âmbito da sociedade.

Mesmo com essas disposições constitucionais, têm-se no conceito do interesse público indefinições no âmbito do Direito, mas está no significado aquilo que embasa uma nova realidade para o jornalismo, que seria o interesse público acima dos interesses individuais, numa referência direta aos modelos de produção de notícias, conforme as técnicas do jornalismo.

Nessa concepção, estaria o método do *gatekeeper* em oposição aos conceitos que fundamentam o Jornalismo Público, especificamente, na metodologia individualista de escolha dos valores-notícia e a predominância do tempo e do espaço, assim como pelo distanciamento do interesse público. Esse valor deveria ser prioridade na cartilha do jornalista, mediador entre a Imprensa e a sociedade. A consequência pode ser o resgate e a existência de uma rede que começa no leitor e passa pelo profissional da comunicação, que seria o instrumento, dotado de

legitimidade para responder ao pedido da sociedade e chegar à informação, a qual só teria acesso o profissional legitimado (MARCONDES FILHO, 1986).

A posição do autor revela que a prática jornalística está, portanto, intimamente ligada à crença no interesse público, isso no ponto de vista de que é a noção da existência de uma demanda social que justifica a atividade do Jornalismo e que mascara o fato de que a notícia parte do jornalista, e não do leitor.

A necessidade de informação não nasce do próprio público, pois é o profissional da redação quem decide o que o leitor quer ver ou ouvir. Nesse contexto, vem a ideia de que a imprensa produz tudo quanto deseja vender, trabalha os fatos na forma que lhe convier, em nome do interesse público, e entrega a notícia ao público.

Mello (2014) bem disse que ao se pensar em interesse público, pensa-se, habitualmente, em uma categoria contraposta à de interesse privado, individual, isto é, ao interesse pessoal de cada um. Acerta-se em dizer que se constitui no interesse do todo, ou seja, do próprio conjunto social, assim como também em sublinhar que não se confunde com a somatória dos interesses individuais.

Diante de tais considerações, reafirma-se o intuito de refletir sobre o atual momento do jornalismo, com efeito no “tradicional”, que é praticado na linha dos interesses privados da grande mídia e dos poderes instituídos, em detrimento das demandas e necessidades dos cidadãos. O propósito é reforçar teoria e prática do Jornalismo Público, como importantes instrumentos de revitalização da democracia e da vida pública, tendo em vista que um dos seus principais preceitos é que o cidadão seja o foco e faça parte das rotinas produtivas dos jornalistas, reconhecendo-se a valorização e, conseqüentemente, a contribuição do jornalismo praticado no serviço público, como reflexo e compromisso para as melhorias dos serviços prestados ao cidadão.

Em outra vertente, o presente estudo nos estimula a compreender e analisar o processo de transformação que acontece nas bases do Jornalismo, independentemente de gênero, mas tomado pelas mudanças tecnológicas ocorridas nas duas últimas décadas do século XX. Também se preceitua o advento da Constituição de 1988, considerada a Carta Cidadã, já mencionada, quando trata da reformulação de todos os conceitos e procedimentos do Estado brasileiro, sobressaindo-se a liberdade e a cidadania, entre os princípios fundamentais que permearam o futuro da Nação.

Com os pilares da Democracia, o Brasil restabeleceu os direitos individuais, a liberdade de expressão e a presença do cidadão na formação das políticas públicas do Estado. A imprensa, em mutação, tem responsabilidade e acompanha, de forma direta, os avanços da cidadania, compartilhando com a ética que deve emergir da Administração Pública, bem como os reflexos diretos que podem resultar da eficiência dos serviços por meio dos sistemas de controle dos atos e abordagens das novas atitudes da gestão pública.

Essa nova configuração, que unifica a liberdade, a igualdade e a eficiência da gestão, nos remete ao conceito da transparência. Quanto maior a transparência, maior a vigilância dos cidadãos, perante os órgãos governamentais.

Nesse diapasão o Tribunal de Justiça da Paraíba, até então reprimido em suas demandas sociais, abriu os espaços, por meio desse projeto iniciado em 2013, Para aprofundar o estudo em outras experiências de repercussão social, dentro de um planejamento estratégico focado na comunicação pública e na proximidade, no que tange as relações com os cidadãos, o que nos faz reafirmar a importância do jornalista público na formulação das notícias que devem repercutir positivamente nas políticas públicas e nos anseios da sociedade.

3 CONCEITOS E ORIGEM DO JORNALISMO PÚBLICO

O movimento do Jornalismo Público começou nos anos 80. Os índices de leitores norte-americanos começaram a cair, aumentando a descrença aos veículos de comunicação. As pesquisas apontavam para um descrédito crescente da população, que já não identificava nos veículos a função de servir à sociedade ou de reportar notícias de interesse coletivo. Naquele momento os pesquisadores passaram a mapear o comportamento dos veículos de imprensa e de seus profissionais.

Um dos aspectos levantados como causa para a rejeição do público aos veículos de comunicação relacionava-se com a prática jornalística, consagrada ao longo do século XX pelos grandes jornais e seus manuais de redação, baseada no distanciamento do repórter em relação à notícia e na adoção de técnicas redacionais que privilegiam a objetividade, a imparcialidade e a concisão.

A tradicional Teoria do Espelho, bem conhecida nos órgãos de imprensa no Brasil, também foi um dos pontos levantados nas pesquisas, pois traduz a relação de distanciamento observada nos critérios que orientam o jornalista para relatar apenas a realidade da forma como ela se apresenta, sem intervenção subjetiva (DANTON, 2003).

A teoria prega que “o bom jornalista é um observador desinteressado, que relata com honestidade e equilíbrio tudo o que vê, cauteloso para não emitir opiniões pessoais” (DANTON, 2003). Para o autor, a regra também advoga a tese que a matéria deve ser escrita de forma impessoal, ouvindo os dois lados da questão. Paralelamente a essas observações de ordem técnica, as transformações tecnológicas que mudaram as rotinas do jornalismo também foram motivações, assim como a espetacularização da notícia e o sensacionalismo, como prioridades, deixando de lado, muitas vezes, questões de interesse da comunidade.

O pico das insatisfações veio na campanha presidencial dos EUA, em 1988, entre George Bush e Michael Dukakis. As pesquisas mostraram que as matérias veiculadas na imprensa não atendiam os interesses dos eleitores e como o voto naquele País é facultativo, detectou-se o afastamento da população nas eleições.

E foi esse cenário, portanto, que proporcionou o surgimento do Jornalismo Público, também chamado de Jornalismo Cívico (*Civic Journalism*) pelos precursores desse movimento. A ideia inicial era retomar o princípio jornalístico de

servir à sociedade e tinha como meta a reinserção dos cidadãos na vida política norte-americana.

Foi Davis Merritt, veterano e respeitado editor do jornal *The Wichita Eagle*, do estado do Kansas, que desencantado com o trabalho desenvolvido nas eleições de 1988, escreveu um artigo em 1990, pregando o aprofundamento dos temas abordados nas matérias, oferecendo 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).

Figura 1: O movimento do Jornalismo Público teve início no *Jornal Wichita Eagle*



Fonte: Página on-line do Jornal Wichita Eagle na internet

O Jornal criou um movimento de mobilização para abrir um espaço de debate, onde os candidatos expunham suas ideias e expressavam seus pontos de vista acerca de assuntos como educação, desenvolvimento econômico, meio ambiente, agricultura, serviços sociais, impostos e violência, entre outros (FERNANDES, 2004).

A partir daí o Jornalismo Público repercutiu em todos os estados da América e se espalhou pelo mundo. Nos EUA, instituições foram criadas para financiar o movimento, a exemplo a *Pew Center for Civic Journalism*, que apoiou mais de 200 projetos.

Numa sociedade de indivíduos dispersos e abarrotados com informação descontextualizada, uma vida pública efetiva precisa ter uma informação relevante que é partilhada por todos, e um lugar para discutir as suas implicações. Somente jornalistas livres e independentes podem – mas habitualmente não conseguem – providenciar estas coisas. Do mesmo modo, a vida pública efetiva requer a atenção e o envolvimento de cidadãos conscienciosos, que só eles podem providenciar. Por outro lado, se as pessoas não estão interessadas na vida pública, eles não têm qualquer necessidade dos jornalistas nem do jornalismo (MERRITT apud TRAQUINA, 2003).

É nesse sentido que se estabelecem os espaços para emergir com o Jornalismo Público, como meio alternativo em um momento crítico que se revela nos entes representativos de uma sociedade, que resiste ao modelo atraído em consequência do sistema democrático. Não se desconhece a crise institucional profunda, refletida diretamente na credibilidade e na representatividade advinda da Democracia, em especial na falência da classe política. Por outro lado, o Jornalismo Público enseja a proximidade estabelecida na ação direta com os cidadãos.

A iniciativa da nossa pesquisa levanta o debate a respeito dos conceitos do Jornalismo Público e sua aplicabilidade em projetos no cotidiano das atividades da Comunicação do TJPB, especialmente em relação ao projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, envolvendo a presença do jornalista público como mediador em relação aos interesses do cidadão. E nessa direção abre-se questionamentos que envolvem os procedimentos práticos e teóricos do jornalismo, representados, entre outros pontos, na tradicional Teoria do Espelho, e nos *gatekeepers* - selecionadores de notícias da redação.

O descrédito do jornalismo, se não era inevitável diante de uma atividade tão sujeita à captura por desígnios sem transparência, cresceu na medida de sua desconexão com o público. A informação jornalística se mostrou distante de algo que as pessoas comuns pensavam ser necessário para a resolução de seus problemas cotidianos (ROTHBERG, 2008). O autor faz o enfoque também para os políticos, que se moviam sempre por ambições de poder pessoal. O resultado principal foi a descrença na política, sem dúvidas, mas também do jornalismo, situação não muito distante do que acontece no Brasil.

Foi a queda na qualidade das informações levadas ao público, atrelada ao desvirtuamento político e aos interesses comerciais dos grandes grupos, que

abalaram a credibilidade e a confiabilidade do jornalismo perante o público americano, argumentos emergentes para o surgimento do movimento.

É importante sempre reprisar também que as mudanças tecnológicas no jornalismo, como apregoa-se, permitiram o livre acesso à informação, por meio das novas mídias advindas com a internet. As notícias foram posicionadas em uma nova realidade, onde o tempo real minimizou a atuação dos jornalistas, até então os filtradores de fatos. O resultado foi uma profunda crise no jornalismo, com consequência nos moldes construtivos da notícia, refletidos nos diferentes atores sociais envolvidos.

O movimento do Jornalismo Público ganha adeptos nos Estados Unidos e chegou à academia na pessoa do professor Jay Rosen, docente da Universidade de Nova York. Ambos, Merritt e Rosen partilham a mesma visão de uma democracia participativa e defendem um papel mais ativo do jornalismo na construção de um espaço público mais vibrante e na resolução dos problemas da comunidade, segundo Traquina (2003).

A reintegração dos cidadãos à vida democrática, apoiado no exercício de um jornalismo mais próximo e voltado para o interesse público, seria o objetivo maior dos pensadores do movimento. O Jornalismo Público tinha como propósito substituir a natureza fragmentária das práticas tradicionais por uma nova atitude baseada numa maior atenção concedida a cada tema, e nessa discussão, também estava figurado o declínio do interesse pela leitura de jornais entre os americanos. Em vez de saltar entre os acontecimentos, seria desejável aprofundar as matérias relevantes de modo a focar nelas a atenção da comunidade (MESQUITA, 2003).

O movimento do Jornalismo Público ganhou repercussão no continente americano. Por mais de duas décadas provocou discussões e reações entre os jornalistas. Mesmo assim, não viabilizou o aprofundamento de técnicas e teorias que viessem a interferir com mais força na produção acadêmica que tratou do tema, tanto no âmbito profissional, como também na comunidade científica.

Os estudos científicos sobre o Jornalismo Público ganharam o mundo, mas não configuraram estratégias suficientes para a consolidação desse modelo como interventivo e ideal aos objetivos que se buscam na tentativa de se encontrar melhores horizontes, expansivos à aplicação em outras planícies.

Em terras brasileiras, as pesquisas que abarcaram o movimento evidenciam a importância da necessidade de uma revisão nas teorias do jornalismo e da

proximidade junto ao cidadão, no entanto, exaltam as indefinições para uma melhor compreensão em relação a essa prática na conjuntura divergente do jornalismo do Brasil.

Entre o final do século passado e início dos anos 2000, a proposta norte-americana foi analisada por diversos estudiosos e profissionais da mídia nos mais diferentes continentes. Traquina (2003) considerou a iniciativa como “importante e polêmica”. Suas concepções ganharam repercussão e levantaram questionamentos nas discussões.

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 (Público) depende, em certa medida, de o movimento pressagiar uma reforma e não uma revolução. O Jornalismo Público tem o potencial para renovar o jornalismo se não pretender ser uma ruptura com o seu capital já acumulado (TRAQUINA, 2003).

Na América Latina, a experiência do Jornalismo Público na Colômbia começa nos mesmos moldes do modelo adotado nos Estados Unidos e tem raiz no trabalho realizado por Castellanos (2006), que apontou caminhos na busca de estruturas para as bases do novo relacionamento da imprensa com o cidadão.

Isso não pode ser feito sem que a discussão passe pela construção do cidadão, baseada sempre nas deliberações dos assuntos públicos na esfera pública (CASTELLANOS, 2006).

Note-se que esfera pública, na concepção de espaço público, remota o pensamento de Habermas (1984). As pessoas são capazes de orientar as ações sociais, racionalmente com argumentos, por meio de disposição democrática para o diálogo e consenso.

Enfim, na Colômbia, as adaptações à cultura local reconfiguraram o modelo e as mudanças procedimentais permitiram reorientações teóricas e metodológicas, mas, assim como aconteceu no Brasil, os propósitos do Jornalismo Público naquele país passam pelo objetivo de construir uma opinião pública autônoma (CASTELLANOS, apud FERNANDES, 2007).

A preocupação pelo engajamento da imprensa na sociedade, sem prejuízo aparente para as partes, emissor e receptor, na forma de um jornalismo de contato

com a comunidade, ou na percepção pelo interesse público, pode ser uma retomada, na busca do que os leitores querem, abrindo oportunidades para discussões de temas de interesse da comunidade. Apesar da falta de acordo sobre o rótulo, os adeptos da nova tendência estavam acordados para defender a ideia de que os jornais deveriam retomar o contato com a comunidade, descobrindo o que os leitores querem e abrindo espaço para discussão dos temas de interesse público (CASTILHO, 1997).

2.1 Características próprias no Brasil

Os projetos de jornalismo que poderiam ser adaptados ao modelo de Jornalismo Público, conforme os conceitos e práticas nos EUA, no Brasil, não foram recepcionados nos moldes originais. No país, por questões culturais e estruturais, o Jornalismo Público aparece em experiências que se moldam em características próprias. Mesmo assim existe outro viés, que é o jornalismo do setor público, credenciado como receptor do novo jornalismo, mas sem a receptividade necessária para se aprofundar a um debate, inclusive, comparativo no tocante aos requisitos da ética.

Silva (2002) foi um dos pesquisadores que mais se aprofundaram nos conceitos para tentar vincular o Jornalismo Público, na base de algumas das teorias universais do jornalismo. Seus estudos datam de uma década atrás e até hoje, não há uma configuração própria para explicar o fenômeno pelos requisitos acadêmicos. Ele advoga que o movimento não encontrou no Brasil uma tradução definitiva, nem uma compreensão do que representa como função, área de cobertura e campo profissional (SILVA, 2002). Pelo menos é o que observamos em nossa experiência no estudo de caso que abordamos no trabalho realizado no Tribunal de Justiça da Paraíba.

O que se concebe nas análises do autor é o excepcionalismo nos procedimentos da imprensa brasileira, na ótica de que não teria como se copiar as bases teóricas, daí a migração para adaptações, que reconfiguradas levaram a experiências singulares, eivadas de práticas associadas a características próprias e locais. O autor ressalta a confusão que resulta em decorrência da própria comutação que se faz em torno do setor público, em geral associado com as esferas estatal e governamental. Em sua opinião, passaria a ser uma imprecisão imaginar que o

Jornalismo Público seria aquele praticado desde as redações a serviço dos governos estadual ou federal ou por emissoras estatais (SILVA, 2002).

No Brasil, por não existir uma compreensão clara do que representa como função, área de cobertura e campo profissional (SILVA, 2003), o Jornalismo Público ainda é bastante confundido com aquele realizado pelos veículos estatais. Por outro lado, quando uma empresa jornalística realiza campanhas em torno de temas sociais e vinculados à formação de cidadania - como trânsito e violência, estas seriam categoria de Jornalismo Público.

Do mesmo modo, considera-se Jornalismo Público, na versão brasileira, o trabalho desenvolvido pelas empresas públicas de comunicação, emissoras estatais e TVs. Nesse caso específico, a análise busca saber até que ponto a prática do Jornalismo Público no país aproxima-se dos conceitos da origem, tendo como universo de apreciação a política de comunicação e a proximidade adotada no projeto em estudo, pela Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba.

O que se pode extrair das argumentações do autor, é a convicção de que não houve uma adesão estrita ao gênero, mas também não houve rejeição, ou seja, absorvemos outro tipo de fenômeno representado no enorme interesse para com os projetos de impacto social e para com organizações e pessoas que dedicam a vida a grandes causas e campanhas.

Mesmo com essas convicções pelas causas sociais, constata-se que há na atividade jornalística o sentimento pelo interesse público, inerente ao profissional, daí associarmos a preocupação para consolidar a experiência do projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito. Procurou-se vincular alguns procedimentos pontuais da Assessoria aos conceitos do Jornalismo Público e que poderiam representar a aproximação, não só ao cidadão, mas também aos veículos e às fontes cúmplices da causa social. Tanto é assim, que na diversidade de recepções não identificamos nenhuma linha unificada de características ao reportamos o Jornalismo Público, haja vista experiências de veículos privados e empresas públicas, em sintonias equidistantes e tomadas de convicções próprias.

Silva (2002), constata a “boa vontade”, por parte da mídia, em relação a projetos sociais, mas, ao mesmo tempo, ao invés de se encontrar políticas editoriais ancoradas no Jornalismo Público, enxergar-se experiências pontuais, idealizadas no âmbito do setor público, por meio de iniciativas de cunho social e participativo. Isso

nos mostra que, de maneira geral, os meios de comunicação no Brasil não se declaram praticantes do Jornalismo Público – com raríssimas exceções, como é o caso da TV Cultura, o que revela senão desconhecimento dessa categoria como um campo específico, pelo menos a inexistência de algo programático nas políticas editoriais.

Reitera-se que prática do Jornalismo Público no Brasil, na efervescente ebulição do movimento na década de 90, não atraiu – assim como aconteceu nos Estados Unidos, o interesse dos grandes grupos de comunicação privados. Essa abordagem vem ao encontro da tradição do empresariado brasileiro, que não simpatiza com o movimento, e nem é difícil compreender o posicionamento, diante da visualização em relação ao indispensável retorno econômico.

Em meio à crise, existem reações de alguns veículos privados, na tentativa de atrair novos leitores e recuperar espaços perdidos, utilizando-se de métodos e rotinas que embasam o Jornalismo Público. De outro lado, emerge a autonomia das emissoras públicas locais, que veem nessa modalidade os requisitos ideais para a formação de políticas públicas. Buscam inserir nos critérios de noticiabilidade as questões que favorecem ao interesse público, e essencialmente, reforçam os objetivos das emissoras e justificam as condições existenciais perante a sociedade.

Essa realidade brasileira tem conotação com as mudanças tecnológicas e comportamentais observadas nos últimos anos, em especial o avanço no processo de convergência digital, que permitiu ao receptor, até então fonte e consumidor, escolher qualquer mídia no mesmo ambiente, com a opção de interagir de acordo com suas convicções.

O quadro no Brasil modela a existência de emissoras e empresas de comunicação que passaram a pautar a programação por meio do processo adotado no Jornalismo Público. Alguns jornais (*Folha de S. Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Correio Brasiliense*) - este último citado pelas matérias temáticas sobre o trânsito e a violência, através de espaços editoriais abertos ao público-leitor, pontuaram a questão do Jornalismo Público em pautas especiais, abrindo espaços para os assuntos da comunidade.

Também apareceu um modelo de Jornalismo Público na programação da Rede Globo de Televisão. O programa Cidades e Soluções, veiculado pelo canal de TV por assinatura Globo News, atenta com potenciais e características que atendem aos requisitos de proximidade com a sociedade na percepção do diálogo com a

comunidade. Do mesmo modo, o quadro *Meu Bairro* na TV, do telejornal CETV (1ª Edição), da TV Verdes Mares, afiliada à Rede Globo em Fortaleza (CE). A proposta é a aproximação com seu público, numa política de atendimento e solução dos problemas cotidianos através da mediação entre o povo e o poder público (FERNANDES, 2008).

Silva (2002), cita a experiência do jornal *Correio Braziliense* em relação à violência no trânsito, mantendo o critério básico da reportagem e, portanto, a submissão do assunto aos critérios de noticiabilidade do chamado “Projeto Correio”. O autor observa que não havia o compromisso de publicação, já que o projeto elegeu como valor maior a reportagem, embora não deixando de assumir um compromisso com o social (SILVA, 2002).

Figura 2 - O jornal *Correio Braziliense* realizou uma campanha dentro dos moldes do JP



Fonte: Páginas do Jornal Correio Braziliense – internet

Do mesmo modo, a TV Brasil e a TV Cultura, duas das mais importantes emissoras do país e mantidas por instituições ligadas ao poder público, aplicaram os fundamentos do Jornalismo Público, seguindo características próprias. A emissora tem o manual de redação elaborado na conformidade dos interesses do cidadão, inclusive, os telejornais estimulam temas como educação, questões políticas e urbanas, em detrimento de matérias sobre acidentes, crimes e fofocas (MORAES, 2011).

Em artigo publicado no jornal *Folha de S. Paulo*, em fevereiro de 2004, o jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva destacou o projeto "Jornalismo Público" da

TV Cultura, que priorizou como objetivo a produção de um noticiário "independente do poder e do mercado", voltado para o cidadão, buscando privilegiar a compreensão dos fatos, a partir das pautas produzidas com a interveniência das comunidades, ficando evidente o propósito explícito de trazer à reflexão e o aprofundamento de histórias voltadas ao interesse público.

Diferente do que aconteceu nos Estados Unidos, percebe-se que o Jornalismo Público tem sido praticado com mais incidência nos canais públicos de comunicação. No veículo particular há restrições, por estar fundamentado na premissa de que qualquer notícia ou abordagem tenha que ser de retorno econômico viável – lucro e audiência –, enquanto o veículo público possui autonomia para lidar com aquilo que julga ser de importância para o público e não para si ou terceiros (FERNANDES, 2008).

O processo de mudanças no século XXI trouxe inovações para o jornalismo contemporâneo. Os desafios se mostraram expostos às novas práticas, que se deixaram levar também pela revolução tecnológica dos meios, responsável pelas transformações na sociedade, advindas com a chegada da internet e a consequente rede de relações interativas. Emergiu uma nova realidade na cultura do jornalismo digital, que possibilitou, independentemente de camada social, a interatividade com os veículos, segmentos públicos e redes sociais. Esse processo abriu o espaço do público, onde o debate, com a intermediação do jornalismo, começa a pautar o cotidiano em busca de políticas públicas essenciais ao processo democrático.

Como já foi dito, o desafio vem dos Estados Unidos, onde nasceu o movimento pelo Jornalismo Público, e chegou ao Brasil com uma visão diferenciada, talvez refletida pela cultura da palavra "Público", que em terras verde-amarelas passa pelo critério do oficialismo estatal. Por outro lado, sem a adesão linear, a proposta enveredou por outros caminhos e pode-se dizer que o Jornalismo Público brasileiro tem peculiaridades singulares. Não houve um engajamento dos veículos de comunicação tradicionais às práticas americanas.

A cobertura jornalística exercida diariamente pelas empresas não direcionam o referencial como proximidade ao cidadão, na medida em que, exercem o jornalismo puramente informativo, passo de influências econômicas, política e social, não se optando por um acesso mais real às demandas da sociedade, motivação maior para o exercício ético e profissional dos jornalistas públicos, que passaram a ocupar os espaços do jornalismo no serviço público, buscando realizar na prática um

trabalho ético e autônomo, dentro dos critérios que permeiam a atividade profissional.

Está no coletivo, contrariamente à prática individual da imprensa informativa, a raiz do movimento que redundou no Jornalismo Público. Nessa segunda década do século XXI, a responsabilidade social é fator de relacionamento para as atividades públicas, hoje com o reforço da interatividade e a interferência da sociedade conectada.

A pesquisa envolve também as perspectivas que o movimento do Jornalismo Público enveredou ao chegar ao Brasil. As experiências apontaram pouca receptividade ao modelo, indiferente aos costumes, identificando-se adaptações e práticas que se enquadraram mais na prestação de serviço.

Reascender as discussões sobre os critérios e práticas para o Jornalismo Público, pode até ser coisa do século passado, mas ficou como desafio para a comunicação pública. O conceito nessa observação aproxima-se ao pensamento de Habermas (2003), ao definir como espaço da pauta a esfera pública, ambiente da imprensa – campo de debate na construção da notícia. O senso de objetividade estará nas condições ideais para a formação de um espaço, na qual os sujeitos sejam capazes de construir e manifestar uma opinião sobre assuntos de interesse geral.

Quando se fala em Jornalismo Público no Brasil, a impressão, para a grande maioria dos interlocutores, é que se está tratando de um jornalismo feito por órgãos públicos, estatais, ou mesmo seria um jornalismo considerado chapa branca, ao contrário do que realmente define a modalidade no campo filosófico e estrutural.

