

MÔNICA CRISTINE FORT



*A FORMAÇÃO UNIVERSITÁRIA DO JORNALISTA E SEU
COMPROMISSO SOCIAL*

Dissertação apresentada à Pontifícia Universidade Católica do Paraná, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação, sob a orientação do professor Dr. Peri Mesquida.

*CURITIBA
1999*



Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Centro de Teologia e Ciências Humanas
Departamento de Educação
Mestrado em Educação

ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE EXAME DE DISSERTAÇÃO DO CURSO DE MESTRADO EM EDUCAÇÃO, DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ.

Exame de Dissertação n.º 152

Aos vinte dias do mês de abril de um mil novecentos e noventa e nove, realizou-se a sessão pública de defesa de dissertação "A FORMAÇÃO UNIVERSITÁRIA DO JORNALISTA E SEU COMPROMISSO SOCIAL", apresentada por **Mônica Cristine Fort**, ano de ingresso 1996, para obtenção do título de Mestre. A Banca Examinadora foi composta pelos seguintes professores:

MEMBROS DA BANCA	ASSINATURA
Prof. Dr. Peri Mesquida	
Prof. Dr. Herivelto Moreira	
Prof.ª Dr.ª Maria Elisabeth Blanck Miguel	

De acordo com as normas regimentais a Banca Examinadora deliberou sobre os conceitos a serem atribuídos e que foram os seguintes:

Prof. Dr. Peri Mesquida	Conceito <u>17</u>
Prof. Dr. Herivelto Moreira	Conceito <u>A</u>
Prof.ª Dr.ª Maria Elisabeth Blanck Miguel	Conceito <u>A</u>
	Conceito Final <u>A</u>

Observações da Banca Examinadora:

Prof.ª Dr.ª Maria Amélia Sabbag Zainko
Diretora da Área de Educação
Coordenadora do Curso de
Mestrado em Educação

“Entre o educador e o jornalista existe um denominador comum: o amor à verdade e a paixão pela liberdade.”

Carlos Alberto Di Franco

Agradeço a Haroldo Capote Filho pelo amor, pelo apoio e pela companhia. Meus sinceros agradecimentos, também, a todos os que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização desta pesquisa, em especial à Solange Corrêa Barbosa e aos professores Antônio Strano Vieira, Celina do Rocio Alvetti, Liana Leão, Zélia Pavão e Márcia Fernandes Lobato e aos estudantes de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da PUC-PR.

SUMÁRIO

LISTA DE ANEXOS	vii
LISTA DE TABELAS	vii
RESUMO	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUÇÃO	1
Problema de Pesquisa	2
Objetivos e Justificativa	2
Metodologia	4
CAPÍTULO I – Contextualização	6
1.1 – A imprensa constrói e destrói reputações: um alerta aos consumidores de notícias	13
1.2 – Diploma X Cultura: discussão permanente	26
CAPÍTULO II – Jornalismo como instrumento pedagógico	31
2.1 – Faculdade de Jornalismo: escola técnica ou humanista?	32
2.2 – A visão de profissionais de Comunicação	42
2.3 – Jornalistas, mas não intérpretes	48
CAPÍTULO III – Comunicação: Epistemologia e Tautismo	53
3.1 – Questões ideológicas e mídia	60
3.2 – Reflexos da Indústria Cultural?	65
CAPÍTULO IV – Alunos de Jornalismo apontam preferências e necessidades	68
4.1 – Estudo realizado em 1996	68
4.2 – Estudo realizado em 1998	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
Interpretando os resultados da pesquisa	96
Vendo o jornalismo como elemento pedagógico	101

ANEXOS	108
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142
REFERÊNCIAS VIDEOGRÁFICAS	149

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Programa de disciplinas do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, da PUC-PR	109
Anexo 2 – Ementário das disciplinas do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, da PUC-PR	111
Anexo 3 – Carta ao Leitor da Edição Especial Histórica Extra da Revista VEJA, set/92	118
Anexo 4 – Reportagens das revistas VEJA e ISTOÉ de episódio envolvendo a cantora Angela Ro Ro e a apresentadora de televisão Xuxa	120
Anexo 5 – Questionário do estudo realizado em 1996	122
Anexo 6 – Questionário do estudo realizado em 1998	124
Anexo 7 – Respostas obtidas no estudo de 1998	127

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – O que os alunos de Jornalismo acharam mais importante durante sua formação acadêmica	82
Tabela 2 – Em que área os estudantes gostariam de trabalhar a partir do conhecimento adquirido no curso de Jornalismo	84
Tabela 3 – Como o estudante vê o Jornalismo Brasileiro	86
Tabela 4 – Análise da cobertura jornalística no dia da morte do cantor sertanejo Leandro e da derrota da seleção brasileira de futebol	88
Tabela 5 – Mudanças que os estudantes fariam no currículo do Curso de Jornalismo da PUC-PR	91
Tabela 6 – Como os estudantes conceituam notícia	94

RESUMO

A presente dissertação é o resultado de uma pesquisa sobre a posição do jornalista frente ao sistema dominante, que acaba mascarando a realidade em benefício de quem detém o poder, e também demonstra o descompromisso social de jornalistas que recebem durante a sua formação universitária grande bagagem técnica e pouca bagagem teórica. O texto está dividido em quatro capítulos: no primeiro é feita uma contextualização do tema. Aborda como os meios de comunicação são poderosos instrumentos de formação de mentalidade e como isso pode ser observado em diversos episódios reportados pela mídia, impressa e eletrônica, que é capaz de transformar em “mitos” pessoas comuns com uma rapidez admirável. Dado a esse poder, no segundo capítulo, o Jornalismo é visto como um elemento pedagógico, defendendo portanto a idéia do pensador italiano Antonio Gramsci de Jornalismo como “Escola de Adultos”. O terceiro aspecto a ser apresentado, no terceiro capítulo, é Comunicação: Epistemologia e Tautismo, utilizando as categorias da Crítica da Comunicação de Lucien Sfez e da Ação Comunicativa de Jürgen Habermas. Em seguida, é apresentado o estudo realizado junto a estudantes de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, dividido em duas fases, o primeiro em novembro de 1996 e o segundo em junho de 1998, para depois apresentar as considerações finais.

RESUMO

A presente dissertação é o resultado de uma pesquisa sobre a posição do jornalista frente ao sistema dominante, que acaba mascarando a realidade em benefício de quem detém o poder, e também demonstra o descompromisso social de jornalistas que recebem durante a sua formação universitária grande bagagem técnica e pouca bagagem teórica. O texto está dividido em quatro capítulos: no primeiro é feita uma contextualização do tema. Aborda como os meios de comunicação são poderosos instrumentos de formação de mentalidade e como isso pode ser observado em diversos episódios reportados pela mídia, impressa e eletrônica, que é capaz de transformar em “mitos” pessoas comuns com uma rapidez admirável. Dado a esse poder, no segundo capítulo, o Jornalismo é visto como um elemento pedagógico, defendendo portanto a idéia do pensador italiano Antonio Gramsci de Jornalismo como “Escola de Adultos”. O terceiro aspecto a ser apresentado, no terceiro capítulo, é Comunicação: Epistemologia e Tautismo, utilizando as categorias da Crítica da Comunicação de Lucien Sfez e da Ação Comunicativa de Jürgen Habermas. Em seguida, é apresentado o estudo realizado junto a estudantes de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, dividido em duas fases, o primeiro em novembro de 1996 e o segundo em junho de 1998, para depois apresentar as considerações finais.

ABSTRACT

Journalists and the political establishment relationship is the central theme of this work, written for a master's degree. The establishment overpowers and dissimulates reality for its own benefit. This point is consolidated by journalists' lack of social commitment, even during college education. College education emphasizes technical information and provides little or none theoretical and critical approaches. The essay is organized in four sections; the first highlights the central subject and contains episodes reported by the media. Those facts illustrate how regular people become myths in little time due to the power of mass communication systems. The second section is based on Antonio Gramsci's theories on journalism; the third and fourth contain other theoretical approaches, basically Lucien Sfez and Jürgen Habermas, concerning mass communication. And finally, it includes a research developed during November 1996 and June 1998, centering around journalism students and the character of their college education.

ABSTRACT

Journalists and the political establishment relationship is the central theme of this work, written for a master's degree. The establishment overpowers and dissimulates the reality for its own benefit. This point is consolidated by journalists' lack of social commitment, even during college education. College education emphasizes technical information and provides little or none theoretical and critical approaches. The essay is organized in four sections; the first highlights the central subject and contains episodes reported by the media. Those facts illustrate how regular people become myths in little time due to the power of mass communication systems. The second section is based on Antonio Gramsci's theories on journalism; the third and fourth contain other theoretical approaches, basically Lucien Sfez and Jürgen Habermas, concerning mass communication. And finally, it includes a research developed during November 1996 and June 1998, centering around journalism students and the character of their college education.

INTRODUÇÃO

Para exercer a profissão, no Brasil, o jornalista deve ter o diploma do curso superior. De acordo com a legislação, somente quem tem o registro do MEC pode exercer a profissão. Esta “é disciplinada desde 1969 por lei que veta o exercício a quem não seja bacharel em jornalismo (a lei só foi regulamentada em 1974 e quem já exercia a profissão pôde preservar o direito adquirido)”. (*NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo*, 1996, p.18). Essa exigência acaba provocando uma grande procura pelo diploma; não é raro, nos cursos de Jornalismo, nítido interesse de alunos em somente conseguirem o certificado de conclusão do curso superior, sem terem a preocupação de adquirir conhecimentos específicos ou gerais para sua formação profissional e social. Disciplinas teóricas, nesses casos, são vistas com certo *desprezo* por muitos estudantes, pois, para eles, o importante é a prática.

No entanto, as disciplinas com embasamento teórico são fundamentais em qualquer curso superior. Cursos das chamadas *Ciências Humanas* necessitam ainda mais de determinados conceitos e valores, somente adquiridos através de disciplinas específicas, pois são profissionais formados nessas áreas de conhecimento que os propagam à toda sociedade. Jornalismo é um desses cursos que devem formar, antes que um profissional, um cidadão consciente capaz de informar, reportar, noticiar, conscientizar a população, que é sua responsabilidade social, possuindo, portanto, um compromisso inalienável com a verdade.

A credibilidade da Imprensa no Brasil está abalada. Informações distorcidas, manipuladas, sensacionalistas, comprometem o verdadeiro objetivo do Jornalismo e, nesse aspecto, um dos três mais respeitados jornais brasileiros, o jornal *Folha de S. Paulo*, aponta para o que o jornalismo moderno deve levar em consideração: “...a

introdução na discussão pública de temas que não tinham ingressado nela, de novos enfoques, novas preocupações, novas tendências”. (*NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo*, 1996, p. 18).

Problema de Pesquisa

Até que ponto cursos de graduação de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, que privilegiam a prática, valorizando a técnica e utilizando exemplos distorcidos divulgados por veículos de comunicação social, formam profissionais conscientes de seu compromisso com a valorização do homem e a superação dos problemas que a sociedade apresenta?

Discute-se muito, e trata-se de uma discussão sempre atual, até que ponto as *distorções de mensagens jornalísticas* acontecem por interesses políticos e econômicos. É evidente a influência de grupos políticos e econômicos em algumas situações noticiadas pela imprensa, como será analisado neste trabalho, mas será que aliado a esses interesses não há também o despreparo daquele profissional que passou pelos bancos da Universidade somente preocupado com seu diploma ou com sua formação técnica, supervalorizando disciplinas práticas e menosprezando disciplinas preponderantemente teóricas?

Objetivos e Justificativa

A intenção da presente dissertação é analisar o compromisso social do profissional de comunicação que se expressa pela mídia impressa ou eletrônica, levando em consideração a postura de estudantes do curso de Comunicação Social, habilitação

em Jornalismo, da PUC/PR, procurando identificar eventuais desvios desse compromisso observados na sua formação educacional.

A formação do estudante de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, ainda está demasiadamente impregnada de tecnicismo, acabando por não fornecer aos futuros profissionais conteúdos que os façam jornalistas críticos, capazes de transmitir informações que contribuam para a superação dos problemas que a sociedade apresenta. Na medida em que, eventualmente, a formação humanista seja deficiente, poder-se-á compreender o descompromisso que os novos profissionais têm com valores morais, sociais, educacionais ou culturais. E isso está intimamente relacionado à formação que os estudantes recebem nos cursos de preparação para o exercício da profissão.

Recorrendo a mais uma definição do Novo Manual da Redação do jornal Folha de S. Paulo, aceita-se que o jornal, e abre-se o leque para os outros veículos de comunicação, como o rádio e a televisão, “não existe para adoçar a realidade, mas para mostrá-la de um ponto de vista crítico. Mesmo sem opinar, é sempre possível noticiar de forma crítica. Compare fatos, estabeleça analogias, identifique atitudes contraditórias e veicule diferentes versões sobre o mesmo acontecimento”. (*NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo*, 1996, p. 18). Se o curso de Jornalismo não privilegia disciplinas que despertem a crítica, mas sim disciplinas práticas, nem todos os profissionais que adquirem o diploma terão capacidade para estabelecer analogias ou, até mesmo, identificar contradições em determinados episódios.

Cabe salientar que, apesar das definições apresentadas nessa introdução serem de um grande veículo de comunicação no Brasil, não significa que a autora dessa dissertação aceite ou concorde plenamente com a conduta do jornal mencionado; pelo contrário, alguns exemplos de má conduta jornalística são observados na própria Folha de S. Paulo. Um comentário que profissionais da área fazem: se o jornal seguisse seu

próprio manual seria o melhor do país e não precisaria encartar fascículos de Atlas Geográfico, oferecer grandes descontos em fitas de vídeo com filmes de grande bilheteria ou facilitar aquisição de enciclopédias. (NOGUEIRA, 1997, p. 83).

Metodologia

A presente pesquisa se caracteriza como descritiva e utiliza a crítica dialética para análise e interpretação dos dados, fundamentando-se nas categorias da Ação Comunicativa de Habermas e da Crítica da Comunicação de Sfez. A partir de questionários, aplicados em alunos, analisar-se-á alguns problemas do jornalismo brasileiro, deficiências no programa do curso de Jornalismo da PUC/PR, preferências de alunos por determinadas disciplinas e necessidade de outras disciplinas que não são ofertadas nas faculdades de Comunicação Social, habilitação Jornalismo.

O estudo foi conduzido em duas fases. A primeira, realizada em novembro de 1996, e a segunda, em junho de 1998. Na primeira fase, a pesquisadora utiliza como instrumento de coleta de dados um questionário com questões abertas e fechadas e, na segunda, o questionário tem somente questões abertas. Esses instrumentos foram assim construídos para que os alunos consultados não se sentissem presos às respostas propostas e pudessem expor suas próprias idéias e seus próprios argumentos, uma vez que as perguntas pedem justificativas às respostas dadas.

Em 1996, os estudantes de Jornalismo da PUC-PR de segundo, terceiro e quarto anos foram convidados a participar da pesquisa. Participou quem teve o interesse despertado para o presente estudo. A pesquisadora distribuiu questionários aos alunos que permaneceram nas salas após suas aulas habituais, e a participação foi de 25,6% do total de alunos das turmas acima mencionadas, matriculados naquele ano. Em 1998, os

questionários foram destinados aos alunos que estavam no quarto ano do curso de Jornalismo, portanto alunos prestes a ingressar no mercado de trabalho como profissionais diplomados. A pesquisadora pediu autorização a um professor da turma para utilizar sua aula convidando quem estivesse interessado em responder os questionários.

A pesquisa está dividida em quatro capítulos. O primeiro faz uma contextualização do tema, apresentando situações de distorção de informações provocadas pela mídia e a discussão sobre a diferença entre a aquisição de títulos acadêmicos e a aquisição de cultura nas universidades. É importante salientar que um dos pressupostos básicos desta pesquisa é a afirmação de Gramsci de que o Jornalismo é a “Escola de Adultos”, tendo, portanto, uma conotação pedagógica; esse aspecto é discutido no segundo capítulo, que discute também o conflito entre a formação preponderantemente técnica em detrimento da formação humanista. O terceiro capítulo aborda a Epistemologia e o “Tautismo”, neologismo derivado das palavras “tautologia + autismo” (*SFEZ*, 1994, p. 13), além de questões ideológicas tratadas pela mídia e, ainda, reflexões dos teóricos alemães Adorno e Horkheimer, da Escola de Frankfurt, sobre “Indústria Cultural”. O quarto capítulo mostra os estudos feitos junto a estudantes de Jornalismo da PUC-PR em novembro de 1996 e junho de 1998. Nas considerações finais, a autora apresenta os resultados obtidos e os interpreta criticamente.

Capítulo I

CONTEXTUALIZAÇÃO

Antes de começar a discutir o Jornalismo como um elemento pedagógico, é necessário apresentar alguns aspectos históricos, relativamente recentes, pois datam da segunda metade deste século, referentes à área. Dessa forma, fica mais claro compreender como a função social do jornalista tem sido deturpada no Brasil. Consultando o *Catálogo das Universidades Brasileiras*, editado em 1995, pelo CRUB – Conselho dos Reitores das Universidades Brasileiras –, percebe-se que a maioria dos cursos de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, está cada vez mais voltada para a técnica e para a prática (CRUB, 1995). O resultado aparece nas manchetes dos jornais, das revistas, dos programas telejornalísticos e, ainda, das rádios que se dedicam à informação.

O jornalismo no Brasil começou a se tornar profissão após a II Guerra Mundial. Antes disso era encarado como uma atividade complementar. De acordo com Clóvis Rossi, em *Vale a pena ser jornalista?* (ROSSI, 1992, p. 8), foi nessa época que os jornais deixaram de ser essencialmente opinativos para se tornarem informativos (ainda que a opinião dos veículos de comunicação – ou de seus proprietários – sempre tenha prevalecido). Também é dessa época o início da maioria dos cursos de Comunicação Social do país.

No entanto, a regulamentação da profissão de jornalista, ocorreu em 17 de outubro de 1969, através do Decreto-lei n.º 972, em plena ditadura militar, período de maior perseguição aos profissionais da comunicação, momento de censura prévia e ausência de liberdade de expressão. Os veículos da grande imprensa perderam seus

melhores jornalistas, não havia espaço para questionamentos, dúvidas e críticas. Surgiram os veículos alternativos como *Opinião, Ex, Crítica, Movimento e Pasquim*, o maior representante da *Imprensa Nanica* (pelo formato tablóide), únicos a criticar o governo, ainda assim, na maioria das vezes, através do humor, quando o censor de plantão deixava *escapar* alguma notícia fora dos princípios emitidos pelos militares (KUCINSKI, 1990, p. 24).

Mas apesar da censura e da opressão, a ditadura foi um momento importante da comunicação social no país. Rossi escreve:

De qualquer forma, esse período negro (*de 68 a 75*) – marcado pela violência, pelo arbítrio e pelo obscurantismo – acabou sendo, paradoxalmente, o de menos conflitos de consciência para os jornalistas, ao menos para aqueles que têm noção clara da missão de lutar pela democracia e pela justiça social. Afinal, os lados estavam claramente delineados: num canto o governo, autoritário, prepotente e empenhado, até mesmo pela violência, em impor um modelo sócio-econômico injusto. No outro, todos os que lutavam pelo restabelecimento da democracia e que aumentavam a cada dia, a ponto de, ao final do percurso, somar liberais, conservadores, socialistas, comunistas de todos os matizes, esquerdistas em geral, centristas etc. Havia, é óbvio, concepções absolutamente divergentes sobre o caráter e o conteúdo da democracia que todos queríamos, mas havia, também, a certeza de que o primeiro passo indispensável era conquistá-la. O resto se acertaria depois. (ROSSI, 1992, p. 15).

Com a “abertura democrática”, a censura militar acabou, mas a censura interna privada dos veículos de comunicação, continua. Interesses econômicos e políticos de grupos dominantes influenciam diretamente a produção jornalística atual. É muito difícil que a opinião do jornalista seja a mesma do proprietário do jornal, da rádio ou da TV.

A verdade é que, pelo fato de a maioria dos donos dos meios de comunicação serem conservadores, há uma natural desconfiança deles em relação aos jornalistas que são, também na maioria dos casos, liberais ou progressistas, quando não definitivamente esquerdistas, nos vários matizes que a esquerda comporta.

Essa desconfiança chegara a gerar episódios anedóticos, como aconteceu certa vez em *O Estado de S. Paulo*: o repórter Ricardo Kotscho, certamente o melhor repórter da imprensa brasileira nos últimos anos, cobria uma manifestação de estudantes, creio que em 1967. A certa altura, foi mordido na perna por um cachorrão daqueles que a Polícia Militar utiliza na repressão a manifestações do gênero. Ao chegar à Redação e contar o que acontecera, a reação de um dos donos do jornal foi perguntar se o cachorro realmente avançara sobre ele ou se fora provocado pelo repórter, até responder com a mordida. Ridículo? Talvez, mas é profundamente sintomático do nível de desconfiança que pode existir entre donos de jornais e jornalistas. (ROSSI, 1992, p. 49).

A ditadura não se contentou em silenciar os jornalistas e a população. Quis mais: quis tornar *aculturada* a população. Não foram fechadas todas as escolas, mas o ensino foi *reformado* de acordo com os interesses da época. As leis 5540/68 e 5692/71 tiraram do currículo básico disciplinas importantes na formação de valores e incluíram disciplinas técnicas. Essas reformulações, segundo Saviani, foram feitas para “predominar a formação especial que tem como objetivo a habilitação profissional” (SAVIANI, 1976, p. 178).

Hoje, 1999, não há mais perseguições políticas, torturas, desaparecimentos misteriosos de jornalistas. A liberdade de expressão é um direito constitucional, “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA, 1988, artigo 5.º, inciso IX). “Nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social.” (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA, 1988, artigo 220, parágrafo 1.º).

A legislação impede que os estudantes de Jornalismo façam estágio (Decreto-lei n.º 83.284 - 13/03/79), mas atribuir toda a responsabilidade técnica à faculdade não é a solução. É claro que os cursos devem ser muito bem equipados para dar noção exata ao aluno sobre como atuar na área e produzir textos irrepreensíveis no que diz respeito à estética, à rapidez, à qualidade e à técnica. No entanto, a

responsabilidade deve ser dividida. Noções básicas da postura prática, através do desenvolvimento de projetos voltados aos interesses da comunidade universitária, devem ser ensinadas, mas também uma sólida formação humanista, para, ao menos, resgatar conceitos que deveriam ter sido aprendidos na educação fundamental e no ensino médio.

Mas o que seria essa “formação humanista”? Para responder a essa questão, a autora recorre a Juan E. Bazdresch Parada, mais precisamente ao artigo *¿Cómo hacer operativa la formación humanista em la universidad?* – publicado nos Cadernos de Reflexão Universitária da Universidade Iberoamericana, em maio de 1988, no qual o autor se propõe a responder três perguntas básicas em relação à formação humanista: o que é humanismo? Em que consiste uma formação humanista? E o que a formação humanista requer dos planos de estudo?

Segundo Parada, entre as diversas definições sobre Humanismo está o desenvolvimento integral dos dinamismos fundamentais do homem: criatividade, crítica, liberdade, solidariedade, integração afetiva e consciência da incondicionalidade e a não limitação do horizonte de atuação.

Se entiende la actitud caracterizada por el pensamiento ordenado y crítico; la clara expresión oral, escrita y de toda índole; el planteamiento y la solución del cuestionamiento básico del hombre en el mundo (su origen, destino y naturaleza); la conciencia histórica; la experiencia estética; la cooperación social responsable y la congruencia entre pensamiento y conducta. (PARADA, 1988, p. 6).

É equivocado crer que os conhecimentos teóricos geram automaticamente nossas atitudes e condutas. É equivocado também dissociar essas atitudes e condutas do processo intelectual que ilumina a consciência. Na formação humanista as pessoas devem tomar consciência do porquê de algumas condutas e atitudes. Essas são as que

correspondem ao ideal do ser-humano. O humanismo não pode depender de atitudes isoladas e muito menos de ações superficiais e formais. “Si la vida de la Universidad es humanista, los alumnos estarán en la mejor condición para asimilar los motivos que hacen valioso este modo de ser.” (PARADA, 1988, p. 10). Mas só o ambiente e só o exemplo não bastam. É necessário um questionamento consciente que analise as razões e os motivos que sustentam e convalidam o sentido e o valor de ser humanista. “La Universidad debe dedicar un espacio en el curriculum de los alumnos para proponer estos cuestionamientos y promover este tipo de reflexión, de estudio de autores, de trabajo intelectual estructurado.” (PARADA, 1988, p. 11).

A formação humanista não exclui a formação profissional. Forma homens que são capazes de desenvolver uma atividade profissional. Por intermédio desse tipo de formação, os educadores devem ensinar o aluno a pensar, formando homens críticos e inteligentes. A inteligência, para o autor, é a capacidade para descobrir relações. Ele escreve que o “aprender a pensar” é o desenvolvimento da capacidade de descobrir as relações entre os objetos dentro do campo de visão próprio de uma disciplina. “Los conocedores de una actividad profesional y de las disciplinas que en ellas se aplican podrán discernir cuáles son las materias que corresponden a un plan de estudios organizado según esta prioridad.” (PARADA, 1988, p. 14).

Na formação humanista, respeita-se as perguntas próprias de cada indivíduo, uma vez que as perguntas do homem são simples (na maioria das vezes todos as têm e as respondem de alguma forma) e formidáveis (por elas o homem enfrenta a si próprio), como o que é a verdade, o bem, a justiça ou a transcendência. Há a necessidade de se implantar nos cursos universitários, ressaltando a importância de destacar o curso de Jornalismo, pelo compromisso social que o futuro profissional deve ter, disciplinas que abordem essa problemática. “Seria paradójico tener una Institución que pretenda dar

una formación humanista, que cuente con maestros verdaderamente humanistas y en la que no se plante explícitamente la problemática del humanismo.” (PARADA, 1988, p. 19-20).

A formação humanista supera formas estereotipadas, dá força à linguagem moderna e atual. Para o autor, há a necessidade de formar professores capazes e conhecedores dos objetivos da “Universidade Humanista”. Formar professores mais jovens que se entusiasmem com esses objetivos, professores que realizem um projeto conjunto. Em uma análise do nível acadêmico dos cursos humanistas, valoriza-se o ensino da Filosofia, por exemplo, mas para se “trabalhar” problemas da vida real, ler e refletir, a partir da orientação dos professores. Contudo, se somente a Filosofia não tem o poder de por si mesma para fundamentar uma formação humanista, é essencial a inserção, no programa de curso, de outras disciplinas, tais como a Antropologia, a História, a Sociologia e a Ética, no seu conjunto, contribuem para que as características de uma formação humanista, tal como explicitado, se desenvolvam ao longo do curso e marquem a concepção de mundo e as atitudes do futuro profissional.

No entanto, disciplinas práticas, especialmente aquelas que se aproximam do real que os estudantes conhecem ao ingressar na Universidade, como TV, Rádio ou Cinema, são para esses alunos mais atraentes e interessantes porque eles estão ansiosos em conhecer o que acreditam ser os maiores desafios da profissão. Incluí-las logo no início do curso, inclusive, faz com que o índice de evasão nos cursos de Jornalismo diminua. E isso pode ser observado na própria Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). O curso torna-se mais envolvente nos primeiros anos. Os estudantes têm contato com Técnicas de Reportagem e Entrevista, Redação, Fotografia, Rádio e Televisão.

A PUC-PR alterou, há seis anos, o programa acadêmico do curso de Jornalismo depois de estudo realizado pelo Departamento de Comunicação Social, e que atendeu insistentes reivindicações de estudantes. Esse estudo mostrou que o índice de evasão diminuiu consideravelmente. Tornou-se, por um período de três anos, o segundo menor índice de evasão da instituição, de acordo com o ex-chefe do departamento de Comunicação Social, Carlos Alexandre Gruber de Castro (ele deixou o cargo em 1997, quando assumiu a professora Celina do Rocio Alvetti). Atualmente, o currículo pleno inclui disciplinas práticas como Fôtojornalismo, Redação e Técnica de Reportagem, logo no primeiro ano de curso, e outras como Rádio e Televisão, já no segundo ano (ao todo são três anos de Redação, dois anos de Televisão e dois de Rádio, ver em Anexos – 1. Programa de Disciplinas do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo da PUC-PR, e 2. Ementário das disciplinas do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo da PUC-PR). Mas o processo de ensino da Comunicação não pode fundamentar-se no baixo índice de evasão escolar.

O desenvolvimento tecnológico atinge diretamente a área. Esse é um dos exemplos mais claros de cursos que devem estar em constante reciclagem pela busca da forma ideal, ao mesmo tempo em que é um dos cursos que deveria ter uma das maiores cargas teóricas de conhecimento geral e formação humanista, pois os profissionais de Jornalismo estão em contato com o público para passar informações relevantes e importantes à sociedade. E, no entanto, diversos são os exemplos de notícias distorcidas, reputações abaladas ou personagens e fatos supervalorizados pela mídia. Se essas distorções têm a ver com a linha assumida pelos meios de comunicação, a partir dos interesses políticos e econômicos de grandes veículos, tem a ver, também, com a formação teórico-prática do jornalista e com seu compromisso social. Os teóricos da Escola de Frankfurt já se preocupavam com o avanço da técnica na sociedade

contemporânea. Theodor Adorno e Max Horkheimer criticam os ideais de progresso da sociedade burguesa dos Iluministas que transformou a razão humanista em razão instrumental. Para esses autores, a racionalidade técnica é a racionalidade da própria dominação: "...o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade", (*ADORNO e HORKHEIMER*, 1985, p. 116).

1.1 - *A imprensa constrói e destrói reputações: um alerta aos consumidores de notícias*

Será que os estudantes de Comunicação Social, mais precisamente os da habilitação Jornalismo, são capazes de diferenciar o que serve para aumentar audiência e vendagem (interesse dos patrões) do que é realmente de interesse público? Ao criarem o termo *Indústria Cultural*, Adorno e Horkheimer levavam em consideração que "o saber produzido pelo Iluminismo não conduzia à emancipação, e sim à técnica e à ciência modernas que mantêm com seu objeto uma relação ditatorial" (1985, p.114). É baseado nessa concepção, que se defende nesta pesquisa a necessidade de despertar os alunos de Jornalismo, futuros profissionais, para as relações entre fatos, as relações entre objetos. Se isso não ocorrer, a população vai estar sempre sujeita a ser mal informada, manipulada, no sentido de que é conduzida a interpretar ou tomar decisões que não se coadunam com a realidade.

Roland Barthes (1987) e Christopher Lasch (1987) são autores que se preocupam com a criação de mitos e a falta de identidade das pessoas. Essa preocupação é comprovada em diversas sociedades. No Brasil, a questão se torna evidente se for observada a ausência de participação ativa da população em questões sociais. As pessoas dependem da televisão, fazem dela uma companhia. A imprensa e a

comunicação social que formam a cultura de massa interferem diariamente nas decisões das pessoas. Seria uma espécie de lavagem cerebral?

Para Artur Matuck, em *O Potencial Dialógico da Televisão – comunicação e arte na perspectiva do receptor*, “o indivíduo da era das comunicações é vítima de uma sobrecarga informacional que lhe chega tanto dos veículos eletrônicos como da comunicação impressa, num processo desencadeado pela força motriz da publicidade, caracterizando uma recepção compulsória de estímulos significativos.” (MATUCK, 1995, p. 57). Os apelos são grandes, a televisão é magnética.

Na obra *Imagens e Sons – a nova cultura oral*, o autor, Milton José de Almeida, apresenta o seguinte conceito: “A transmissão eletrônica de informações em imagem-som propõe uma maneira diferente de inteligibilidade, sabedoria e conhecimento, como se devêssemos acordar algo adormecido em nosso cérebro para entendermos o mundo atual, não só pelo conhecimento fonético-silábico das nossas línguas, mas pelas imagens-sons também.” (ALMEIDA, 1994, p. 16).

Pode-se concordar com Barthes (1987, p. 133) quando afirma que as pessoas procuram ficar em evidência, nem que seja na visão que têm de algo *perfeito*. Idolatram personalidades e passam a agir, a vestir, a consumir produtos que lhes representam estar na moda. “A reavaliação da comunicação a partir do receptor, seja ele um país, um povo, uma comunidade, uma minoria ou um indivíduo conduz a uma afirmação do direito de comunicar como um direito fundamental do indivíduo, do receptor-espectador, atualmente destituído do poder de emissão.” (MATUCK, 1995, p. 89).

Quem se esquece do espírito esportivo do *caçador de marajás* e ex-presidente da República do Brasil Fernando Collor de Mello, eleito democraticamente em 1989? Seu jeito foi apreciado por milhões de brasileiros e seus costumes imitados

por todo o país. Gravata Hermès, caneta Mont Blanc, *jet ski*, uísque Logan. Não é difícil encontrar jovens empresários que, na época, adquiriram as maneiras e os produtos do presidente Fernando Collor (*VEJA*, 24/dez/1989). Dois anos depois de eleito, a decepção de praticamente toda a nação: o ídolo, bom moço, símbolo de *honestidade* – afinal, não tinha ele *caçado* os marajás de Alagoas? – tornou-se o *inimigo público número um* do país, a *corrupção em pessoa!* Envolvido com as maiores sujeiras políticas e *roubalheira* foi afastado do poder e saiu pela “porta do fundo” do Palácio do Planalto, sede do Poder Executivo, em Brasília. (*VEJA*, 30/set/92). (No Anexo 3 é possível ler a carta ao leitor da revista *Veja*, Edição Histórica Extra, e ver as fotos de capas da revista na época do auge e na época da decadência de Collor.).

Caiu Collor e, com ele, o consumo de uísque Logan, mania por canetas Mont Blanc, compra de gravatas Hermès. A mídia proporcionou a Fernando Collor tornar-se Presidente da República e, a mídia, devido a interesses até hoje não muito claros, levou a população às ruas pedindo o fim da corrupção do Governo Collor, desfazendo um *mito* (o do *bom moço*) – e porque não dizer criando outro (o do *bad boy*). A imprensa pôde ser considerada responsável pela derrota do presidente na Câmara Federal no dia do julgamento do *impeachment*. Vale lembrar que várias redes nacionais de televisão e emissoras de rádio por todo o país transmitiram a votação dos deputados na aprovação do pedido de afastamento do presidente da República, *ao vivo*. Fisiologistas ou não, deputados federais apareceram na casa de milhões de telespectadores (eleitores...) e foram ouvidos por outros milhões de brasileiros que acompanharam pelo rádio os votos SIM ou NÃO – favor ou contra – o *impeachment* de Collor. Mais uma vez, percebe-se a presença da mídia nas grandes decisões do país.

E este é só um exemplo da influência da mídia. Quem não conhece uma adolescente que não tenha imitado, quando criança, a apresentadora de programas

infantis, Xuxa? As musiquinhas irritantes e estridentes eram cantadas pela garotada que só pensava em mandar *beijinhos*, *beijinhos* ao *papai*, à *mamãe* e à *Xuxa*. Sandálias de plástico, discos, roupas, entre outros produtos dos quais Xuxa virou *garota propaganda* eram consumidos em larga escala. As crianças cresceram, e os donos do poder televisivo perceberam que Xuxa já não era mais nenhuma *mocinha*; tiraram o programa diário da *rainha dos baixinhos* do ar. Hoje, a apresentadora ainda tem grande influência sobre seu público, mas a Rede Globo tenta encontrar uma substituta. Angélica, mais nova que Xuxa, está na vez, com dois programas diários nas manhãs da Globo.

Um outro exemplo: que tal carros importados? Não representam prosperidade e destaque na sociedade? Os chamados *novos ricos* vão atrás das marcas mais apreciadas por quem realmente tem dinheiro. Um dos carros mais apreciados no mundo todo, o alemão BMW, tem ótima vendagem no Brasil. Apesar do preço aqui ser bem maior do que nos Estados Unidos, por exemplo. Mas, segundo reportagem da revista *VEJA* em 02 de novembro de 1994, as opiniões de quem tem poder econômico para adquirir um carro BMW se dividem. “Virou carne de vaca ter um desses. A turma acha que ele é o tal, mas não é verdade. Você vê em qualquer barzinho por aí”, diz o estudante Alexandre Fonseca que usou só três meses um BMW antes de colocá-lo à venda. (*VEJA*, 02/nov/1994, p. 123).

É ingênuo pensar que a opinião do estudante é a mesma de todos os que possuem um BMW na garagem. Porém a geração *yuppie*, em declínio desde a queda de Fernando Collor, continua extravagante. Nesse ponto é que aparecem os *(de)formadores* de opinião. Aquelas pessoas que se destacam em alguma atividade, seja por ser escritor badalado, seja por apresentar um programa de entrevista com cara de revista de fofoca (Hebe Camargo, João Kleber, Amaury Júnior, Clodovil, Ratinho...) e que cismam em usar determinada roupa, cafeteira elétrica, móveis etc., normalmente dos patrocinadores

do programa. Esses (de)formadores de opinião acabam exercendo influência direta sobre os hábitos e costumes de centenas de milhares de pessoas, os seus telespectadores.

Se os mitos vão sendo criados pela mídia, essa mesma mídia pode facilmente substituí-los. Se houver um escândalo explorado com sensacionalismo pela mídia, os mitos podem ser desfeitos. E há explicações teóricas para isso, como a seguir:

...o mito surge frequentemente acompanhado por um rito, visto que se a violação do interdito é necessária, só é possível na atmosfera mítica, e o rito introduz aí o indivíduo. Apreende-se aqui a essência da festa: *constitui um excesso permitido através do qual o indivíduo se encontra dramatizado e se torna o herói*, o rito realiza o mito e permite a sua vivência. É essa a razão por que se encontram frequentemente ligados: na verdade, a união é indissolúvel e, de facto, a separação sempre foi a causa da sua decadência. Separado do rito, o mito perde, se não a sua razão de ser, pelo menos o melhor da sua força de exaltação: a capacidade de ser vivido. (CALLOIS, 1989, p. 25).

Um exemplo, ainda com relação à moda, está na bolsa Chanel. “Criada por mademoiselle Chanel justamente como símbolo da elegância despojada, foi tão cobiçada, exibida e copiada que se tornou o oposto – um sinônimo de peruagem.” (VEJA, 02/nov/94, p.122). A citação da reportagem é adequada às *patricinhas* que sentem orgulho em ter uma bolsa Chanel, nem que seja adquirida por meio de contrabando.

Assim que Cristina Franco ou Regina Martelli, ex e atual, respectivamente, estilistas da Rede Globo de televisão, dizem que é *peruagem* usar bolsa Chanel ou roupas Pierre Cardin, pode ser que as *patricinhas* deixem essas marcas de lado. A moda impera enquanto alguém em evidência – Madonna, por exemplo – é utilizado para que se explore determinados produtos. Considerações como essas são analisadas intensamente por Roland Barthes em seu livro *Mitologias*. “Já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso.