Essa avaliação não pode se sustentar, sob o ponto de vista de que o jornalismo, nessa premissa, está inserido no processo coletivo de construção da notícia, isso em consequência de uma realidade que se volta para eliminar o individualismo tão representativo no conceito do *gatekeeper*. Talvez seja essa resistência ao modelo que influenciou uma fase dos estudos do jornalismo nas décadas de 1950 e 1960, continuando a alimentar uma corrente de pesquisa sobre o tema nos anos 1990, mas já sem a força dos tempos passados. É uma concepção que poderá partir do princípio da soberania do jornalista em suas convicções éticas, reduzindo o ato de produção jornalística à seleção individual da escolha do que seria noticiável (VIZEU, 2003).

O termo Jornalismo Público ainda não encontrou uma tradução definitiva nem compreensão do que ele representa como modalidade, linguagem e área de cobertura. No Brasil, já se tem a convicção de que o Jornalismo Público surgiu com suas próprias características, como já abordamos em nossas análises, e nesse universo de recepções, emerge nosso desafio de inserir nesse contexto o trabalho do jornalista público, retirando a tarja do oficialismo, para inseri-lo no debate, dentro de um círculo de rotinas que envolvem o emissor, receptor e jornalista público, quem sabe na representação das fontes oficiais e voltadas para os interesses públicos a serem alcançados.

3.2 Ética e transparência do Jornalista Público

As discussões introdutórias reforçam o irreversível processo de mutação na prática do jornalismo. Os desafios se mostraram expostos para configurar uma nova realidade a se pautar no novo milênio, embora as mudanças começassem a ocorrer nas duas últimas décadas de 1900. O acesso popular às informações, de forma globalizada, premiado no recurso da interatividade, recoloca o cidadão no meio da relação com os acontecimentos e com os direitos individuais e coletivos, fatores que influenciam nas teorias do jornalismo e requisitos primordiais nas transformações, apesar da resistência do atual modelo de produção.

Nessa contextualização o exercício da transparência deverá sempre ser exercido pelo jornalista público e pelos veículos na propagação dos fatos, admitidos os acessos e inserções do público receptor em relação às suas demandas, sem o descuido na preservação da ética. Bucci (2008) advoga que a ética da informação e a ética do jornalismo são inseparáveis da ética republicana, e seguindo os critérios de viabilidade, as informações que nos interessam veicular são as informações a que o cidadão quer saber e tem direito.

Isso é a construção da credibilidade. Quem está no topo de todo esse trabalho é o cidadão. É aquele que muitas vezes não exige porque não sabe que pode exigir. E o trabalho do jornalista, seja ele público ou privado, é ensiná-lo sobre isso, ensiná-lo que ele pode exigir. Há com frequência o equívoco de se defender apenas as informações que nos interessam. Isso é um equívoco, porque quando as informações que nos interessam não correspondem às necessidades do cidadão a credibilidade começa a ser ferida (BUCCI, 2008, p. 17).

Com isso, pretende-se mostrar na pesquisa que existe uma preocupação no jornalismo do setor público em buscar a ética no exercício para o relacionamento com as comunidades, objetivando o debate sobre questões que se voltam ao interesse público. Fomenta-se, inclusive, os próprios veículos privados de informações e procedimentos que podem resultar na melhoria da vida social, onde o cidadão é o principal beneficiado.

Há um ponto de resistência nos críticos do jornalismo do setor público, que se move para desqualificar o trabalho profissional do jornalista público, sob o argumento de que a autonomia - que contemplada apenas no jornalismo tradicional, estaria ameaçada, inclusive no tocante aos princípios éticos, diante do comprometimento na relação hierárquica da repartição pública. Talvez, mas essa tese cai por terra, quando configuramos a ideia de que o jornalista de redação é empregado da iniciativa privada, e tem os interesses econômicos no contexto ideológico empresarial, embora, pelo menos teoricamente, preservar-se-ia a autonomia profissional. Nesse contexto Karam (2004), aborda a questão da vontade empresarial em torno dos interesses econômicos.

Acho que há, em muitos casos e mídias, uma apropriação particular e cínica, com utilização eficaz da retórica. Esta desmente na prática, muitas vezes, os solenes princípios éticos subscritos pelos empresários da área, protetores de vários outros ramos do setor privado, nos quais nos últimos anos aumentaram significativamente seus negócios (KARAM, 2004, P. 14).

Reitera-se a ideia objetiva e o sentido de se quebrar velhas rotinas numa nova ligação com os cidadãos e as suas verdadeiras preocupações, com ênfase numa discussão aberta como se processa na democracia. O foco são os cidadãos, enquanto atores do drama público e não meros espectadores (ROSEN, 2003). O autor foi um dos precursores do Jornalismo Público.

Observamos toda essa argumentação na prática, ao anotarmos os procedimentos adotados pelos jornalistas da Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, com o propósito de interagir e fazer repercutir o projeto social “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, por força da experiência diferenciada, próxima do Jornalismo Público e encampado - não por um ou outro veículo comercial, mas pelos jornalistas públicos como forma de mobilizar os colegas das

redações, no tocante ao tema e aos interesses públicos em debate, independentemente da seleção individual ou pressão pelos interesses que muitas vezes passam longe da indispensável autonomia.

A questão levanta um aspecto que faz menção para demonstrar o desinteresse, em muitas das ocasiões, por parte da imprensa, quando o tema é interesse social, em pautas que poderiam exercer papel relevante, mais até do que o de outros temas significativos, indiferentes do dramatismo e das tragédias promotoras de audiência.

A definição de uma agenda pública seria o mínimo que poderia existir para sustentar a suposta imparcialidade. Há uma infinidade de temas em permanente debate numa sociedade democrática. E há momentos específicos em que decisões são tomadas com efeitos duradouros para toda a coletividade. A imprensa não deveria ignorar o debate prévio dos temas dessa agenda, como tem feito. Por outro lado, o jornalista público tem buscado essa iniciativa como tarefa na agenda de trabalho.

Passados mais de 20 anos do início da experiência do Jornalismo Público na América, até hoje ainda não se tem um norte definido de como se faz esse tipo de jornalismo, apesar do aquecimento que sucedeu em várias partes do mundo, sem nenhuma definição linear. Temos a ideia de que o Jornalismo Público copiado no Brasil se distancia do modelo americano, assim como em relação a outros países, como na Inglaterra, onde o poder público, inspirado nos novos ventos do Jornalismo Público, até mesmo pelos conceitos de origem, interfere na relação com os veículos de comunicação, dado por fatores econômicos e políticos bastante conhecidos, mesmo sabendo-se que, em nossa experiência, não houve imposição, mas a convicção pelos próprios veículos, de que o distanciamento da sociedade repercute negativamente na audiência e na queda de circulação.

A intervenção estatal inglesa ocorreu tanto na forma da manutenção de canais públicos - que procuram atender à demanda coletiva por programação de qualidade, ajustada a ideais mais elevadas de formação, informação e cultura, quanto por meio da regulação dos canais comerciais, com a imposição de guias de conduta e mecanismos de fiscalização, para que eles não percam de vista sua responsabilidade social e política (ROTHBERG, 2011).

Observamos que nessa experiência europeia, a presença do Estado é direta na formalização das políticas públicas, o que não afasta nossa pesquisa, ao inserir

no foco das rotinas a preocupação de se promover o jornalista público, no projeto implantado e que interage, nas ações e procedimentos, em vários requisitos, até porque, o Jornalismo Público não tem uma conceituação consensual e permanece no aguardo de uma compreensão mais solidificada para vencer muitos obstáculos, conforme a análise de Coleman (2003).

É novo e não é bem entendido, em parte porque não tem uma definição consensual. Aqueles que se envolvem no Jornalismo Público estão essencialmente a trabalhar sem planta, a inventar à medida que avançam. Existem muitas críticas e questões - tanto do interior do movimento como do exterior (COLEMAN, apud TRAQUINA E MESQUITA, 2003, p. 71).

É de se ressaltar que nenhum estudioso definiu com segurança a forma de fazer Jornalismo Público, isso porque não se configurou numa forma ou um conjunto de regras. Rosen (2003) resumiu que essa atividade é uma convicção sobre a relação entre o jornalismo e a vida pública. “Além disso os modos como se exprime têm a ver com as consciências individuais e com os julgamentos dos jornalistas e as necessidades das suas comunidades” (ROSEN, 2003).

Silva (2006) evidenciou dois paradigmas para situar o cidadão e os jornalistas numa ação conjunta em prol de um bem a todos como seres integrantes da sociedade. Um vem do antigo, que se especializou em demonstrar como transcorre a informação desde a natureza dos fatos às manchetes e a receptividade perante o público pouco interessado na qualidade da veiculação. O outro é emergente e nasce do Jornalismo Público, quando se verifica que a informação é acrescida de valores com vistas ao desenvolvimento do social, orientando o público sobre a importância de manter uma participação ativa no tocante aos problemas sociais, que estimule o indivíduo a pensar, criticar e agir em coletividade.

No momento em que a noção de responsabilidade social ganha notória ressonância entre o empresariado, o jornalista e os jornalistas seriam, respectivamente, campo e agentes vocacionados para um papel, agora revolucionário, em contraposição ao velho paradigma do jornalismo que tão somente fatura em cima dos dramas do ser humano e da humanidade. Jornalismo e desenvolvimento humano passariam a formar uma relação intrínseca (SILVA, 2006, p 9).

É pertinente compreender que a análise proposta nos remete à possibilidade de uma nova prática para o jornalismo, desta feita com a participação do jornalista público no processo de construção da notícia e a sua presença no meio gerador das demandas. A ideia é se mostrar transparente para ser eficiente e pronto a atender, de acordo com os requisitos legais, os reclamos da sociedade em relação aos fatos discutidos no coletivo.

A interferência positiva do trabalho realizado pelo jornalista público - baseado no projeto de estudo com a geração de mensagens para o processo de *gatekeeping*, poderá ter a receptividade que está focada nos requisitos teóricos, respectivos, podendo assim influenciar na seleção da notícia por meio de canais de rotina. As informações que chegam do exterior para serem selecionadas precisam ser dotadas de aspectos sociais, independente da capacidade epistemológica do editor. O material é recepcionado por critérios específicos para decidir se a informação entra ou não, ou seja, ao selecionar os fatos que se tornarão notícia, o jornalista da redação exerce um papel crucial na sociedade, determinando o que o público deve ou não saber.

Essa capacidade pode ser facilitada, ou se tornar mais difícil, quando o próprio selecionador - jornalista dotado de condições técnicas específicas, se permite participar dos debates ou discussões que são características dessa modalidade no meio das comunidades. Por outro lado, na resistência, existem os caminhos do desinteresse social, ou mesmo, distorções na comunicação que produzem deliberações sob a forma de decisões e que não atendem às necessidades de grupos inteiros de cidadãos.

Essa é uma questão que também deve ser levada em consideração, quando se projeta objetivos, mas não deixa de ser considerada, no fato de que, em qualquer vertente profissional, seja no jornalismo ou em outra atividade, haverá sempre o contrário para fomentar a fragilidade, decorrente até da insuficiência teórica.

As mudanças provocadas pelo Jornalismo Público trouxeram consequências significativas no comportamento da imprensa, apesar dos percalços, tropeços e avanços verificados ao longo das discussões, inclusive com o esfriamento dos estudos sobre Jornalismo Público em todo o mundo.

Persiste a ideia e novos projetos para se desenvolver novos tipos de Jornalismo Público. Segundo Nip Joyce (apud CRISTO, 2012), são frutos da tentativa de se manter esse movimento no mundo do jornalismo de uma forma

melhorada, resgatando todos os princípios sociais que se foram perdendo com o decorrer dos anos. Os avanços caminham para outras modalidades que estão se desenvolvendo como Jornalismo Alternativo, Jornalismo de Paz e, por fim, o Jornalismo Social. Em Portugal, por exemplo, cresce as adesões aos conceitos que estão fomentando discussões a respeito do Jornalismo Social, que surge em meio à sequência de mudanças no modo de se fazer jornalismo.

Naquele país, esse modelo aparece como uma nova disciplina com o intuito de recuperar os valores primordiais que a profissão foi deixando para trás ao longo desta mutação. Além disso, novos atores têm vindo a surgir no cenário social, obrigando o jornalista a repensar uma forma de integrá-los na agenda midiática (CRISTO, 2012). Essa modalidade se aproxima do Jornalismo Público.

3.3 Vinculação e Autonomia

A prática do jornalismo no Poder Público tem a síndrome da autonomia questionada pelos veículos de comunicação, sob o aspecto vinculatório do assessor, aqui, já denominado jornalista público, pelo fato dele ser empregado, estando assim a serviço dos interesses da repartição. Indaga-se se estaria, também, o profissional de veículos tradicionais a quebrar algum princípio do jornalismo, quando de suas responsabilidades nas redações dos veículos privados, que atuam com políticas editoriais e interesses mercadológicos. Os jornalistas, estejam eles onde estiverem, devem ter princípios éticos da profissão e não há constrangimento no seu trabalho, quando as regras estão sendo respeitadas.

Para Soloski (1993), não só o profissionalismo jornalístico, mas também a política editorial são mecanismos de controle que ajudam a estabelecer as fronteiras do comportamento profissional dos jornalistas. Essas fronteiras não ditariam as ações específicas, mas forneceria a estrutura para a ação. Elas seriam suficientemente amplas para permitir aos jornalistas alguma criatividade na reportagem, edição e apresentação dos fatos.

Do mesmo modo, há o aspecto ético no trabalho do jornalista público, também orientado para atender ao interesse público, que seria, no caso do servidor público, a política editorial a ser adotada.

Na estrutura de ação que move a notícia no efeito da construção social, surgem perspectivas nas teorias estruturalista e interacionista, onde diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de negociação constante. As notícias são o resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima num produto chamado notícia. Na teoria estruturalista se reconhece uma autonomia relativa do campo jornalístico. As notícias, como parte da indústria cultural, contribuem para a “hegemonia ideológica”. O Jornalismo Público é caracterizado por uma compulsão constante em colocar ordem no espaço e no tempo (TRAQUINA, 2004).

Comparando as teorias estruturalista e interacionista, Traquina (2004), afirma que ambas concluem que a conexão entre fontes e jornalistas faz das notícias alvo para os interesses das autoridades estabelecidas. Porém, a teoria estruturalista é mais voltada para as fontes e acredita que os valores-notícia têm um papel ideológico central na reprodução da ideologia dominante, não sendo naturais, nem neutros. Já a interacionista é mais voltada para os jornalistas, conferindo-lhes um grau maior de autonomia e privilegiando o papel das práticas profissionais e das rotinas criadas para a produção de notícias.

Para o autor, tanto a Teoria Estruturalista, quanto a Interacionista, podem ser consideradas dentro do paradigma construcionista, que parte do princípio de que as notícias não são distorção, nem espelho, mas tão somente um processo de construção, que em nossa análise, nos reportamos à prática que identificamos na Diretoria de Comunicação do TJPB.

3.4 Jornalismo pela Cidadania

A pesquisa em estudo, além de analisar a proximidade do Jornalismo Público americano na atividade de uma assessoria de comunicação pública, traz como enfoque a discussão a despeito do jornalismo do setor público e sua interação com a coletividade, no momento em que se percebe o desenvolvimento dessa modalidade para diversos caminhos e formas de atuação, contemplados por elementos vistos nos conceitos apresentados, ligados especialmente à valorização do cidadão e do coletivo, em contrapartida com uma resistência à tradição pontificada na figura dos jornalistas tradicionais.

Propõe-se uma nova maneira de produzir o jornalismo, potencializando a inserção das novas tecnologias e também de novas rotinas produtivas, tentando subverter a lógica do mercado com conscientização que vem dos preceitos democráticos, a cada dia visualizado pela sociedade. O setor público, onde se concentra grande parte das demandas decorrentes dos anseios dos cidadãos - nessa conceituação que se tenta enfatizar, tem representação na Comunicação Social. O jornalismo deve ser motivo de prioridade para teorias que elegem a proximidade e a praticidade, interferindo na produção das notícias que possam servir de horizonte aos interesses sociais.

A presença do jornalismo do setor público nas esferas de debates e discussões acerca de problemas da comunidade deve ser motivo de reflexão, quando nos referimos ao futuro da profissão. Temos que quando se fala em Jornalismo Público, surge a ideia de cidadania e muitas das vezes se levanta a confusão sobre essa modalidade perante as outras que tratam sobre o tema.

Cidadania vem a ser o direito que o cidadão tem de participar ativamente da vida em comunidade e do governo de seu povo, ou seja, o indivíduo vive de acordo com um conjunto de estatutos.

A democracia tornou-se o ambiente que legitima a luta pela redução da iniquidade e alargamento de direitos de cidadania (BOBBIO, 1990). Para o autor, esse direito ganhou uma dimensão dinâmica, passando a ser definido como o "direito a ter direitos".

O termo cidadão passou a ser sinônimo de homem livre, portador de direitos e obrigações asseguradas em leis. A extensão da cidadania tem ocorrido com a incorporação concreta na sociedade de novos direitos e com a consideração de novos atores sociais como cidadãos, ao longo da história.

No Brasil, após o advento da Constituição de 1988, o tema ganhou contornos e projeção no cenário brasileiro com a retomada dos debates sociais e acadêmicos, em parte pelos programas universitários, e noutras pelo desenvolvimento de projetos relacionados ao sistema público de comunicação.

Rothberg (2011), faz referências à questão, em que pese o papel do Estado na regulamentação da comunicação e financiamento da produção de conteúdo de qualidade – assegurando o direito à informação como um bem de interesse público. E ao se referir ao assunto vem a ideia do coletivo. Para o autor, o Jornalismo Público é uma parcela do que vem a ser comunitário, e tem no conceito a presença do

cidadão como beneficiário das ações desenvolvidas nas práticas, conforme os preceitos da modalidade.

No Jornalismo Público, o cidadão, até então o receptor, ou mesmo, o consumidor das informações, passa a ser um personagem na produção das notícias e na resolução dos problemas da comunidade, tendo o jornalista como parceiro, tanto na cobertura dos fatos, como na resolução dos problemas.

Essa entrada de novos atores em cena, com novas demandas de direitos, força o jornalismo tradicional a acompanhar mudanças significativas no processo. Se por um lado o jornalista caminha livre para decidir a linha de suas coberturas, baseado numa pauta pronta da redação, indiferente até aos interesses públicos, por outro são obrigados a ampliar as discussões sobre o tema. Para Alejandro (1993), a cidadania é uma realidade textual, ou seja, um evento social, dinâmico, conflituoso, aberto a uma pluralidade de significados, evadindo-se, desdobrando-se, descortinando-se para uma pluralidade de cidadãos que refletem e agem na construção de uma vida comum.

Cidadania como um terreno de trabalho no qual diferentes grupos e indivíduos, ainda que dividindo e desafiando uma estrutura das instituições se realizam para promover suas interpretações da realidade social para fazer progredir as bordas estabelecidas de significações (ALEJANDRO, 1993).

Como se pode deduzir, a cidadania não é apenas uma marcha rumo à expansão de serviços sociais, mas uma dimensão de conflitos sociais, políticos e morais, que envolve toda uma comunidade, em que pese as demandas pontuais e locais. Essa realidade trouxe uma nova configuração com a presença do cidadão, que passou a ser de tamanha importância no processo democrático e tem-se que haverá transformações profundas nos conceitos e nas teorias que tratam do assunto.

Nessa contextualização, não há de se confundir o Jornalismo Público com o Jornalismo Cidadão, ou mesmo em relação ao Comunitário. É comum na esteira dos três segmentos, distinguido, basicamente pela participação do profissional de imprensa. Na linha do cidadão, não existe essencialmente o jornalista como canal para o acesso à notícia. Pessoas comuns a qualquer profissão ou formação podem figurar no pólo ativo, na representatividade, estando o jornalista como mediador e

promotor daquela atividade pautada, enquanto que no comunitário o trabalho se desenvolve com a capacitação do jornalista dentro da comunidade, propositalmente voltado para defender uma causa, ou qualquer assunto que interessa àquela localidade, utilizando-se os meios disponíveis na realidade mercadológica existente.

No contexto brasileiro, há de se considerar que no tocante aos princípios que embasaram a ideia norte americana, existem modelos em vários meios de comunicação, jornais, rádios e TVs, nas configurações que se coadunam com o ideal pretendido pelos precursores. Há engajamento a temas recorrentes em determinadas situações, onde os jornalistas trabalham na direção dos fins pretendidos no propósito dos interesses sociais, através da mobilização das comunidades, que, com a ajuda dos meios internos e externos de comunicação, passam a conhecer a realidade social, seus direitos, e os benefícios e serviços disponíveis à sociedade.

3.5 Jornalismo Cidadão

Jornalismo Cidadão passou a ser um desafio, diante da nova realidade onde os jornais de sempre – o que hoje chamamos de “mídia tradicional” –, estariam a pautar as informações nos critérios do jornalismo, sem a percepção da novidade trazida pelo tempo real, ou seja, pela força da internet. A abertura e a velocidade das informações motivaram incentivos para que as pessoas montassem o próprio jornal. Seria uma expressão da liberdade de escolha. A consequência lógica vem da segmentação da audiência e a formação de um círculo vicioso que termina por se revelar o contrário da diversidade prometida.

De outro lado, aparece a constituição de guetos fechados em torno de seus próprios interesses, guetos esses que, nos conceitos populares, direcionam-se ao jornalismo praticado em comunidades fechadas.

No jornalismo já há controvérsias no que diz respeito ao papel do jornalista na produção da notícia. Uma atividade historicamente delegada a esse profissional, passa a conviver com a hipótese de o público montar seu próprio jornal, do mesmo modo o protagonismo desse mesmo público na produção de notícias, sem qualquer base para argumentação, porque deveria ser evidente que esse público, de modo geral, não tem acesso às fontes noticiosas. A ideia libertária disseminou o

Jornalismo Cidadão e ajudou a minar o terreno em que se pratica o jornalismo profissional, dentro ou fora dos grandes veículos.

A ideia para essa modalidade de jornalismo é direcionada ao futuro de uma comunidade, ou seja, à criação de veículos em núcleos fechados. Tanto fascínio pela instantaneidade produziria o que Moretzsohn (2002) chama de “fetichismo da velocidade” – Depois de pronta, a notícia, tal qual ocorre na produção capitalista de mercadorias, acaba ganhando vida própria. Isso se daria porque a notícia esconde o processo pelo qual foi produzida. Ela vai além da informação a ser prestada, ou seja, a velocidade se torna um valor a ser consumido. Chegar na frente e torna-se mais importante do que dizer a verdade (MORETZSOHN, 2002).

A autora enfatiza que a fetichização das notícias se constitui na sua transformação em mercadorias, moeda de troca das empresas jornalísticas. Elas são vinculadas às tecnologias digitais e considerando-as como algo libertário. Com o advento da internet, novas rotinas jornalísticas foram incorporadas e a produção de notícias saiu das mãos exclusivas dos profissionais do jornalismo.

“São produtores e produtoras de mídias independentes” (TARGINO; CARVALHO; GOMES, 2008). A produção de notícias que assim se fundamenta propõe novo fazer jornalístico que altera as rotinas produtivas que são características dos meios de comunicação tradicionais, os quais utilizam somente os jornalistas para fabricar notícias e informações.

Essa nova maneira de produção dos conteúdos jornalísticos modifica as rotinas do jornalismo, mas não põe fim ao trabalho do jornalista profissional. Pelo contrário, acrescenta novos atores na produção das notícias, prezando pela livre expressão e fugindo dos padrões mercadológicos. O Jornalismo Cidadão é uma realidade liberta de requisitos formais. Na prática é mais comum nos meios de comunicação que estão presentes na internet, pela facilidade de acesso. Compreende-se a perspectiva do Jornalismo Cidadão como aquele realizado pelo indivíduo. Não se percebe necessariamente uma identidade coletiva, mas é importante observar que o cidadão é responsável pelo que publica.

3.6 Jornalismo Comunitário

O Jornalismo Comunitário atende às demandas da cidadania e serve de instrumento de mobilização Social. O jornalista de um veículo comunitário deve enxergar com os olhos da comunidade (PENA, 2013). É difícil conceituar uma dessas tendências do Jornalismo, quando sabemos que todas estão voltadas à cidadania e ao interesse público. Essa modalidade busca resgatar a identidade individual da coletividade na qual está inserida e procura valorizar a cultura local.

Logo se percebe as diferenças em relação ao Jornalismo Público, como também ao Jornalismo Cidadão, apesar de existir várias semelhanças importantes e um exemplo é a aproximação a uma determinada comunidade, onde todos os cidadãos são conhecidos e trabalham com uma mesma finalidade. Objetiva-se uma visão coletiva do lugar sem descartar as diferenças individuais.

Uma das características do Jornalismo Público é a equidistância em relação ao envolvimento na causa geradora do fato, que não impede um relacionamento próximo com as fontes. No Jornalismo Comunitário o jornalista deve integrar-se à comunidade, momento em que convive com os problemas locais. E por meio dessa modalidade passa a defender causas e interesses coletivos. A comunicação comunitária tem como peculiaridade a ligação entre os pequenos meios de comunicação, que inseriram uma multiplicidade de vozes e ampliaram a capacidade do indivíduo de propor soluções. Através desses meios de comunicação, busca-se produzir as notícias ou informações de forma ativamente participativa, segundo Rabelo (2006).

Os meios costumam ser as rádios comunitárias, jornais de bairros ou outros mecanismos que se utilizam das novas tecnologias para ampliar as vozes dos seus promotores, mais precisamente dos cidadãos. É nesse ambiente que o jornalismo pode atuar e contribuir, aplicando as técnicas necessárias e por meio do jornalista, ampliar o espaço de debate na busca de soluções. Percebemos que a participação do cidadão na produção das informações se torna peculiar, tanto ao Jornalismo Comunitário, como ao Jornalismo Cidadão. A diferenciação desses tipos é relevante porque se costuma mencionar esses modelos como se referissem ao mesmo tipo produtivo, o que não se verifica de fato quando se consideram suas caracterizações conceituais.