O mito não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. Logo, tudo pode ser um mito? Sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo”. (BARTHES, 1987, p. 131).

Outros teóricos como Joseph Campbell (1990), Mircea Eliade (1989), Claude Levi-Strauss (1989), Roger Callois (1989) também estudam mitos. Para Mircea Eliade, em seu livro *Aspectos do Mito*:

Há mais de meio século, os especialistas ocidentais situaram o estudo do mito numa perspectiva que contrastava sensivelmente com a do século XIX. Em vez de, como os seus antecessores, tratarem o mito na acepção usual do termo, ou seja, enquanto «fábula» «invenção», «ficção», aceitaram-no tal como ele era entendido nas sociedades arcaicas, nas quais, pelo contrário, o mito designa uma «história verdadeira» e, sobretudo, altamente preciosa, porque sagrada, exemplar e significativa. Mas este novo valor semântico atribuído à palavra «mito» torna o seu emprego na linguagem corrente bastante equívoco. Com efeito, este termo é hoje utilizado tanto no sentido de «ficção» ou de «ilusão» como no sentido, familiar sobretudo para os etnólogos, sociólogos e historiadores das religiões, de «tradição sagrada, revelação primordial, modelo exemplar». [...] Seria difícil encontrar uma definição de mito que fosse aceita por todos os estudiosos e, ao mesmo tempo, acessível aos não especialistas. Aliás, será possível encontrar *uma única* definição susceptível de abranger todos os tipos e todas as funções dos mitos, em todas as sociedades arcaicas e tradicionais? O mito é uma realidade cultural extremamente complexa, que pode ser abordada e interpretada em perspectivas múltiplas e complementares. (ELÍADE, 1989, p. 9-12).

* Este valor semântico, citado acima, pode remeter a inúmeros significados, mas que no Brasil fica mais claro através de exemplos como os de pilotos de Fórmula 1, jogadores de futebol, *astros* de televisão... E as histórias se apresentam “reais” até mesmo para os *personagens*. Muitas vezes aparecem reportagens em que estes *mitos* reclamam de solidão, falta de privacidade, exibem extravagâncias, excentricidades como serem fotografados em boates com os seios à mostra. As *campeãs* desse tipo de apelação, cada uma em seu estilo, são Xuxa e Vera Fischer. Um exemplo é a notícia publicada em *O Estado de S. Paulo*, em 13/set/1997.

Vera Fischer perde a guarda do filho para Felipe Camargo

RIO - A atriz Vera Fischer tenta reaver na segunda-feira a guarda do filho Gabriel, de 4 anos, que passou para o pai, o ator Felipe Camargo, por decisão da juíza da 10ª Vara de Família, Vera Maria Soares da Silva. A advogada de Vera, Maria Aparecida Terrignon, vai entrar com petição para revogar a decisão e espera que, em poucos dias, a atriz consiga ter o filho de volta.

Camargo ganhou o direito provisório, por 30 dias, de guarda sobre o filho. Depois desse prazo, o advogado do ator, Sérgio Arthur Calmon, vai tentar conseguir que o pai tenha o direito definitivo de cuidar do filho.

Anteontem, o ator embarcou com o filho para Brasília (DF), onde filma *O Dia de Caça*.

A decisão da juíza impede Vera de visitar o filho, mesmo acompanhada de um oficial de Justiça. Segundo Camargo, seu objetivo é tomar conta de Gabriel somente até a atriz se recuperar de seus problemas de saúde e pessoais. (*O ESTADO DE S. PAULO*, 13/09/97).

Em 24 agosto de 1998, há outro exemplo, na revista *Época*, da editora Globo: *Encarando a turbulência* é o título, acompanhada do subtítulo: “Vera Fischer renova com a Globo e luta contra a onda de baixo-astrol, que inclui a perda da custódia do filho”. A reportagem conta o quanto a atriz vai ganhar na Rede Globo de Televisão, conta ainda do fim de seu namoro com um ator mais jovem, de seus problemas com o ex-marido (o também ator Felipe Camargo, que ganhou na Justiça a guarda do filho Gabriel), do problema que ela tem com as drogas e com o álcool (a atriz já se declarou dependente), da clínica em que a atriz faz tratamento para se livrar da dependência, de uma cirurgia que ela fez para a retirada um cisto nas pregas vocais, de não ter feito a fonoterapia para se recuperar totalmente e que portanto sua voz continua rouca e desafinando quando se esforça muito, de 10 quilos a mais em sua silhueta. (*PAIVA*, 24/ago/98, p. 90-91).

Há ainda as incontáveis reportagens sobre a apresentadora Xuxa. A capa da revista *Veja*, de 17 de dezembro de 1998, por exemplo, estampava uma fotografia de Xuxa sorrindo, com semblante feliz, o desenho de uma cegonha e o título: *Gravidez sem casamento – Xuxa anuncia que terá um filho com o namorado*. (*VEJA*,

17/dez/1998). A gravidez foi acompanhada passo a passo. Todas as semanas pelo menos um, quando não todos os veículos de comunicação brasileiros, reportava notícias da apresentadora. O início da gestação, o namorado – modelo, empresário, ator (!?) Luciano Szafir –, os problemas com a família do namorado, as trocas de acusação com a sogra, as primeiras consultas médicas, as compras para o bebê, o sexo da criança, o nome escolhido para a criança... até o parto. Mas as notícias de Xuxa e sua filha Sasha não terminaram. Foram só mais alguns capítulos da vida da artista.

Reportagens como as da atriz Vera Fischer ou da apresentadora Xuxa sempre aparecem na imprensa. Tudo o que as *estrelas* fazem torna-se notícia. Assim como se torna notícia tudo o que principalmente pessoas ligadas à televisão e ao esporte fazem, pois estão mais em evidência. Nesse sentido, torna-se interessante observar a posição do antropólogo Claude Levi-Strauss:

As histórias de carácter mitológico são, ou parecem ser, arbitrárias, sem significado, absurdas, mas apesar de tudo dir-se-ia que reaparecem um pouco por toda a parte. Uma criação «fantasiosa» da mente num determinado lugar seria obrigatoriamente única – não se esperaria encontrar a mesma criação num lugar completamente diferente. O meu problema era tentar descobrir se havia algum tipo de ordem por detrás desta desordem aparente – não afirmo que haja conclusões a tirar de todo esse material.

- Segundo penso, é absolutamente impossível conceber o significado sem a ordem. Há uma coisa muito curiosa na semântica, é que a palavra «significado» é provavelmente, em toda a língua, a palavra cujo significado é mais difícil de encontrar. [...] Falar de regras e falar de significado é falar da mesma coisa; e, se olharmos para todas as realizações da Humanidade, seguindo os registros disponíveis em todo o mundo, verificaremos que o denominador comum é sempre a introdução de alguma espécie de ordem. Se isto representa uma necessidade básica de ordem na esfera da mente humana e se a mente humana, no fim de contas, não passa de uma parte do universo, então quiçá a necessidade exista porque há algum tipo de ordem no universo e o universo não é um caos. (LEVI-STRAUSS, 1989, p. 23-24).

Da forma como são construídos alguns *personagens* pela mídia, não é fácil para o público em geral encontrar a separação entre a figura pública, um jogador de

futebol, por exemplo, e a pessoa do jogador, suas características particulares. Como foi mencionado ao citar Roger Callois, o rito está sempre próximo. É bom lembrar o delírio do público para que o jogador Zico, estrela da seleção brasileira de futebol, entrasse na partida contra a França na Copa do Mundo de 86. Já sem o brilho da juventude e com problemas físicos, o jogador foi para o campo e bateu mal um pênalti. O Brasil perdeu a chance de se classificar, os brasileiros se decepcionaram com Zico – se bem que é bom dizer a *grande torcida*, aquela que preferiu culpar alguém, ao admitir que o futebol tricampeão do mundo não estava em boa forma – uma das consideradas principais estrelas seleção brasileira da década de 80 foi humilhado ao ser considerado o responsável pela saída antecipada do Brasil no referido torneio mundial de futebol.

Em 1998, a história praticamente se repetiu durante a Copa do Mundo realizada na França. O ex-jogador Zico foi o auxiliar técnico do treinador da seleção Mário Jorge Lobo Zagallo. A imprensa explorou muito as divergências entre os dois. Quando o jogador Romário foi cortado da seleção antes da Copa do Mundo começar, muitos jornalistas atribuíram o corte a Zico que não gostava do estilo do jogador. Romário chegou a falar na TV que estava sendo vítima do auxiliar técnico. (*BENEVIDES, In: ÉPOCA*, 8/jun/98, p. 108). Quando, na última partida da Copa, final entre Brasil e França, o jogador Ronaldinho, também transformado em ídolo pela mídia que sempre apresentou o jogador como um prodígio brasileiro, o melhor jogador do mundo, e a FIFA contribuiu para isso ao premiá-lo com esse título por dois anos consecutivos (1996 e 1997), entrou em campo sem a menor condição de jogo, os cronistas esportivos fizeram vários debates para saber o que tinha acontecido. Ressurgiu até o bordão: *amarelou*, pois segundo informações passadas por quem cobria o evento (todas as emissoras de televisão, diversas rádios e os principais jornais e revistas impressos do Brasil) o jogador fora vítima de estresse e entrou em campo após

ter tido um colapso nervoso que teria provocado até convulsão. As *VEJA*, *ISTOÉ*, *ÉPOCA*, todas de 22/jul/1998 deram ênfase ao assunto. Os jornalistas Laurentino Gomes e Karina Pastores inclusive assinaram a reportagem *Pressão demais – como o stress e as crises nervosas, ilustradas pelo caso Ronaldinho, derrubam a pessoa* (*VEJA*, 22/jul/1998).

A fama, a glória, o sucesso provocam o assédio do público e a busca por informações ligadas a esses *famosos*. Isso porque a mídia, principalmente os veículos sensacionalistas, buscam fofocas sobre pessoas em evidência para venderem mais – e porque a publicidade gosta de explorar quem está em evidência para anunciar produtos. A reportagem da revista *IstoÉ*, de 19 de agosto de 1998, é uma prova disso. *Uma vaga no Olimpo* é o título, seguida do subtítulo: “Milhares de jovens lutam por um lugar em carreiras que prometem fama e fortuna num piscar de olhos. Quem já chegou lá diz que nem tudo é glamour”. A reportagem começa explorando um episódio ocorrido com a modelo e atriz norte-americana Cindy Crawford. Ela esteve no Brasil para gravar comerciais da empresa de cosméticos Revlon, da qual é garota-propaganda. Segundo a reportagem, a atriz teria ficado espantada com o tratamento que recebeu no Brasil: ao desembarcar no aeroporto internacional de São Paulo foi conduzida a um sofisticado hotel em um carro Mercedes-Benz 420. Acompanharam o carro durante o percurso do aeroporto ao hotel quatro motocicletas pilotadas por policiais. No hotel, dezenas de policiais à paisana garantiam a segurança da modelo, pois havia boatos de que um fã maníaco iria se hospedar no mesmo hotel.

A jornalista que assina a reportagem também escreve que milhares de jovens estão fazendo o que podem para ingressar na vida de modelo, de ator ou de jogador de futebol. O filósofo paulista Renato Janine Ribeiro foi entrevistado para responder porque a fama atrai tanto e disse que na França do século XVII, por exemplo,

glória era a honra do rei, no caso Luís XIV. “Dava-lhe poder e era a maneira de diferenciar-se de seus súditos. Hoje, a glória é estar na tevê. Realiza a fantasia de ultrapassar os próprios limites. ‘É um desejo de superioridade. As relações viram o espetáculo e o que importa é a aprovação alheia. Rousseau (filósofo do século XVIII) dizia que, na glória, o papel social é tão exigido que destrói o íntimo’, acrescenta o filósofo”. (VITÓRIA, 19/08/98, p. 109).

Essa glória acaba fazendo com que os veículos de comunicação transformem “famosos” em mitos. Para complementar as idéias sobre como o mito está sendo abordado nesta pesquisa, considera-se Callois quando o autor escreve sobre o mito como sendo resultado da convergência entre o lugar geométrico da limitação recíproca e da confrontação das suas forças:

...devido a uma necessidade interna, ele é feito da informação, das exigências e dos dados exteriores que ora propõem, ora impõem, ora dispõem, de modo que, sem nada que pareça contrabalançar o seu papel, pareceram, quase constantemente, bastar para justificar os mitos, sem necessidade de inventário, apesar da insatisfação que sempre deixam. (CALLOIS, 1989, p. 20).

É incorreto pensar que só a mídia faz *nascer mitos*. No entanto, ela está sempre presente em fenômenos com esse fim. Na reportagem de Gisele Vitória, da revista *IstoÉ*, há o comentário *Famosos demais*:

A overdose pode ser fatal. Vítimas daquele excesso que leva da satisfação à náusea, pessoas que já foram adoradas como ídolos são empurradas para o papel de chato. Alguém de bom coração precisa urgentemente avisar o Ronaldinho que é preciso dar um tempo. Peruca loura para inaugurar um bar não pega bem. Ainda mais quando se tem ao lado alguém como Suzana Werner, que se mantém o tempo todo casualmente à vista. E a Xuxa? E a Sasha? Alguém ainda aguenta ouvir falar nelas? E o eterno malandro Romário? E a eterna musa Vera Fischer? Há quem culpe a avidez da imprensa e quem responsabilize o exibicionismo de seus personagens. Mas é preciso que essas duas pragas atuem juntas para o fenômeno acontecer. E o pior é que muitas vezes a platéia tem pedido bis. Cabe ao

superfamoso saber a hora de deixar a ribalta. De preferência discretamente. (*VITÓRIA*, 19/08/1998, p. 111).

Apesar do comentário abordar que é preciso que o exibicionismo dos personagens atue junto com a avidez da imprensa, não faz sentido dizer que o superfamoso deve sair de cena. A imprensa não tem dado margem a essa situação. A busca por fatos que parecem escandalosos envolvendo “famosos” é da própria imprensa que quer agradar ao público para vender mais.

Os exemplos citados demonstram todo o poder que a imprensa e a publicidade têm em direcionar determinados assuntos para o sensacionalismo. O que é sensacional pode despertar interpretações diversas. Dependendo da maneira como é direcionada uma notícia, o fato pode ficar *totalmente deturpado*. Para Habermas, em *Consciência Moral e Agir Comunicativo*:

Os intérpretes não podem compreender o conteúdo semântico de um texto se não tornarem claras para si próprios as razões que o autor teria podido citar, caso necessário, na situação original.

Isso posto, não é a mesma coisa saber se as razões são efetivamente racionais ou se são apenas tidas por racionais – quer se trate de razões para a asserção de fatos, para a recomendação de normas e valores ou para a exteriorização de desejos e sentimento. [...] Mas as razões só podem ser *compreendidas* na medida em que são levadas a sério – e *avaliadas* – enquanto razões. Por isso, os intérpretes só podem elucidar o significado de uma expressão obscura quando explicam como essa obscuridade teve origem, isto é, por que as razões que o autor poderia ter dado em seu contexto não nos parecem mais plausíveis sem maiores considerações. (*HABERMAS*, 1989, p. 47).

Considerando-se que cada leitor, ouvinte ou espectador da imprensa é um intérprete, pois ele vai ler, escutar ou assistir a um conteúdo e precisará assimilar, compreender, *interpretar* esse conteúdo, os jornalistas não estão fornecendo elementos necessários para a formação crítica de seu público, ao contrário, estão fornecendo informações pré-julgadas, sem os fatos que o levaram a chegar a determinada

conclusão. Um grande mal no jornalismo brasileiro é a falta de argumentação, o que está diretamente relacionado a pouca carga teórica que os estudantes de jornalismo recebem durante sua formação acadêmica. Para explicar melhor esse aspecto, será retomado Habermas nos próximos capítulos dessa dissertação.

Talvez, nem mesmo a morte provoque o término do excesso de notícias de personalidades como Vera Fischer, Xuxa, Ronaldinho, Romário. O piloto Ayrton Senna, por exemplo, até hoje, passados quatro anos de sua morte, é notícia. Ou Lady Diana Spencer, da Inglaterra. Quando a princesa morreu, o mundo todo se comoveu. Segundo o editor da considerada *bíblia* da fama, a revista norte-americana *People*, em reportagem ao jornalista brasileiro Lucas Mendes, em Nova York, Estados Unidos, para o programa *Contagem Regressiva*, da Rede Globo (1995), Diana foi a pessoa mais fotografada do mundo. Inclusive chamou a atenção dos americanos, pois a família real londrina nada tem a ver com os americanos que eram fascinados por Diana. A princesa foi capa de centenas de revistas no mundo todo. E perdeu a vida quando estava, justamente, tentando fugir das lentes de fotógrafos, os chamados *paparazzi* que fazem o que for preciso para flagrar famosos na intimidade. Um ano após a morte da princesa, a revista *Época* publicou uma reportagem com o título: *Um ano sem Diana – Fenômeno, culto ou endeusamento, a princesa de Gales já se tornou, no aniversário de sua morte, o primeiro mito globalizado da História.*

É só milagre o que falta. O restante sobre a mulher mais fotografada do mundo já parece ter sido relatado, contado, impresso, exibido, mostrado, transmitido ou conjecturado. No *Daily Mail*, que teria sido o jornal favorito da princesa, o editor responsável, Paul Dacre, acha que a cobertura sobre Diana pode ter chegado ao perigoso ponto da saturação. “Mas é só por pouco tempo”, disse Dacre ao *The Times*.

Faz tempo que jornais, rádio, revistas e TVs na Grã-Bretanha estão se entrevistando mutuamente para ver se alguém oferece a melhor explicação para o “fenômeno”, “culto”, “endeusamento” – além, é claro, do óbvio motivo de que Diana vende. [...]

Especialistas debatem furiosamente se a dor popular vista na telinha de TV durante o funeral, quando mais de 1 milhão de pessoas nas ruas acompanharam o cortejo fúnebre, era autêntica, genuína, ou apenas provocada pelo frenesi dos meios de comunicação e quanto durou. No fundo, a discussão é irrelevante: Diana é o primeiro mito globalizado do século XX. (WAACK, ÉPOCA, 31/08/1998, p. 114).

Os exemplos apresentados provam como a imprensa tem explorado personagens supervalorizados por ela própria. Todos são expoentes em suas respectivas áreas, seja a televisão, o cinema, o esporte, a monarquia. A superexposição na televisão, no rádio, nas revistas e nos jornais faz com que esses personagens sejam cada vez mais procurados pelo público, que os consideram praticamente íntimos. Essa situação está relacionada ao processo de aquisição de cultura e formação profissional e educacional. É por isso que se apresenta um outro item no presente capítulo, parte de um quadro histórico da distorção de funções educacionais e da imprensa no Brasil.

1.2 - *Diploma X Cultura: discussão permanente*

Em 31 de julho de 1935, ao discursar na inauguração da Universidade do Distrito Federal – Rio de Janeiro, o professor Anísio Teixeira, reitor interino da instituição, mencionou que, no Brasil, “a cultura isola, diferencia e separa. E isso, por quê? Porque os processos para adquiri-la são tão pessoais e tão diversos, e os esforços para desenvolvê-la tão hostilizados e tão difíceis, que o homem culto, à medida que se cultiva, mais se desenraíza, mais se afasta do meio comum, e mais se afirma nos exclusivismos e particularismos de sua luta pessoal pelo saber”. (TEIXEIRA, 1935, p.22). Seu discurso foi reproduzido, em 1983, na revista *Humanidades*, uma publicação da Universidade de Brasília (UnB).

Passados mais de 60 anos, o que se vê no Brasil ainda é praticamente a mesma coisa. O interesse pela Universidade está mais voltado para a conquista de um diploma que possa render dinheiro, do que em pesquisar, difundir e aplicar conhecimentos à melhoria e ao bem-estar da sociedade. Esse é um problema histórico, reflexo de um sistema que nasceu com idéias erradas, como diz outro trecho do discurso do professor Anísio Teixeira: “Esse é o país dos diplomas universitários honoríficos, é o país que deu às suas escolas uma organização tão fechada e tão limitada que substituiu a cultura por duas ou três profissões práticas, é o país em que a educação, por isso mesmo, se transformou em título para ganhar um emprego”. (TEIXEIRA, 1935, p. 18).

Mesmo considerando que o número de *profissões práticas* a que Teixeira se referiu aumentou, a educação brasileira ainda é sinônimo de *título para emprego*. Título, aliás, conquistado por pequena parcela da população. Dados estatísticos apontam que de 100 estudantes que ingressam no primário, apenas 5,9 chegam à Universidade, e destes, apenas *três* concluem um curso superior. Esses números foram apresentados por José Goldemberg, ex-ministro da Educação e ex-reitor da Universidade de São Paulo, em conferência no Núcleo de Estudos Avançados da USP, em junho de 93. (GOLDEMBERG, 1993). E, no entanto, nos últimos seis anos a situação pouco mudou.

Em algumas profissões a busca pelo diploma é cada vez mais clara. Em Jornalismo, por exemplo, há nítido interesse de alunos em conseguir o título, pois só assim será possível trabalhar na área. É lei: somente quem é graduado por uma faculdade de Jornalismo pode atuar nessa habilitação (Jornalismo) de Comunicação Social – e os sindicatos estão bastante atuantes na fiscalização das empresas para que a legislação seja cumprida. Também por legislação, é proibido o estágio em Jornalismo. Mesmo assim, observa-se muitos estudantes mais preocupados com a luta contra o tempo para começar a ganhar dinheiro, do que com a responsabilidade ao tratar com os

veículos de comunicação de massa. A solução encontrada pelos veículos para aproveitar alguns talentos enquanto esses ainda estão cursando a faculdade é registrá-los como revisores, produtores, secretários e, até, *office-boys*. O diretor de Jornalismo da TV Paranaense, emissora de Curitiba afiliada à Rede Globo de Televisão, jornalista Marcos Baptista¹, explica que no departamento que ele administra há um estudante de jornalismo. O jovem não atua como repórter, editor ou pauteiro, funções exclusivas a quem já possui o diploma, mas realiza serviços gerais importantes em um departamento de jornalismo como tirar fotocópias, distribuir *scripts* (roteiros com a seqüência e as informações completas das reportagens repassados a todos os envolvidos com a produção e exibição de um telejornal) e receber convidados para eventuais entrevistas com os jornalistas mais experientes. Segundo Batista, é uma forma do jovem poder estar trabalhando em uma empresa de comunicação, ganhar para isso e aprender um pouco mais.

Curioso é analisar outros países, como Itália, Espanha ou Estados Unidos, onde o diploma não é exigido ao jornalista. A participação dos estudantes junto à sociedade é muito grande. Inclusive, ingressam na Universidade não para conquistar um “papel” que lhes garanta o direito ao trabalho, mas sim para adquirir conhecimento suficiente para se destacar na profissão contribuindo com o crescimento da sociedade. Essa informação sempre é passada aos participantes dos congressos e encontros internacionais de jornalismo patrocinados pela *Revista Imprensa*, da Editora *Feeling* do Brasil.

¹ O Departamento de Comunicação Social criou, em 1998, o programa Consultores de Mercado. Uma comissão de professores visita e entrevista profissionais de Jornalismo dos principais veículos de comunicação de Curitiba. A pesquisadora fez parte da comissão que visitou a TV Paranaense em 22 de maio de 1998.

Dessa maneira é fundamental que as Universidades brasileiras repensem suas funções analisando se estão no caminho certo ou se apenas atendem a interesses equivocados de poucas pessoas que conseguem chegar até elas, pois nem sempre os profissionais formados conseguem uma colocação em sua área no mercado de trabalho. É muito comum encontrar advogados, engenheiros, jornalistas e até dentistas trabalhando como bancários, abrindo um negócio próprio em outra área (alimentação, por exemplo), etc. Comenta-se muito em se desregulamentar algumas profissões no Brasil. Jornalismo está nessa lista. O jornal *Folha de S. Paulo*, por exemplo, é contra a exigência de diploma para trabalhar no Jornalismo. “A **Folha** combate essa reserva de mercado e a considera contrária à Constituição de 1988” (*NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo*, 1996, p. 18), que garante a liberdade de expressão (assunto que será analisado no capítulo *Faculdade de Jornalismo: escola técnica ou humanista*, dessa dissertação). Caso isso aconteça, pode ser até interessante *para os patrões*, pois será uma forma de se reduzir cada vez mais os salários pagos para determinadas categorias. E essa questão a universidade não pode ignorar.

Não são poucos os autores que afirmam que o ensino, a pesquisa e a extensão são as funções da Universidade. Obras de J. H. Newman (1982), A. N. Whitehead (1969), I. Nérci (1993) registram essas funções, inclusive com sugestões diversas sobre como aplicá-las. Vale a pena citar mais uma vez o discurso de Anísio Teixeira, ressaltando que foi proferido em 1935: “Profissões se regulamentam, mas não se regulamenta a cultura. Um homem culto e um homem diplomado são duas coisas, infelizmente, bem diversas entre nós” (*TEIXEIRA*, 1935, p. 19). E ainda: “O isolamento e o autodidatismo nacionais fazem-nos incoerentes, paradoxais, irritadiços e extravagantes. A opinião intelectual de um país é o reflexo dos seus meios e processos

de cultura. A Universidade vem nos dar disciplina, ordem, sentido comuns e capacidade de esforço em comum” (TEIXEIRA, 1935, p. 22).

Outros pesquisadores recorrem à preocupação de Anísio Teixeira no que se refere à aquisição de cultura como forma de distanciamento social. Para explicar como os intelectuais brasileiros estão afastados das verdadeiras necessidades sociais, Hartmut Sangmeister, no artigo *Os intelectuais e o Estado no processo de (re-) democratização: uma relação ambígua*, publicado no livro *Palavra e poder – os intelectuais na sociedade brasileira*, escreve o seguinte:

Segundo a proposição de Adorno, a atividade intelectual resulta da tensão permanente entre o conceito e sua pretensão, entre a ordem e a verdade. Esta tensão se reflete também na relação vigente entre os intelectuais como categoria social, suas pretensões e ambições diante de sua atividade real por um lado, os conceitos, visões e projeções do Estado por outro lado, profundamente marcados pela premissa do inconformismo perante a realidade. [...] Ao longo da história do Brasil independente, o surgimento dos intelectuais como categoria social articulada foi favorecido de maneira decisiva pelo crescimento da máquina governamental. (SANGMEISTER, In: KOHUT, 1991, p.56).

Diante das observações relevantes, e ainda atuais, de Anísio Teixeira e de Sangmeister, a pesquisadora realiza, no próximo capítulo, uma reflexão sobre a formação teórico/prática dos estudantes dos cursos de Jornalismo, até que ponto esses profissionais da Comunicação Social adquirem cultura e capacidade crítica ou simplesmente “conquistam” seus diplomas.

Após a contextualização do tema, procurar-se-á focar o jornalismo como elemento pedagógico.

Capítulo II

JORNALISMO COMO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO

Defende-se neste trabalho a importância do jornalismo como um elemento pedagógico. Para tanto, utilizar-se-á um referencial teórico baseado em Antonio Gramsci. Para o pensador italiano, o jornalismo, enquanto elemento fundamental de comunicação social, é “a escola de adultos” (GRAMSCI, 1983, p. 55), possuindo, assim, uma forte conotação pedagógica. Dessa maneira, a “espontaneidade” popular, convenientemente educada, pode se converter em um “espírito popular criativo”, capaz de auxiliar as classes populares a saírem da situação de opressão e de ignorância em que se encontram.

Às classes populares, objeto da ação de jornais conservadores que visam mantê-las na opressão e na ignorância, Gramsci propõe uma escola que “não hipoteque o seu futuro e manipule a sua vontade, sua inteligência, sua consciência em formação” (GRIDO DEL POPOLO, 15 de junlio de 1981). Esta consciência tem sido negada e escravizada ao longo da história, através da falsidade, da mentira e das inverdades veiculadas pelos órgãos de comunicação social. Assim, Gramsci acredita que uma verdade é fecunda somente quando se faz um esforço para conquistá-la, um esforço intelectual e moral. Ela não existe em si e por si, mas é conquista do espírito que, para encontrá-la, desmascara a mentira. Gramsci, já na década de 1930, defendia a criação de escolas de jornalismo para formar redatores coerentes com a necessidade e com a ambição popular, e não como um canal de comunicação do Estado (como emissor) ao povo (receptor) e sem o *feedback* complementar nos processos comunicativos que permitem o diálogo. O pensador criticava, sobretudo, a imprensa italiana da época, os

hebdomadários provinciais produzidos principalmente por grupos católicos e por grupos socialistas, representando de maneira adequada a cada um desses grupos, a situação cultural das províncias às quais tinham influência. Pouco interesse era dispensado a outros assuntos, quer nacionais ou internacionais. (*GRAMSCI*, p. 1983, p. 95-97). Portanto, o jornalismo associado à verdade, como ação pedagógica, tem a finalidade de auxiliar as pessoas a desvelarem o real que os meios de comunicação aliados da “mentira”, insistem em mascarar para manter o *status quo* social e político. Ainda em relação ao jornalismo como ação pedagógica, está o fato de que os meios de comunicação têm como tarefa, ao se associarem à verdade, auxiliar os leitores a organizarem suas idéias, construindo, assim, uma cultura comum. (*GRAMSCI*, 1983, p. 98). Isso faz do jornalismo uma atividade eminentemente pedagógica.

A partir dessa introdução, passa-se a analisar a Universidade brasileira e o papel dos cursos de comunicação social na formação de jornalistas comprometidos (ou não) com a verdade. Na realidade, procura-se revelar um pouco do que é o curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, na sua função político-pedagógica, uma vez que, a partir de exemplos já apresentados e de outros a serem citados, tem-se a nítida impressão de como o Jornalismo não tem desempenhado essa função, principalmente pelo excesso de conteúdo prático dos cursos de Comunicação Social.

2.1 – Faculdade de Jornalismo: escola técnica ou humanista?

O tecnicismo é marca de ensino no Brasil, mas não é a única. A Universidade se instalou muito tarde no país, as primeiras são deste século, e vieram como cópias mal feitas de outros países com realidade distinta da brasileira. O resultado não poderia ser muito diferente: miscelânea de idéias com poucas funções verdadeiras

para o tripé Ensino, Pesquisa e Extensão. Na obra *Universidade Oportuna - reflexão sobre a universidade e seu envolvimento com a sociedade*, os autores Maria do Rosário Cassimiro, Oliveira Leite Gonçalves, Ronaldo Fonseca Zica e Natividade Rosa Guimarães apresentam a Universidade Brasileira sem possibilidade de diálogo com a comunidade:

Como o que nos preocupa no presente é “re-pensar” a universidade, procuremos agora trazer ao foco de nossa consciência um pouco da realidade brasileira, a qual reclama por ser levada em conta na busca de se adequar uma instituição estrangeira às necessidades de uma Nação concreta, que historicamente aspira por emergir ao subdesenvolvimento, incluindo o subdesenvolvimento cultural.

A falha original de nossas universidades se localiza no próprio fato de seu transplante, quando deveria ter sido pensada por mentes brasileiras e posta a serviço da Nação. (CASSIMIRO *et al.*, 1983, p. 16).

Os autores elencam as características que ainda são encontradas nas universidades do Brasil. São elas o “academicismo”, o “elitismo”, a “educação para o consumismo e não para a verdadeira criatividade acadêmica”, a “instituição da Cátedra” e o tecnicismo. Esses aspectos são vistos na maioria absoluta das instituições de ensino que cumprem a *legislação*, desempenham o papel de *ensinar* nos moldes entendidos como satisfatórios, mas não necessariamente com preocupação social e cultural.

“A universidade tem um único papel social: gerar saber. É uma pena que a universidade brasileira ainda esteja discutindo um tema que já deveria estar definido”, diz Cristovam Buarque, em *O papel social da universidade*, notas para conferência na plenária do CRUB, Campinas, 2/4/91. A preocupação de Buarque é melhor compreendida ao analisar os exemplos que ele mesmo fornece:

Os cursos de nutrição se preocupam mais com emagrecer do que com eliminar a fome; a arquitetura com a estética exótica a qualquer custo para os ricos do que com a habitação popular confortável a preços acessíveis usando a realidade cultural

e os recursos locais e ecologicamente saudáveis; a odontologia se preocupa mais com caras correções individualizadas de defeitos na formação dos dentes de adolescentes ricos do que em programas que visem salvar os dentes da imensa maioria da população [...]; os cursos de comunicação se preocupam mais com os esotéricos estudos, do que em formar profissionais que saibam como trabalhar comprometidos com os novos veículos de massas, nos sindicatos, associações civis; o direito se preocupa mais em defender as leis que servem para manter privilégios do que em criar um marco legal que sirva à Justiça e aos direitos humanos. (BUARQUE, 1991, p. 4).

Em outra obra, *A aventura da universidade*, Cristovam Buarque retoma a discussão comentando que a Universidade se mostra acuada, “perde sua direção, fica perplexa e se diz em crise”. Alunos sem *rumo*, professores desmotivados, sociedade sem os instrumentos que podem desenvolvê-la. Todos estão insatisfeitos.

Cada curso foi perdendo sua razão: razão epistemológica, em um mundo que avança aos novos campos onde o conhecimento não se submete às categorias tradicionais às quais a universidade está presa; e razão ética, porque não parecem ser instrumentos de um mundo melhor e mais belo – muitas vezes, ao contrário, são instrumentos de guerra, de opressão e de desigualdade fabricada. (BUARQUE, 1994, p. 31).

Para o autor citado, é preciso acordar para a importância da Universidade no desenvolvimento das nações. Não é possível contemplar o quadro sem tomar atitude para mudá-lo. Há necessidade de se criar elos entre cursos, de promover a interdisciplinaridade para a melhoria da qualidade de ensino. Em um trecho da obra de Buarque citada anteriormente há referência aos cursos de Comunicação que “se preocupam mais com os esotéricos estudos, do que em formar profissionais que saibam como trabalhar comprometidos com os novos veículos de massas, nos sindicatos, associações civis” (BUARQUE, 1991, p. 4). Em *A aventura da universidade*, o autor complementa a observação dizendo que a comunicação se transformou “em um curso de redação para divulgar informações oficiais” (BUARQUE, 1994, p. 31).

As declarações são pertinentes e com discussão atual. Para atender as necessidades do mercado de trabalho, as universidades muitas vezes se preocupam mais com a formação técnica do que com a formação humanista, social. Tem sido muito avaliado o trabalho das universidades de comunicação sobre se o certo é preparar *mão de obra* adequada ao mercado de trabalho ou se o jornalista é o *descobridor de relações*, preocupado, sim, com a técnica, mas também, principalmente, voltado para as questões que afligem a sociedade. O resultado da distorção sobre a formação acadêmica em Jornalismo é a falta de conhecimento dos próprios direitos e deveres dos profissionais. Observa-se a posição de José Afonso Silva, autor do livro *Curso de Direito Constitucional Positivo*:

A liberdade de informação jornalística não é simplesmente a liberdade do dono da empresa jornalística ou do jornalista. A liberdade destes é reflexa no sentido de que ela só existe e se justifica na medida do direito dos indivíduos a uma informação correta e imparcial. A liberdade dominante é a de ser informado, a de ter acesso às fontes de informação, a de obtê-la. O dono da empresa e o jornalista têm um *direito fundamental* de exercer sua atividade, sua missão, mas especialmente têm um *dever*. Reconhece-se-lhe o *direito de informar* ao público os acontecimentos e idéias, mas sobre ele incide o *dever de informar* à coletividade tais acontecimentos e idéias, objetivamente, sem alterar-lhes a verdade ou esvaziar-lhes o sentido original: do contrário, se terá não informação, mas deformação. Os jornalistas e empresas jornalísticas reclamam mais de seu direito do que cumprem seus deveres. (SILVA, 1992, p. 224).

A definição pode provocar desconforto aos profissionais de Comunicação. Direitos e deveres, a maioria das pessoas não sabe diferenciá-los. Quando sabe, preocupa-se mais com os direitos do que com os deveres. Mas ao invés de repensar a postura como comunicador de massa, é mais cômodo dizer que a “culpa é dos patrões”. Também, os empresários de Jornalismo no Brasil *não costumam dar bons exemplos de dignidade humana* ou, pelo menos, *consciência do dever* de informar a sociedade. A Comunicação é facilmente utilizada para defender interesses, confundir pessoas, gerar

benefícios. É comum encontrar políticos donos de jornais, emissoras de rádio ou televisão, com vários mandatos como deputado, senador, prefeito... Situação verificada em vários estados brasileiros. Em 1988, durante a Constituinte, o então presidente José Sarney, para conseguir mais um ano de mandato, “promoveu a maior derrama de concessões de emissoras de rádio e televisão da história. Só o governo Sarney concedeu tantas emissoras que todos os outros governos juntos”. (ZANATTA, 1994, p. 7).

Em *Retrato da Comunicação*, Carlos Eduardo Zanatta faz um levantamento dos meios de comunicação do Brasil. Cita as nove famílias detentoras dos grandes veículos de comunicação social no Brasil:

aqueles que realmente interessam para a formação da opinião pública no país. [...] Isso equivale dizer que nove famílias controlam a opinião pública brasileira: ditando moda, criando alguns mitos, desfazendo outros, elegendo presidentes, vendendo sabonete e elogiando o primeiro mundo. São elas as seguintes:

Marinho (Globo)

Abravanel (SBT)

Saad (Bandeirantes)

Bloch (Manchete)

Frias (Folhas)

Mesquita (Estado de São Paulo)

Civita (Abril)

Sirotski (RBS)

Nascimento Brito (Jornal do Brasil) (ZANATTA, 1994, p. 12).

No mesmo levantamento, o autor procura destacar exemplos de ligação entre poder político e mídia pelos estados da Bahia, de Pernambuco, da Paraíba, de Sergipe e de Alagoas. Na Bahia, por exemplo, dos 193 veículos de comunicação social (rádio, televisão e jornal), Zanatta escreve que foi possível identificar 59 com controle direto do senador Antônio Carlos Magalhães.

Com o uso do poder político em três mandatos no Governo do Estado e como Ministro das Comunicações em cinco anos de governo Sarney, época em que obteve notado crescimento patrimonial, pessoal e familiar, Antônio Carlos

Magalhães vem usando um verdadeiro império das comunicações, por ele próprio montado. Este foi intensificado a partir da negociata da NEC, quando a TV Bahia ganhou a retransmissão da TV Globo retirada da TV Aratu. Daí, ACM associado à Roberto Marinho, passa a exercer uma profunda influência no comando da política brasileira. Na Bahia, esse império pratica uma política de livre manipulação e sonegação da informação. (ZANATTA, 1994, p. 14)

Em Pernambuco, segundo o levantamento feito por Zanatta, das 96 concessões de rádio e televisão no estado, 40 começaram a operar a partir do governo de José Sarney. Quinze, dos 49 deputados estaduais, têm emissoras de rádio e 11, dos 25 deputados federais, tem uma ou mais rádios. O deputado federal Inocêncio de Oliveira, segundo Zanatta, tem cinco estações de rádio no sertão. É dele, também, em sociedade com Roberto Marinho, a televisão de Caruaru. “Há ainda outros casos de parlamentares que têm rádios: Oswaldo Coelho: quatro rádios e a TV Petrolina; José Moura (ligado ao Senador Marco Maciel): quatro rádios; Gilson Machado: duas rádios, sendo uma na capital; e Roberto Fontes: uma rádio em Caruaru.” (ZANATTA, 1994, p. 16).