No conceito de Jornalismo Cidadão tem-se a participação aberta do cidadão que interfere, por exemplo, na programação de uma rádio tradicional, emitindo opiniões, prestando informações, numa interatividade com o jornalista que conduz o noticiário. Ele aparece como fonte, mas ao mesmo tempo, pode trazer as informações e debater assuntos que estejam na pauta da emissora. É o que Targino (2009) chama de “um canal de fonte aberta”. A noção conceitual de Jornalismo Comunitário mostra que as categorias de participação são mais ativas para as questões locais.

Existem muitos exemplos de Jornalismo Comunitário nas cidades do interior, onde funcionam rádios comunitárias locais e pequenos jornais que circulam em uma mesma comunidade, debatendo as questões internas da região. Eles buscam soluções por meio de cobranças coletivas. Nesse meio o jornalista pode exercer sua profissão, participando e ajudando a comunidade nas reivindicações às instâncias mais desenvolvidas e competentes para as soluções.

As fontes são classificadas como “fazedores da notícia” (TARGINO, 2009). Nas duas formas do estudo da comunicação as fontes se constituem elementos condicionantes na produção das notícias, tanto para o que se chama de Jornalismo Cidadão como para comunicação comunitária, reiterando-se que existem semelhanças substanciais nos dois formatos.

Os princípios públicos também podem caracterizar os dois processos, tendo em vista que buscam os mesmos fins. Não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania, dentro de uma comunidade são características peculiares. Podem englobar os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão sob o controle dos movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos (PERUZZO, 2006).

A comunicação comunitária estará sempre ligada aos pequenos meios, que ampliaram a capacidade do indivíduo de propor os debates em torno das necessidades e dos anseios. Aquele cidadão que era unicamente fonte dos grandes meios de comunicação se torna um elemento produtor de notícias ou informações e também gerenciador dos meios de comunicação (RABELO, 2006).

No Jornalismo Comunitário o pensamento coletivo torna-se mais democrático, porque na prática, as pessoas podem usar o sagrado direito à comunicação e tem respeito como indivíduo na comunidade. O pensamento será sempre no interesse de

todos. Portanto, para construir uma comunicação de caráter bilateral é indispensável um trabalho detalhado de conhecimento da comunidade, participando de seus movimentos sociais, festividades e qualquer evento para, então, criar uma relação de cumplicidade entre as partes envolvidas.

Em termos gerais, não se pretendeu, nessa análise, fazer diferenciações com profundidade nas conceituações, até porque, nossa preocupação está direcionada ao Jornalismo Público e as relações com Jornalismo Cidadão e o Jornalismo Comunitário. Sabe-se que todos estão voltados para a solução de interesses coletivos. A preocupação se volta mais para as finalidades e como a Comunicação do TJPB poderia influenciar nas questões públicas, de interesse da comunidade, participando, num processo de aproximação, buscando assim subsidiar os veículos e os meios com informações pormenorizadas e fundamentais para os fins pretendidos.

3.7 Jornalista Público e Assessor de Imprensa

O assessor de imprensa não deixa de ser jornalista pelo fato de ter assumido o cargo na gestão pública. Talvez, a nomenclatura seja muito generalizada para identificar os profissionais do jornalismo que trabalham no setor público. A realidade nos dias de hoje e ontem, mostra a tendência de um processo de migração dos jornalistas de veículos para as assessorias privadas e públicas.

O assunto tem gerado controvérsias nos debates sobre o tema no país, e nesse contexto, associamos o histórico ao novo momento vivido pelo jornalismo no Brasil. Não existe um futuro certo para se consolidar as teorias que individualiza o exercício da profissão, e a constatação que trazemos para nosso estudo, quando abordamos o Jornalismo Público, uma modalidade que está na pauta de discussão em todo o mundo e tem como questionamento fundamental os procedimentos técnicos, teóricos e a prática na atividade.

As expectativas de futuro que abordamos em nosso trabalho nos mostram que dois grandes processos históricos do século XX explicam a evolução paulatina que estamos acompanhando com a revolução nas telecomunicações e a consolidação da democracia. Um e outro deram origem às duas linhas críticas que

convergem, aumentando a pressão para uma renovação urgente na maneira de informar. A primeira se localiza precisamente atrás das inovações tecnológicas.

O assessor de imprensa, até então tinha elo de ligação entre os veículos e os órgãos, públicos ou privados, ganhou uma nova configuração com diversidade de campos de atuação. Contesta-se, nesse cotidiano, até mesmo a objetividade na produção da notícia, diante de uma nova função social. O velho paradigma do jornalismo objetivista está caindo indeclinavelmente (GALDÓN LÓPEZ, 1999). Não se pode ser cabalmente objetivo, nem sequer tendo a pura intenção de reportar as coisas “tal como elas são”. Para o autor, o jornalista socialmente responsável, pelo contrário, não se limita a intervir no curso da história, mas se atreve a dar sua visão sobre a mesma.

Com esse novo campo de observação, os papéis se confundem porque o leitor já não é um destinatário passivo da informação que o jornalista conseguiu coletar e processar. Pelo contrário, o leitor se converteu em “fonte de informação”.

A Assessoria de Imprensa, nos moldes tradicionais, já existia em várias empresas da iniciativa privada. Nos órgãos públicos elas apareciam com mais raridade, no entanto, nos últimos anos verificou-se mudanças significativas no mercado da comunicação, evidentemente em decorrências da crise que se instalou com as mudanças e as novas tecnologias, que influenciaram os conceitos na relação jornalista e cidadão.

Sobre o assunto, vale lembrar um pequeno resumo histórico que fala da primeira ideia de assessoria de imprensa no país, nascida dentro de uma estrutura governamental. Em 1909, o então presidente Nilo Peçanha criou o serviço Secção de Publicações e Biblioteca, que servia para tornar público as atividades do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. À época era de grande importância para o governo promover o setor cafeeiro no Brasil. Mesmo com a mudança de governo, a estrutura de assessoria de imprensa se manteve no ministério e, em 1915, passou a ser chamada de Serviço de Informações.

Na evolução da história a estrutura de assessoria de comunicação passou por períodos de personalismo, populismo e até mesmo ditatoriais. Em 1994, o Manual Nacional de Assessoria de Imprensa da Comissão Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa – (Conjai), da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), questionava o posicionamento dos jornalistas frente às novas exigências e desafios nascidos da chegada de um País mais democrático (FENAJ, 2007).

O modelo democrático trouxe a oportunidade de viver experiências que pelo menos uma geração de profissionais não vivenciou. O novo tempo abriu espaços para um novo nicho de mercado, onde o jornalista, sem perder as características da profissão no campo da ética e da autonomia, passou a ocupar os espaços no trabalho como assessores de imprensa. O jornalismo não perde sua identidade, apenas, amolda-se a uma nova realidade, advinda da abertura democrática e o fortalecimento da cidadania.

Nesse momento histórico observamos também que o cidadão vivenciou o amadurecimento do processo democrático e se tornou mais esclarecido e exigente, fazendo com que os interesses públicos aflorassem com mais liberdade, mesmo na convivência com resistências e indefinições no campo ideológico. Ainda assim, os rumos para um novo papel estavam abertos.

Desde o início do nosso trabalho procuramos, a todo tempo, mostrar os compromissos relativos à função social do jornalismo, independente do segmento, seja ele privado ou público. É uma preocupação existente e fator fundamental para todas as análises que estamos propondo, levando-se em conta a nova realidade social do País.

Dentro dos órgãos públicos, houve a necessidade de o assessor se afastar da função exclusiva de assessoramento nos interesses próprios, para se aperceber como servidor de comunicação de toda instituição pública e, conseqüentemente, se reconhecer como mediador para a sociedade, posição que defendemos na pesquisa, focada na instituição e na valorização do jornalista público.

Nesse mundo de novidades, especialmente no século XXI, em decorrência das transformações que ocorreram com a chegada da Internet, e onde a interatividade passou a ser um espaço aberto para todos, a transparência impera na consolidação de uma democracia digital. O futuro chegou com as redes sociais e a cada dia surge mais alternativas, numa demonstração de que não existe mais a hegemonia daquelas forças jornalísticas, onde os principais meios eram o rádio, a TV e os jornais impressos. Isso não quer dizer que esses veículos estejam fora do contexto, pelo contrário, a televisão é hoje o veículo mais visto pela população brasileira, segundo o mapa da última Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.

Observa-se que tanto o rádio, como a TV se reciclaram e passaram usufruir dos benefícios trazidos pelos meios eletrônicos, abrindo espaços para a interatividade. Quanto aos jornais, há expectativas de que os dias estão contados,

mas mesmo assim, buscaram as atualizações para atender as mudanças, que são indispensáveis na sobrevivência e na convivência com o tempo real. As novas exigências que apresentam as sociedades complexas e contemporâneas, desestabilizam as formas tradicionais de mediar os acontecimentos e os cidadãos. Se o jornalismo não se adaptar a elas, corre o risco de perder sua identidade e até sua própria existência.

Na condição de jornalista do setor público, o profissional, assessor de imprensa, tem responsabilidade social. Em meio a esse conjunto de ideias e acontecimentos, remete-se a discussão ao pensamento de Chaparro (1985), que prega o caráter técnico do assessor. Para ele, a assessoria de imprensa deve liberar-se do vínculo e da relação histórica e natural com o marketing. Como atividade jornalística, a assessoria de imprensa deve assumir as funções, os critérios e os valores do jornalismo – não apenas os técnicos, mas também os éticos. Com isso, é responsabilidade das assessorias públicas a adoção de um padrão ético de atuação próprio da profissão.

A experiência dos assessores na redação e a adoção dos princípios éticos e técnicos do jornalismo ajudaram a estabelecer padrões de comportamento esperado de ambos os lados, com enfoque na veracidade da informação e no interesse público, inclusive, a atividade de assessoria de imprensa passar pelo crivo das redações. Essa competência resume-se na credibilidade, o que incidiria no capital pessoal do assessor, no que diz respeito ao relacionamento, podendo correr o risco do comprometimento.

A Comunicação tem sido uma das atividades mais valorizadas do setor público brasileiro nos últimos anos, se não pelos salários (Deixam a desejar, mas acima do praticado no mercado). Estimar, por exemplo, quantos jornalistas trabalham atualmente para órgãos públicos como assessores de imprensa ou em outras funções de comunicação, é tarefa das mais difíceis, em função da ausência de estatísticas ou dados confiáveis. Mas sabe-se que é muita gente (RIBEIRO, 2002).

O jornalista, diretor da Associação Brasileira de Comunicação faz um comparativo com experiências no campo da política. Conta que um vereador ou um bom deputado precisam do apoio de um jornalista como assessor de imprensa. Temos, pois, jornalistas nas várias esferas da Justiça, seja ela trabalhista, eleitoral ou cível e também nas inúmeras casas legislativas (estaduais e municipais)

espalhadas pelo Brasil. Se pensarmos em prefeituras, governos estaduais e no Governo Federal, esse número cresce assustadoramente, sem contar os ministérios, secretarias, autarquias e mesmo no núcleo central do Executivo.

O quadro demonstra que a área pública acordou para a necessidade de se comunicar de forma correta e eficaz com a sociedade e demais públicos e mesmo internamente com seus colaboradores.

Ainda existe questionamento no tocante à atividade do Assessor de Imprensa, sobre sua condição de ser ou não jornalista. Há uma polêmica no mercado brasileiro, mesmo contando que nos últimos anos houve uma maior densidade e um ciclo de migração de profissionais da Imprensa para as assessorias, dando a essa atividade um perfil muito diferente daquele que até então predominava, e que era totalmente dominado pela ausência de transparência.

Essa era herança veio do período ditatorial, mas a chegada de profissionais reconhecidos pelo mercado às assessorias e à comunicação corporativa se revitalizaram e nunca mais pararam de crescer, estando, inclusive, a cada dia aprimorando os procedimentos dos assessorados. No caso da gestão pública, abrindo espaços para o conhecimento público por meio da transparência e a da ética pública.

Apesar desse ponto de vista, lembramos o pensamento de Kunczik (1997), quando pondera e reordena uma realidade muitas das vezes escondida.

Uma das grandes ilusões de muitos principiantes é a ideia de que os jornalistas sejam livres e independentes. Com frequência, os meios de comunicação são vistos como sistemas sociotécnicos que têm intercâmbio contínuo e dinâmico com o ambiente, em que sociotécnico se refere à dependência mútua dos aspectos técnicos e sociais. Os meios de comunicação individuais não podem ser analisados fora de seus ambientes particulares (KUNCZIK, 1997).

A Federação Nacional dos Jornalistas – Fenaj, maior defensora da PEC 33/09, que busca instituir o diploma de Jornalista para o exercício da profissão, considera assessoria de imprensa uma atividade do jornalismo, por ser esse o pensamento majoritário da categoria. É interessante frisar que a justificativa da PEC, proposta pelo senador Antônio Carlos Valadares (PSB-SE), tem a mesma lógica que avaliza a teoria de que o ofício da Imprensa se estende por várias funções, do pauteiro ao repórter, do editor ao planejador gráfico, do assessor de imprensa ao

fotojornalista. De acordo com essa lógica, tem-se que a assessoria de imprensa, assim como o fotojornalismo, ou o planejamento gráfico, são funções de jornalística.

Mas na linha de controvérsia há jornalistas e Eugênio Bucci é um dos que estão nessas fileiras. Ele enfatiza que a lógica não realça a função social de fiscalizar o poder que só o jornalismo independente pode realizar.

Jornalistas trabalham para que as perguntas que todo cidadão tem o direito de fazer sejam respondidas, enquanto assessores trabalham para que as mensagens que seus empregadores ou clientes gostariam de difundir. Para o jornalista, essa distinção deveria ser explícita dentro da própria Fenaj e dentro do Congresso Nacional.

A diversidade existe em qualquer categoria, mas a verdade é que diante do quadro e da evolução do jornalismo no pós-modernismo, invoca-se a presença do jornalista público no universo do jornalismo. É uma realidade que buscamos enfatizar em nossa pesquisa, na análise ao projeto Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito, numa demonstração de que a matéria merece discussão, em especial na relação que buscamos fundamentar, esclarecer e orientar o cidadão, nos preceitos defendidos pelo jornalismo Público nos EUA, ou seja, na maior democracia do mundo.

4 NOVOS CAMINHOS PARA O JORNALISMO PÚBLICO

O acesso à rede mundial, sem fronteiras, e a informação por meio de outros canais com mais recursos, preservando-se a televisão e o rádio - que não perderam a potencialidade, agora movidas pela interatividade, que direcionam a um novo caminho para o jornalismo. Os números são mostrados pela “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015”, ao revelar que a televisão segue como meio de comunicação predominante, que o brasileiro já gasta cinco horas do seu dia conectado à internet e que os jornais são os veículos mais confiáveis.

Os jornais impressos perderam espaços para a internet, que por meio de sites e redes sociais trouxeram a informação para o tempo real. A TV e as emissoras de rádio se mantêm como principais veículos no universo das mídias, mas se utilizam da convergência midiática, em decorrência da vantagem de interagir em tempo real. Essa visão foi corroborada pelo relatório Pesquisa sobre a Mídia 2015, que é patrocinada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e tem a finalidade de avaliar os hábitos de consumo de mídia da população brasileira.

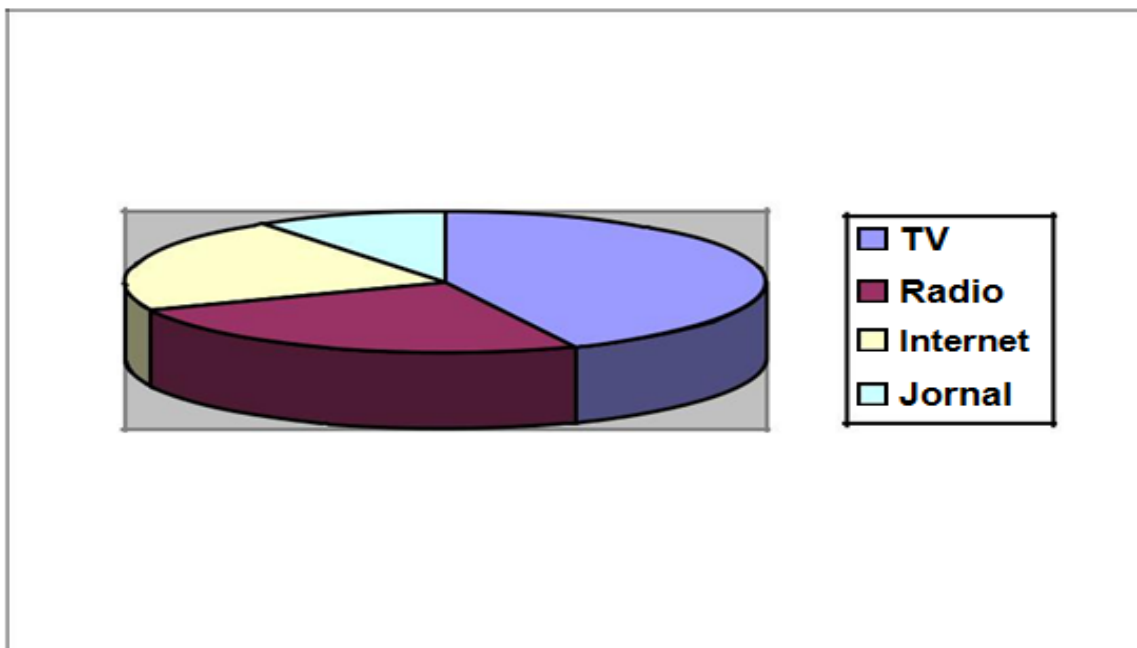
A TV continua como o meio preferido para informação, chegando a 95%, os leitores que tem o hábito de ver a TV, sendo que 73% assistem diariamente.

Esses dados realinharam as rotinas de divulgação nas empresas de comunicação, perante as fontes órgãos governamentais e demais instituições, por meio de suas assessorias de comunicação bem estruturadas.

O rádio, com um percentual de 55%, continua o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros. Praticamente a metade dos brasileiros, 48%, já usa a internet, sendo que o uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com os computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. A utilização das redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp 58% e Youtube 17%.

Permaneceu estável o percentual de brasileiros leitores de jornais ao menos uma vez por semana, segundo os dados da pesquisa: 21%. Apenas 7% leem diariamente, sendo a segunda-feira o dia da semana mais mencionado pelos leitores (48%), e o sábado o menos mencionado (35%).

Figura 3 - A TV tem maior índice de preferência na mídia



Fonte: relatório Pesquisa sobre a Mídia 2015

Apesar da queda de leitores, os jornais continuam como os mais confiáveis: 58% confiam muito ou sempre, contra 40% que confiam pouco ou nunca. Na pesquisa de 2014, esses valeram de 53% e 45%. A televisão e o rádio, em termos de credibilidade, ficam no empate técnico. No caso da TV, 54% confiam muito ou sempre, contra 45% que confiam pouco ou nada. No caso do rádio, 52% confiam muito ou sempre, contra 46% que confiam pouco ou nunca.

Os números divulgados mostram que os caminhos estratégicos dos meios para se trabalhar com as informações, precisaram ser redirecionados na Comunicação do TJPB, pois a tendência para esse reposicionamento já estava prevista nas pesquisas anteriores, tomando-se como parâmetro os números de 2012, daí os investimentos nas mídias do futuro.

Além de seguir a tendência na orientação do novo jornalismo, procurando levar o jornalista público para as comunidades, a Comunicação do TJPB investiu na criação e produção de um programa quinzenal de TV – produzido e editado em estúdio próprio, que passou a ser veiculado nas TVs públicas, do mesmo modo, a criação do programa semanal “Justiça Cidadã”, na Rádio Tabajara e a reformulação do portal para se tornar mais interativo através de postagens em redes sociais, transmitindo as notícias em tempo real.

O programa de TV, com o título “Judiciário em Revista” foi projetado para ser exibido em três blocos. O primeiro editado com as informações gerais sobre o dia a dia da Justiça. No segundo uma matéria especial de interesse público e no terceiro, repercussão e análises com a participação de entrevistados do povo. O “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, foi destaque em várias veiculações. Esse mesmo programa também mereceu matérias na TV Justiça, do Supremo Tribunal Federal.

Além disso, a Diretoria mantém uma página semanal no jornal *Correio da Paraíba*, aos domingos, e edita a revista trimestral “Consenso”. Todo o material sendo produzido pelos jornalistas públicos do setor, seguindo a mesma linha editorial, procurando sempre abrir os espaços para a sociedade.

Os fatos circulam em minutos para transformar o sentido das notícias na linha dos dispositivos que estabelecem uma nova relação entre as partes envolvidas no processo de comunicação. Wolton (1999) expressou a maturidade que fez chegar um novo tempo, onde não haverá espaço para o jornal de papel, concebido no conceito da novidade dos fatos publicados. No campo determinado, tem-se, que a notícia passou a ser manipulada para o tempo real, em considerando os diferentes meios de comunicação da imprensa escrita e falada. Não há de se comparar aquela realidade arcaica com os novos métodos utilizados pela sociedade contemporânea, e que, norteiam a superação para os desafios dos novos tempos.

É preciso se compreender o modernismo da sociedade, identificando os preconceitos observados na produção de um jornal escrito, no calor da hora com todos os seus defeitos de edição, e também suas omissões. Essa efetividade torna irreversíveis as mudanças prometidas em decorrência do tempo.

O cotidiano vivenciado nessa segunda década do milênio nos permite entender que a análise de Wolton, ainda que na década passada, tem poder para favorecer a reflexão que estamos buscando. Não existe ainda um contexto específico para se chegar ao desfecho dessa situação, mesmo porque, houve, e ainda estamos convivendo com a migração, que enseja a rediscussão das teorias consagradas pelo jornalismo praticado no século passado.

Os desafios contemporâneos convergem para o imprevisível e estão na tangente dos novos ditames da tecnologia, que não só abrem um leque de vias abertas à comunicação, mas também deixam sem limites para o infinito. Direcionamos sem visualizar um horizonte e percebemos a inexistência de um nex

delimitado para o jornalismo, como eixo de prioridade escolhido em torno de uma política de comunicação selecionada.

As novas tecnologias que mexeram com as atividades da Comunicação Social dinamizaram os relacionamentos organizacionais, aproximando as pessoas geograficamente dispersas. A sociedade tem ferramentas tecnológicas e possibilidades de comunicação e interconexão, e nesse ponto de vista o jornalismo precisa de uma nova reconfiguração para se manter como organização social e econômica, dotado de formas de produção, de trabalho e de consumo.

4.1 Revolução das Fontes na Produção da Notícia

Observa-se que as especificidades estão aliadas às fontes noticiosas, que passaram a interferir de forma direta no processo jornalístico, produzindo conteúdos com qualidade, assegurando repercussões positivas nos espaços pretendidos na política de resultados e interagindo com outros personagens na recepção das mensagens. A maioria das informações jornalísticas advém de organizações ou personagens que testemunham eventos e fatos de interesse da mídia. O mundo moderno obriga o jornalista a produzir notícias que não presencia nem entende. Isso provocou a difusão da assessoria de imprensa, que articula as informações entre a fonte e o jornalista (SCHMITZ, 2011).

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia (SCHMITZ, 2011, p. 9).

A pesquisa denota um poder limitado do jornalismo em pautar os temas da atualidade. O debate aponta para o fato de que os próprios autores questionam o posicionamento para saber se são os jornalistas que estabelecem a agenda ou estes apenas refletem uma agenda estabelecida pelas suas fontes de informação. Na concepção “a fonte quer estabelecer uma conexão estruturada para agendar os

meios e comunicar-se com os seus públicos prioritários e a sociedade” (SCHMITZ, 2011).

Na relação com o receptor, ao mesmo tempo com a fonte, o jornalista poderá ver na notícia a ser produzida uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente, que se manifesta na construção de um mundo possível, e esse parâmetro é bem visível no estudo de caso proposto, especificamente no projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”.

O jornalista pode estabelecer qualquer mundo possível, levando em conta o mundo real, os fatos que conhece do assunto ou tema que pretende relatar e as características do mundo de referência a que lhes remetem os fatos (ALSINA, 2005). É fato que esse mundo de referência apresentado levará em conta a capacidade do jornalista para compreender melhor os efeitos da democracia, onde se fortalecem os laços da cidadania, contrariamente, por ventura, às ações de manipulação. Nos tempos modernos fica a indagação para saber, até que ponto o jornalista, intelectualmente individualizado, estaria apto a refletir os reais anseios de uma sociedade.

É nessa direção que inserimos a preocupação da assessoria pública, para permitir que o poder e a capacidade de criar acontecimentos, possam emergir em direção aos interesses públicos, e até internos, trazendo as fontes para perto da linha produtiva, tendo nos personagens interessados pelos fatos desconhecidos, a intermediação do jornalista público como contributo progressivo no alinhamento com a resolução dos problemas da comunidade, sem interferência na condução do veículo, mas buscando refletir uma realidade que muitas vezes passa despercebida do emissor, em virtude do distanciamento.

Nesse estudo procura-se inserir a fonte na formulação da pauta e essa atitude pode ser com a interferência na agenda setting, já sugerida por Lippmann (2008), que apontou uma relação causal entre as agendas dos veículos e a pública, mesmo entendendo que seria uma esfera pública o ambiente mais propício para ocorrer o agendamento. Verifica-se que vários estudos se sucederam para delimitar a agenda pública e em que condições, sempre na indefinição para saber de onde sairia a delimitação. Nosso trabalho tenta sensibilizar na direção de que, os fatos poderiam ser agendados a partir das fontes, embora possa haver o debate e os questionamentos na parte dos selecionadores.