Quanto à Paraíba, “existem no Estado cerca de 30 emissoras de rádio comerciais. São de propriedade de políticos que se revezam no Poder e foram presenteados com as concessões”. Depois, o levantamento trata do caso de Sergipe como tendo uma das situações mais críticas do país no tocante à propriedade dos veículos de comunicação.

São duas oligarquias: a da **cana de açúcar**, representada pela família **Franco**, dona de usinas, e a do **cimento**, representada pelo governador **João Alves Filho**, um dos homens fortes da construção civil no Estado. Estes senhores **Albano Franco** e **João Alves**, aliados politicamente, detêm o controle de mais de 90% da comunicação do Estado. Nas tevês, nas emissoras de rádio e nos jornais do Estado são veiculadas, de maneira unilateral, as informações distorcidas que interessam às duas oligarquias. (ZANATTA, 1994, p. 18). (*Grifos do autor*).

E quanto ao estado líder em analfabetismo no Brasil (45,5% da população é analfabeta, segundo o presidente do Sindicato dos Jornalistas de Alagoas, Joaldo Cavalcante, citado por Zanatta, que dispõe ainda que 30% do contingente populacional de Alagoas só sabe escrever o nome), “o principal grupo de comunicação do estado é o conhecidíssimo **Grupo Arnon de Mello**”, da família do ex-presidente Fernando Collor de Mello. Eles são donos da TV Gazeta, retransmissora da Rede Globo, tem uma rádio OM e uma FM em Maceió e outra FM em Arapiraca. Possuem também o jornal Gazeta de Alagoas e o vespertino Correio de Alagoas. (Todos os grifos relativos ao texto de Zanatta são do próprio autor).

Vejamos a propriedade dos outros veículos do estado: **Geraldo Sampaio** é dono da **TV Alagoas** que retransmite Manchete e tem duas rádios em Palmeira dos Índios. **O Grupo Pajussara** de propriedade do trio: **José Tomás Nonô** (deputado federal), **João Tenório** (presidente da Cooperativa dos Usineiros) e **Guilherme Palmeira** (senador) tem duas FMs (Maceió e Arapiraca) e a concessão de televisão ainda não instalada em Arapiraca. A **Rádio Novo Nordeste** (AM e FM) de Arapiraca é de **Edmilson de Oliveira Barbosa** do **Grupo Coringa** do ramo de tabaco. A este grupo está associado o ex-deputado federal **Alberico Cordeiro**, que por sua vez, é dono de mais quatro emissoras, sendo que três delas estão fora do ar. São as seguintes rádios: **Pioneira AM e FM** em Delmiro Gouveia; **Rádio Manguaba – OM** que foi lacrada pelo Dentel porque trocou sua sede do município de Pilar para Maceió; e a **Rádio Quilombo** de Quilombo dos Palmares, antiga Rádio Canavieiros, que pertence à sociedade **Alberico Cordeiro, João Caldas**, atual secretário de agricultura e candidato à deputado estadual, e **Geraldo Bulhões**, governador do Estado. A Rede Bulhões tem mais sete rádios. **Rádio Maceió AM e FM**, uma delas é concessão para o município de Rio Largo e funciona em Maceió (esta o Dentel não se deu ao trabalho de lacrar... por que será?); **Rádio Imperial de Marechal Deodoro – OM**; **Rádio São Miguel dos Campos – FM**; **Rádio Cultura de Arapiraca – OM e FM**; **Rádio Santana do Ipanema – OM e FM**. (ZANATTA, p. 18-19).

Não se pode pensar que o leitor, o espectador ou o ouvinte não percebem as manipulações, as distorções e as omissões feitas pela imprensa. No entanto, não sabem como isso ocorre. Ainda é cedo para dizer que toda a sociedade está ciente disso, mas uma parcela já aponta para a baixa credibilidade dos *jornalistas*. Pesquisa feita pelo

Instituto Gallup para a revista *IMPRENSA* em 1994, apresentou resultados dignos de obrigar os jornalistas a passarem por auto-avaliação. O mesmo trabalho havia sido feito em 1987, e a credibilidade da imprensa, naquela época, já parecia estar abalada. A pesquisa foi realizada nos municípios mais populosos da região metropolitana de São Paulo, em julho/94. As pessoas consultadas tinham mais de 18 anos e foram escolhidas pelo método de amostragem da probabilidade de área em múltiplos estágios.

A pesquisa revela que o jornalismo distorce a realidade e defende interesses. [...] Nos sete anos que separam as duas pesquisas, o jornalismo exerceu um dos períodos de maior influência e poder de sua história. Deve-se ao seu trabalho, por exemplo, os desdobramentos que levaram ao *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor e às cassações de alguns anos do Orçamento, além das incessantes denúncias sobre desmandos com dinheiro público graças às denúncias veiculadas pela imprensa, o público mantém sua desconfiança sobre o que é publicado ou veiculado. (*IMPRENSA*, 1994, p. 12).

Apesar do resultado da pesquisa, a população tem dado mostra de que gosta e quer sensacionalismo. O *fenômeno Ratinho*, apresentador de televisão, Carlos Ratinho Massa, é um exemplo. O público considera o programa que ele faz, jornalístico: é um programa de auditório no qual são apresentados casos escabrosos como uma criança com dezenas de tumores na cabeça, uma pessoa hermafrodita, brigas de casais etc. Como pode uma população “desconfiada” da imprensa dar tanta audiência a um programa desse tipo? Institutos de pesquisa de opinião pública mediram o índice de audiência desse programa e, em algumas ocasiões, esse índice ultrapassou o líder no horário, o campeoníssimo em audiência, Jornal Nacional. O apresentador Ratinho fez tanto sucesso que rompeu seu contrato com a Rede Record devido a uma oferta melhor em outro canal de televisão que, segundo divulgou à imprensa, lhe ofereceu melhores condições de trabalho e salário maior. O SBT – Sistema Brasileiro de Televisão – firmou um novo contrato com Ratinho e pagou a multa rescisória à Record de 43

milhões de dólares. “A manobra – *do SBT* – sinaliza não apenas a vontade de retomar a vice-liderança absoluta de audiência mas também a intenção de desarmar a Rede Record, que vem se tornando sua maior ameaça. Na emissora do bispo Edir Macedo, Ratinho vinha alcançando médias de 27 pontos no Ibope no horário nobre, com picos de até 33 pontos”. (SCALZO, *ÉPOCA*, 31/agosto/1998, p. 99).

É importante que haja uma tomada de consciência de que os meios de comunicação de massa podem, além de informar, *formar* cidadãos. A *ditadura de audiência*, que provoca, por exemplo, que telejornais – como o Jornal Nacional da Rede Globo, o Jornal da Record, ou o Jornal da Band – sejam apresentados entre novelas ou programas sensacionalistas, deve ser repensada. Poderiam ser destinados mais horários para programas culturais e educacionais, como defendem educadores e teóricos da comunicação social (MORAN, 1993). Hoje, esses programas são praticamente desprezados pelas grandes redes de televisão que destinam a eles poucos espaços na grade de programação.

Na TV temos um mosaico de programação no qual cada programa convive necessariamente com o programa que o antecede e o segue na emissora e, a princípio, esse programa disputa a primazia da atenção do telespectador com todos os outros programas das demais emissoras que são veiculados no mesmo horário. [...] O telespectador sabe que um mero *zapping* o coloca de imediato em contato com qualquer programa disponível. Atualmente a tecnologia levou a questão ao delírio porque não há mais necessidade sequer do controle remoto. As TVs “*picture in picture*” se encarregam de oferecer ao espectador a oportunidade de assistir simultaneamente a programas de diferentes canais. Essa alta taxa de competitividade gera estratégias de programação bastante pesadas, cujos resultados incidem diretamente sobre os programas de TV. (BALOGH, 1996, p. 131-132).

Para José Manuel Moran, professor de televisão da Universidade de São Paulo – USP – e pesquisador do projeto Escola do Futuro da USP, os meios

audiovisuais devem ser usados no ensino-aprendizagem dando mais ênfase ao sensorial.

No artigo *A escola do amanhã: desafio do presente*, Moran escreve:

Os meios nos atingem por caminhos diferentes simultaneamente. Para quem compreende o mundo de forma mais racional, como muitos adultos, capta na televisão mais a lógica da narrativa, principalmente a do texto falado-escrito. Para a maioria das crianças e dos jovens que são mais sensíveis ao concreto, ao analógico, a forma de contar das imagens e da música funciona melhor. [...] A televisão estabelece uma conexão aparentemente lógica entre mostrar e demonstrar, isto é, se mostra, está comprovando o que diz. **Mostrar é igual a demonstrar**, a provar, a comprovar. [...] Também é muito comum a lógica de **generalizar** a partir de uma situação concreta. Do individual, tendemos ao geral. Uma situação isolada converte-se em situação padrão. A televisão, principalmente, transita continuamente entre as situações concretas e a generalização. Mostra dois ou três escândalos na família real inglesa e tira conclusões sobre o valor e a ética da realeza como um todo.

Ao mesmo tempo, o **não mostrar equivale a não existir**, a não acontecer. O que não se vê, perde existência. Um fato mostrado com imagem e palavra tem mais força que se somente é mostrado com palavra. (MORAN, 1993, p. 33). (*Grifos do autor*).

Ainda no artigo mencionado o autor conclui: “A educação precisa estabelecer pontes entre os meios de comunicação e a escola, entre a sua forma de lidar com o conhecimento e a da escola. Partir dos meios, para aprofundar outras dimensões do ser humano que ignoram, para organizar o conhecimento dentro de um projeto integral do ser humano, para ajudá-lo a libertar-se e a não depender do que eles afirmam”. (MORAN, 1993, p. 34). Saber utilizar os meios de comunicação sem o risco de transformá-los em *tábua de salvação*, passando para a tecnologia as responsabilidades do ensino, é também grande desafio. Há sempre o perigo de fazer com que o estudo seja ainda mais técnico.

Em pesquisa realizada no ano de 1998, um grupo de estudantes de Jornalismo, com bolsa de iniciação científica do CNPq, sob a orientação desta pesquisadora e do professor doutor Peri Mesquida, chegou à seguinte conclusão no que diz respeito à relação TV/escola: “A escola é uma das principais produtoras e

reprodutoras de conhecimento. Ela é parte integrante e fundamental na formação do indivíduo, cidadão e, por isso, o melhor espaço para ensinar e disseminar uma leitura crítica do que é veiculado pela televisão e assistido pelas crianças fora do horário escolar”. (*ALUNAS DE JORNALISMO – Relatório ao CNPq*, 1998, p.2).

2.2 - A visão de profissionais de Comunicação

O jornalista Barbosa Lima Sobrinho, presidente da Associação Brasileira de Imprensa, escreve na apresentação do livro *Jornalismo é...*, de 1997:

Muitas das questões que estudei em 1923, no livro ‘O problema da imprensa’, permanecem até hoje atuais. A exigência de ampla liberdade para o exercício profissional e preocupação com a ética são temas essenciais, ao lado da necessidade de uma sólida formação para os profissionais.

Na presidência da Associação Brasileira de Imprensa temos procurado apoiar iniciativas para contribuir na qualificação dos jornalistas. Essa é uma preocupação antiga da nossa entidade. Basta lembrar que o Congresso Nacional de Jornalistas, realizado em 1918, para comemorar os 10 anos de existência da ABI, já apontava a necessidade de formação específica para os profissionais.

Os jovens jornalistas – e a idade já não me permite ampliar o tratamento aos profissionais de todos os veículos – precisam tomar iniciativas em defesa das causas nacionais, sem esquecer que a função jornalística é também a de ajudar a formar conceitos. Nossa participação neste projeto, com a Associação Brasileira de Anunciantes, tem a expectativa de estar contribuindo neste sentido. (*LIMA SOBRINHO, In: NOGUEIRA*, 1997, p. 7).

Qual a preocupação dos jornalistas quando as notícias são as namoradas do Brad Pitt ou do Ronaldinho? A imprensa tem passado por reavaliações, mas valores sociais têm sido deixados de lado em função da audiência e da vendagem, o chamado, nos meios de comunicação, efeito *ibope*, substantivo derivado da sigla do Instituto Brasileiro de Opinião Pública que figura no dicionário como “índice obtido mediante pesquisa de opinião pública” (*FERREIRA*, 1993, p. 291). É fundamental que jovens

jornalistas comecem a “tomar iniciativas em defesa das causas nacionais” (*LIMA SOBRINHO, In: NOGUEIRA, 1997, p. 7*).

Quando o assunto está relacionado à formação acadêmica dos profissionais de Jornalismo, reforça-se a idéia de que são necessárias disciplinas que contribuam para uma formação humanista a qual poderá ser repassada a toda a sociedade através dos próprios veículos de comunicação. Entende-se que, dessa forma, será possível alcançar a democracia política proposta por Norberto Bobbio:

Uma vez conquistada a democracia política, percebe-se que a esfera política está por sua vez incluída numa esfera muito mais ampla que é a esfera da sociedade no seu todo e que não existe decisão política que não seja condicionada ou até mesmo determinada por aquilo que acontece na sociedade civil. Percebe-se que uma coisa é a democratização do Estado (ocorrida com a instituição dos parlamentos), outra coisa é a democratização da sociedade, donde se conclui que pode muito bem existir um Estado democrático numa sociedade em que a maior parte de suas instituições – da família à escola, da empresa à gestão dos serviços públicos – não são governadas democraticamente. (*BOBBIO, 1986, p. 55-56*).

A defesa de maior carga de disciplinas preponderantemente teóricas na formação do estudante de jornalismo, não significa excluir dos programas acadêmicos disciplinas técnicas. A jornalista Lillian Witte Fibe escreve na mesma obra da qual foi retirada a declaração de Barbosa Lima Sobrinho:

Fui aluna da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo nos áureos tempos da ditadura militar: de janeiro de 1972 a junho de 1976. Nossa turma deveria ter concluído o curso no fim de 1975, mas todos perdemos um semestre por causa da greve que fizemos em protesto contra o assassinato de nosso professor Vladimir Herzog. O motivo da reprovação coletiva, claro, foi o excesso de faltas. [...]

Nosso currículo, na época, era pouquíssimo pragmático e chegou a desmotivar vários de meus colegas. [...]

Guardo, claro, boas lembranças da ECA. Mas diante do que tinha ouvido nas aulas, decidi batalhar para começar a exercer a profissão o mais rápido possível. Fui procurar emprego logo no segundo ano da faculdade. Aos 19 anos, em agosto de 1973, fui admitida para um estágio de três meses na editoria de educação da *Folha de S. Paulo*. [...]

Assim como qualquer profissão, sei hoje que o jornalismo exige, para sermos bem sucedidos, muito suor, talento e também essa imensa sorte com que fui premiada logo no início.

No período da manhã ia à faculdade e fazia trabalhos para disciplinas como História da Arte e Inglês. À tarde, começaria a ouvir falar em *lead*, urgência, nos critérios de redação de uma notícia, em tamanhos de título, rigor na apuração, comportamento durante entrevistas, em fidelidade à opinião do entrevistado. [...]

Meu Deus, que mundos diferentes os da academia e da Redação de um grande jornal! (*WITTE FIBE, In: NOGUEIRA, 1997, p. 59-60*).

O testemunho de Lillian Witte Fibe mostra que é preciso conciliar a teoria à prática. Mas, se não fossem os conceitos adquiridos em “disciplinas como História da Arte”, provavelmente a jornalista não teria conseguido seu primeiro estágio e nem mesmo teria conhecimento básico para escrever bem e aplicar no exercício de sua profissão a crítica necessária, pois em disciplinas como Sociologia, História da Comunicação, Semiologia e outras de caráter teórico são fornecidos conhecimentos globais que fazem com que o profissional tenha mais capacidade de interpretação e, portanto, crítica (assunto a ser explorado no capítulo seguinte). A própria greve contra a morte de um dos professores, jornalista Vladimir Herzog, durante o período militar foi prova de consciência crítica – Herzog foi morto pelos militares que apresentaram à população a versão de suicídio, somente anos mais tarde pode-se voltar a falar do caso livremente.

Mas hoje não se presencia toda essa crítica. O jornalista Ricardo Noblat, no artigo *O Atraso da Vanguarda*, expõe:

Sempre estivemos ao lado dos que se batem por mais liberdade de expressão e de costumes e por mais justiça social no País – contudo resistimos ferreamente às mudanças quando elas ameaçam o que temos de mais precioso, o que nos ocupa a maior parte do tempo de nossas vidas. Refiro-me ao exercício do jornalismo, ao modo como o aprendemos e praticamos. Sem dúvida, tecnicamente a imprensa brasileira é uma das mais modernas do mundo. Mas a grande revolução do conteúdo – e particularizo aqui o conteúdo dos jornais impressos – bem... essa ainda está para ser feita. E resistimos a fazê-la com toda a força dos nossos preconceitos.

O conteúdo dos grandes jornais brasileiros – e, por extensão, dos seus mal-ajambrados *clones* – padece de vários males. Todos diagnosticados à exaustão. Alguns deles:

- **O mal dos relatos burocráticos, impessoais [...]**
- **O mal das versões [...]**
- **O mal do oficialismo [...]**
- **O mal da superficialidade** (*NOBLAT, In: NOGUEIRA, 1997, p. 79-83*).
(*Grifos do autor*).

Em relação ao “mal dos relatos burocráticos”, impessoais, o jornalista disse em seu artigo que escrevia aquele texto um dia após à queda do governador Divaldo Suruagy, de Alagoas. Segundo o autor, milhares de pessoas haviam saído às ruas da capital alagoana, Maceió, “pedindo a deposição do governador e meia dúzia delas acabou ferida a bala”.

Mas, salvo menção a uma ou a outra mais exaltada, elas foram ignoradas pelos jornais. Uma multidão sem rosto, sem nome, sem histórias para contar. O generoso espaço reservado pelos jornais para noticiar a crise foi ocupado por declarações de políticos, providências tomadas pelo governo federal, explicações sobre a situação das contas públicas de Alagoas e frias descrições dos conflitos de rua. (*NOBLAT, In: NOGUEIRA, 1997, p. 80*)

Adiante, em seu texto, Noblat menciona o “mal das versões”. As premissas básicas do jornalismo determinam que todas as partes envolvidas em um episódio jornalístico devem ser ouvidas. Isso para que se passe ao leitor a versão mais completa, imparcial e próxima da verdade possível. Mas, como bem observou o autor, “a preguiça, a falta de tempo para uma apuração rigorosa e o medo de eventualmente errar” acabam levando os jornalistas a aceitarem e publicarem “versões e mais versões de um mesmo fato”.

Em nome de uma falsa postura de isenção, transferimos para os leitores nossa ignorância ou incapacidade de descobrir o que aconteceu.

Somos pagos para investigar e contar os fatos como eles se deram, não para escrever que, segundo alguns, tudo se passou assim, mas segundo outros tudo se

passou de uma forma diferente. Jornalismo de investigação não é só aquele que precede a elaboração de reportagens de fôlego. Jornalismo é investigação sempre – quer ele resulte na renúncia de um presidente da República ou no fechamento de um buraco que atrapalha o trânsito. (NOBLAT, *In: NOGUEIRA*, 1997, p. 81).

O autor ainda cita os “males do oficialismo e da superficialidade”.

Raro é o governante, o político, o líder de alguma associação que opina ou fornece informações que contrariem seu próprio interesse ou o interesse dos seus representados. Em que lugar do mundo já se viu um ministro da Fazenda, por exemplo, declarar que a inflação subirá, ou que haverá reajuste no câmbio, ou ainda que as contas públicas irão para o brejo?

Para todos esses fatos eles oferecem explicações a posteriori – e todas elas parciais e facciosas. E, no entanto, nossos jornais morrem de amores por todo e qualquer suspiro oficial ou semi-oficial. [...]

O que seria dos jornais, se um dia emudecessem as fontes oficiais? Ou deixariam de circular ou descobririam enfim que há material rico, farto e fascinante muito além dos gabinetes e dos corredores carpetados do poder. (NOBLAT, *In: NOGUEIRA*, 1997, p. 82).

O rádio e a televisão são meios de comunicação de massa, dinâmicos e ágeis. É possível transmitir a cobertura de um evento em tempo real devido às características técnicas desses dois tipos de *mass-media*. Mas as notícias não são apuradas em sua amplitude total. Se um episódio envolve cinco ou seis elementos fica difícil ter a versão de todos eles em uma cobertura jornalística de televisão ou até mesmo de rádio. O ouvinte e o espectador tendem a prestar mais atenção no episódio e não nas entrevistas que o comprovem. Por isso, o jornalista menciona:

Bons tempos aqueles em que as pessoas dependiam basicamente dos jornais para se informar sobre os fatos relevantes de sua cidade, país e mundo. Elas hoje dependem pouco. E cada vez dependerão menos.

[...] A maioria das pessoas que abrem diariamente um jornal já conhecem superficialmente as notícias que ali encontram. Não querem saber **o que aconteceu**, quase sempre porque já sabem. Querem saber **por que aconteceu**. E o que pensar a respeito dos fatos.

[...] Infelizmente os jornais privilegiam o que as pessoas já sabem e pouco se lhes acrescentam. São refêns do *ontem* e do *quê*. Teimam em oferecer notícias em excesso com baixa qualidade. E quando percebem que a circulação minguou ou não cresce na proporção estimada, os jornais apelam em desespero para promoções que justificam como *agregação de valor*. Compre um jornal, por favor, que não o

satisfaz plenamente. Em compensação, ganhe uma fita de vídeo, abatimento de 50% numa churrascaria ou concorra ao sorteio de um carro. (*NOBLAT, In: NOGUEIRA, 1997, p. 82-83*). (Grifos do autor).

O jornalista Carlos Alberto Di Franco, que é diretor do Master em jornalismo para Editores e Professores de Ética Jornalística e representante da Faculdade de Ciências da Informação da Universidade de Navarra (Espanha) no Brasil, escreveu no artigo *O jornalista e o educador – quem educa ou informa não pode viver de costas para a verdade e a liberdade*: “Entre o educador e o jornalista existe um denominador comum: o amor à verdade e a paixão pela liberdade”. (*Di FRANCO, Maio/98, p. 66*). Segundo ele, o educador deve desenvolver a coragem moral dos grandes repórteres e, o jornalista, o impulso do educador, pois é muito fácil informar ou desinformar, e vários exemplos foram dados nesta dissertação.

O homem tende à verdade. Por isso, a falência da verdade é a principal causa da decadência de qualquer sociedade. E, em contrapartida, reerguer uma sociedade é reerguê-la primeiro moralmente, fazendo reinar nela o que há de essencial: o primado da verdade. Trata-se da missão essencial do jornalista e do educador. A crise brasileira, à semelhança do que está acontecendo em outras paisagens, é o corolário da educação concessiva e acovardada e do bombardeio de uma mídia que presta excessivo culto à frivolidade e aos modismos politicamente corretos. (*Di FRANCO, Maio/98, p. 66*).

O jornalista ainda faz referências aos que chama de “dominados pela síndrome de um fundamentalismo prático” e “reféns de esquemas relativistas”, que pretendem uma verdade desvinculada da liberdade ou defendem uma liberdade emancipada da verdade. Escreve: “Esquecem uns e outros, que a democracia, estrutura que mais genuinamente garante a dignidade da pessoa, pressupõe a harmonia entre verdade e liberdade. Por isso, jornalistas e educadores não podem viver de costas para a liberdade” (*Di FRANCO, Maio/98, p. 66*) e para os anseios da sociedade, seu

compromisso social. Infelizmente, jornalistas parecem não estar preparados para trabalhar com a verdade, pois têm encontrado mecanismos para convencer seu público a acreditar no que dizem, e muitas vezes pensam, ser verdadeiro, e com esse expediente várias injustiças foram cometidas, várias verdades foram falseadas. O pensador italiano Antonio Gramsci diz: “A verdade é revolucionária” (1975, p.35), pois ela desmascara as mentiras do sistema.

2.3 - *Jornalistas, mas não intérpretes*

Entre as diversas tentativas de se chegar ao conceito de verdade, tem-se por certo que a *verdade* depende da *realidade*. Todavia, jornalistas não se preocupam com dúvidas filosóficas ou lógicas sobre o conceito de verdade, interpretam os fatos, que presumem verdadeiros, e reportam ao público de maneira a tornar o assunto *rentável*. Atribuem valor mercadológico, quanto mais *quente* uma notícia, maior o interesse do leitor, maior a vendagem do produto. E se há muito sangue, dor, sofrimento, então interessa ao público. Esse pensamento impera em muitas redações de jornais, revistas, televisões e rádios brasileiros. Observa-se que o jornalismo é feito, portanto, com argumentos não-válidos, com *paralogismos*. Os paralogismos são classificados em três tipos: erros de raciocínio; sofismas, raciocínios incorretos elaborados de propósito para enganar o oponente; e falácias, quando o erro não é aparente, ou parecem ser válidos (KRAUSE, 1996, p. 2-3).

“*Falácias* (num sentido amplo) são erros que ocorrem nos argumentos e que afetam sua irrefutabilidade. Em latim, o verbo *fallare* significa “falir”. Argumentos falaciosos são enganosos, pois parecem ser, superficialmente, bons argumentos. [...] Não há definição aceita universalmente de ‘falácia’” (NOLT e ROHATYN, 1991, p.

344-345). Os autores dividem as falácias em seis classes: falácias de relevância, falácias de raciocínio circular, falácias semânticas, falácias indutivas, falácias formais e falácias de premissas falsas.

Falácias de relevância ocorrem quando as premissas do argumento não têm relação com a conclusão. Além disso, frequentemente incluem um elemento para desviar a atenção do real problema.

Falácias de raciocínio circular são as falácias de assumir o que se quer provar.

Falácias semânticas resultam quando a linguagem utilizada na construção dos argumentos tem múltiplos significados ou é excessivamente vaga que interfere na avaliação do argumento.

Falácias indutivas ocorrem quando a probabilidade da conclusão de um argumento, dadas as suas premissas – isto é, sua probabilidade indutiva -, é baixa ou, pelo menos, menor do que o argumentador supõe.

Falácias formais ocorrem quando fazemos mau uso de uma regra de inferência válida ou quando inferimos uma regra que tem sua demonstrabilidade inválida.

Finalmente, há uma classe de erros classificados tradicionalmente como falácias: os argumentos que têm *premissas falsas*. (NOLT e ROHATYN, 1991, p. 345)

Por despreparo, falta de experiência ou falta de atenção, jornalistas estão constantemente expostos a argumentos não-válidos. Até mesmo a *confiança* na fonte de informação pode levar ao erro. Um caso bastante comentado, no Brasil, é o da Escola Base, em São Paulo. Pais, depois de escutarem uma criança que se dizia vítima de assédio sexual, acusaram proprietários, professores e funcionários da escola de abuso sexual contra crianças. A imprensa condenou todos os acusados a partir *da certeza* de um delegado que, provavelmente, estava atrás de seus 15 minutos de glória. O sensacionalismo que envolveu o caso foi tanto que, provada a inocência dos acusados, eles não conseguem recuperar a tranquilidade. (CARMONA, DUARTE e MACIEL, Maio/98, p. 20). Para o público eles sempre serão os *exploradores de crianças indefesas*.

O jornalista deve estar muito bem preparado para não cometer erros graves. O discurso jornalístico, com ou sem intenção, geralmente é falacioso. Torna-se

compreensível, portanto, a distorção de informações, o confronto com a realidade, a manipulação de notícias que irá provocar a manipulação da opinião pública. A mídia oferece as premissas, o público conclui. E outras vezes a imprensa conclui para o público que recebe a informação e nem mesmo tem tempo de refletir sobre ela, acaba aceitando-a, pois parece ser absolutamente verdadeira.

No dia do acidente em Ímola, foram feitas imagens de Ayrton Senna (comentado como mito neste trabalho) antes da corrida, inspecionando seu carro, cena comum antes de uma prova automobilística. O piloto parecia estar triste. Estava calado, pensativo. A imprensa explorou muito essa imagem e acabou passando a informação de que Senna *pressentia* que iria morrer, mensagem reforçada com a opinião de *mães de santo*, astrólogos, ciganos, depoimentos das últimas pessoas a falar com ele... (vídeo – **GLOBO REPÓRTER**, 06/maio/1994). Um claro exemplo de sofisma, pois os fatos se sustentaram em misticismo com claro poder de entreter e comover o público sem a menor preocupação com as conseqüências que poderiam ocorrer.

O mesmo expediente é utilizado freqüentemente pelos jornalistas: em uma tragédia, por exemplo, a produção de um programa jornalístico, os pauteiros de jornais e revistas e os próprios repórteres procuram um parente que sonhou com o acidente, um futurólogo que previu o episódio, alguém que *escapou* por ter mudado de idéia inexplicavelmente minutos antes de um embarque. Muitas lágrimas. Muita comoção. Em outubro de 1996, um Fokker 100 da empresa brasileira aérea TAM caiu em um bairro povoado da cidade de São Paulo. No acidente, 98 pessoas morreram: passageiros, tripulação e algumas pessoas que estavam dentro das casas ou passando pela rua na hora da queda. A notícia era importante, sem dúvida, mas tomou proporções cinematográficas. Todos os recursos de edição foram utilizados pelas emissoras de TV na cobertura jornalística do acidente. Todos os detalhes, descritos com frieza e até certo

grau de crueldade, foram citados pelos jornais. A própria postura dos apresentadores de telejornais, que naquele dia vestiram negro e empostaram a voz, dando tom ainda mais dramático às notícias, redimensionou a importância do fato. Com isso, a população adquiriu uma informação distorcida. O sensacionalismo mudou o sentido da informação. (LEITE, 10/nov/1996, Primeiro Caderno, p. 6).

A alteração de sentido de uma mensagem é estudada pela Semiótica. Observa-se a explicação de Adriano Duarte Rodrigues, no livro *Introdução à Semiótica*:

A linguagem verbal é uma realidade semiótica incomparável a qualquer outra realidade sensorial. Embora, como qualquer outro ser vivo, possamos perceber a significação do mundo envolvente através do olfacto, do sabor, do tacto, da vista, do ouvido, em suma, através das suas manifestações sensíveis e de percepções sensoriais análogas às dos outros seres vivos, só na linguagem verbal a significação adquire estatuto propriamente semiótico, passando assim as percepções a constituir o mundo propriamente humano. [...] Três características conferem à linguagem humana um estatuto semiótico específico:

1. Só a linguagem verbal pode dar conta das modalidades não linguísticas da significação.
2. Só a linguagem verbal pode significar a própria linguagem, através do discurso indirecto.
3. Só a linguagem verbal pode significar a maneira como a linguagem constrói as suas significações. [...] É a esta função de significação daquilo que significa uma outra manifestação linguística e da maneira como significa aquilo que significa que damos o nome de função *metalinguística* ou *metasemiótica*. (RODRIGUES, 1991, p. 9-10).

Mônica Rector, em *Problemas e Tendências da Semiótica*, expõe que a Semiótica descobriu, ao estudar *ideologias* como sistemas de signos, que a principal lei está no fato de *significar*. Citando J. Kristeva, a autora escreve: “Qualquer prática social, além de ser objeto de determinantes externos (economia, política, etc.), também está determinada por um conjunto de regras significativas, pelo fato de que existe uma ordem na linguagem, isto é, a linguagem tem uma dupla articulação

(significante/significado), e que esta dualidade está em relação arbitrária com o referente.” (*RECTOR*, s.d., p. 109).

O jornalismo tem usado muito bem a metalinguagem. Infelizmente, na maioria dos casos, a informação adquire cunho negativo, e ainda mais na televisão, que é um *sistema semiótico complexo*: combina sistemas verbais e não-verbais. Um detalhe agrava a situação: não são todos os cursos de Jornalismo que oferecem a disciplina Semiótica aos estudantes. Muitos jornalistas recém-formados sequer ouviram falar no assunto, no entanto, *brincam* com as palavras, utilizam ironia, praticam a metalinguagem sem saber o perigo ou sem se preocupar com a ética profissional. Sem saber, manipulam os signos do cotidiano. No capítulo seguinte vai ser tratada a Comunicação: a Epistemologia e o Tautismo, apresentando a *Crítica da Comunicação* de Lucien Sfez e a teoria da *Ação Comunicativa* de Jürgen Habermas.

Capítulo III

COMUNICAÇÃO: EPISTEMOLOGIA E TAUTISMO

Lucien Sfez, em *Crítica da Comunicação* explica o que chama de Tautismo: “neologismo formado pela contração da palavra ‘tautologia’ (o ‘repito, logo provo’ tão atuante na mídia) e o ‘autismo’ (o sistema de comunicação torna-me surdo-mudo, isolado dos outros, quase autista [...] passo a tomar a realidade *representada* como realidade diretamente *expressa*, confusão primordial e fonte de todo delírio.” (SFEZ, 1994, p. 13). A partir da explicação do autor, entende-se o “mal da superficialidade” mencionado pelo jornalista Noblat.

O tautismo é, pois, aquilo pelo qual uma nova realidade chega a nós, sem distância entre o sujeito e o objeto. Mas é também uma grade que permite interrogar campos, aparentemente heteróclitos, mas atingidos pela mesma doença tautística. Interrogando esses campos, ele revela o seu jogo de espelhos e pouco a pouco os unifica. Ora, é justamente aí que a origem epistêmica esfuma-se e o tautismo torna-se a *forma simbólica* da comunicação. Seu poder desdobra-se nas práticas e, retomando esses elementos constitutivos (tecnologia como imperativo e tecnologias do espírito), confere-lhes um segundo vigor. Passando por esses canais, o tautismo desempenha seu papel em várias frentes ao mesmo tempo: produção, distribuição, formação permanente, educação, *gadgets* culturais, publicidade, relações públicas, relações na empresa, marketing, televisão, rádio etc., chegando a influenciar a própria imprensa escrita, a produção cinematográfica e a produção dos editores de romances e de ensaios. (SFEZ, 1994, p. 13).

Sfez percebe a tecnologia do espírito como um modo de ligação exigido pelo desenvolvimento tecnológico que forma uma nova relação entre indivíduos: a *rede*, “que aceita formação rápida e deformação, podendo enriquecer-se de maneira quase ilimitada, mesmo conservando suas características de flexibilidade”; o *princípio de indeterminação*, “que age sobre as posições e as frustra, com relação a um contexto em

que o indivíduo e o grupo são interativos”; e o estatuto da imagem-cópia ou imitação, “de qualquer modo, representação se desvanece enquanto tal, o mesmo acontecendo com a distinção entre representado e representante”. (SFEZ, 1994, p. 14-15). O tautismo acaba substituindo a epistemologia da comunicação social, pois o pragmatismo de algumas situações simbólicas fortes acabam renovando a concepção do homem e do mundo provocando uma ausência de epistemologia.

A comunicação cultural de massa tem por característica o fato de suas mensagens, não localizadas em sua origem, serem aceitas pela população como se provindas de Deus, de um figura mitológica ou da natureza das coisas. Dessa maneira, o indivíduo não tem recurso, resposta nem possibilidade de correção. É o caso das mensagens dirigidas pelos governantes aos cidadãos ou as transmissões enunciadas acerca da tradição e dos hábitos relativos às cerimônias, às práticas comerciais, à salvação, à educação etc.; ou, ainda, objetos materiais fabricados pelo homem e o modo pelo qual as pessoas dispõem daquilo que as cerca: sistemas de objetos que se tornam eles mesmos comunicação de massa; ou, por fim, os sistemas de simbolização e de linguagem que é preciso aprender se se quiser participar de um grupo dado. Os autores então podem abordar a questão dos valores. (SFEZ, 1994, p. 177).

Pierre Lévy, em *As tecnologias da inteligência*, analisa a situação da seguinte maneira: a Oralidade Primária se baseava na memória das pessoas vivas, era narrativa. Com a Escrita, foi possível criar mecanismos para manter a “memória”, o conhecimento. Mais tarde, ainda nessa fase, com o advento da imprensa, foi possível sistematizar o conhecimento. A interpretação que os sujeitos faziam dos objetos foi substituída pela possibilidade de “distribuição” de informação a grande número de pessoas. Hoje, vive-se a Informática, a interpretação dá lugar à simulação. “A memória

social (em permanente transformação) encontra-se quase que totalmente objetivada em dispositivos técnicos: declínio da verdade e da crítica.” (LÉVY, 1995, p. 127).

A comunicação evoluiu a cada momento epistemológico, a cada tecnologia intelectual: da oralidade à escrita; dos manuscritos à impressão de Gutenberg; da impressão ao som do rádio e às imagens e sons do cinema e da televisão; dos audiovisuais aos computadores. As mídias eletrônicas colaboram para que as pessoas utilizem pouco a capacidade de *memória*. É como uma volta à época da oralidade primária: registra-se o que interessa, dispensa-se o que não serve para o momento. Até que ponto isso interessa? Lévy comenta: “O devir da oralidade parecia ser imóvel, o da informática deixa crer que vai muito depressa, ainda que não queira saber de onde vem ou para onde vai. Ele é a velocidade.” (LÉVY, 1995, p. 115).

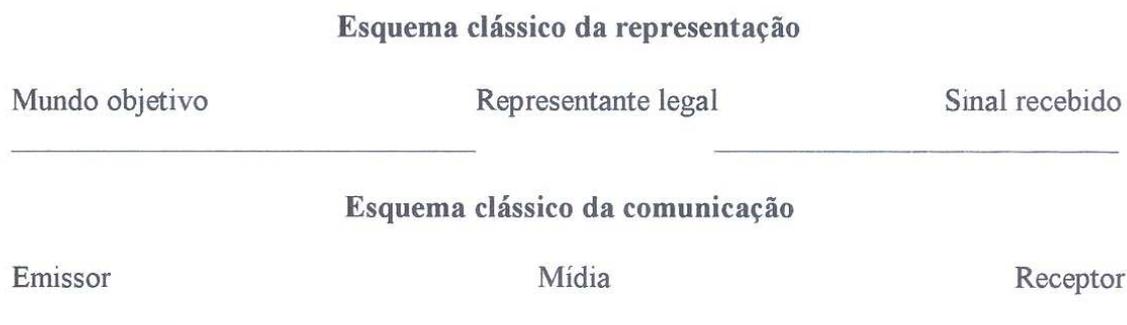
No livro de Sfez é reproduzida uma história em quadrinhos com o seguinte diálogo entre um casal:

- O senhor não acha que Jacques Chirac já tem funções demais para ser, além de tudo, prefeito de Lorraine? (diz a mulher)
- O que a senhora está dizendo? Não é Jacques Chirac, é Jacques Chérèque! (responde o homem)
- Não importa! É como esse Léotard! Agora, a cada filme que ele fizer, deixaremos de ter ministro da cultura? É certo isso? (replica a mulher)
- Não! O ministro é François. O ator é seu irmão, Philippe! Ora! (corrige o homem)
- Sem contar que, na cultura, seria melhor fazer esse Noureiev, que vive brigando, obedecer a Bigeard! (indigna-se a mulher)
- Mas... esse é Bigeard, general do exército! O outro é Béjart, diretor do corpo de balé! (explica o homem que ainda questiona) – Diga-me uma coisa! É no jornal que a senhora obtém essas informações?
- Não, nunca leio nenhum jornal e me orgulho disso! (responde orgulhosa a mulher) - Os jornais são todos só mentiras! Conta-se o que quer e, além disso, a letra é pequena e muito cansativa de se ler. Não! Escuto as informações no rádio, todas as manhãs ... enquanto passo o aspirador. (SFEZ, 1994, p. 70).