Temos a ideia de que a fonte, via assessoria, facilita o trabalho da redação (DUARTE, 2010), na convicção de que nas redações a pressão em relação ao tempo e aos horários é grande, daí considerar-se a facilidade da produção, até porque, nos dias de hoje os jornalistas públicos produzem as notícias seguindo os processos jornalísticos, por meio de releases bem estruturados, com as informações relevantes sobre a essência da matéria, normalmente respondendo às perguntas clássicas do jornalismo.

O texto pode vir carregado de objetividade, com conteúdo e formato de notícia, opiniões pessoais entre aspas, indicação da autoria dos depoimentos e redação e estilo conforme recomendam os manuais de redação dos veículos. Isso não impede, e até facilita o trabalho do repórter para o fechamento da notícia, inclusive, com a relação direta para retornar e buscar os questionamentos necessários à finalização e até aos objetivos traçados pela editoria. Nesse processo, automaticamente, está incluído o outro lado da notícia, trazendo as informações devidamente estruturadas, revelando assim transparência e verdade no processo de produção. Vejamos que esses procedimentos se acostam aos conceitos do Jornalismo Público, ao se identificar a relação emissor, fonte e receptor.

É no aspecto relacionado à presença do jornalista público que associamos a importância da assessoria no setor público, não na configuração ou no estilo propagandista do marketing, mas compromissada com os princípios da Administração Pública, que não diferem, pelo menos em termos constitucionais, das responsabilidades éticas que o jornalista deve ter, quando da seleção das notícias.

Não se discute os objetivos mercadológicos dos veículos. Fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes é uma rotina profissional, no entanto, ressalta-se os limites na sua produção. Leva-se em conta também a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos com a interferência das fontes, como descreve Wolf (2006), ao estabelecer um conjunto de critérios e de relevância que definem a noticiabilidade, ou seja, os atributos que fazem um fato ser notícia.

Chaparro (2010) chama o fenômeno de “revolução das fontes”. E é nesse ponto de vista que defendemos a interferência dos jornalistas públicos, revolucionários para demonstrar o poder e a capacidade de criar acontecimentos recheados de noticiabilidade. Partem das práticas e critérios dos jornalistas e a

produção de conteúdo que atenda aos requisitos para transformar em acontecimento uma notícia irrecusável.

Embora se enfatize a análise de Gomis (2004), mesmo sendo de uma década atrás, não se discute a previsão futurista do teórico ao antecipar as práticas que acontecem nos dias atuais, ainda com mais ênfase, quando se estabelece negociações de interesses mútuos, deslocando o jornalismo para o papel de mediador entre quem “produz a notícia” e o público, até mesmo pelas dificuldades em relação aos custos na obtenção das informações pelos métodos tradicionais.

Esse processo está associado ao fenômeno do enxugamento das redações. Duarte (2010) relaciona as consequências dessa realidade ao uso habitual dos serviços de agências de notícias, à proliferação de assessorias e agências de comunicação e à capacitação dos porta-vozes no relacionamento com a mídia. As assessorias passaram a trabalhar com os critérios dos jornalistas, além de manter uma permanente disponibilidade, formatando e enviando à mídia conteúdos genuinamente jornalísticos, segundo os critérios consagrados de noticiabilidade, para alcançar sucesso na divulgação de seus fatos (SANTOS, 1997).

4.2 Público, esfera e sociedade dos iguais

O nosso trabalho trata a palavra “público” - em todos os seus capítulos, de forma generalizada, quando sabemos que existem diferentes referências no campo da filosofia, no espaço da livre manifestação e no sentido de estatal, que vem do Estado.

É importante a configuração aproximada em cada direção, no momento em que estamos tratando de “Jornalismo Público, na concepção da palavra no eixo das deliberações ocorridas na origem do movimento nos Estados Unidos, onde o público abrange os interesses da sociedade, provido por meios não governamentais.

O conceito de público vem da civilização grega. Na pólis grega o espaço público é a esfera de ação do cidadão, um espaço de competição por reconhecimento, precedência e aclamação de ideias. É nesse ambiente, com condições de homogeneidade moral e política e de ausência de anonimato, que existe a perseguição da excelência entre os iguais. Por oposição, o espaço privado

seria onde se realizam as relações entre os que não são cidadãos, os comerciantes, as mulheres e os escravos.

(...) na sua origem o termo público remete à esfera da coletividade e ao exercício do poder, à sociedade dos iguais. Em contrapartida, o privado se relaciona com as esferas particulares, à sociedade dos desiguais. (...) em nossos dias, o conceito de privado nos remete às questões do mercado e da privacidade do indivíduo e, por outro lado, o público passa a ser identificado com o Estado e o espaço onde ocorrem as relações políticas da sociedade (CRUZ, 2007).

A reflexão merece destaque na conjuntura brasileira, onde, culturalmente, tem-se de público aquilo que vem do Estado, eivado de um certo oficialismo. Essa realidade é vista em vários exemplos entre os meios de comunicação que atuam no País, sejam eles públicos ou privados, questionamento já avaliado pelos teóricos, que inclusive não vislumbram a prática do Jornalismo Público americano nas experiências brasileiras. Martins (2003), mostra que em outros países não se faz a distinção entre estatal e público. Para o pesquisador, fora do Brasil, estatal e estado são sinônimos, no entanto, foram encontradas fórmulas para que os governos e os partidos não patrimonializem os órgãos da comunicação pública. No Brasil, há confusão e uma mistura de entendimentos. O sistema público carece de regulamentação. Dessa carência resulta a confusão no entendimento do que seria “o público” (MARTINS, 2003).

Visto esse preâmbulo, temos em nossa análise o conceito de “Público”, invocado no pensamento de Habermas (1984), que na concepção assume sentidos na referência com as relações, ações, cargos, instituições e prédios ligados ao governo, assim como nas ações e manifestações produzidas pela Imprensa para se obter publicidade e opinião pública, evidenciando-se o jornalismo em todas as suas segmentações (HABERMAS, 1984).

O autor aponta que essas convicções nascem na emergência da sociedade burguesa e suas estruturas produtivas de ideias e mercadorias. Daí surgiu a genuína autonomia da esfera privada em contraposição ao público. O termo privado denominaria todos os atos, negócios, cargos, ou casa e indivíduos excluídos da autoridade pública.

É a partir dessa contextualização no viés histórico que ressurge a ideia da esfera pública, correlacionando-se no pensar de SILVA (2006), ao papel estruturante

da Imprensa no funcionamento de uma sociedade democrática, levando-se em consideração as contribuições teóricas dos pensadores Habermas e Wolton.

Habermas (1984) reafirma que a esfera pública pode ser entendida, inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público. Seu contexto de formação está intimamente ligado com o surgimento da burguesia, quando as pessoas se reuniam em salões, cafés e círculos de leitura para a discussão e debate sobre assuntos relacionados à regulação da sociedade e crítica ao poder do Estado.

A visão do autor está na prática coletiva de reflexão crítica por meio de debates e trocas comunicacionais burguesas, que pretendiam supervisionar os negócios do estado. SILVA (2006) compreende que essa nova modalidade global não é um meio físico em si, mas o fato de que as questões de interesse público ganharam um novo e inesgotável espaço de agendamento.

A respeito, apregoa-se a posição do pesquisador ao considerar ser plausível a hipótese de que numa sociedade civil, plural e complexa, a Imprensa cumpre uma missão de campo mediador de interações e inflexões entre os mais variados campos e recortes dos espaços que compõem o espaço social, quais sejam, em síntese, os espaços privado, comum, público e político, ou seja, a identificação de uma nova esfera pública, até institucionalizada, onde a Imprensa estaria como um espaço público e uma instância provedora de um processo em si constitutivo de uma esfera pública.

O ideário trazido à discussão pelos teóricos nos remete ao fato de que, as redações adotam políticas de objetividade e imparcialidade, de acordo com seus próprios métodos de avaliação, embora embasados nas teorias do jornalismo, mas que não correspondem mais ao momento contemporâneo, diante das novas tecnologias e transformações advindas do processo democrático. Pontualmente nos referimos ao jornalismo, na concepção do jornalismo do setor público.

Não se contesta a fragmentação e a superficialidade no tocante aos novos métodos de se fazer jornalismo, que foge à realidade do novo tempo, do tempo real. A mídia tem possibilidade de dar origem ao debate, “mas seu desenvolvimento tem transformado o princípio da publicidade em instrumento de interesses pré-estabelecidos” (THOMPSON apud RODRIGUES, 2006). Habermas (1984) defende que, para retomar o princípio da esfera pública burguesa, os meios devem possibilitar institucionalmente a democracia e permitir uma comunicação sem

perturbações, ou seja, um uso público da razão em esferas públicas autônomas, independentes e democráticas.

Habermas (1984) acredita que a partir dessa esfera, as pessoas são capazes de orientar as ações sociais não por qualquer imposição coercitiva interna ou externa, mas por uma disposição democrática de diálogo e consenso, funcionando pela racionalidade das ações e dos argumentos. Para isso, a esfera pública vem a ser um espaço de debate aberto a todos, no qual as pessoas possam ter igualdade de acesso para a argumentação não influenciada por relações de poder, dependência, autoridade ou hierarquia social, mas sim pela racionalidade e universalidade.

5. METODOLOGIA E ANÁLISE DO PROJETO “JUSTIÇA EM SEU BAIRRO MULHER MERECE RESPEITO”

Para a realização da pesquisa utilizamos os procedimentos metodológicos que envolveram um conjunto de ações, tais como a seleção de pautas, material bibliográfico atrelado à teorização e prática do Jornalismo Público nos Estados Unidos e no Brasil, assim como a seleção de recortes de jornais, fotos e vídeos resultantes da produção de matérias durante o período de análise, além de questionários abertos, dirigidos a dez jornalistas da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba.

A aproximação ao objeto de estudo, na convivência com o fenômeno determinado, associa-se à condição de observador participante - pelo fato de estar presente em várias etapas no desvelar das compreensões para o mundo científico. Nesse sentido, surge a caracterização pela análise específica de um amplo ambiente, tarefa que ficaria dificultada mediante outros tipos de delineamento não alcançados pelo pesquisador. Por isso, buscamos a proximidade para afirmar que o estudo do caso é empírico e investiga um fenômeno selecionado, dentro do seu contexto de realidade, conforme Yin (2005, apud GIL, 2008).

Tratamos de identificar a motivação para entender os aspectos do mundo real no projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, no instante em que associamos o comportamento do jornalista público e seu relacionamento com a comunidade, ensejando um novo padrão de jornalismo, mais atento à realidade social, favorecendo uma visão mais clara do ambiente.

Esse Projeto foi idealizado a partir da análise do perfil das vítimas e dos autores da violência doméstica e familiar, identificados nos processos que envolviam as principais causas de conflitos familiares e da visível incompreensão das leis, suas garantias e mecanismos de proteção por parte da sociedade. A escolha pela temática aparece, depois de analisado conteúdos preliminares entre outros temas de repercussão social, em virtude da dinâmica que procurou se fazer para enxergar - não apenas nas páginas de jornais ou nos noticiários cotidianos dos rádios, TVs e sites, mas a problemática existente no ambiente social, consequências, ações preventivas e esclarecimentos.

O trabalho, pela contextualização geral, vislumbra a atuação da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba e diagnostica um nicho social e receptivo no ambiente do interesse público, tendo como base a proximidade teórica os conceitos do Jornalismo Público.

Nesse universo, procuramos identificar na pouca receptividade, refletida na visualização e nos recortes das informações publicadas, atreladas ao desvirtuamento social e político e aos interesses dos grupos, aspecto que abalou a credibilidade e a confiabilidade do jornalismo, bem aos moldes da experiência americana.

Buscamos em Traquina (2003) a sensibilidade para associar o Jornalismo Público, concebido às críticas à mídia na concepção do fortalecimento da vida pública, trazendo os interesses da comunidade para o campo de ação, onde o cidadão é o principal protagonista, não se portando apenas com o consumo das informações (TRAQUINA, 2001; TEIJEIRO, 1999).

A informação jornalística se mostrou distante de algo que as pessoas comuns pensavam ser necessário para a resolução de seus problemas cotidianos (ROTHBERG, 2008). O autor faz o enfoque também para os políticos, que se moviam sempre por ambições de poder pessoal. O resultado principal foi a descrença na política, sem dúvidas, mas também do jornalismo, situação não muito distante do que acontece no Brasil.

O trabalho tem caráter exploratório, até pela finalidade de se buscar esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores, segundo preceitos de Gil (2008), no entanto, a opção se aproxima mais do método observacional. O autor fala que habitualmente essas pesquisas envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudo de caso, bem como procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados.

Na afirmação destaca que:

Os métodos adotados visam proporcionar ao investigador os meios técnicos para garantir a objetividade e a precisão no estudo dos fatos sociais, mais especificamente, fornecem a orientação necessária à realização da pesquisa social, sobretudo no referente à obtenção, processamento e validação dos dados pertinentes à problemática que está sendo investigada. Podem ser identificados vários métodos

desta natureza nas ciências sociais, apesar de compreendermos, conforme o autor, que nem sempre um método é adotado rigorosa ou exclusivamente numa investigação (GIL, 2008, p. 16).

Os métodos específicos mais adotados nas ciências sociais são: o experimental, o observacional, o comparativo, o estatístico, o clínico e o monográfico, mesmo sabendo-se que poderemos ampliar o elenco desses métodos. Há investigações em ciências sociais que se valem exclusivamente do método observacional. Outras utilizam-no em conjunto com outros métodos. E pode-se afirmar com muita segurança que qualquer investigação em ciências sociais deve valer-se, em mais de um momento, de procedimentos observacionais (GIL, 2008).

Para esse estudo, nosso trabalho como observador teve fundamental importância no processo, isso, de forma paralela em relação à prática do Jornalismo Público, base de nossa pesquisa. Desde a formulação do problema, passando pela construção de hipóteses para chegar à interpretação dos dados, está na observação uma característica presencial, que consiste na participação real do pesquisador no ambiente de conhecimento na vida da comunidade.

A observação procedeu na condição de integrante da Presidência do Tribunal de Justiça, passamos a observar e identificar a forma diferenciada como estava se procedendo as coberturas do projeto “Justiça em Seu Bairro - Mulher Merece Respeito”, desde sua implantação no dia 8 de março de 2013, por ocasião do Dia Internacional da Mulher, numa ação promovida pela Presidência do Tribunal de Justiça. Foi uma técnica pela qual chegamos ao conhecimento da vida de um grupo a partir do interior dele mesmo.

A observação constitui elemento fundamental para a pesquisa. Desde a formulação do problema, passando pela construção de hipóteses, coleta, análise e interpretação dos dados, a observação desempenha papel imprescindível no processo de pesquisa. É, todavia, na fase de coleta de dados que o seu papel se torna mais evidente. A observação é sempre utilizada nessa etapa, conjugada a outras técnicas ou utilizada de forma exclusiva (GIL, 2008, p. 100).

Nessa pesquisa, temos que a obtenção de dados pelo método da observação se configura em vantagem em relação a outras técnicas. Os fatos são percebidos diretamente, sem qualquer intermediação. Desse modo, a subjetividade, que

permeia todo o processo de investigação social, tende a ser reduzida, conforme analisa Gil (2008).

A Análise do Conteúdo aparece em tópicos e reveste-se na complexidade do campo da pesquisa, o que tornaria mais difícil escolher uma das modalidades, mas a análise das relações desponta com mais intensidade no conjunto dos dados em um caso específico, mesmo verificando-se uma certa abrangência temática, quando ensejamos a avaliação dos recortes e dados coletados.

Sendo assim, o método de Bardin (2009), se aproxima do propósito pelas técnicas nos procedimentos de comunicação, especialmente quando se detém na observação das mensagens, utilizando técnicas de codificação, método que pode ajudar a detectar tendências e modelos na análise dos critérios de noticiabilidade. De forma sistemática buscou-se os objetivos na descrição do conteúdo das mensagens indicadas na pesquisa representada pelas matérias, pautas e releases, relativas às condições da produção e inter-relacionamentos com o Jornalismo Público.

O enfoque dado pelos critérios metodológicos escolhidos nos permite definir as amostras, que são, além da sensibilidade da observação participante, as pautas, as matérias produzidas, publicações, o relacionamento e a reflexão dos profissionais, analisados por meio das entrevistas.

Lembra-se que a técnica de observação participante foi introduzida na pesquisa social pelos antropólogos no estudo das chamadas "sociedades primitivas". A partir daí passou a ser utilizada também nos estudos de comunidades e de subculturas específicas. Mais recentemente passou a ser adotada como técnica fundamental nos estudos designados como "pesquisa participante" (BRANDÃO, 1981).

O trabalho desenvolvido através da coleta de dados permitiu fazer uma análise mais profunda sobre os fatos e fenômenos que ocorreram no campo da pesquisa em relação ao tema proposto. Com isso, identificamos a orientação necessária para associar os procedimentos cotidianos do trabalho desenvolvido pelos jornalistas, sobretudo no que diz respeito à obtenção, processamento e validação dos dados adquiridos por meio de documentos.

Esses achados nos possibilitaram avaliar - dentro das convicções que estamos propondo, a proximidade dos conceitos do Jornalismo Público americano,

pertinentes à problemática e à receptividade social em relação à metodologia aplicada.

A coleta de dados dar-se por meio da observação sistemática de tudo que acontece no ambiente objeto de estudo. O trabalho de campo funcionou como elemento basilar da pesquisa empírica. Foi uma experiência para o pesquisador, aquilo que só se aprende fazendo, quando ele entra em interação com os fenômenos sob estudo em seu contexto natural (LOPES, 2010).

Pela observação e na coleta do material produzido como amostras foram cumpridas metas da pré-análise na fase de organização do material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais, visando assim o prosseguimento da exploração do material e tratamento dos resultados que influenciaram nas interpretações. (BARDIN, 2009).

Conforme Gil (2008), as fontes escritas na maioria das vezes são ricas e ajudam o pesquisador a não perder tanto tempo na hora da busca do material em campo, sabendo-se que em algumas circunstâncias só foi possível a investigação através de documentos. O material identificado nas pautas foi coletado no período compreendido para a realização da pesquisa. Procurou-se fazer a análise, relacionando-se ao estudo sistematizado, tendo como base o material coletado, inclusive as publicações provenientes dos acessos às redes eletrônicas. Projetou-se nas linhas da pesquisa a convicção em relação ao Jornalismo Público no Brasil.

Para se chegar aos resultados da pesquisa também foram utilizadas técnicas do processo de investigação, conforme Lopes (2003) e Benetti (2010), que nos mostram regras na utilização da pesquisa bibliográfica, onde os dados são coletados em fontes escritas, nos permitindo acesso a publicações de livros específicos, apesar de poucas opções em versões mais atualizadas e um número escasso de referências ao tema Jornalismo Público no Brasil, mesmo sabendo-se a forte repercussão do movimento no mundo na década de 1990.

Ainda assim, há uma vasta produção de trabalhos nos repositórios das universidades, a maioria identificada com os autores já conhecidos no mundo acadêmico do Brasil e do mundo.

A pesquisa bibliográfica embasou a convicção na relação entre o Jornalismo Público experimentado nos Estados Unidos e a prática local, que nos orienta, ao tempo em que se abre espaço para o debate e a oportunidade aos cidadãos para

que possam interagir, compartilhando, por meio das notícias, onde os fatos passam a ser produzidos de acordo com os interesses.

O material levantado por meio da pesquisa documental permitiu o acesso a dados contemporâneos e históricos, dando autenticidade aos estudos e estabelecendo suas características e tendências. Nesse tipo de trabalho a coleta de dados direciona aos documentos tipificados como fontes primárias, das quais constam os documentos que geraram análises para posterior criação de informações (jornais), e fontes secundárias, constando obras nas quais as informações já foram elaboradas (livros, apostilas, artigos). Os dados foram coletados via internet em consultas a sites de conteúdo jornalísticos.

A presença do jornalista da Diretoria de Comunicação do TJPB pôde ser monitorada em seis meses de cobertura no ano de 2013, tendo como material de análise as pautas produzidas, notícias publicadas no site do TJPB e nos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba, assim como por meio das entrevistas aos jornalistas que integraram a redação. Afora à observação como participante, as avaliações no local aconteceram em outubro de 2015, fevereiro, março e junho de 2016, portanto, em quatro visitas ao ambiente da Diretoria de Comunicação do TJPB, onde foi analisado o material de arquivo.

As entrevistas foram feitas com perguntas abertas e encaminhadas, por e-mails, a dez jornalistas que integram a Diretoria, utilizando-se o critério de amostragem. Reitera-se que o objetivo dessa sistemática foi avaliar até que ponto os próprios protagonistas do processo estariam identificados com os conceitos relativos aos propósitos da pesquisa, ou seja, se eles tinham consciência do trabalho que estavam realizando ou se na prática havia a preocupação em alinhar os procedimentos aos conceitos do Jornalismo Público, conforme estabelece os objetivos dessa pesquisa.

Para fechar esse leque na metodologia em nossa pesquisa, avaliamos a opção pelo estudo de um caso local e específico, circunscrito ao Tribunal de Justiça da Paraíba, tendo seu detalhamento nos procedimentos no ambiente da redação e na cobertura jornalística praticada pela Diretoria de Comunicação, base que nos permitiu inserir e aproximar o método construcionista.

Nesse contexto aparece o Jornalismo com a proposição de expor uma postura voltada para a construção social da realidade (ALSINA, 2009).

No campo estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ressaltando a interação de seus componentes. Assim, o estudo de nossa pesquisa tende a utilizar muito mais técnicas de observação do que de interrogação. A ênfase poderá ser direcionada para uma análise da estrutura em relação a determinada localidade ou das formas de associação verificadas entre seus moradores (GIL, 2008).

O estudo que estamos procurando levar para essa nova realidade do jornalismo se concretiza na proximidade ao objeto escolhido, a metodologia utilizada e o pensamento dos autores. Os estudos de Traquina (2004), apesar da diversidade de teorias, reforçam a estrutura escolhida e a interatividade com os fatos e as fontes, resultado de ações sociais e ideológicas. São paradigmas que nos levam a abordagens sobre assuntos específicos tratados na seleção das notícias, usando-se critérios de noticiabilidade e valores-notícia.

No pensamento do autor, o construcionismo, como método de análise nas pesquisas acadêmicas tem seu valor no conceito de notícias, que são elaboradas a partir de histórias construídas no foco da realidade, por meio de artefatos linguísticos, organizacionais, sociais, culturais e a aceitação do jornalismo como um complexo sistema engendrado por diversos agentes. Para os construcionistas, a realidade não é só refletida, mas o próprio jornalismo seria responsável pela sua construção.

O jornalismo atravessa mudanças estruturais e para isso há colaboração dos novos meios convergentes na divulgação dos fatos. Indaga-se, nesse novo tempo, sobre o papel social da imprensa, a relação de dependência ao mercado e a identidade profissional, passando pela necessidade de reestruturação dos fundamentos e modos de produção da notícia em decorrência do cenário contemporâneo. O avanço no processo de interatividade com a presença do cidadão receptor e ator na relação com a notícia, mais o descrédito, aceleraram a indefinição em relação ao futuro.

Tudo isso nos mostra que inversão de valores que nos leva a aprofundar o interesse da pesquisa, não mais focando a relação jornalista-consumidor, mas entre jornalista e cidadão, na concepção de que o jornalista, antes da profissão, é também um cidadão, como se observa nas convicções de Traquina e Mesquita (2003):

O Jornalista tradicional sobrevaloriza a imagem da separação. Pensa-se que um bom jornalista separa factos de valores, a razão da emoção, da realidade da retórica [...] O jornalismo público tem êxito quando fortalece a capacidade da comunidade política de se compreender a si mesma, de saber dialogar e de fazer escolhas. Os jornalistas públicos têm em mente uma ideia de comunidade bem articulada, que actua com todas as capacidades enquanto reflecte sobre si mesma, o seu futuro e as suas escolhas (TRAQUINA, MESQUITA, 2003, P.55).

A pesquisa tem como objeto de estudo a análise detalhada a respeito dos procedimentos adotados pelos jornalistas públicos da Diretoria na cobertura do projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, com vistas a prover o desenvolvimento das ações decorrentes do fenômeno. Salienta-se o interesse do pesquisador na observação dos procedimentos adotados na cobertura do caso, num paralelo aos meios tradicionais, bem como na amostragem de uma experiência destacada, isolada e influenciada pelos conceitos do Jornalismo Público e, evidentemente, a repercussão nos veículos de comunicação.

Por esse ângulo, adota-se também a abordagem de um estudo de caso como estratégia de pesquisa, tendo como fundamento Hartley (1994). Para ele, o estudo de caso amplia o campo de atuação, ao permitir o emprego de vários métodos, em função do tipo de problema que geralmente são associados e melhor compreendidos. Navegando nas redes, posicionamo-nos na pesquisa on-line, a observação e as entrevistas que, nesse contexto, mereceram evidência na coleta de dados.

O ponto forte do estudo de caso, nesse objeto, é sua capacidade de explorar processos sociais à medida que esses ocorrem no cotidiano do dia-a-dia, permitindo a análise processual, contextual e longitudinal das várias ações e significados que ocorrem e que são construídos nas organizações (HARTLEY, 1994). Os complementos dos dados foram feitos a partir da observação e por meio das entrevistas, ordenadas em perguntas abertos, aplicadas a editores e aos jornalistas que atuam na redação da Diretoria de Comunicação.

5.1 Opções de projetos que destacam apelo social

Dos vários projetos pilotos implantados no Poder Judiciário do Estado da Paraíba, durante o exercício de 2013, dentre os quais, três foram destacados na pesquisa pelo forte apelo social, e adequados no que diz respeito às características marcantes no relacionamento imprensa-fonte-cidadão.

Antes da opção pela “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, foram apreciados os projetos “Conhecendo o Judiciário e Lei Seca Jovem”, iniciativas que também mereceram os espaços públicos e representaram, na contabilização dos resultados, ações eficientes para repercutir na redução das demandas judiciais, exatamente em consequência do conhecimento, da participação e do engajamento do cidadão nas próprias comunidades.

Vale salientar que as iniciativas focaram os princípios do Jornalismo Público, mesmo não se cogitando, de imediato, a receptividade nos veículos. O engajamento dos jornalistas públicos na missão representou uma nova percepção, sem prejuízo do trabalho cotidiano, importante para a sensibilização dos colegas de redação.

Para a Justiça, que tem na atividade fim a missão de “julgar”, ações preventivas e eficientes como meio de advertência e educação, coíbem os atos infracionais e evitam consequências que possam trazer mais prejuízos com as novas ações impetradas, e o consequente aumento das demandas jurídicas. O Poder Judiciário, mesmo em busca de visibilidade e da formação de imagem, detém o poder da regulação e do julgamento. Neste sentido, são pontuais as suas manifestações públicas e a necessidade de estabelecer comunicação com a sociedade (WEBER; COELHO, 2011).

Essa relação com a sociedade vem da nova Constituição, promulgada em 1988, ao estender os direitos civis, políticos e sociais a uma parcela da sociedade até então excluída, e encontrou um Poder Judiciário não equipado materialmente para atender às novas demandas que a sociedade passou a exigir dele. Como indica Vianna (1997), o Judiciário recebe uma sobrecarga de demandas, ao mesmo tempo em que o apelo crescente a esse Poder põe em evidência as suas carências, além da inadequação com relação aos meios de comunicação interno e externo, o que exigiu alternativas e uma nova configuração estrutural.

O trabalho de aproximação aos jurisdicionados teve como consequência a valorização do jornalista setorial, que se apresenta como mediador para suprir as

demandas na área de comunicação, no tocante aos anseios da sociedade. Cresceram as demandas judiciais com a procura pelos direitos, e nesse patamar, a presença do jornalista passou a ser motivação para uma maior aproximação com o público. Vale ressaltar que essa atitude estaria em contradição, no caso do jornalismo tradicional, diante das exigências do profissionalismo reivindicado pelos próprios jornalistas, que defendem valores não partidários, não ideológicos, e uma atuação distante dos acontecimentos no exercício da profissão, mas no contexto do estudo, o Jornalismo Público tem como finalidade mudar essa realidade.

O projeto “Lei Seca Jovem” foi implantado com o objetivo de orientar os estabelecimentos comerciais, no tocante à proibição da venda de bebida alcoólica a menores de 18 anos. “Conhecendo o Judiciário”, focado em mostrar o funcionamento da Justiça e os serviços oferecidos e como pode ser acionado pelo cidadão. “O projeto Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, funciona nos bairros, em comunidades e instituições, objetivando esclarecer, incentivar e mobilizar as mulheres contra a violência doméstica e familiar contra a mulher.

Na verdade, em meio a tantas atribuições no âmbito da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba, a análise que se propõe, dentre uma das três iniciativas, é vista na perspectiva do jornalismo institucional público e tem como eixo de observação as características operacionais do Jornalismo Público, e na conceituação não se insere como ferramenta, funcional em relação aos processos da instituição. Ou seja, o contexto tem um viés mais voltado para o interesse público geral, evidentemente, com as consequências favoráveis à diminuição das demandas judiciais.

Para tanto, é necessário desvelar uma questão central identificada no estudo e que, no entendimento das reflexões feitas, requer a problematização: como equacionar, com fundamentos e diretrizes claras, o que Weber e Coelho (2011) pontuam como competência da comunicação pública, ou seja:

...a obtenção de visibilidade, capacidade de informar, promover atores, instituições e projetos e, especialmente, estabelecer relações e comunicação com a sociedade, que confere ao Estado poder para enfrentamentos simbólicos com informações que circulam na esfera da comunicação midiática, garantindo, no caso do jornalismo institucional público, possibilidades para produção da informação como direito e não como meio de gestão da imagem do órgão público para um fim alheio à própria razão de ser da instituição. WEBER E COELHO (2011, p 73).

É de se compreender a preocupação dos jornalistas públicos nesse projeto social, reforçando a iniciativa que resulta do projeto na Comunicação do TJPB. Weber (2011) destaca a competência da Comunicação Pública para interagir com a sociedade, ponto de vista já exposto por Silva (2013), em sua análise a respeito do Jornalismo Público.

As três propostas lançadas se aproximam dos objetivos a serem seguidos no enfrentamento de problemas, tais como violência e drogas. Originalmente, o Jornalismo Público tinha como bandeira, nos EUA, as comunidades no Estado do Kansas, desacreditadas da imprensa durante o período eleitoral pela conduta equidistante e longe dos anseios dos eleitores. Elas foram mobilizadas pelo movimento que alavancou os temas sociais, pautados nos interesses em relação às questões de saúde, educação, segurança, entre outras.

Apesar de não importar os preceitos do Jornalismo Público na sua essência se deram no Brasil campanhas muito próximas dos conceitos defendidos pelo movimento, mas nenhuma se relacionou à filosofia pretendida.

Um exemplo foi a campanha “Paz no trânsito”, como já dissemos, nascida na redação do jornal *Correio Braziliense*, abraçada pelo Governo do Distrito Federal e respaldada pelos brasilienses, embora sem a presença de parceiros financeiros. O respeito à faixa do pedestre foi uma marca de Brasília e um modelo de Jornalismo Público. A campanha de mobilização pública envolveu o veículo, a comunidade e os atores. A ação foi copiada em várias cidades. (SILVA, 2013).

Como se percebeu na origem do Jornalismo Público há um sentimento de carência, o que tende a indicar uma imprensa perniciosa o suficiente para ter baixa credibilidade. Ao longo dos anos várias ações ligadas ao movimento apareceram, como os exemplos já expostos, como é o caso da instituição do ombudsman na Folha de São Paulo e campanhas de como “Eu quero paz”, do jornal *Correio Braziliense*, iniciativas que chegaram a ser consideradas espécies de Jornalismo Público, porém sem uma análise acadêmica que as pudesse referendar ou não como tais (FERNANDES, 2008).

Diante desse cenário indefinido a formulação de condições para um modelo nacional continuou sem perspectivas de curto prazo, mas os projetos no território brasileiro se aprofundaram em vários campos de pesquisa.

O projeto “Justiça em seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, pinçado para representar os estudos que estamos analisando, em receptividade ao fichamento

proposto pelos pensadores do Jornalismo Público, chega a ser inédito como estudo acadêmico pela razão de ser uma proposição analítica decorrente de uma experiência do setor público. A iniciativa ganhou a simpatia das comunidades por onde passou na cidade de João Pessoa, sendo inclusive premiada em instâncias superiores do Poder Judiciário.

Nessa experiência foram projetadas atividades em vários bairros da cidade, com ações conjuntas entre os órgãos envolvidos na formulação de políticas públicas ao cidadão. O tema “Violência contra a Mulher”, por si só, chama a atenção, inclusive, levando-se em conta a cobertura tradicional feita pelos veículos, já visualizando o sensacionalismo que a matéria poderia gerar.

A ideia do Jornalismo Público mostra outra vertente do fato, aspecto que, sem uma esfera pública para o debate, pouco se teria a beneficiar o cidadão, se não apenas aquilo que possa ter sensibilizado e levado a público pelos veículos de comunicação.

Em sua participação, o jornalista público envolve-se nas reuniões para conviver com o drama das mulheres agredidas, oportunidade em que, tendo conhecimento dos procedimentos de proteção levados à discussão, já antecipa soluções e direcionamentos aos entes participantes. Dados estatísticos, apoio social, cobertura das entidades protetoras e ações do Estado foram pautas discutidas e levadas adiante, internamente, no trabalho do jornalista público, e externamente nas orientações aos veículos.

Um número de veículos no Brasil experimenta a prática do Jornalismo Público nas rotinas de trabalho, em meio à crise de credibilidade e a decadência dos veículos impressos, na decorrência revolucionária da internet.

A descrença e a falta de motivação para o noticiário cotidiano pautado pelos veículos, muitas vezes afastando-se das questões sociais e priorizando o sensacionalismo vulgar, afastaram os leitores que, no tempo real, e sem custos, têm acesso à informação. O objetivo será sempre a aproximação das comunidades, identificando suas necessidades para repercutir no debate a forma democrática de se conduzir os problemas da comunidade.

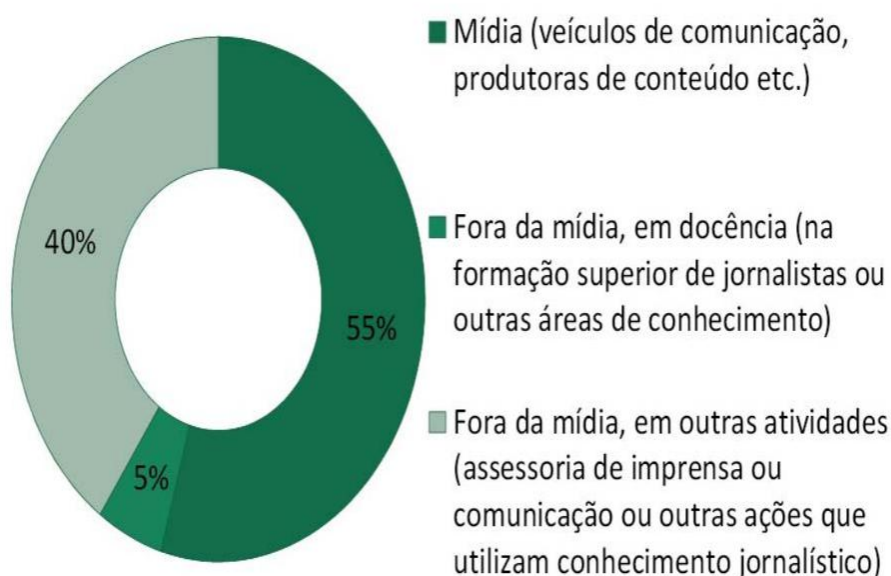
5.2 Perfil e expectativa da realidade implantada em 2013

O estudo tem como expectativa a realidade implantada em 2013, quando houve uma completa estruturação do setor de jornalismo do Tribunal de Justiça da Paraíba, a partir da criação da Diretoria de Comunicação. A nova estrutura fortaleceu as atividades profissionais e dividiu os setores e responsabilidades.

Essa configuração é um reflexo dos rumos que o jornalismo tem seguido no novo milênio, numa demonstração de que as carências sociais afloram e o mercado abre-se na direção de novas oportunidades e áreas de atuação.

Uma pesquisa realizada pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas - Fenaj, e o Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo, em 2012, analisou o perfil do jornalista brasileiro no tocante à área de atuação. Concluiu que 40% trabalham fora dos veículos em atividades de assessoria de imprensa ou comunicação, em contraponto a 55% que atua nos veículos e 5% em docência na formação superior de jornalistas ou outras áreas de conhecimento. Outro dado importante diz respeito à formação profissional. Pode-se afirmar, segundo os números, que 50,7% dos jornalistas que atuam fora da mídia têm graduação, ao mesmo tempo em que 48,2% têm título de pós-graduação.

Figura 4 - Jornalista brasileiro – área de atuação profissional do jornalista brasileiro

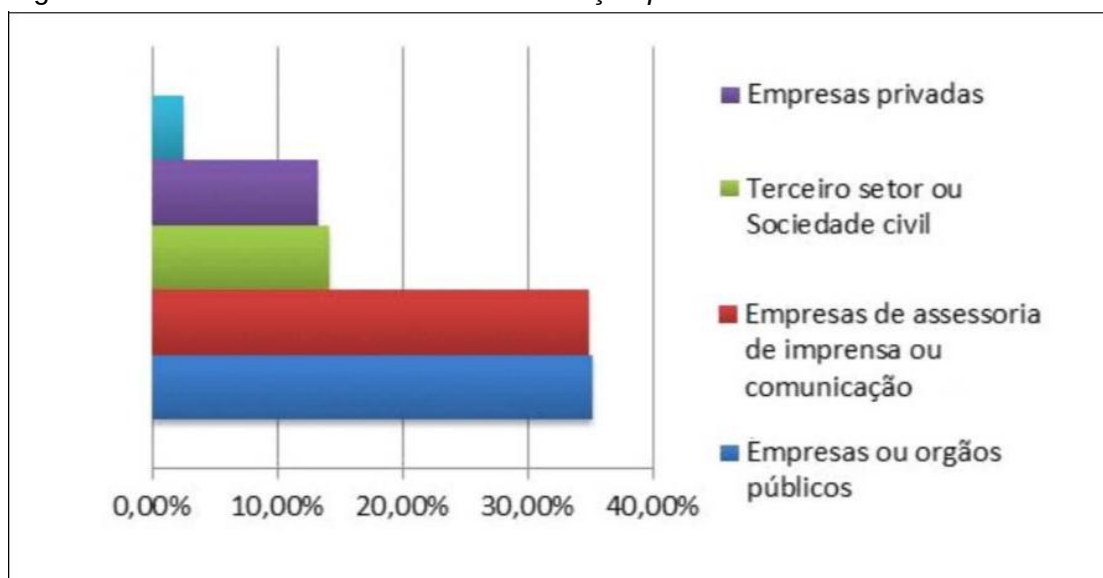


Fonte: Pesquisa: Perfil profissional do jornalismo brasileiro (2012).

Trouxemos o quadro para demonstrar a importância dos profissionais que trabalham em outras atividades, fora dos veículos, mas que utilizam os conhecimentos do jornalismo.

A pesquisa nos mostra um percentual significativo dos profissionais que trabalhavam em empresas ou órgãos públicos, outra boa parte em empresas privadas especializadas em assessoria de imprensa ou comunicação, os demais dividiam-se, principalmente, em organizações do terceiro setor ou da sociedade civil e em empresas privadas, conforme especifica o quadro abaixo:

Figura 5 - *Jornalista brasileiro – área de atuação profissional 1*



Fonte:

Pesquisa: Perfil profissional do jornalismo brasileiro (2012).

Traduzindo a representação do perfil para o jornalista brasileiro nessa amostragem geral, temos a percepção de que a valorização do trabalho das assessorias públicas ganha uma nova perspectiva.

No Tribunal de Justiça, até dezembro de 2012, a Assessoria de Imprensa funcionava com seis profissionais, sendo um coordenador, um repórter fotográfico, um cinegrafista e três repórteres. A reestruturação permitiu ampliar as áreas de cobertura, não só no ambiente físico, mas também em termos de equipamentos e jornalistas advindos dos veículos, habilitados para o exercício da profissão, observando-se a importância de faixa etária da maioria dos profissionais, numa média entre 20 e 30 anos de experiência.

Figura 6 - equipe de Jornalistas que atuam na Comunicação do TJPB

JORNALISTA	FORMAÇÃO	VÍNCULO	ATIVIDADE
Valter Nogueira	Superior - Jornalismo	Cargo em Comissão	Gerente
Gilberto Lopes	Superior - Jornalismo	Cargo em Comissão	Supervisor
Eloíse Elane	Superior - Jornalismo	Cargo em Comissão	Chefe de Redação
Lila Santos	Superior - Jornalismo	Servidora efetiva	Redatora
Clelia Toscano	Superior - Jornalismo	Contratada	Repórter
Gabriela Parente	Superior - Jornalismo	Servidora efetiva	Repórter
Gabriela Guedes	Superior - Jornalismo	Servidora efetiva	Repórter
Fernando Patriota	Superior - Jornalismo	Servidora efetiva	Repórter
Kubitscheck Pinheiro	Jornalista	Contratado	Repórter
Daniele Lins	Radialista	Cargo em Comissão	Repórter
Ednaldo Araújo	Médio - Fotógrafo	Contratado	Repórter
Ozildo Paulino	Médio - Cinegrafista	Contratado	Repórter
Marcos Vinícius	Superior - R. Públicas	Cargo em Comissão	Assessor
Diego Fontenelli	Superior - Jornalismo	Comissionado	Editor de Imagens

Fonte: Tribunal de Justiça da Paraíba

Paralelamente ao tema proposto na visão do Jornalismo Público, que fundamenta a pesquisa, levantou-se também a condição profissional do jornalista público, conhecido assessor de imprensa, em suas atividades no cotidiano de trabalho na Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça.

O trabalho procura enfatizar a figura do jornalista do setor público como mediador nas questões inerentes ao processo de aproximação à coletividade, conforme os preceitos do Jornalismo Público, em vista dos procedimentos teóricos e práticos do jornalista tradicional.

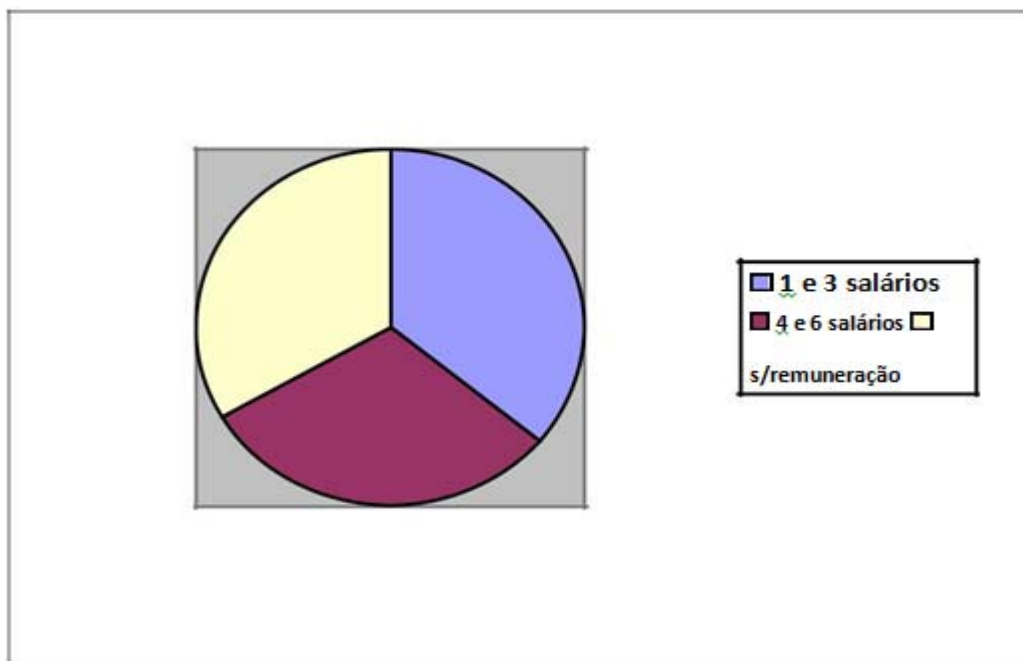
Essa realidade traz à tona a valorização do jornalista público, independentemente do ambiente profissional. É um questionamento que enseja discussão no âmbito nacional em decorrências das diferentes tendências, no que diz respeito ao reconhecimento profissional do jornalista do setor público. Procura-se reforçar a capacidade e os compromissos da Assessoria com o interesse público, situação avaliada durante o projeto em discussão.

No levantamento feito pela Coordenação do Juizado de Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher do Tribunal de Justiça da Paraíba, verificou-se que em maio de 2013, tramitavam naquela Vara especializada, no município de João Pessoa, mais de três mil processos, referentes a mulheres agredidas, números esses registrados, conforme os dados do setor.

Os dados estatísticos do ano anterior, 2012, mostraram que das 139 mulheres assassinadas no Estado, 49 foram por violência doméstica, pouco mais de 35%. Entre 2003 a 2013, segundo os dados do Mapa da Violência 2015, o percentual de violência contra a mulher cresceu em torno de 260%.

Os estudos apontaram, com maior ênfase, o percentual de baixa renda das mulheres vítimas de violência doméstica. Relatam que a renda familiar predominante é entre um a três salários – mínimos (42,6%), seguida pela faixa dos quatro a seis salários (36,1%) e uma categoria de 39,3% que não exercia atividades remuneradas. Em 88% dos casos essas agressões foram presenciadas pelos filhos.

Figura 7– Renda familiar das mulheres vítimas de violência



Fonte: Mapa da violência 2015

Apesar da instrumentalização que encaminha para o processo qualitativo de pesquisa, não se vislumbra oposição, em essência, ao método quantitativo, que abrange as questões que não se limitam à descrição de dados numéricos, indispensáveis para a orientação do material coletado na preferência para a identificação (FERREIRA; MENDES, 2007).

A participação da Comunicação no processo teve como finalidade ampliar os mecanismos de ação social disponíveis para diagnosticar, difundir e debater, cotidianamente, conforme os resultados de cada uma das reuniões realizadas ao

longo do projeto, sempre visando os mecanismos preventivos e disponíveis pelo Estado, levantados em meio à presença de autoridades, segurança, cidadãos, imprensa e vítimas, numa espécie de esfera pública, onde cada ente estivesse representado em seus respectivos espaços públicos.

A Diretoria de Comunicação do TJPB incorporou a iniciativa, momentaneamente, sem a percepção oficial em relação aos conceitos do Jornalismo Público, numa experiência montada para interferir positivamente na causa de interesse social, envolvendo-se no processo com a perspectiva de um planejamento estratégico da Justiça Estadual, numa atuação em vários segmentos sociais, visando reduzir os conflitos e, conseqüentemente, as demandas jurídicas.

Buscou-se trabalhar no processo sob análise com a base de argumentação nas ideias de Bardin (2009), ou seja, fazendo uma pré-análise do material na primeira fase desta organização, objetivando a sistematização para que o analista pudesse conduzir as operações sucessivas de análise. Assim, num plano inicial, a missão na primeira fase foi, além da escolha dos documentos, também a exploração do material a fim de formular as hipóteses para a elaboração de indicadores e interpretação final.

A análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial (BARDIN, 2009) até os dias atuais, com uma observação mais contemporânea, já de acordo com preceitos metodológicos influenciados pelo uso do computador.

Apesar das diversidades dos assuntos que envolvem a pesquisa, é lógico de que não se descarta a eficiência do delineamento metodológico apontado pelo teórico, isso diante da preocupação do pesquisador para alcançar objetivos eminentemente científicos. A obtenção de dados requer um redobrado cuidado, quanto às opiniões dos respondentes e da organização.

Devem imperar, portanto, a ética e o rigor científico, no caminho a ser trilhado. Nesse sentido, selecionou-se amostragens, retiradas do farto material colhido no campo da pesquisa, embora tenha se optado pelo processo de amostra representativa para cada um dos seis meses de avaliação. Essas amostras apontaram para uma uniformidade na formulação dos documentos, e direcionaram para os mesmos objetivos, razão pela qual foram acrescentadas ao levantamento

dez entrevistas abertas. Leva-se em consideração que a amostragem resume os conteúdos equivalentes e elaborados.

A pesquisa desenvolveu-se em três etapas de forma gradativa, iniciando-se pelas leituras flutuantes para se configurar os objetivos específicos. A coleta de dados foi feita no campo da pesquisa em documentos arquivados no ambiente escolhido, em especial nos arquivos dos jornais *Correio da Paraíba* e *Jornal da Paraíba*. Do mesmo modo, fotos, ilustrações e recortes relativos à época do fenômeno, posteriormente e, entre outros adendos, as entrevistas.

A pesquisa utilizou dados coletados nos registros das visitas aos bairros da periferia de João Pessoa, onde foram organizados os fenômenos. São dados de arquivos e observações, no caso, do pesquisador na condição de participante, além de pautas e matérias produzidas e publicadas, vídeos e VTs de rádio. Os dez jornalistas entrevistados responderam, por e-mail, um questionário com nove perguntas. Das respostas, por amostragem - em virtude da generalização de muitos temas repetidos nas perguntas formuladas, selecionamos as três mais abrangentes para ilustrar as conclusões, especificamente as que mais se aproximaram dos projetos.

Observou-se que durante o projeto eram realizadas distribuições de folders informativos às comunidades. Ao mesmo tempo a edição de vídeos e coberturas para a imprensa escrita e falada, bem como a edição dos programas de TV e rádio. Na TV, o “Judiciário em Revista”, e no rádio “Justiça Cidadã”, editados com coberturas nas comunidades, reuniões e debates. O programa de TV ainda é veiculado nas TVs públicas (TV Assembleia, TV Câmara e TV Itararé (Cultura), sendo que nas duas primeiras há replicações em vários horários durante a semana.

No espaço de rádio, veiculado na Rádio Tabajara, havia a edição de um programa com uma hora de duração, dividido em três blocos, sendo o primeiro de notícias gerais, depois da escalada, para em seguida prosseguir com reportagens e entrevistas. No projeto, funcionaram também as redes sociais, Facebook, Twitter e o “Fale Conosco” do site oficial, mais um mailing com 350 e-mails de sites, veículos e emissoras em todo o Estado.

O projeto teve a coordenação do Juizado da Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher e se desenvolveu com a realização de reuniões nas comunidades, previamente agendadas e organizadas com a participação de todos os agentes envolvidos no tema.

Eram encontros de caráter preventivo, informativo e educativo, na medida em que se desenvolviam as palestras, debates e orientações promovidas por profissionais especializados.

Os encontros foram programados para ambientes sociais, em escolas, universidades, congregações religiosas, centros estudantis e demais instituições. O principal objetivo dessas paradas, e diferencial da cobertura tradicional, estava focado, primeiro, na aproximação ao ambiente do cidadão receptor, numa espécie de esfera pública, onde os temas eram expostos e discutidos na conscientização e na mobilização das comunidades.