A charge, relativa a um episódio francês, demonstra o que tem acontecido com a comunicação atualmente. O “tautismo”, de Sfez, torna-se compreensível. O

mesmo diálogo tem situações claras do que ocorre com o Jornalismo Brasileiro descrito por Noblat, com os males da superficialidade, do oficialismo, das versões e dos relatos burocráticos, impessoais. Os leitores desconfiam da informação que recebem ao mesmo tempo em que dependem dela e dizem-se informados ao recebê-la, não importa em qual versão. Geralmente, na versão que mais corresponde aos seus interesses pessoais ou de grupo.

Sfez traça o paralelo entre os esquemas clássicos da representação e da comunicação:



(SFEZ, 1994, p. 30).

Dependendo do meio de comunicação pelo qual a mensagem é transmitida, há um tipo de interpretação. Mas também depende do intérprete compreender ou não a mensagem. Para J. Habermas, “ou bem *a gente diz o que é o caso ou o que não é o caso* ou bem *a gente diz algo para outrem*, de tal modo que ele *compreenda o que é dito*”. (HABERMAS, 1989, p. 40). E somente no segundo caso é ligado às condições da comunicação.

... compreender o que é dito a alguém exige a participação no agir comunicativo. Tem que haver uma situação de fala (ou, pelo menos, ela deve ser imaginada) na qual um falante, ao comunicar-se *com* um ouvinte *sobre* algo, dá expressão àquilo que *ele* tem em mente. Deste modo, no caso do uso da linguagem cognitiva, não-comunicativo, é só *uma* relação fundamental que está implicada; vamos chamar-lhe

a relação entre frases e algo no mundo “sobre” o qual as frases enunciam algo. Se, ao contrário, a linguagem for empregada para o fim do entendimento mútuo (ainda que seja tão somente para constatar no final um dissenso), haverá então três dessas relações: ao dar uma expressão *de* aquilo que tem em mente, o falante comunica-se *com* um outro membro de sua comunidade lingüística *sobre* algo no mundo. A epistemologia só se ocupa desta última relação entre a linguagem e a realidade, ao passo que a hermenêutica tem de se ocupar, ao mesmo tempo, da tríplice relação de um proferimento que serve (a) como expressão da intenção de um falante, (b) como expressão para o estabelecimento de uma relação interpessoal entre falante e ouvinte e (c) como expressão sobre algo no mundo. Além disso, toda tentativa de aclarar o significado de uma expressão lingüística coloca-nos diante de uma quarta relação lingüística ou interna à linguagem, a saber, a relação entre um proferimento dado e o conjunto de todos os proferimentos possíveis que poderiam ser feitos na mesma língua. (HABERMAS, 1989, p. 40-41).

Habermas apresenta a linguagem preenchendo três funções:

- reprodução cultural ou da presentificação das tradições,
- integração social ou da coordenação dos planos de diferentes atores na interação social,
- socialização da interpretação cultural das necessidades.

Uma interpretação correta não é somente uma interpretação verdadeira, pois convém a, é adequada a ou explicita o significado que os intérpretes devem alcançar. “‘Compreender o que é dito’ exige a participação e não a mera observação. Todas as interpretações são racionais. Ao compreender – e isso implica justamente: ao avaliar razões –, os intérpretes não podem deixar de recorrer a padrões de racionalidade, por conseguinte a padrões que eles próprios consideram obrigatórios para todas as partes.” (HABERMAS, 1989, p. 42-47).

Para exemplificar a teoria de Habermas, apresenta-se duas reportagens relativas ao mesmo episódio envolvendo a cantora Angela Ro Ro e a apresentadora de programas infantis Xuxa, recorrendo uma vez mais ao exemplo do *mito* criado pela mídia brasileira e já comentado nesta dissertação. As reportagens são de revistas brasileiras semanais de informação *Veja* e *IstoÉ* (no Anexo 4, o leitor pode encontrar a

reprodução das reportagens, com as fotos escolhidas e o tratamento gráfico dado pelas revistas ao caso). O episódio noticiado diz respeito às atitudes da cantora que a levaram a ter problemas com a Justiça. A reportagem da revista *Veja* teve como título: *Escândalos em Série*, e como subtítulo: “Angela Ro Ro é presa ao desacatar uma oficial de Justiça e enfrenta processo de Xuxa, por calúnia e difamação”. (*VEJA*, 23/08/1995, p. 81). A revista *IstoÉ* tratou o assunto com o título: *O anjo maldito*, seguido do subtítulo: “Ângela Rô Rô reage à intimação judicial, reassume seu lado rebelde e volta às páginas policiais”. (*LOBATO*, 23/08/1995, p. 91).

Para compreender melhor o exemplo, é preciso salientar o conceito de notícia e de artigo (de opinião) em jornalismo. Notícia é o “puro registro dos fatos, sem opinião. Exatidão é o elemento-chave da notícia, mas vários fatos descritos com exatidão podem ser justapostos de maneira tendenciosa. Suprimir ou inserir uma informação no texto pode alterar o significado da notícia” (*NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo*, 1996, p. 38). Para um artigo jornalístico, aceita-se: “Gênero jornalístico que traz interpretação ou opinião do autor. Sempre assinado”. (*NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo*, p. 123). As definições servem para identificar as características dos textos produzidos pelas revistas em questão.

As duas revistas cometem distorções ao tratar o episódio envolvendo a cantora Angela Ro Ro. Ao ler os dois textos, o leitor pode observar informações contraditórias, como a diferença de informações obtidas na apuração dos fatos de cada revista. Além da grafia do nome da cantora Angela Ro Ro (ou Ângela Rô Rô?), um dos textos diz que a cantora foi levada à delegacia “sem calcinha” (*Veja*), no outro, a informação passada era de que a cantora vestia “calcinha” (*IstoÉ*). Outra informação divergente: “Angela foi imobilizada, arrastada escada abaixo e levada a delegacia” (*Veja*); “Ângela foi brutalmente espancada. Os policiais, provavelmente fãs

incondicionais de Xuxa e das Paquitas, arrastaram o anjo maldito escada abaixo” (*IstoÉ*). Há ainda a diferença quanto ao número de policiais que participaram do episódio: quatro para a *Veja* e cinco para a *IstoÉ*. A reportagem da revista *Veja* apresenta depoimentos da maioria dos envolvidos: a própria cantora, o advogado de Xuxa e de sua empresária, Marlene Mattos, da oficial de Justiça que acabou pedindo a prisão de Angela Ro Ro, do juiz da Vara da Infância e da Adolescência e o de uma empresária, amiga da cantora. O texto da revista *IstoÉ* apresenta a versão da cantora e não há depoimentos, apenas repercussões. A revista *Veja* apresenta sua reportagem sem a assinatura (sem o nome) de quem a escreveu; a jornalista Eliane Lobato assina o texto da revista *IstoÉ*.

Se o leitor tiver a oportunidade de ler somente um dos textos vai ter uma interpretação totalmente diferente do leitor da outra revista. Ao acompanhar os fatos da revista *Veja*, é possível que o leitor considere a cantora Angela Ro Ro como lésbica, grosseira e bêbada e que, portanto, não merece consideração. Isso porque ao empregar alguns adjetivos e superlativos a reportagem dispõe fatos (exatos?) que distorcem o verdadeiro sentido da notícia. Atualmente, dizer que uma pessoa é homossexual assumida não é tão polêmico quanto pode ter sido há algum tempo. O homossexualismo é apresentado em filmes e novelas e várias pessoas têm assumido publicamente suas preferências sexuais. Mas ao escrever “homossexual assumidíssima”, o peso dessa opção sexual torna-se grande demais em um país onde a população pede para que o homossexualismo feminino seja abolido de uma novela das 20 horas – novela *Torre de Babel*, da Rede Globo (1998), fazendo com que seu autor tenha de reescrever a trama para agradar o público. (*CAMACHO*, 22/jul/1998, p. 84-85). O texto da revista *Veja* referente à Angela Ro Ro ainda tem: “O temperamento irreverente, quando não

incendiário, da cantora atrai um público cativo muito parecido com ela”. Em qual sentido? O texto não esclarece.

A jornalista da revista *IstoÉ*, que assina o texto *O anjo maldito*, também peca ao partir do pressuposto que todos os leitores já sabiam do que se tratava. Apesar de ser considerado um artigo de opinião, pois além de ser assinado apresenta comentários em praticamente todo o desenvolvimento do texto, não há informações básicas ao leitor, informações do chamado *lead*, em jornalismo, que é a reunião dos considerados seis elementos básicos de uma notícia: quem, o quê, quando, como, onde e o porquê de determinado fato.

3.1 - *Questões ideológicas e mídia*

Em maio de 1983, o secretário-geral da ONU – Organização das Nações Unidas –, Boutros Boutros-Ghali, afirmou: “Hoje a mídia não se limita simplesmente a transmitir notícias. A televisão se tornou parte dos eventos que ela cobre. Ela mudou a maneira pela qual o mundo reage às situações de crise”. (*ARBEX*, 15/06/94, p. 94). A declaração demonstra o poder crescente da participação da mídia nos acontecimentos, deixando de ser mera reprodutora dos fatos. Essa *participação*, contudo, leva invariavelmente à manipulação da mensagem de acordo com interesses políticos e econômicos de governos ou mesmo de grandes grupos empresariais, sem esquecer outras instituições organizadas e bem articuladas. Até mesmo o preconceito tem servido de motivo para a propagação de versões mentirosas dos fatos. A reportagem *Império das Meias Verdades*, da revista *IstoÉ*, de 15 de junho de 1994, assinada por José Arbex, apresentou alguns exemplos:

- Em 17 de agosto de 1992, a foto de capa da revista *Time*, extraída de uma reportagem da tevê britânica, mostrava um homem esquelético, sorrindo e sem camisa, descrito como um “prisioneiro muçulmano num campo de concentração da Sérvia”. Na realidade, o homem é sérvio, chamava-se Slobodan Konjevic, 37 anos, e junto com seu irmão Zoran, 41, foi preso sob acusação de assalto. Konjevic sofreu de tuberculose por dez anos, disse sua irmã em Viena, que identificou seus irmãos na fotografia.

- Em 1992, a BBC afirmou, em documentário, que um homem idoso era um “bósnio muçulmano prisioneiro de guerra num campo de concentração da Sérvia”. Os parentes do velhinho o identificaram posteriormente como o oficial aposentado Branko Velec, sérvio detido num campo de concentração muçulmano.

- Em 4 de janeiro de 1993, a revista *Newsweek* publicou uma foto de vários corpos acompanhando uma reportagem que começava da seguinte maneira: “Haverá alguma maneira de parar as atrocidades dos sérvios na Bósnia?”. A foto era, na realidade, de vítimas sérvias, incluindo um homem perfeitamente reconhecível pelo seu uniforme (vermelho). (*ARBEX*, 15/07/94, p. 93).

Os exemplos deixam claras as tentativas do noticiário mundial transformar os sérvios – ressalta-se que naquele período histórico, uma vez que os conflitos naquela região continuaram – em vilões perante a opinião pública. Mas de onde viria este sentimento negativo em relação aos sérvios? Seu alfabeto cirílico é estranho e pouco compreensível, mas ainda havia a longa história de cooperação com a Rússia, além das diferenças religiosas e políticas com o Ocidente.

Ideologia é uma visão de mundo que comporta elementos culturais, estéticos, comportamentais, existenciais, morais e éticos (*MANNHEIM*, 1968). Dissociar o jogo de interesses da manipulação da notícia, de aspectos ideológicos tem sido tarefa árdua. A ideologia interfere na vida dos cidadãos. Cyro Marcondes Filho, no livro *Quem Manipula Quem*, escreve: “A questão da ideologia parece ser o tema mais importante nos estudos de política, sociologia ou comunicação da sociedade moderna, pois encerra a questão do sujeito”. (*MARCONDES FILHO*, 1991, p. 42). A ideologia é “uma forma de dominação, é o domínio pela idéia”. O autor observa que a ideologia não pode ser mais confundida com posições políticas burguesas ou proletárias, mas sim como instrumento de controle da dominação e do arbítrio contra todas as formas

opressivas. “Buscar desnudar a falsidade e apresentar uma outra verdade, a definitiva, não pode passar de um discurso igualmente totalitário: uma única verdade, seja ela do oprimido, do proletário ou do intelectual de oposição, encerrará, necessariamente, o dogmatismo. [...] Não existe uma simples dicotomia: falsa consciência, consciência verdadeira ou não encobrimento/encobrimento”. (MARCONDES FILHO, 1991, p. 47-48).

Régis Debray, no livro *O Estado Sedutor* (1994), faz uma análise das vias e dos meios da eficácia simbólica de como imagens e palavras podem modificar o rumo de fatos. Estuda as mediações materiais que permitem a um símbolo se inscrever, transmitir-se, circular e subsistir na sociedade. Em diversos momentos, compara o poder da televisão, no que chama de videosfera, à escola da denominada grafosfera. O autor elaborou um quadro comparativo que mostra como os meios de comunicação, principalmente a televisão, estão substituindo a escola em determinadas funções e atividades. Mais uma razão para o profissional de Comunicação Social, Jornalismo, ter conhecimentos humanistas, pois somente assim reforçará seu compromisso social: informar, reportar, noticiar, conscientizar a população e, de fundamental importância, educá-la. Debray é francês e sua obra reflete a realidade européia, no entanto, seu quadro pode ser perfeitamente interpretado em qualquer sociedade que possua, ao menos, um sistema televisivo. Apresenta-se, a seguir, o quadro elaborado por Régis Debray e que se encontra na obra acima citada:

	LOGOSFERA	GRAFOSFERA		VIDEOSFERA
IDEAL TIPO	MONARQUIA FEUDAL (PRÉ-RENAASCENÇA)	MONARQUIA ABSOLUTA 1650-1789	REPÚBLICA 1900	DEMOCRACIA 2000
O UNO SIMBÓLICO FUNCIONA COMO...	REI MÁGICO (a era dos milagres)	REI MAQUINISTA (a era das maravilhas)	"REI" MECÂNICO (a era dos motores)	"REI" TECNOLÓGICO (a era das montagens)
ESTATUTO DO GOVERNADO	O FIEL (SUPRAPOLÍTICO) assembléia: a Igreja	O SÚDITO (METAPOLÍTICO) assembléia: o Reino	O CIDADÃO (POLÍTICO) assembléia: a Nação	TELESPECTADOR (INFRAPOLÍTICO) assembléia: o Mercado
NATUREZA DAS IMAGENS DE ESTADO	HERÁLDICA (armas, emblemas, divisas) o escudo com a flor-de-lis	ICONOGRÁFICA (galeria das figuras) o retrato do Rei	ALEGÓRICA (personificação das idéias) Marianne	SEMIÓTICA (logotipos, crachás, slogans) Visual
PRESTÍGIO DO CHEFE	A SACRALIDADE (vínculo direto com o Cristo: o rei é sagrado)	A MAJESTADE (vínculo indireto, o rei é mediador do sagrado)	A GLÓRIA (vínculo indireto com Razão e Progresso)	A AURA (vínculo direto com a população)
LUGAR IDEAL DE EXALTAÇÃO	O ALTAR (a Igreja)	O PALCO (o teatro)	O ESTRADO (a escola)	A TELA (a TV)
RITUAL DE APRESENTAÇÃO	A LITURGIA (para se ajoelhar)	O CERIMONIAL (para maravilhar)	O DISCURSO (para convencer)	A EMISSÃO (para seduzir)
NATUREZA DAS FESTIVIDADES	RELIGIOSA (procissões, cânticos)	ARISTOCRÁTICA OU MITOLÓGICA (festa da corte: ópera, baile, concerto)	UTÓPICA OU COMEMORATIVA (festa da Razão, festa nacional em 14 de julho)	MIDIÁTICA OU RECREATIVA (festa da música)
A SINALIZAÇÃO DO SOBERANO	EU INTERPRETO (tal é a vontade de Deus)	EU INDICO (tal é a minha vontade)	EU EXPLICO (tal é a verdade)	EU INFORMO (tal é a realidade)
A OFERTA SIMBÓLICA	VOCÊ TEM O DIREITO DE TOCAR (as escrúfulas)	VOCÊ TEM O DIREITO DE OLHAR (a corte)	VOCÊ TEM O DIREITO DE APRENDER (a escola)	VOCÊ TEM O DIREITO DE RESPONDER (a sondagem)
TRANSFIGURAÇÃO PELA IMAGEM	RELIGIOSA (é um santo!)	HERÓICA (é um Apolo!)	PEDAGÓGICA (é um mestre!)	PUBLICITÁRIA (é uma star!)
MEIO DE ALIENAR	POR DEVOÇÃO	POR DESLUMBRAMENTO	POR DOCTRINAÇÃO	POR MANIPULAÇÃO
TRANSPORTE FÍSICO DO SIGNO	CAMINHO/HOMEM Velocidade: cavalo	ESTRADA/HOMEM Velocidade: cavalo, barco	TRILHOS/FIO Velocidade: vapor, eletricidade	ELÉTRON/SATÉLITE Velocidade: luz
APOTEOSE: PARA ONDE É LEVADO O MORTO ILUSTRE?	PARA A IGREJA Panteão escatológico	PARA O PALÁCIO Panteão monárquico	PARA O MUSEU, PREFEITURA OU PRAÇA Panteão cívico	PARA A TELA Panteão audiovisual
POSTURA DE HONRA DO MORTO	ESTÁTUA JACENTE (prece dos mortos)	A ESTÁTUA EQUÉSTRE (oração fúnebre)	A ESTÁTUA DE PÉ (panegírico escrito)	O PÓSTER (necrologia)
UTILIZAÇÃO DO ESPETÁCULO	ADORAR	ENCANTAR	ILUSTRAR	DISTRAIR
TÍTULO DO BEST-SELLER	O PODER E O ÍDOLO	O PODER E DEUS	O PODER E O IDEAL	O PODER E A VIDA
A MÍSTICA DO EGO REINANTE	O CRISTO SOU EU Emblema: a fênix (séc. XIII)	O ESTADO SOU EU Emblema: o Sol (séc. XVII)	A NAÇÃO SOU EU Emblema: o galo (séc. XIX)	A MAIORIA SOU EU Emblema: nada
A OPINIÃO PÚBLICA	SEM	A PALAVRA POPULAR (rumor, grito, eco, murmúrio)	A PUBLICAÇÃO DE UMA OPINIÃO PARTICULAR (jornais, livros, panfletos)	A RESPOSTA A UMA PESQUISA ESPECIALIZADA (sondagens)
SEU SUJEITO	-	A POPULAÇÃO (opinião desprezada)	O PÚBLICO OU AS PESSOAS INSTRUÍDAS (opinião temida)	O INDIVÍDUO (opinião avaliada)
MANIFESTAÇÃO DE...	-	DESATINO dos particulares	RAZÃO universal	LIBERDADE individual
CONTROLADO POR...	-	IGREJA/ACADEMIAS	ESCOLA/INSTITUIÇÕES	COMUNICAÇÃO/EMPRESAS

A rigor, a verdade ou a falsidade estão relacionadas com o compromisso social do veiculador de cultura, de informação, sendo, portanto, entidades voláteis, relativas, na mídia. Esta trabalha com a verdade como se fosse falsidade e com o falso como se fosse verdadeiro. Daí, a importância de uma formação universitária que possibilite ao agente de comunicação não somente distinguir o falso do verdadeiro, mas situá-los no âmbito da sua concepção de mundo, que ele introjetou, consciente ou inconscientemente, durante a sua vida e, em especial, por decisão de sua permanência na Universidade. O seu “agir comunicativo” será, portanto, favorável ao status quo ou estará a serviço de transformações sociais, seu compromisso social. Vale a pena citar Habermas:

O agir comunicativo pode ser compreendido como um processo circular no qual o ator é as duas coisas ao mesmo tempo: ele é o *iniciador*, que domina as situações por meio de ações imputáveis; ao mesmo tempo, ele é também o *produto* das tradições nas quais se encontra, dos grupos solidários aos quais pertence e dos processos de socialização nos quais se cria. (**HABERMAS**, 1989, p. 166).