O ponto de partida dos debates foi a Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340). As palestras eram feitas de forma simples e didática, mas abertas às discussões e interferências do público, em igualdade de condições e tempo. Todas as questões discutidas eram relacionadas aos procedimentos inerentes à aplicação da lei e as providências dos órgãos públicos para atender os anseios daquela comunidade. As perguntas, os folders e os contatos diretos visaram motivar as mulheres em situação de risco a debater seus interesses, buscando meios preventivos, e até denunciarem os agressores, inclusive, de forma anônima com as garantias legais.

O projeto teve como finalidade promover um trabalho proativo, antecipando-se aos delitos, de forma permanente e diretamente junto às pessoas envolvidas e as vítimas do sistema.

O "Mulher Merece Respeito" envolve cunho pedagógico, doutrinário e comunicacional, mediante a propagação das reuniões e debates, contato direto com as vítimas, veiculação em todas as TVs Públicas e disponibilização para os veículos privados, além do esclarecimento da legislação e seus mecanismos de proteção às mulheres em situação de violência, como também no aspecto pontual da utilização correta e adequada desses mesmos instrumentos em favor dessas vítimas, de sua família e do próprio agressor.

Tem como principais objetivos, a diminuição dos altos índices de violência doméstica e familiar contra a mulher, permitindo a aplicação e conhecimento da Lei Maria da Penha e a ampla divulgação.

Lançado na gestão administrativa da desembargadora Maria de Fátima Bezerra Cavalcanti, em março de 2013, por ocasião das comemorações do dia 8 de março, Dia Internacional da Mulher, o projeto mobilizou todos os setores da Diretoria Comunicação do Tribunal de Justiça. Redação, Portal, Núcleo de TV, Rádio e Redes

Sociais. Com base na programação elaborada pela Vara de Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher, a redação de jornalismo trabalhou as pautas dos encontros marcados em consonância com cronograma de atividades. Nesta análise foi delimitado um período de seis meses do exercício de 2013, precisamente de março a agosto, identificando as pautas produzidas dentro dos critérios previstos para a cobertura.

As técnicas utilizadas para a análise dos conteúdos obedeceram procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de cada conteúdo das mensagens (BARDIN, 1999), permitindo uma abordagem ampla, diante do leque de apetrechos, na preferência, em virtude da disparidade de formas adaptáveis a um vasto campo de aplicações.

A análise permitiu observar que os conteúdos foram representativos para vincular o conjunto do noticiário ao Jornalismo Público. Descobriu-se que os novos elementos de reflexão reforçam a presença do jornalista público como mediador nas atividades de produção da notícia, especificamente, na utilização de conceitos do Jornalismo Público, face às indefinições que se processam no mercado brasileiro em relação a essa modalidade, perante também o jornalista do setor público.

Também veio dessa relação, e por meio da análise documental, a ideia de que o objetivo da pesquisa, apesar de pré-definido, pode variar na conformidade de proposições que tiveram relação com o mesmo conteúdo, o que permite ser uma assertiva que o torna possível um conteúdo variável.

Nessa perspectiva auferimos a receptividade das informações nos sites e nas páginas dos três jornais impressos que circulam na Capital: *Jornal da Paraíba*, *Correio da Paraíba* e *A União*. Neste veículo, por ser de caráter público, houve um melhor aproveitamento das matérias distribuídas, com mais ênfase para as notas de colunas.

Os dados coletados mostram que o *Correio da Paraíba* recepcionou o material divulgado, por meio de releases, em três das seis edições observadas, reiterando-se as posições privilegiadas das matérias nas páginas de primeiro caderno e nas colunas de notas e sociais, sendo que duas delas ganharam espaço de destaque, respectivamente, nos dias 24 de maio de 2013 e 04 de junho de 2013.

Já o *Jornal da Paraíba*, nas seis edições avaliadas, as matérias foram replicadas em dois dias nos espaços diferenciados, também no primeiro caderno, com destaque para as matérias de chamadas nas páginas nos dias 15 de março de

2013 e 09 de julho de 2013, sendo nesta com uma matéria que se refere ainda sobre o lançamento do programa na cidade de Campina Grande.

O trabalho de monitoramento nos traz para o bojo das informações outros dados que podem repercutir, também, por outra vertente, quanto à receptividade do material produzido pela Assessoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, indiferente ao tema que abordamos.

Figura 8 – Material produzido pela Diretoria e aproveitado nos veículos impressos

MESES	CLIPAGEM	VEÍCULOS	MULHER	ESPAÇOS
MAR/2013	30 publicações	Correio, JP e A União	13 public.	Matérias e Notas
ABR/2013	25 publicações	Correio, JP e A União	06 public.	Matérias e Notas
MAI/2013	26 publicações	Correio, JP e A União	04 public.	Matérias e Notas
JUN/2013	23 publicações	Correio, JP e A União	03 public.	Matérias e Notas
JUL/2013	24 publicações	Correio, JP e A União	03 public.	Matérias e Notas
AGO/2013	31 publicações	Correio, JP e A União	01 public.	Matérias e Notas

Fonte: Tribunal de Justiça da Paraíba

Numa nova perspectiva, foi possível observar, naquele momento, uma fase de reformulação de paradigmas, que perpetram a constituição de novas bases sociais, quando se colocam como mecanismos de amplificação dos discursos da atualidade que passam a constituir o lugar onde se produzem as narrativas que propiciam a participação no âmbito do público em diversos núcleos de agregação social. No cotidiano das redações, o número de releases que chegam e que são aproveitados na íntegra ou como inspiradores de matérias jornalísticas atestam este fato, e refletem a sensibilidade dos meios em relação ao tema, especialmente quando estamos atentando para uma nova realidade no jornalismo mundial.

Tem-se a sensação de que as perspectivas da sociedade começam a atentar para uma realidade, embora ainda capenga, mas orientadora, na medida em que o cidadão identifica a responsabilidade da informação pública.

Figura 9 - Publicações de matérias sobre o tema nos principais jornais de João Pessoa

CORREIO DA PARAÍBA Cidades Paraíba • Sexta-feira, 24 de maio de 2013 B5

3 mil processos na Vara da Mulher

ONU vê violência como surto global e estima que 7 em cada 10 mulheres foram ou serão agredidas

HARYSON ALVES Há 3 mil processos tramitando na Vara de Justiça Especializada no Combate à Violência contra a Mulher, na Capital. Das 139 mulheres assassinadas na Paraíba no ano passado, 42 (30,2%) foram por violência doméstica. Além dessas, 49 foram mortas por causa de narcotráfico, aumentando o número para 91 mortes (65%), e a maioria é atraída para o narcotráfico pelos companheiros", salientou a promotora de Defesa dos Direitos da Mulher, Rosane Araújo e Oliveira. Ela lembrou que a Organização das Nações Unidas (ONU) reconheceu neste ano que há um surto global de violência contra a mulher. "A Organização inclusive aponta que sete em cada 10 mulheres serão agredidas em algum momento, pelo menos uma vez, ao longo de suas vidas. E infelizmente, a maioria dos agressores é o parceiro", lastimou.

Cartilha Para combater a situação, o Ministério Público da Paraíba (MPPB), através das promotorias de Justiça de Defesa da Mulher em João Pessoa e em Campina Grande, vai criar uma cartilha que será lançada no final de junho. O público-alvo será as mulheres e o informativo terá 24 páginas, abordando os direitos da mulher, mostrando como funciona a rede de proteção, e como deve ser o enfrentamento à violência doméstica e familiar, além de aspectos da assistência à mulher, prevenção e repressão aos crimes contra elas.

Há nove delegacias especializadas na Paraíba. A de João Pessoa atende com plantão 24 horas e, nos fins de semana, responde também por Bayeux, Santa Rita e Cabedelo.

Jornal da Paraíba

SEXTA 15, MARÇO, 2013

RubensNóbrega

Linha direta com a coluna: rubensnobreaga@jornaldaparaiba.com.br

TJ REAGE E AGE

Ainda este ano o Tribunal de Justiça da Paraíba pretende levar a júri todos os acusados por assassinato em processos de 2007 pra baixo ainda não julgados. Com isso, será finalmente batida a meta que deveria ter sido cumprida até o final de 2012, conforme recomendação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ).

Com isso, o TJPB sairá da constrangedora posição de pior desempenho do país em matéria de zerar a pauta de julgamento de crimes dolosos contra a vida, cometidos por pessoas pronunciadas pela Justiça há mais cinco anos, mas até hoje impunes ou pagando pena sem sentença porque jamais sentaram no banco dos réus.

Colhi a boa notícia ontem, ao procurar saber se o Judiciário do Estado pretende fazer o que deve ser feito e adotar providências para que fatos como esse não mais se repitam. "Não vamos fazer. Já estamos fazendo", garantiu-me, peremptória, a desembargadora Fátima Bezerra, Presidente do Tribunal de Justiça da Paraíba.

Tribunais do júri têm até 19 de dezembro para julgarem todos os casos de homicídio doloso

DESENCALHANDO MANDADOS

Outra boa nova: o TJPB vai finalmente alimentar o Banco Nacional de Mandados de Prisão (BNMP), da Secretaria Nacional de Segurança Pública, criado há dois anos.

A Paraíba era o único Estado que não fornecia dados ao Banco, que já na segunda que vem terá o seu programa submetido a testes na Comarca de Itabaiana. Uma vez aprovado e conectado ao sistema de informática da Justiça Estadual, na sequência, o programa do BNMP será aplicado em João Pessoa e depois nas demais comarcas.

Outra notícia melhor ainda: desde ontem o Tribunal iniciou contatos com a Secretaria de Segurança Pública do Estado com vistas a levantar onde estão – e fazer com que sejam expedidos – centenas de mandados de prisão cautelar solicitados por delegados da Capital, mas ainda não apreciados pelos juízes competentes para tanto.

Conforme divulgado nas colunas de sábado passado e de ontem, seriam mais de 300 mandados de prisão parados ou engavetados na Justiça, apenas em João Pessoa. Disseram-me ontem, contudo, que o encalhe subiu para mais de 400 na Capital; em Campina Grande, outros 70 pedidos aguardariam pronunciamento da Justiça.

"MULHER MERECE RESPEITO"

Outra ação digna de nota da gestão Fátima Bezerra é "Justiça em seu bairro – Mulher merece respeito". Lançada no dia 8 deste mês, no Centro Social do Rangel, em João Pessoa, o projeto pretende combater a violência doméstica através de medidas preventivas e educativas junto às comunidades.

O "Mulher merece respeito" será apresentado e discutido hoje à noite, por exemplo, em Mangabeira VII, a partir de

Fonte: Jornal Correio da Paraíba

O que esses dados nos mostram? Os resultados reafirmam a necessidade de assessorias de imprensa melhor aparelhadas e comprometidas com a coletividade, mesmo porque, durante o período da pesquisa, apenas em três oportunidades foram observadas coberturas pautadas pelas redações, indiferentes de provocações ou pautas originadas pelas fontes.

Seguindo os trâmites dessa análise, retoma-se a definição precisa e a ordenação rigorosa, destas unidades de sentido, para nos ajudar na pesquisa,

perante o controle das próprias perspectivas, ideologias e crenças, ou seja, controlar sua própria subjetividade, em prol de uma maior, decorrente de todo o processo que começou com a sistematização, objetividade e generalização dos resultados obtidos, a partir das mobilizações internas.

Tomando-se como parâmetro esse pensamento, nos reportamos à programação de atividades. As pautas, os releases, entrevistas, ilustrações, imagens, sinopses e publicações nos possibilitaram uma operação lógica, logo, a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção, ou eventualmente de recepção.

Foram projetadas dez reuniões de comunidade em diferentes bairros de João Pessoa, conforme a programação a seguir:

Figura 10 – Cronograma coberturas nas reuniões com as comunidades em JP

REUNIÕES REALIZADAS NAS COMUNIDADES		
BAIRROS		DATA
1	Rangel	09/03/2013
2	Mandacarú	22/03/2013
3	Dos Novais	10/04/2013
4	Valentina	19/04/2013
5	Costa e Silva	30/04/2013
6	Cristo Redentor	17/05/2013
7	Das Indústrias	29/05/2013
8	Ernesto Geisel	11/06/2013
9	Jaguaribe	05/07/2013
10	Dos Ipês	23/08/2013

Fonte: Tribunal de Justiça da Paraíba

Para cada uma dessas comunidades, o acompanhamento da Comunicação funcionou com a presença de uma equipe de cobertura composta por repórter jornalista público, fotógrafo, cinegrafista, apoio de iluminação e repórter de TV e rádio, com o mesmo padrão e rotinas das redações nas empresas privadas, numa demonstração de que os critérios de atividades das assessorias de Comunicação mudaram. Primeiro, a pauta social, numa cobertura de interesse público, em um evento realizado numa comunidade - onde os interesses ultrapassam qualquer expectativa de privacidade.

A cobertura diferenciada, conforme os conceitos do Jornalismo Público, nessa oportunidade feita por uma equipe de jornalistas do setor público, atende às obrigações profissionais da atividade jornalística. Nesse evento não há direcionamento de entrevistas. O jornalista faz todo o seu trabalho com ética e independência, ainda tem a responsabilidade social de atender as pessoas. O que se percebeu nesses eventos de comunidade foi a ausência de veículos tradicionais, o que levanta o desinteresse por coberturas dessa natureza.

Na entrevista ao pesquisador, realizada em agosto de 2016, o Diretor de Comunicação do TJPB, jornalista Valter Nogueira, atesta as orientações pela autonomia na produção das notícias e reafirma o desinteresse dos veículos privados pelas questões públicas, especialmente aquelas que não resultem em dramas ou sensacionalismo.

Há alguma orientação para que os interesses públicos sejam ressaltados e que os entrevistados possam contribuir para melhor orientar os veículos de imprensa e os cidadãos, principalmente no que diz respeito a projetos sociais adotados pela Justiça. Nós que trabalhamos na produção de notícias, buscamos, em algumas pautas, direcionar matérias para esclarecimento ao público sobre os benefícios de algumas leis para o cidadão, como eles podem buscar seus direitos (a exemplo de como agir para obter a permissão de viajar com crianças e adolescentes; os direitos do consumidor em viagens aéreas; esclarecimentos sobre o novo Código Civil; funcionamento dos Juizados Especiais etc. (VALTER NOGUEIRA, 2016).

Onde está o interesse público, dito pelos críticos do jornalismo setorial público? Essa realidade manteve-se em todos os eventos programados no projeto.

As matérias da cobertura foram redigidas na redação da assessoria, observando-se todos os critérios jornalísticos e enviados com os tapes a todas os veículos de comunicação, públicos e privados. A análise da receptividade surpreende ainda mais aos pesquisadores, quando se constata que a matéria produzida no setor público é aproveitada na íntegra, e conforme análise, replicadas satisfatoriamente nos veículos impressos.

As rotinas começavam com a elaboração das pautas, pensadas na conformidade dos objetivos do projeto. As reuniões de pauta eram realizadas, sempre, no período da manhã. Essas rotinas ficaram gravadas nas pautas, nos recortes das sinopses, VTs e gravações de spots, conteúdos que permitem

visualizar o conjunto de operações, de modo a enriquecer os resultados, ou aumentar sua validade, alterando, assim a uma interpretação final fundamentada (BARDIN, 1999). As práticas de análise são levadas pela identidade do objeto, que pelos requisitos da metodologia deliberam as técnicas documentais.

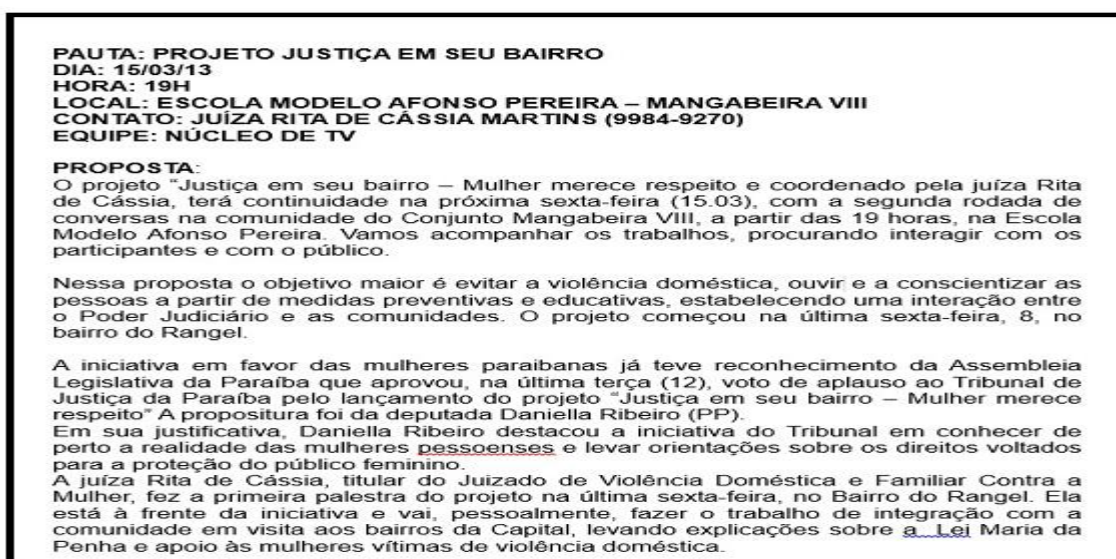
Análise documental é uma operação ou um conjunto de operações visando representar o conteúdo de um documento sob uma forma diferente do original, a fim de facilitar num estado ulterior, a sua consulta e referência. A análise documental tem por objetivo dar forma conveniente e representar de outro modo essa informação, por intermédio de procedimentos de transformação. O propósito a atingir é o armazenamento sob uma forma variável e a facilitação do acesso ao observador, de tal forma que este obtenha o máximo de informação (BARDIN, 1995, p. 45).

Nas pautas específicas, produzidas pela redação na Comunicação do TJPB, foram verificadas informações básicas sobre o evento, com as identificações do tema, data, local e hora, bem como os contatos das pessoas que poderiam facilitar o trabalho de coleta das informações.

Identifica-se na pauta do dia 15 de março de 2013 - direcionada ao encontro da Escola Modelo Afonso Pereira, no bairro de Mangabeira VIII, a formação da equipe que estará em atividade, comunicada com antecedência com base nas datas de coberturas, já que essas reuniões acontecem sempre no período da noite, fora do expediente normal de trabalho, conforme o cronograma estabelecido pela Coordenação da Vara de Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher.

Destaca-se que a produção da pauta se desenvolve com a responsabilidade social de orientar o cidadão, inerente à profissão de Jornalista, utilizando-se de critérios subjetivos. Não há, teoricamente, a referência do profissional em relação aos conceitos do Jornalismo Público, posicionamento refletido na entrevista da jornalista Eloíse Elane. Os fatos decorrentes daquelas atividades, num paralelo à atividade fim do Poder Judiciário, se voltam para sensibilidade social, que pode muito bem ser verificada na elaboração da pauta jornalística, peça condutora dos trabalhos do repórter.

Figura 11 - Pauta para cobertura em 15/03/2013.



Fonte: Diretoria de Comunicação – Tribunal de Justiça da Paraíba

Nós que trabalhamos na produção de notícias, buscamos, em algumas pautas, direcionar matérias para esclarecimento ao público sobre os benefícios de algumas leis para o cidadão, como eles podem buscar seus direitos, a exemplo de como agir para obter a permissão de viajar com crianças e adolescentes; os direitos do consumidor em viagens aéreas; esclarecimentos sobre o novo Código Civil; funcionamento dos Juizados Especiais etc. (ELOISE ELANE, 2016).

Os debates democráticos, a participação da comunidade e de outros entes do Poder Público, emitindo opiniões e apresentando sugestões e deficiências, são providenciais para ensejar o entorno do problema em estudo e para configurar o envolvimento na comunidade.

No jargão jornalístico, temos que a pauta é o conjunto de assuntos que uma editoria está cobrindo para determinada edição do jornal. Vem a ser também uma série de indicações transmitidas ao repórter, não apenas para situá-lo sobre algum tema, mas, principalmente, para orientá-lo sobre os ângulos a explorar na notícia. É uma espécie de início de tudo. O começo do jogo (CHINEM, 2003). O autor enfatiza a utilização da pauta para o sucesso de uma boa reportagem, embora existam profissionais que considerem que a pauta está nas ruas.

Para um tema virar pauta, deve obedecer aos critérios jornalísticos de noticiabilidade, que mexem com o consciente e inconsciente do ator social. Nesse contexto reascende a polêmica discussão no jornalismo contemporâneo, sobre a

seleção das notícias. A quem cabe essa importante responsabilidade, de cunho social? Na tradição do jornalismo é o jornalista da redação, o responsável pelas indicações do que se deve cobrir no cotidiano diário. Essa prerrogativa, assim como na questão do *gatekeeper* - onde o material para publicação passa pelo crivo de um editor, que seja, um portão selecionado, precisa ter reflexos na sociedade, daí a responsabilidade social do jornalista, o que não se configura quando nos reportamos aos conceitos do Jornalismo Público.

O Jornalismo Público, objeto de apoio nas posições que se busca empreender no seio do jornalismo do setor público, tem na essência a aproximação aos segmentos sociais. Não se concebe que o jornalista - às vezes considerado uma voz da sociedade, concorde com o distanciamento que se prega nas práticas do jornalismo tradicional. Para ser autônomo e ético, o jornalista não necessita ser empregado de uma empresa privada, cujo patrão é um empresário dotado de seus interesses mercadológicos, que certamente não são os interesses da sociedade como um todo.

Nessa conjuntura atual, a pauta é selecionada na conformidade dos interesses mercadológicos, e pode ser contrariada, se não houver desacordo com a linha editorial do veículo. Com isso, mostramos que a realidade brasileira é paradoxal, quando contesta a vinculação do jornalista público com seu órgão originário.

Para elaborar uma boa pauta, esta deve conter, genericamente, informações prévias, telefones dos entrevistados, questionamentos, sugestões de perguntas e descrição de ações e de ambientes para dar veracidade aos fatos.

Também entender a pauta como um ponto de partida. Passa a ser uma proposta que indica as fontes de informação e sugere formas de desenvolvimento na apuração. “A pauta é fundamental para a organização do trabalho de cada dia. Nela estão a memória e a imaginação do jornal” (O GLOBO, 1998).

A análise permite que se busque incluir no contexto da cobertura a generalização do projeto, enfocando as prioridades da administração, sempre reforçando os objetivos sociais, a prevenção à violência contra a mulher, a partir de medidas preventivas e educativas, estabelecendo a interação entre o Poder Judiciário e as comunidades.

Observa-se a pauta do dia 26 de agosto de 2013, para os repórteres Clélia Toscano e Daniela Lins, fotógrafo Ednaldo e cinegrafista Wolgand Ramos. Como se

percebe, trabalhou-se com uma equipe de quatro pessoas. No assunto uma palestra com os alunos da Faculdade Maurício de Nassau.

A proposta enseja a conscientização dos estudantes para o problema da comunidade, conforme descrito do texto: “O projeto tem como meta discutir a situação de violência contra a mulher, debater os meios de coibir e prevenir os atos violência contra a mulher, motivo que sugerimos a necessidade de incluir na matéria a fala de uma cidadã, que por acaso tenha sido vítima de alguma violência doméstica e familiar”.

Figura 12 - Pauta para cobertura em 23/08/2013.

Tribunal de Justiça da PB – 26.08.13 – Mulher merece respeito

Repórteres: Clélia Toscano e Daniela Lins

Repórter Fotográfico: Ednaldo

Cinegrafista: Wolfgang Ramos

Assunto: Projeto “Justiça em seu bairro: Mulher merece respeito” realiza palestra na Faculdade Maurício de Nassau

Local: Faculdade Maurício de Nassau – Eptácio Pessoa

Hora: 19h

Mote: A equipe do Juizado da Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher de João Pessoa vai realizar mais uma etapa do projeto “Justiça em seu bairro: Mulher merece respeito”, desta vez será na universidade Maurício de Nassau. Só para lembrar: O projeto tem como meta levar e debater com as comunidades a situação de violência contra a mulher.

A importância dessa etapa é o envolvimento dos estudantes concluintes das diferentes áreas humanas, que devem, após essa reunião, participar do projeto, acompanhando os debates nos bairros e contribuindo com orientações às mulheres participantes.

Vamos fazer a matéria abordando um novo foco, qual seja, a realização junto a uma instituição superior de ensino. Como sempre, as sonoras devem orientar didaticamente sobre tema e a receptividade da comunidade. É interessante também ouvir alguns estudantes sobre a iniciativa, além das autoridades presentes.

Boa sorte!

Fonte: Diretoria de Comunicação – Tribunal de Justiça da Paraíba

A cobertura envolveu o engajamento dos estudantes da faculdade diante do problema. Depois dessa reunião, alunos concluintes das mais diferentes áreas humanas passaram a acompanhar os debates nos bairros, orientando as mulheres durante os eventos, inclusive tirando dúvidas e direcionando para encaminhamento de demandas. Essa engenharia da máquina produtiva vai permitir o acesso a outras informações, que certamente não estariam sendo expostas num processo de coleta tradicional. Esse material, isento e transparente, será disponibilizado para comunicação interna (portal e redes sociais), bem como às emissoras e órgãos de comunicação públicos e privados.

Dois pontos podemos destacar nesses procedimentos, no tocante ao estudo que realizamos. A iniciativa do projeto partiu da própria instituição pública, que veio equipada com todas as condições de uma redação comum, nos mesmos moldes, como funciona nos jornais privados e devidamente formada por profissionais contratados do mercado (repórteres, fotógrafo e cinegrafista), câmeras, máquina fotográfica, gravadores e todas as necessidades para se fazer uma boa cobertura.

Vale ressaltar que a isenção, no caso, leva à convicção da prática de princípios fundamentais do jornalismo, a exemplo da verdade. O interesse público, que aflora com os benefícios legais para melhoria na vida das mulheres violentadas, bem como a prevenção e a punibilidade dos infratores. O fator preponderante nesse processo é o problema da violência contra a mulher, que muitas vezes são impedidas de buscar seus direitos pela insegurança e pela falta de orientação.

Essa iniciativa, levada para o conceito da Comunicação Social, tem repercussão social favorável aos propósitos que se busca levantar com o envolvimento, direto e engajado, dos profissionais jornalistas. Não se buscou reproduzir, como um espelho da realidade numa forma denunciante. Nem mesmo se abriu espaços para denúncias e possibilidades de prisão para os infratores, embora essas providências pudessem ser efetivadas, o importante foi conscientizar mulheres e homens. “Com consciência, responsabilidade social, engajamento e solidariedade, os poderes públicos, cidadãos e partes envolvidas no processo podem contribuir para educar e prevenir possíveis infratores”. A fala é da juíza Rita de Cássia Andrade, em sua palestra durante o evento que aconteceu no bairro do Rangel, em 09 de março de 2003.

As matérias produzidas nesse processo de cobertura enfatizam os objetivos do projeto, indicando a comunidade onde foi realizada a reunião. Observamos os propósitos que relacionam o trabalho com o Jornalismo Público nesse campo de atuação. “Disseminar, conscientizar e divulgar”, foram requisitos do texto jornalístico divulgado em 22 de março de 2013, sob o título: Projeto “Justiça em Seu Bairro” promove palestra sobre Lei Maria da Penha em Mandacaru”. A matéria enfatiza a proximidade com o cidadão e destaca a importância da Lei Maria da Penha, como preventiva e punitiva para aqueles que infringem os direitos.

Evidencia-se o reforço das práticas que melhoram a convivência familiar, evitando as imputações da lei. Também direciona para os slides exibidos, com informações sobre estatísticas. No espaço de cobertura sempre haverá um debate

com os espaços abertos para as pessoas, que, democraticamente, podem levantar questionamentos e revelar posições, angústias e sugestões a respeito dos problemas da comunidade.

Na matéria referida, o repórter enfatizou o envolvimento das mulheres e dos alunos universitários, que instruídos devem levar suas experiências para outros campos e instituições convidadas, vinculadas aos problemas da violência, no caso, a Delegacia Especializada da Mulher, o Conselho Tutelar do bairro e a Casa Abrigo e outras entidades.

A delegada Maísa Felix, especializada no atendimento às mulheres da Capital e Coordenadora das delegacias especializadas no Estado, presente ao evento, conversou com várias mulheres, momento em que discutia com o Ministério Público as alternativas de ações para evitar a burocratização de processos. Ou seja, em um mesmo ambiente, que passamos a chamar nessa oportunidade, de esfera pública, três atores da relação, antes distanciados - não só pelas circunstâncias de tempo e espaço, mas pela desigualdade social de categorias, puderam defender seus pontos de vista específicos, respeitando-se os espaços de cada um.

Essa realidade vem de encontro a estudos que abordamos dentro do texto, a partir de conceitos teóricos defendidos pelos pesquisadores, quando admitem a viabilidade de esferas públicas na condução das demandas sociais. Silva (2006) fala na possibilidade existencial de se restabelecer um convívio intersubjetivo na produção social do sentido e não de um sentido determinado por uma subjetividade específica.

A estrutura de acompanhamento, levantamento das ações, dos debates e resultados dos encontros, no caso das emissoras de TV e rádios, têm como futuro a reprodução nas cadeias de comunicação interna e externa, públicas e privadas. Por meio de programas específicos, editados para veiculação nas emissoras públicas, a cabo, e abertas. O programa “Judiciário em Revista”, editado pelo Núcleo de TV, numa estrutura de três blocos de informações, ainda é veiculado duas vezes por mês na grade de programação das emissoras de TV Assembleia, Câmara e Itararé (Cultura).

Os programas são replicados em vários horários na programação, de acordo com a disponibilidade de cada emissora. No rádio, o espaço é garantido com o programa “Justiça Cidadã”, aos sábados pela manhã, num espaço de 60 minutos, na Rádio Tabajara AM e FM.

5.3 Entrevistas mostram o público como social

A necessidade das entrevistas em nossa pesquisa está pautada no propósito de captar as informações desejadas para justificar a realidade que se pretende levantar em relação ao jornalista público e à presença do jornalismo do setor público na produção das notícias, assim como referendar a importância que é aprofundar discussões sobre os métodos jornalísticos utilizados no jornalismo, especificamente no tocante à contribuição da Comunicação Social do Tribunal de Justiça, na conjuntura atual do mercado de trabalho, até porque, como podemos analisar ao longo do texto, a assessoria não trabalhou apenas para produzir releases e notícias de divulgação das atividades do Judiciário, mas também como ente participativo de uma política de comunicação voltada às comunidades, na base de atuação na defesa dos interesses públicos.

As dez perguntas abertas, encaminhadas por e-mails a dez jornalistas que atuam na Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, abordam, especificamente, as opiniões a respeito do jornalismo praticado no âmbito dessa assessoria e a relação com o projeto de estudo de caso proposto por nossa pesquisa: “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”. A ideia possibilitou a identificação do sentimento em relação ao trabalho profissional que realizam no setor público, ao mesmo tempo em que se observa o compromisso de responsabilidade social e sua interferência no trabalho cotidiano, evidentemente, com os reflexos no projeto de pesquisa.

Como esperado, em relação ao Jornalismo Público e assim como acontece com a maioria dos veículos e jornalistas brasileiros - como pudemos observar ao longo do texto, os jornalistas não conhecem a origem do movimento, em suas bases teóricas, especialmente no contexto cultural do País, na recepção de que o tema se refere ao jornalismo do setor público.

As respostas de todos os entrevistados, no tocante à prática do Jornalismo Público, apontam unânimes convicções que direcionam a prática de atividades jornalísticas no campo do oficialismo, no entanto, conforme temos reiterado os critérios do jornalismo no que tange à ética e à autonomia, demonstram ser preservados. Há em todas as respostas a preocupação no sentido de aplicar as regras no exercício da profissão. Vale ressaltar também que todos afirmam exercer o

Jornalismo Público, pelo fato de produzirem matérias que enfocam os interesses coletivos e sociais, identificados nas competências do Judiciário.

Observamos também nas respostas a preocupação com o interesse público, assim como a responsabilidade social para levar ao conhecimento da sociedade os serviços públicos oferecidos pelo órgão. A jornalista Eloíse Elane tem uma vasta experiência em redações de jornais e trabalha no expediente da manhã, com a missão de produtora, uma espécie de Chefe de Reportagem, atribuição que divide com a colega Lila Santos, também formada em Jornalismo e Direito, servidora concursada que atua no expediente da tarde.

Para a jornalista:

A informação gerada pelo jornalismo público deve servir para esclarecer a população, o público de modo geral, sobre educação, saúde, direitos humanos, arte, lazer e tudo que sirva ao desenvolvimento da sociedade. Deve gerar, em quem absolve a informação, uma visão crítica sobre o tema, sem que essa visão crítica seja imposta, mas que dê o direito do próprio cidadão opinar sobre o que acha que é certo ou errado (ELOÍSE ELANE, 2016).

Esse ponto de vista da jornalista é positivo e vem de encontro com os propósitos que se discute em relação ao jornalista de maneira geral, a responsabilidade social da profissão, que tem no interesse público um dos pilares no exercício de informar, vai de encontro à visão crítica de grande parte da imprensa, quando nos referimos ao jornalista que trabalha no serviço público.

Não há no serviço público, nos dias de hoje, o clima de desconfiança em relação aos jornalistas públicos, quando avaliados pelos colegas das redações das empresas privadas. A credibilidade se confirma na veracidade das informações. Segundo a jornalista Eloise Elane, a eficiência e a responsabilidade dos assessores solidificam a modalidade dentro do jornalismo praticado no setor.

A jornalista afirma que o projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito” envolve de forma direta o público e o privado, os cidadãos, os órgãos de imprensa e as TVs públicas. De uma forma geral tem contribuído para reduzir as desigualdades sociais.

Como já demonstrado, a análise das respostas às perguntas formuladas aos entrevistados, reafirmam o desconhecimento dos jornalistas em relação aos conceitos do Jornalismo Público praticado, conforme os preceitos de seus

idealizadores nos EUA. No entanto, configurou-se uma responsabilidade social no pensamento de cada um, no momento em que todos enfatizaram os interesses públicos como linha editorial da assessoria, o que nos reporta a entender que a filosofia dos resultados sociais prevalece como finalidade do trabalho desenvolvido.

Valter Nogueira acredita que há no cotidiano da Assessoria a prática Jornalismo Público, “Uma vez que produz matérias a partir das ações produzidas no âmbito de uma instituição pública, mas com o interesse de levar informações ao público e de interesse coletivo”, conforme enfatizou em entrevista.

A priori, o temo público nos remete ao que é coletivo. Desta forma, o jornalismo público, assim como qualquer serviço público, dever ter como destino o povo. E, nesse caso particular, deve ser a produção de matérias produzidas no âmbito do setor público, mas com destino à coletividade, como forma de desenvolver a cidadania, bem como estimular a participação social nesse trabalho (VALTER NOGUEIRA, 2016).

Esse questionamento já foi abordado por Silva (2002), quando ressalta certas confusões que podem ocorrer em decorrência da própria comutação que se faz, no Brasil, em torno do setor público, em geral associado às esferas estatal e governamental. Para o autor, seria uma imprecisão imaginar que Jornalismo Público seria aquele praticado em setores públicos.

Em resumo, a verdade é que no País não houve uma receptividade ao gênero, nos moldes da origem, ao mesmo tempo em que também não houve rejeição. Essa situação proporcionou indefinições e a implantação de experiências derivadas do Jornalismo Público, providas de impacto social.

O fato é que vieram as experiências de um jornalismo com cunho social, de proximidade com o cidadão. É o início de uma nova realidade, que tem por missão ressuscitar a vida pública por meio do fortalecimento da cidadania e da melhoria do debate público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa proposta de estudo teve como abordagem principal a relação do Jornalismo Público, nos moldes adotados nos Estados Unidos no final do século passado, associada à experiência com o modelo de jornalismo praticado no setor público, especificamente, na Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba. O estudo evidencia as mudanças ocorridas no jornalismo, que entrou no século XXI em crise, diante de vários fatores que ocorreram nas duas últimas décadas do século passado.

As perspectivas mostraram que a realidade caminhou para outros horizontes, substancialmente, trazidos pelos reflexos da tecnologia que modificaram o processo de produção das notícias, abrindo um leque de possibilidades na prática do jornalismo, especialmente em relação às teorias e critérios de noticiabilidade. O jornalismo, tido como tradicional, não perde suas características como espelho de uma realidade, mas passa a permitir novos olhares para a objetividade, de forma que o observador justo e distanciado precisará de uma nova concepção, revista nesse tempo de interatividade, onde o tempo real supera o individualismo no tratamento das informações. As pautas podem ampliar o olhar, além de um retrovisor, isso porque a sociedade está acelerada, sem um rumo determinado, daí a razão de concebermos um jornalismo plural e democrático, presente na cobertura local de cada comunidade.

O jornalista do século XXI não poderá mais ficar equidistante às várias vertentes, viajando nas obviedades do dia a dia. Nesse jornalismo, a tendência é ser parceiro ativo na construção de um novo modelo, onde o cidadão esteja na vanguarda, no foco do universo daqueles que têm acesso à informação, desse modo, contribuindo para uma democracia inclusiva e, conseqüentemente, para o desenvolvimento humano. Talvez, associar esses critérios às tendências do Jornalismo Público possa ser pretencioso, embora não se tenha fechado, a partir dos resultados dessa pesquisa, concepções teóricas.

As novas tecnologias moveram com as estruturas no final do século passado, e transformaram os meios de comunicação com a chegada da convergência midiática, fator que fundamentou as transformações e a revolução nos acessos à informação. O receptor ou cidadão, que consumia as notícias, passou a interagir e

participar do processo de mudanças, sem que houvesse qualquer interferência por meio dos critérios e das teorias que movem o jornalismo. A internet foi um marco no processo, abrindo espaços para a mídia digital. O que isso provocou? A informação passou a ser mais democratizada, fenômeno que mexeu nas rotinas do jornalismo.

Todo esse processo de abertura e crescimento no poder de acesso livre às informações trouxe reflexo na sociedade. Por outro lado, os reflexos vieram com os resultados observados na imprensa americana nos anos 80, indicando as motivações para o movimento visto na década seguinte. A perda de audiência e o descrédito dos leitores, ouvintes e telespectadores, diante do distanciamento dos veículos foram os alertas para a nova realidade. O interesse público, fundamento para o jornalismo, já não encontrava espaços, tomado pelos interesses mercadológicos e políticos assumidos pelos veículos comerciais, realidade que concebemos em nosso jornalismo, mas, com outras características, conforme pudemos aferir em nosso trabalho.

O Jornalismo Público vem dessa realidade e nasce no momento em que as tecnologias começam a transformar o mundo da informação, ao mesmo tempo em que provoca um rompimento em tradicionais rotinas do jornalismo.

Com esse novo ideal, o jornalista passa a ser um ator social, atuando com os outros para cumprir os objetivos do Jornalismo Público, que seria ressuscitar a vida pública por meio do reforço da cidadania e da melhoria do debate público. Rosen (1991), um dos precursores do Movimento, advoga que o jornalismo precisa ser mais “público”, isto é, tentar encontrar maneiras de interessar um maior número de cidadãos na vida pública. Idealiza-se a vida pública mais interessante, encorajar o discurso sério a tornar-se “mais público”, enquanto tornamos o discurso público mais sério (ROSEN, 1991, apud TRAQUINA, 2001).

A nossa pesquisa demonstrou que no Brasil, ainda tratamos os fatos pelo viés da tradição cultural, onde o Jornalismo Público é associado às atividades do serviço público. Na observação ao Jornalismo Público de origem americana, temos que os conceitos se assemelham pelos temas de interesse da sociedade. E nessa configuração, associamos a prática a uma experiência vivida na Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça, especificamente no projeto social “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, buscando identificar a relação de proximidade nos procedimentos advindos aos preceitos do um modelo de jornalismo, evidentemente, sem qualquer conotação para mudar o status do modelo

tradicional. Apenas mostrar que existem as alternativas para alcançar o interesse público e a nova conjuntura política e social do Brasil permite essa preocupação.

A conclusão que chegamos nos remete à relação de proximidade que passamos a conviver a partir do novo projeto de relacionamento. Reuniões preparativas, acesso às comunidades, levantamentos estatísticos, segurança e mobilização das demais partes passaram a ser o cotidiano no trabalho daqueles profissionais que representaram os segmentos das diferentes áreas sociais. A cobertura feita pela Comunicação do Tribunal nessa experiência - não especificamente para inserir características inerentes à proposta americana, deixa para trás a noção do observador desprendido e assume papel de “participante justo”, preocupando-se com as ligações adequadas e conceber o público não como consumidores, mas como atores na vida democrática (TRAQUINA, 2003). Mesmo porque, a pesquisa consolida a relação de proximidade entre as ações desenvolvidas e a presença do jornalista público, convicto mediador entre os atores na relação com o público receptor.

Observamos na prática que o jornalismo do TJPB procurou não trabalhar apenas com o propósito comum, que seria o encaminhamento de pauta para produzir matérias a serem distribuídas sob forma de releases. Todo um processo de relacionamento, e acompanhamento, repercutiu, até o fechamento das reuniões. Ao final, a produção repercutiu com os resultados dos debates, entrevistas pontuais para as mídias internas e externas.

Inicialmente, como aconteceram em todas as experiências de aproximação ao Jornalismo Público, não havia preocupação dos personagens com a contextualização que amolda os procedimentos ao civismo, mas, na medida em que as ações eram desenvolvidas, mesmo sem intenções, a vinculação ganhava transtornos relevantes, até porque, houve preocupação dos jornalistas em promover os acontecimentos em busca de soluções para os problemas sociais, evidentemente, na defesa dos interesses públicos.

A perspectiva elevou a figura do jornalista público, que vem a ser o assessor de imprensa, importante no contexto geral para identificá-lo como profissional indispensável nesse processo de mudanças, especialmente, na interlocução com as comunidades e as fontes, com os veículos, posicionando-se como mediador na criação de um espaço público, que seria ocupado pela Imprensa.

A esse respeito, lembramos o ponto de vista levantado por Silva (2006), quando defende a criação de uma esfera pública, trazida pelo pensamento de Habermas (1984), ao enfatizar a discussão e o debate público, nos moldes históricos ressurgidos da Grécia antiga, que tinha como finalidade o debate sobre assuntos relacionados à regulação da sociedade.

Observa-se que, mesmo atravessando um momento de indefinições, o jornalismo tem perspectivas de transformações importantes e que não se afastam das prerrogativas democráticas, bastante visualizadas nos segmentos sociais e esse novo campo vem da abertura dos espaços públicos, no caminho da transparência. Vislumbra-se um novo nicho, ampliando-se as opções de um mercado de trabalho que enfrenta a retração.

Se nos meios acadêmicos a esfera pública, ou seja, campo de debate aberto, aparece como alternativa para os meios de comunicação, o que dizer da qualidade do debate conspiratório que circunda as instituições democráticas. Alguns exemplos abertos podem mostrar a promiscuidade sem limites entre o Poder Legislativo e o controle empresarial de concessionárias de radiodifusão, com deputados e senadores que são sócios ou partes interessadas em emissoras ou redes de televisão e de rádio (num flagrante conflito de interesses que contraria o disposto no artigo 54 da Constituição Federal).

Nessa pesquisa traduzimos a ideia de um jornalismo transparente, e eficiente na atuação em outro campo na visão de serviço público, num paralelo aos interesses dos negócios.

São polos que configuram com ideologias e interesses econômicos e políticos, pois nem sempre as motivações delineiam a publicação de notícias socialmente úteis ou relevantes. No segmento a empresa jornalística é direcionada ao lucro e aprofunda o caráter da notícia como mercadoria (TRAQUINA, 2004).

Sabemos da existência dos caminhos desvirtuados, mas isso existe em todos os segmentos da atividade pública e privada. Por isso, não há que se indagar, no campo acadêmico, sobre o comprometimento do jornalista público, em relação à credibilidade na produção da notícia. Na esfera privada há preocupação semelhante, quando levamos para o campo da responsabilidade social e da ética. O jornalismo não existe apenas na forma tradicional. Tem seus gêneros e deve respeitar as suas

prerrogativas constitucionais, suas regulamentações e não pode ser vinculado aos desvios pontuais, em qualquer que for das áreas onde esteja sendo praticado.

Em toda trajetória do texto, procuramos fazer uma interligação dos requisitos legais que embasam a atividade do jornalismo, no compromisso com o interesse público. Buscamos mostrar o distanciamento do jornalismo tido como tradicional, na prática, com as responsabilidades sociais, análise que vem desde os primórdios, na origem e percebidas pelo Jornalismo Público, concluindo que não há nos meios tradicionais de se fazer jornalismo o comprometimento com uma agenda pública mínima. Existe uma infinidade de temas em permanente debate numa sociedade democrática. E há momentos específicos em que decisões são tomadas com efeitos duradouros para toda a coletividade.

Por tudo isso, mostramos que o jornalismo praticado no setor público pode ser uma saída, uma expectativa de solução para o distanciamento dos veículos tradicionais. Chaparro (1985) afirma que a assessoria de imprensa deve liberar-se do vínculo e da relação histórica e natural com o marketing. Como atividade jornalística, a assessoria de imprensa deve assumir as funções, os critérios e os valores do jornalismo – não apenas os técnicos, mas também os éticos. Com isso, é responsabilidade das assessorias públicas a adoção de um padrão ético de atuação próprio da profissão.

Mostramos na pesquisa a procura pelo jornalismo praticado no âmbito de uma repartição pública, intencionalmente comprometida com a cidadania, intermediada na cooperação das instituições públicas, nos casos em que a finalidade esteja focada no interesse social. Reitera-se o vínculo assumido no trabalho institucional da Diretoria de Comunicação do Tribunal de Justiça da Paraíba aos princípios do Jornalismo Público, com foco no interesse público, por meio do projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”, idealizado para levar o debate social à comunidade, em vários bairros de João Pessoa, evidenciando-se a relação entre as rotinas de trabalho.

Em conclusão, chegamos ao entendimento de que a crise do jornalismo, que vem do século passado, tem relação com as novas tecnologias, que permitiram, por meio da internet, a criação de novas mídias, convergentes para um processo de interatividade, no tempo real, abrindo os espaços democráticos ao cidadão.

Essa realidade produziu reflexos nos métodos tradicionais de se fazer jornalismo e, ampliou as perspectivas. Aliamos a esse movimento a transparência do

serviço público, e em consequência, a visibilidade e a responsabilidade social. O jornalismo do setor público, no Brasil, apesar do viés de oficialidade, tem um papel importante na preservação dos interesses públicos, até porque, deve ser guardião de uma boa prestação de serviços. Sendo assim, traduzimos nessa pesquisa a relação dos conceitos do Jornalismo Público iniciado nos EUA às experiências vividas em nosso país, numa concepção própria que indica uma nova configuração.

A proximidade ao interesse público reforça a preocupação de se tornar sempre ligado ao fato social, ou à fonte geradora da informação, em contraponto ao jornalismo tradicional, que preza pelo afastamento, conforme Rosen (apud COSTA FILHO, 2006).

Os dados coletados na pesquisa, analisados nas perspectivas técnicas e orientados pelos critérios científicos, nos mostraram a capacidade do Jornalismo Público em transformar paradigmas, experiência essa demonstrada no jornalismo praticado pela Comunicação do TJPB, para moldar suas coberturas dentro de critérios mais democráticos e comprometidos com a cidadania, isso, numa comparação que pode ser diagnosticada em relação aos veículos que praticam o jornalismo nos critérios da tradição. O enfoque social, as demandas levadas a público em debates e os compromissos pelos avanços foram constatados nos resultados finais da aferição, mas, não deixamos de enfatizar o desconhecimento dos profissionais em relação aos conceitos que originaram a prática do Jornalismo Público, nos moldes que protagonizaram seu início.

A pesquisa endossa que o Jornalismo Público tem, no Brasil, características próprias, dissociadas do modelo plantado nos Estados Unidos. Por outro lado, verifica-se que há uma crescente vertente de profissionalização dos jornalistas que atuam no setor público e que esses setores tendem a ser reorganizados e devidamente estruturados para atender às demandas jornalísticas.

O setor precisa contar com jornalistas públicos, contratados para exercer a profissão conforme é regulamentada, e ainda assim, buscar nos conceitos do Jornalismo Público definições que possam contribuir com as práticas que favoreçam o cidadão, não apenas como consumidor ou receptor da notícia, mas também como ator, fonte e participante na relação.

Enfim, reforçamos a necessidade de se fortalecer e aprofundar o debate em torno da profissionalização das assessorias públicas, tendo como mediador o jornalista público, que perante à realidade contemporânea, tende a desenvolver as

suas prerrogativas, asseguradas nos princípios que sempre haverão de nortear o jornalismo, em que pese os requisitos da ética ou da autonomia para o exercício da profissão. Do mesmo modo como essas obrigações também devem ser compromisso nas atividades dos jornalistas dos veículos privados, independentemente dos interesses mercadológicos dos proprietários, o que, muitas vezes não são.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1996.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Pesquisa participante**. Brasukiense. S. Paulo, 1999.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Presses Universitaires de France, Edições Persona, Lisboa, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio De Janeiro: Jorge Zahar Editora.

BREED, Warren. **Controle social na redação: uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa, 1993.

BENETTI, Marcia. **Análise do Discurso: estudo de vozes e sentidos**. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Comunicação Pública. XXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. Recife. In: ENAP – Escola Nacional de Administração Pública. **Curso de Comunicação Pública**, 2005.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa – Como Fazer – 2ª edição**, Summus Editora, São Paulo, 2003.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Cem anos de assessoria de imprensa**. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. Ed. Atlas, São Paulo, 2010.

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

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

CASTILHO, Carlos. **"Jornalismo público"**. Boletim 15 (1997). Disponível em: <<http://www.igutenberg.org/casti15.html>>.

CASTELLANOS, Ana Maria Miralles. **La construcción de lo público desde el periodismo cívico**. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/2gt/Ana%20Maria%20Miralles.doc>>.

CRUZ, Maurício Stunitz. **Público e Privado: O surgimento e a evolução dos conceitos**. Disponível: <<http://www.pr.gov.br/batebyte/edicões/1994/bb36/público>>.

COSTA FILHO, P. C. **Jornalismo público: por uma nova relação com os públicos.** São Paulo: Organicom, ano 3, n. 4. 2006.

CAMPONEZ, Carlos. **A crise do jornalismo face aos novos desafios da comunicação pública.** In: Associação Portuguesa de Sociologia. Disponível em: <http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR46151be427116_1.pdf>.

CRISTO, D. Jornalismo Social III. **O Aqui e Agora. Julho de 2012.** Disponível em: <<http://oagueagora.blogspot.pt/2012/07/jornalismo-social-iii.html>>.

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia.** Ed. Atlas, São Paulo, 2010.

DUARTE, Jorge; VERAS, Luciara (Org). **Glossário de Comunicação Pública. Brasília:** Casa das Musas, 2006 (no prelo).

DANTON, Gian. **A teoria do jornalismo e a seleção de notícias.** Macapá, 2003. Disponível: <<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=893>>

FERNANDES, Marcio. **Civic Journalism: haverá um modelo brasileiro?** Editora Unicentro, 2008.

FERREIRA, M. C. **O sujeito forja o ambiente, o ambiente “forja” o sujeito: mediação indivíduo-ambiente em ergonomia da atividade.** In M. C. Ferreira; S. D. Rosso (Orgs.). *A regulação social do trabalho*, Brasília, 2015.

FERNANDES, Márcio Ronaldo Santos. **Civic Journalism no Brasil: a construção de um plano de referência para um Jornalismo Público.** Unicentro, 2004. Disponível em: <http://200.155.18.61/informacao/79c2f01_115d80a527a_-7fe1.pdf>.

FERNANDES, M. **Jornalismo cívico: um estudo comparado dos modelos brasileiro e americano’** in Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. 25, 2002, Salvador.

FERNANDES, Márcio Ronaldo dos Santos. Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro).

FERNANDES, Marcio. **“Civic Journalism no Brasil: A construção de um plano de referência para um jornalismo público” – Comunicação e Cidadania.** 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Braga – 2008.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual de Assessoria de Imprensa.** Brasília-DF, FENAJ, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** Atlas, São Paulo, 2008.

GARCIA, Luiz. **O GLOBO, Manual de Redação e Estilo**. Ed. Globo. São Paulo, 1998.

GOMIS, Lorenzo. **Os interessados produzem e fornecem os fatos**. Tradução de Camille Reis. Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis, v. 1, n. 1, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Antônio Carlos Gil. São Paulo: Atlas, 2008.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. **Micropolítica: Cartografias do Desejo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1999.

GALDÓN LÓPEZ, Gabriel. **Desinformación: Métodos, aspectos y soluciones**. EUNSA: Pamplona, 1999 - Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano V - n. 2. 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, Jürgen. Direito e Democracia. **Entre Facticidade e Validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. v. II.

HARTLEY, Jean F. **Case studies in organizational research**. In: CASSELL, Catherine; SYMON, Gillian, **Qualitative methods in organizational research: a practical guide**. London: Sage, 1994.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **Pesquisa em Comunicação**. S.Paulo, Loyola, 2003.

LAGE, Nilson. **A Reportagem: Teoria e Técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro, Record, 2001.

LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Petrópolis: Vozes, 2008. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2010.

MESQUITA, Mário (org.). **Revista de Comunicação e Linguagens**. nº 21-22. Lisboa: Cosmos, 1995.

MOREIRA, Fabiane. **Valores Notícia no Jornalismo Impresso**. Porto Alegre, 2006.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. S. Paulo, Malheiros, 2014.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Capital da Notícia**. São Paulo: Ática, 1986.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília. Brasília, 2011.

MENDES, A. M.- **Escuta e resignificação do sofrimento: ousos de entrevista e análise categorial nas pesquisas em clínica do trabalho**. In Sociedade Brasileira de Psicologia Organizacional e do Trabalho (Org.), Anais Eletrônicos do II Congresso de Psicologia Organizacional e do Trabalho. Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.sbpot.org.br/iicbpot/anais.asp>>.

MARTINS FILHO, Ives Gandra. **O princípio ético do bem comum e a concepção jurídica de interesse público**. Disponível: <www.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=11>.

MAIA, R. **Política deliberativa e tipologia de esfera pública**. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação – Compós - Bauru, 2006.

MORETZSOHN, Sylvia. **O mito libertário do “jornalismo cidadão, Comunicação e Sociedade**. 2006.
<http://www.ichca.ufal.br/laboratorio/novasmidias/textos/mitolibertario.pdf>

MORAES, B. S. de. **Jornalismo Público: um olhar sobre o Repórter Brasil**.

QUADROS, Claudia Irene. **Jornalismo Público, rádio e internet – Uma combinação possível?** Comunicação e Espaço Público. Brasília, 2005. Disponível em:<http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2005a/Artigo_3.claudia.barros.pdf>.

PAIVA, R. **Para reinterpretar a comunicação comunitária**. In: PAIVA, R. O Retorno da Comunidade: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

ROSEN, Jay. **What Are Journalists For? New Haven**. London, Yale University Press, 1999.

ROSEN, J. **"Para Além da Objetividade"**. In: Traquina, Nelson e Mesquita, Mário (2003) - "Jornalismo Cívico". Livros Horizonte, Lisboa, 2003.

ROTHBERG, D. **Jornalismo Público: informação, cidadania e televisão**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

ROSEN, Jay, apud ASSIS, Lima, Marcos Antônio. **Jornalismo, Democracia e Educação: algumas reflexões sobre o Jornalismo Cívico**. Intercom - São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v35n2/03.pdf>>.

RABELO, D. C. **Desafios: difundir-se e tornar-se comunitária**. In: MARQUES DE MELO, J.; COBBI, M.C.; SATLER, L. (Org.). *Mídia Cidadã-Utopia Brasileira*. São Bernardo do Campo: UESP, 2006.

ROBERTS, Robert. EKSTEROWICZ Anthony. **Local News, presidencial campaign, and citizenship education a Proposal, OS,1996**. in *Jornalismo Público*.

RIBEIRO, Fernanda; ORTIZ, Daniel. **A função social do jornalismo comunitário**. Disponível: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/ima/6/6a - Fernanda_e_Daniel.pdf>.

RIBEIRO, Eduardo. **Comunicação no Serviço Público ganha espaço**. Abracom, 2004. Disponível em:<http://www.abracom.org.br/noticias/admin_impr.asp?cod=1181>

RODRIGUES , C. **“Blogs e a fragmentação do espaço público”**. LABCOM, Universidade da Beira Interior: Covilhã,2006. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/>>.

RIBEIRO, Fernanda; ORTIZ, Daniel. **A função social do jornalismo comunitário**. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/6a - _A função do social - Fernanda_e_Daniel.pdf>.

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Fontes de Notícias: ações e estratégias das fontes no Jornalismo**. Aldo Antônio Schmitz. Florianópolis, Combook, 2011.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. CD do II Encontro Anual da SBPJor. Salvador: 2004.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo Público: O Social como Valor-Notícia**. Editora Universidade de Brasília, 2002.

SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva,1997.

SHOEMAKER, Pamela. **Teoria do Gatekeeping – seleção e construção da notícia**. Porto Alegre, ed. Penso, 2011.

SOLOSKI, John. **O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

SANTOS, Rogério. **Negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, 1997.

SERRA, Sônia. **Relendo o Gatekeeper: notas sobre condicionantes do jornalismo**. Compós, 2004. Disponível em: <www.ufrgs.br/gtjornalismocompos>.

SILVA, Carlos Eduardo Lins. **Jornalismo público da Cultura exige esforços. Ilustrada, Folha de São Paulo, 2004**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u41551.shtml>>.

TRAQUINA, Nelson, MESQUITA, Mario. **Jornalismo Cívico**. Livros Horizonte, Lisboa, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **As notícias**. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – A Tribo Jornalística – Insular**. Florianópolis, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Porque as Notícias são como são**. Insular, Florianópolis, 2005.

TARGINO, M. das G. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Brasília, UNESCO, 2009.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico**. In TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, 1993.

TEIJEIRO, Carlos Alvarez. **Fundamentos Teóricos del Public Journalism. Colección Cuadernos Australes de Comunicación**. Facultad de Ciencias de la Información. Buenos Aires: Universidad Austral, 1999.

TARGINO, M. das G. **Jornalismo de fonte aberta e seu enfrentamento às teorias do jornalismo - o caso do Centro de Mídia Independente Brasil**. 2007. Tese (Instituto Interuniversitario de Iberoamérica) – Universidad de Salamanca, Salamanca, 2007.

URE, Marian. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano V, 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/19846924.2008v5n2p113/10190>>.

VIZEU, Alfredo, **O jornalismo e as teorias intermediárias: Cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da análise do discurso**. Intercom - Belo Horizonte. São Paulo, 2003.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação: As três crises do jornalismo**. Cap. XII, Algés, Difel, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5ª ed. Lisboa: Presença, 1999.

WEBER, Maria Helena, COELHO, Maria Pfeiffer. **Entre Jornalismo e Poderes**, In SILVA, Gislene, KUNSCH Dimas, BERGER, Christa. **Jornalismo Contemporâneo – figurações, impasses e perspectivas**. COMPÓS Salvador / Brasília 2011.

APÊNDICE A – Transcrição de entrevistas

Entrevista com Jornalista Valter Nogueira – Diretor de Comunicação do TJPB

P - Como você analisa o trabalho feito pela Diretoria do Tribunal de Justiça da Paraíba, no tocante aos interesses sociais das matérias produzidas pelos jornalistas, especificamente no projeto “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito”?

R – Considero que o trabalho da Gerência de Comunicação do TJPB é bem mais voltado a transmitir ao público em geral a ação institucional, para que o público conheça o trabalho desenvolvido pelo Poder Judiciário. As matérias terminam sendo do dia a dia da agenda presidencial, das sessões dos órgãos fracionários da Corte, bem como de julgamentos de processos de repercussão social.

P - Há alguma orientação para que os interesses públicos e a cidadania sejam ressaltados e que os entrevistados possam contribuir para melhor orientar os veículos de imprensa e os cidadãos, principalmente no que diz respeito a projetos sociais adotados pela Justiça?

R – Nós que trabalhamos na produção de notícias, buscamos, em algumas pautas, direcionar matérias para esclarecimento ao público sobre os benefícios de algumas leis para o cidadão, como eles podem buscar seus direitos (a exemplo de como agir para obter a permissão de viajar com crianças e adolescentes; os direitos do consumidor em viagens aéreas; esclarecimentos sobre o novo Código Civil; funcionamento dos Juizados Especiais etc.). Temos a preocupação de aproximar a Justiça da sociedade.

P - Nossa pesquisa elegeu o projeto "Justiça em Seu bairro - Mulher Merece Respeito", projeto implantado e acompanhado pela Diretoria. Que contribuição a Comunicação do TJPB está dando para os resultados e como os veículos privados estão sendo pautados para coberturas?

R – O “Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito” é um projeto que envolve de uma forma direta os cidadãos, com palestras em escolas e instituições públicas.

No primeiro momento, a Gerência de Comunicação conseguiu envolver os órgãos de imprensa, público (TVs Assembleia e Câmara) e privado a dar cobertura nos seus programas jornalísticos, através de sugestões de pauta. Aí sempre entra a questão da produção e distribuição dos releases para a imprensa em geral e o contato por telefone, chamando para os primeiros eventos. Depois, naturalmente o caso deixa de ser notícia.

P – Você tem avaliações da receptividade do público receptor, dos cidadãos envolvidos e beneficiados e dos veículos de Comunicação?

R - Temos a convicção de que o trabalho está surtindo os efeitos esperados. Na cobertura do projeto são preparados releases diferenciados para a imprensa, mostrando a importância do projeto. A receptividade dos veículos é satisfatória, apesar de não ser ainda uma pauta prioritária, devido ao alcance social, mas tem contribuído para a redução das demandas judiciais, prevenido e encorajado as mulheres da necessidade de fazerem as denúncias, antecipando a prevenção contra os crimes de violência.

P - Além das pautas cotidianas, como vocês mobilizam os veículos para a divulgação das notícias em relação ao projeto, essencialmente de interesse público. Você sente o compromisso e responsabilidade social da empresa?

R – Além das pautas, contatos são feitos sobre os locais onde serão realizadas as reuniões. Esse trabalho é complementado com o envio dos releases à Imprensa e., produção de tapes para o rádio e edição de matérias para o programa do Tribunal local, o Justiça Cidadã, para ser veiculado em todas as TV públicas do Estado, Rádio Tabajara, e *on line* do portal do TJPB na internet, devido a importância do projeto citado, há um grande interesse dos veículos de comunicação em divulgá-lo. E esse fato tem sido muito importante para a disseminação da iniciativa. A TV, o rádio, o jornal impresso, os portais e as redes sociais têm dado grande apoio ao projeto na divulgação.

P – As TV públicas e privadas abrem espaços para a proposta?

R – Fizemos parcerias com as TVs Assembleia, Câmara e Itararé de Campina Grande para transmitir os programas de 30 minutos, onde estarão editadas as

melhores matérias que produzimos e o tema da pesquisa está inserido, inclusive nos vídeos que postamos no site. Tivemos a preocupação de promover divulgações em vários veículos públicos, a exemplo de TV Assembleia e Câmara, assim como pautamos e enviamos o material para as TVs privadas, no entanto a receptividade é bem menor. Estamos priorizando assunto de cunho social e público porque essa é uma de nossas responsabilidades perante a sociedade.

P - Em quais veículos e redes sociais administradas pela Comunicação do TJPB essas matérias foram divulgadas?

R – Portal oficial (www.tjpb.jus.br) facebook do TJPB, twitter. Há também divulgação na revista oficial do Poder Judiciário, intitulada “Consenso”, que circula trimestralmente. E, por fim, o Tribunal, através da Diretoria de Comunicação, edita uma página impressa, publicada semanalmente (sempre aos domingos) no jornal Correio da Paraíba.

P - O que Você entende por Jornalismo Público?

R – A priori, o termo público nos remete ao que é coletivo. Desta forma, o jornalismo público, assim como qualquer serviço público, dever ter como destino o povo. E, nesse caso particular, deve ser a produção de matérias produzidas no âmbito do setor público, mas com destino à coletividade, como forma de desenvolver a cidadania, bem como estimular a participação social nesse trabalho.

P - Você acha que a Gerência pratica Jornalismo Público, ou trabalha com Jornalismo do setor Público?

R - A Diretoria pratica Jornalismo Público, vez que produz matérias a partir das ações produzidas no âmbito de uma instituição pública e interagindo com a comunidade com o interesse de levar informações ao público e de interesse coletivo.

P - Na sua opinião, o Jornalista que trabalha no serviço público deveria ser mais valorizado, já que têm preocupações profissionais e ética? Como você acham que são vistos pela imprensa?

R – Penso que todo jornalista deve ser valorizado. No caso particular do jornalista que trabalha no serviço público, a valorização dever ocorrer com mais ênfase, não

só do ponto de vista salarial, mas principalmente no que diz a autonomia e respeito as condições de trabalho, com ênfase à oferta de cursos de capacitação e reciclagem.

P - Você acha que os veículos de João Pessoa prestigiam o Jornalismo Público, ou melhor, praticam Jornalismo Público?

R - Os veículos da Capital têm, sim, prestigiado o jornalismo público, já que é notório o grande volume de notícias produzidas por órgão públicos e publicadas na imprensa tradicional. É interessante que o enfoque dado nas matérias, reforçando o caráter público e social da notícia merece acolhida nas redações, numa demonstração de que as matérias são produzidas dentro dos critérios gerais do Jornalismo, embora saiam de uma repartição pública.

Entrevista com a Jornalista Eloíse Elane: Chefe de Redação da Diretoria de Comunicação do TJPB

P. Como Vocês analisam o trabalho feito pela Gerência do Tribunal de Justiça da Paraíba, no tocante aos interesses sociais das matérias produzidas pelos jornalistas?

R: Considero que o trabalho da Gerência de Comunicação do TJPB é bem mais voltado a transmitir ao público em geral a ação institucional, para que o público conheça o trabalho desenvolvido pelo Poder Judiciário. As matérias terminam sendo do dia a dia da agenda presidencial, das sessões dos órgãos fracionários da Corte, bem como de julgamentos de processos de repercussão social. Essa experiência com o Jornalismo Público é algo novo.

P. Há alguma orientação para que os interesses públicos sejam ressaltados e que os entrevistados possam contribuir para melhor orientar os veículos de imprensa e os cidadãos, principalmente no que diz respeito a projetos sociais adotados pela Justiça?

R: Nós que trabalhamos na produção de notícias, buscamos, em algumas pautas, direcionar matérias para esclarecimento ao público sobre os benefícios de algumas leis para o cidadão, como eles podem buscar seus direitos (a exemplo de como agir para obter a permissão de viajar com crianças e adolescentes; os direitos do consumidor em viagens aéreas; esclarecimentos sobre o novo Código Civil; funcionamento dos Juizados Especiais etc.).

P. Nossa pesquisa elegeu o projeto "Justiça em Seu bairro - Mulher Merece Respeito" - Esse projeto foi implantado e acompanhado pela assessoria de forma diferenciada: Como você analisa a proposta e que contribuição a Comunicação do TV deu para que os resultados sejam positivos e para que os veículos privados se interessem nas coberturas e pautas?

R: O "Justiça em Seu Bairro – Mulher Merece Respeito" é um projeto que envolve de uma forma direta os cidadãos, com palestras em escolas e instituições públicas. No primeiro momento, a Gerência de Comunicação conseguiu envolver os órgãos de

imprensa, público (TVs Assembleia e Câmara) e privado a dar cobertura nos seus programas jornalísticos, através de sugestões de pauta. Aí sempre entra a questão da produção e distribuição dos releases para a imprensa em geral e o contato por telefone, chamando para os primeiros eventos. Depois, naturalmente o caso deixa de ser notícia. Para reavivar, foram produzidas matérias fazendo levantamentos estatísticos para saber a participação da comunidade e se haviam aumentado o número de denúncias junto aos órgãos envolvidos com o projeto, ou se as pessoas presentes aos encontros chegaram a se manifestar sobre problemas violência em casa. Não dá para avaliar o quanto essas matérias possam ter atingido o público, tenham provocado algum interesse.

P. Sabemos que, além da imprensa privada, a Gerência teve a preocupação de promover divulgações em vários veículos públicos, a exemplo de TV Assembleia e Câmara. Como esse trabalho foi realizado e houve deliberação para que essa divulgação fosse priorizada?

R: A Gerência de Comunicação tem o programa de TV "Justiça em Revista" que é veiculado na TV Assembleia, TV Câmara e TV Itararé (TV privada). Dentro desse programa, matérias sobre o "Justiça em Seu bairro - Mulher Merece Respeito" foram veiculadas. Também, material bruto das palestras e ações do "Justiça em Seu bairro - Mulher Merece Respeito" foi encaminhado para a TV Justiça.

P. Em quais veículos e redes sociais administradas pela Gerência de Comunicação essas matérias foram divulgadas?

R: Site institucional, twitter e Facebook

P. O que você entende por Jornalismo Público?

Seria um jornalismo sem interesse mercadológico, ou seja, que gere benefícios financeiros para o setor que está trabalhando com a informação. A informação gerada pelo jornalismo público deve servir para esclarecer a população, o público de um modo geral, sobre educação, saúde, direitos humanos, arte, lazer e tudo que sirva ao desenvolvimento da sociedade. Deve gerar em quem absolve a informação uma visão crítica sobre o tema, sem que essa visão crítica seja imposta, mas que dê o direito do próprio cidadão opinar sobre o que acha que é certo ou errado.

P. Você acha que a Gerência pratica Jornalismo Público, ou trabalha com Jornalismo do setor Público?

R: De forma geral pratica um jornalismo do setor público. É voltado mais a apresentar a instituição de que esclarecer realmente o cidadão. Apesar da experiência que experimentamos com o projeto “Mulher Merece Respeito”, entendo que a Gerência de Comunicação ainda não está suficientemente estruturada para fazer um jornalismo público. Acho que os profissionais de imprensa do setor, os próprios servidores e magistrados, de um modo geral, ainda não estão preparados para esse tipo de comunicação.

P. Na sua opinião, o Jornalista que trabalha no serviço público deveria ser mais valorizado, já que têm preocupações profissionais e ética? Como você acha que são vistos pela imprensa?

R: Por um bom tempo, a comunicação feita por assessorias de imprensa, especialmente pública, não era bem aceita pelos órgãos de Comunicação. Era vista apenas como propaganda dos órgãos ou empresas (praticada por muitos para enganar o público, passar uma imagem inverídica). Hoje a sociedade está mais consciente e exige transparência, principalmente dos órgãos públicos. Quanto a ser melhor remunerado, qualquer profissional deve ser bem remunerado, especialmente, quando esse profissional procura se dedicar e melhorar a qualidade do seu serviço, procurar se qualificar profissionalmente. Mas esta não é a nossa realidade. Sempre que se fala em cortes de gastos e de pessoas, o primeiro setor que os órgãos se lembram são das assessorias de imprensa. Essa é uma realidade não só no Poder Judiciário, mas em todos os órgãos públicos e até empresas privadas.

P. Você acha que os veículos de João Pessoa prestigiam o Jornalismo Público, ou melhor, praticam Jornalismo Público?

R: Não tem o menor perigo. Os veículos de comunicação em João Pessoa, Paraíba e Brasil praticam totalmente o jornalismo mercadológico.

Entrevista a Daniele Lins – Repórter de TV

P. Como você analisa o trabalho feito pela Gerência do Tribunal de Justiça da Paraíba, no tocante aos interesses sociais das matérias produzidas pelos jornalistas?

R. Acredito que o foco institucional é bem maior em relação ao social. Porém, também cabe a quem redige a matéria redirecionar o foco, quando possível.

P. Há alguma orientação para que os interesses públicos sejam ressaltados e que os entrevistados possam contribuir para melhor orientar os veículos de imprensa e os cidadãos, principalmente no que diz respeito a projetos sociais adotados pela Justiça?

R. Sim. Há prioridade na realização de matérias que atendam aos interesses da sociedade, a exemplo de projetos e convênios firmados com governo e/ou prefeituras em todo o Estado.

P. Nossa pesquisa elegeu o projeto "Justiça em Seu bairro - Mulher Merece Respeito" - Esse projeto foi implantado e acompanhado pela assessoria de forma diferenciada: Como você analisa a ideia e que contribuição a Comunicação do TJ deu para que os resultados sejam positivos e para que os veículos privados se interessem nas coberturas e pautas?

R. O projeto "Justiça em Seu bairro - Mulher Merece Respeito" é um projeto inovador. Criado na gestão anterior, ele tem sido ampliado e difundido em diversas comunidades, escolas, igrejas e diversas outras instituições. O programa de tv "Judiciário em Revista" veiculou nas tvs Câmara JP e ALPB e traz a cobertura das ações, palestras e orientações contra a violência doméstica, por meio da divulgação da Lei Maria da Penha.

P. Sabemos que, além da imprensa privada, a Gerência teve a preocupação de promover divulgações em vários veículos públicos, a exemplo de TV Assembleia e Câmara. Como esse trabalho foi realizado e houve deliberação para que essa divulgação fosse priorizada?

R - O programa de TV é o “Judiciário em Revista”, divulgado quinzenalmente e reprisado durante a semana. No seu conteúdo temas sobre os acontecimentos recentes na Justiça Paraibana e em especial as matérias do Justiça em seu Bairro.

P. Em quais veículos e redes sociais administradas pela Gerência de Comunicação essas matérias foram divulgadas?

R- Normalmente no site tipb.jus.br , onde ficam os arquivos dos programas, Twitter e Facebook.

P. O que você entende por Jornalismo Público?

R - Conecta o jornalismo ao interesse público ao preservar o direito à informação e possibilita que os meios de comunicação de massa cumpram sua função social.

P. Vocês acham que a Gerência pratica Jornalismo Público, ou trabalha com Jornalismo do setor Público?

R - Acredito que não na maioria das vezes, pois grande percentual de notícias envolvem as ações institucionais do Poder Judiciário, mas sentimos que há uma preocupação maior nessa interatividade com as comunidades através dos canais públicos.

P. Na sua opinião, o Jornalista que trabalha no serviço público deveria ser mais valorizado, já que têm preocupações profissionais e ética? Como você acha que são vistos pela imprensa?

R - A valorização é sinônimo de motivação. Nesse caso, entendo que vai depender tanto dos próprios jornalistas quanto dos gestores. Nos dias de hoje ainda existe "um quê" de competitividade entre alguns órgãos de imprensa, contudo, essa realidade não nos atinge uma vez que a nossa fonte de notícias "alimenta" diversos sites e blogs seja da imprensa pública ou privada.

P. Você acha que os veículos de João Pessoa prestigiam o Jornalismo Público, ou melhor, praticam Jornalismo Público?

Acredito que o veículo rádio (principalmente nas comunidades) prestigia com mais fidelidade às notícias de interesse público. Não vemos isso acontecer na maioria dos veículos. Principalmente os que são concessões públicas. programa de TV ainda é veiculado nas TVs públicas (TV Assembleia, TV Câmara e TV Itararé (Cultura), sendo que nas duas primeiras há replicações em vários horários durante a semana.

No espaço de rádio, veiculado na Rádio Tabajara, havia a edição de um programa com uma hora de duração, dividido em três blocos, sendo o primeiro de notícias gerais, depois da escalada, para em seguida prosseguir com reportagens e entrevistas. No projeto, funcionaram também as redes sociais, Facebook, Twitter e o “Fale Conosco” do site oficial, mais um mailing com 350 e-mails de sites, veículos e emissoras em todo o Estado.

O projeto teve a coordenação do Juizado da Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher e se desenvolveu com a realização de reuniões nas comunidades, previamente agendadas e organizadas com a participação de todos os agentes envolvidos no tema. Eram encontros de caráter preventivo, informativo e educativo, na medida em que se desenvolviam as palestras, debates e orientações promovidas por profissionais especializados.

Os encontros foram programados para ambientes sociais, em escolas, universidades, congregações religiosas, centros estudantis e demais instituições. O principal objetivo dessas paradas, e diferencial da cobertura tradicional, estava focado, primeiro, na aproximação ao ambiente do cidadão receptor, numa espécie de esfera pública, onde os temas eram expostos e discutidos na conscientização e na mobilização das comunidades.

O ponto de partida dos debates foi a Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340). As palestras eram feitas de forma simples e didática, mas abertas às discussões e interferências do público, em igualdade de condições e tempo. Todas as questões discutidas eram relacionadas aos procedimentos inerentes à aplicação da lei e as providências dos órgãos públicos para atender os anseios daquela comunidade. As perguntas, os folders e os contatos diretos visaram motivar as mulheres em situação de risco a debater seus interesses, buscando meios preventivos, e até denunciarem os agressores, inclusive, de forma anônima com as garantias legais.

O projeto teve como finalidade promover um trabalho proativo, antecipando-se aos delitos, de forma permanente e diretamente junto às pessoas envolvidas e as vítimas do sistema.