Para Habermas, enquanto uma situação relevante do “mundo da vida se impinge ao agente” como um problema que ele tem de resolver, ele forma o *contexto* para os processos de entendimento mútuo e fornece os *recursos* para isso. No “mundo da vida comum”, os agentes possuem uma provisão de obviedades culturais que é onde os participantes da comunicação encontram seus esforços de interpretação. Essas suposições são apenas um dos componentes do mundo da vida; “também as solidariedades dos grupos integrados por intermédio de valores e as competências dos indivíduos socializados servem, de maneira diferente das tradições culturais, como recursos para o agir orientado para o entendimento mútuo.” (**HABERMAS**, 1989, p. 167). Os profissionais de jornalismo têm partido de pressupostos coletivos: o que

agradar ao público, o que for de conhecimento geral, o que é de senso comum tem virado notícia.

3.2 - Reflexos da Indústria Cultural?

As análises de Sfez, Habermas e Lévy comprovam a teoria de Adorno e Horkheimer, autores da expressão “Indústria Cultural”, que analisaram na metade deste século, como o progresso científico e tecnológico poderia fazer com que os princípios de verdade, liberdade, justiça, humanidade perdessem seus reais significados antes mesmo de darem lugar a uma prática social. Explicaram esse processo na obra *Dialética da Razão*, escrita durante a Segunda Guerra Mundial.

O jornalismo pode evitar que essa crise de valores aumente se for trabalhado de maneira mais profunda, deixando a superficialidade e o sensacionalismo de lado, exercendo seu verdadeiro papel de formador de opinião. No atual estágio de desenvolvimento da sociedade capitalista tudo é descartável e consumível. Leitores, ouvintes e espectadores de notícias não têm tempo nem dados suficientes para analisar o que lêem, escutam ou assistem de maneira que lhes garantam uma informação coerente que possa ajudá-los a identificar situações futuras. Mas se o jornalista que escreve ou edita essas informações está preocupado com a informação (e, fundamentalmente, a formação) de seu público, fornece elementos complementares para que a reflexão seja possível.

Muitas vezes, as deturpações de mensagens são impostas pelos diretores (proprietários) dos veículos de comunicação. Outras vezes parecem ser conseqüências de inexperiência, ingenuidade ou incompetência de jornalistas. Independentemente da causa, é certo que há manipulação de informação. Recorrendo mais uma vez a

Habermas, observa-se em sua teoria do agir comunicativo que os participantes da comunicação procuram suprir a carência de entendimento mútuo que surge nas situações às quais os recursos para os processos de interpretação não são suficientes.

Se os agentes comunicativos querem executar os seus planos de ação em bom acordo, com base numa situação de ação definida em comum, eles têm que se entender *acerca de algo no mundo*. Ao fazer isso, eles presumem um conceito formal do mundo (enquanto totalidade dos estados de coisas existentes) como aquele sistema de referência com ajuda do qual podem decidir o que, em cada caso, é ou não o caso. Contudo, a representação de fatos é apenas uma entre as várias funções do entendimento mútuo lingüístico. Os atos de fala não servem apenas para a representação (ou pressuposição) de estados e acontecimentos, quando o falante se refere a algo no *mundo objetivo*. Eles servem ao mesmo tempo para a produção (ou renovação) de relações interpessoais, quando o falante se refere a algo no *mundo social* das interações legitimamente reguladas, bem como para a manifestação de vivências, isto é, para a auto-representação, quando o falante se refere a algo no *mundo subjetivo* a que tem um acesso privilegiado. Os participantes da comunicação baseiam os seus esforços de entendimento mútuo num sistema de referências composto de exatamente três mundos. Assim, um acordo na prática comunicativa da vida quotidiana pode se apoiar ao mesmo tempo num saber proposicional compartilhado intersubjetivamente, numa concordância normativa e numa confiança recíproca. (HABERMAS, 1989, p. 167).

Os veículos eletrônicos de comunicação de massa, principalmente a televisão, são os principais responsáveis pela transformação de notícias em material de consumo descartável. A geração atual tem referências absolutamente visuais. Os jovens se identificam com o que vêm na TV ou captam pela internet (com imagens e sons). Milton José de Almeida aborda essa relação no livro *Imagens e Sons – a nova cultura oral*:

A relação do espectador com imagens e sons em movimento – no cinema, na televisão – é quase a mesma de pessoas se encontrando e conversando. As pessoas falam, não só suas bocas, mas seu corpo todo, juntamente com o qual está ao seu redor. A situação da fala abrange uma totalidade do momento. Uma veracidade se instala, as palavras são sons de uma discussão verdadeira, indiscutivelmente real. [...] Uma continuidade que vai se fazendo sentido, significado, a cada segundo em que as frases se enlaçam, se completam, se negam. Como se a verdade do discurso se fosse fazendo de negações e afirmações, numa continuidade temporal sem retorno, em que os falantes vão se sobrepondo uns aos outros, numa disputa pela

palavra, gerando segundo a segundo um todo moral, técnico, lingüístico, afetivo etc., verdades passageiras, que se impõem ou se esvaecem ao final, após o que serão a memória daquele momento oral, único, após o que serão fiapos daquelas falas, recordações, esforço mental que em vão fazemos para reproduzi-las. A verdade ficou por lá, construída e destruída entre os sons e as imagens daquele momento. (ALMEIDA, 1994, p. 42.).

É dessa forma que está sendo criada uma geração de jovens que se baseia no que é audiovisual. Apesar das questões ideológicas, a verdade do texto escrito “é sempre uma verdade em questão no tempo, na história. Sua permanência com o objeto material permite o diálogo com interlocutores ao longo da história, independente da permanência viva de seus produtores”. (ALMEIDA, 1994, p. 44). Mais uma prova de como é possível utilizar os veículos de comunicação, em especial os que possuem produtos jornalísticos, como a “Escola de Adultos” sugerida por Gramsci, ou seja, se os jovens têm o referencial visual é porque captaram dos veículos de comunicação. Essa influência, apesar de ter características negativas por muitas vezes servir para alienar ou manipular, pode ser vista como um instrumento de educação, mas para isso é necessária a preocupação de quem está fornecendo toda a gama de informações, inclusive visuais. Os estudantes de Jornalismo não estão livres dessa linguagem audiovisual, capaz de fazer milhares de pessoas acreditarem na mensagem que a imagem, na maioria dos casos previamente editada e apresentada sem a menor contextualização, está passando. Que orientação esses estudantes têm recebido? O que eles acham importante para sua formação profissional? No capítulo seguinte, serão apresentados os estudos realizados com estudantes de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da PUC-PR em 1996 e 1998.

Capítulo IV

ALUNOS DE JORNALISMO APONTAM PREFERÊNCIAS E NECESSIDADES

Um diagnóstico, uma análise, uma proposta de mudança de programa de curso devem levar em consideração o estudante. Para que o curso tenha vínculos com as necessidades da sociedade, nada mais adequado que os próprios estudantes pesquisem e apontem deficiências e predileções. Juntos a chefes de departamentos, coordenadores de cursos e professores, os estudantes podem encontrar um excelente caminho a seguir. Normalmente, logo que o estudante ingressa em um curso superior, quer estar frente a frente com a realidade da profissão que irá exercer após a faculdade. No entanto, nem sempre suas reais necessidades de aprendizado estão de acordo com suas preferências durante a formação acadêmica. Essa situação será constatada a partir de dois estudos feitos junto a alunos de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, da PUC-PR, para a presente pesquisa. O primeiro foi realizado em 1996 e o segundo, em 1998.

4.1 – Estudo realizado em 1996

O curso de Comunicação Social – Jornalismo, da PUC/PR, em 1996, tinha 226 alunos matriculados do primeiro ao quarto ano, mas 70 alunos de primeiro ano não foram incluídos no estudo por estarem há pouco tempo na faculdade e não terem conhecimento suficiente do programa de aulas e das funções do jornalista. Foi elaborado como instrumento para a coleta de dados um questionário com questões abertas e fechadas (ver Anexo 5). Os questionários foram preenchidos em sala de aula. Os alunos de segundo, terceiro e quarto anos foram convidados a participar da pesquisa;

40 alunos se dispuseram a responder os questionários, o que gerou uma amostra de 25,6% do total de alunos matriculados entre o segundo e o quarto ano do curso em questão (156 alunos). Salienta-se que não foi pedido para justificar a resposta, nem mesmo para analisar o programa de aulas ou a postura dos professores correspondentes em sala de aula das disciplinas que preferem.

Na construção do instrumento de coleta de dados (ver Anexo 5), procurou-se abordar os aspectos mais relevantes que dizem respeito à formação universitária do jornalista relacionada à técnica e, principalmente, ao compromisso social. Desta forma, para a construção da primeira questão: “Qual é a disciplina que você mais gosta no currículo do curso de Jornalismo?”, foram selecionadas disciplinas preponderantemente técnicas e preponderantemente teóricas existentes no programa de primeiro a quarto ano do curso de jornalismo da PUC/PR. Como não foram apresentadas todas as disciplinas, o item “outra, qual?” foi incluído para dar ao aluno a oportunidade de se manifestar caso não concordasse com os itens apresentados. Salienta-se que as disciplinas “Filosofia”, “Teologia”, “Ética” e “Sociologia” foram propositadamente incluídas por terem em suas ementas conteúdo de formação generalista e “humanista” (ver Anexo 2), equilibrando-se com os itens “Televisão”, “Rádio”, “Redação” e “Cinema”. Foi incluído, ainda, o item “História da Comunicação”, por ser uma disciplina que, além de específica aos cursos de Comunicação Social, entre eles, portanto, o de habilitação em jornalismo, mas que fornece aos estudantes uma visão mais ampla, generalista, que técnica.

A partir da segunda pergunta, as questões passaram a ser abertas, pois os estudantes deveriam estar livres para apontarem as carências em seu aprendizado ou reforçarem a sua preferência por eventuais disciplinas, como a questão dois: “Cite o nome de duas disciplinas que considere serem importantes para a sua formação

Capítulo IV

ALUNOS DE JORNALISMO APONTAM PREFERÊNCIAS E NECESSIDADES

Um diagnóstico, uma análise, uma proposta de mudança de programa de curso devem levar em consideração o estudante. Para que o curso tenha vínculos com as necessidades da sociedade, nada mais adequado que os próprios estudantes pesquisem e apontem deficiências e predileções. Juntos a chefes de departamentos, coordenadores de cursos e professores, os estudantes podem encontrar um excelente caminho a seguir. Normalmente, logo que o estudante ingressa em um curso superior, quer estar frente a frente com a realidade da profissão que irá exercer após a faculdade. No entanto, nem sempre suas reais necessidades de aprendizado estão de acordo com suas preferências durante a formação acadêmica. Essa situação será constatada a partir de dois estudos feitos junto a alunos de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, da PUC-PR, para a presente pesquisa. O primeiro foi realizado em 1996 e o segundo, em 1998.

4.1 – Estudo realizado em 1996

O curso de Comunicação Social – Jornalismo, da PUC/PR, em 1996, tinha 226 alunos matriculados do primeiro ao quarto ano, mas 70 alunos de primeiro ano não foram incluídos no estudo por estarem há pouco tempo na faculdade e não terem conhecimento suficiente do programa de aulas e das funções do jornalista. Foi elaborado como instrumento para a coleta de dados um questionário com questões abertas e fechadas (ver Anexo 5). Os questionários foram preenchidos em sala de aula. Os alunos de segundo, terceiro e quarto anos foram convidados a participar da pesquisa;

40 alunos se dispuseram a responder os questionários, o que gerou uma amostra de 25,6% do total de alunos matriculados entre o segundo e o quarto ano do curso em questão (156 alunos). Salienta-se que não foi pedido para justificar a resposta, nem mesmo para analisar o programa de aulas ou a postura dos professores correspondentes em sala de aula das disciplinas que preferem.

Na construção do instrumento de coleta de dados (ver Anexo 5), procurou-se abordar os aspectos mais relevantes que dizem respeito à formação universitária do jornalista relacionada à técnica e, principalmente, ao compromisso social. Desta forma, para a construção da primeira questão: “Qual é a disciplina que você mais gosta no currículo do curso de Jornalismo?”, foram selecionadas disciplinas preponderantemente técnicas e preponderantemente teóricas existentes no programa de primeiro a quarto ano do curso de jornalismo da PUC/PR. Como não foram apresentadas todas as disciplinas, o item “outra, qual?” foi incluído para dar ao aluno a oportunidade de se manifestar caso não concordasse com os itens apresentados. Salienta-se que as disciplinas “Filosofia”, “Teologia”, “Ética” e “Sociologia” foram propositadamente incluídas por terem em suas ementas conteúdo de formação generalista e “humanista” (ver Anexo 2), equilibrando-se com os itens “Televisão”, “Rádio”, “Redação” e “Cinema”. Foi incluído, ainda, o item “História da Comunicação”, por ser uma disciplina que, além de específica aos cursos de Comunicação Social, entre eles, portanto, o de habilitação em jornalismo, mas que fornece aos estudantes uma visão mais ampla, generalista, que técnica.

A partir da segunda pergunta, as questões passaram a ser abertas, pois os estudantes deveriam estar livres para apontarem as carências em seu aprendizado ou reforçarem a sua preferência por eventuais disciplinas, como a questão dois: “Cite o nome de duas disciplinas que considere serem importantes para a sua formação

profissional que estejam ou não incluídas no currículo do curso de Jornalismo desta instituição. Justifique”.

Mas, a consulta visava, ainda, verificar a capacidade de análise dos estudantes no que diz respeito à profissão, principalmente devido a todas as distorções de função que a imprensa tem apresentado, como foi analisado neste trabalho. Por isso foram incluídas as questões três e quatro. A questão três: “Qual(is), em sua opinião, o(s) principal(is) problema(s) hoje do Jornalismo brasileiro (no máximo três). Justifique”, exigia do estudante conhecimento da profissão e do compromisso social do jornalista de informar e formar cidadãos. Uma vez que o estudante identificasse os problemas do Jornalismo brasileiro, ele deveria se colocar na função de um jornalista que tivesse que escolher que reportagem fazer a partir do exemplo da questão quatro: “No próximo dia 13 de novembro a Seleção Brasileira de Futebol vem a Curitiba jogar contra a Seleção de Camarões (jogo amistoso). Ronaldinho, apontado na Espanha (*pela imprensa espanhola da época*), onde joga pelo Barcelona, como o novo Pelé, está escalado. Imagine que na mesma noite tenha um debate sobre problemas urbanos da capital paranaense. O que você iria cobrir? Por quê?”.

A última questão – “O que é Ética para você?” – teve a intenção de verificar o compromisso social do aluno na diferenciação do que é certo ou errado. Foi incluída no questionário, uma vez que a disciplina de Legislação e Ética em Jornalismo é dada no último ano do curso de Comunicação Social – Jornalismo, depois dos alunos terem produzido trabalhos práticos de Redação, Televisão, Rádio e Cinema. Se o estudante não tem conhecimento teórico suficiente quanto à Legislação e à Ética profissional, como pode realizar trabalhos práticos durante os três primeiros anos acadêmicos? Levou-se em consideração, ainda, o fato de que as disciplinas de Filosofia e Ética não estão interligadas no programa do curso de Jornalismo.

A seguir são apresentados os resultados obtidos com os questionários.

QUESTÃO 1 - Disciplinas que mais gostam

Televisão - 13 (treze)	(24,5 %)
Redação - nove	(17 %)
Cinema - oito	(15,1 %)
Sociologia - seis	(11,3 %)
Rádio - quatro	(7,5 %)
Planejamento Gráfico - quatro	(7,5 %)
Filosofia - três	(5,7 %)
Ética - três	(5,7 %)
Fotografia - um	(1,9 %)
História da Comunicação - um	(1,9 %)
Planejamento em Comunicação - um	(1,9 %)

Total de respostas válidas: 53 100%

OBSERVAÇÃO: Alguns estudantes responderam mais de um item. Tais respostas foram consideradas, pois a justificativa foi a dificuldade em estabelecer preferência.

Pelos resultados obtidos na primeira questão fica claro perceber que a maioria do estudantes prefere disciplinas práticas. O resultado obtido com a soma da preferência por Televisão, Redação e Cinema, 56,6%, é muito superior à soma dos que apontam disciplinas de base essencialmente teóricas, Sociologia, Filosofia, Ética, 22,7%.

A disciplina de Sociologia foi citada por seis estudantes, 11,3% do total de respostas válidas. O valor é significativo, mas não chega a ser metade do valor apontado pela preferência pela disciplina de Televisão, 24,5%. A diferença entre esses percentuais comprova que a maioria dos estudantes está mais preocupada em ter contato com a realidade profissional do que estudar o processo comunicativo e a estrutura social.

QUESTÃO 2 - Disciplinas que consideram importantes - Por quê?

Redação - 19 (dezenove)	(25,3 %)
História Geral - nove	(12 %)
Língua Portuguesa - oito	(10,7 %)
Economia - oito	(10,7 %)
Psicologia - cinco	(6,7 %)
Assessoria de Imprensa - cinco	(6,7 %)
Ciências Políticas - quatro	(5,3 %)
Filosofia - três	(4 %)
Direito - dois	(2,7 %)
História da Arte - dois	(2,7 %)
Sociologia - dois	(2,7 %)
Televisão - dois	(2,7 %)
Marketing - um	(1,3 %)
Rádio - um	(1,3 %)
História da Comunicação - um	(1,3 %)
Técnica de Reportagem e Entrevista - um	(1,3 %)
Jornalismo Comunitário - um	(1,3 %)
Fotografia - um	(1,3 %)
Total de respostas válidas: 75	100 %

Entre as justificativas apresentadas pelos estudantes, algumas foram selecionadas para mostrar o que os alunos de Jornalismo pensam sobre o currículo. Afinal, eles elegeram 61,4% como disciplinas mais importantes em sua formação as de *base teórica*. E dos 38,6 % de disciplinas práticas, 25,3 % das respostas citadas são de Redação, compreensível, uma vez que o jornalista precisa saber escrever.

JUSTIFICATIVAS DA QUESTÃO 2:

- *Redação*, por ser a ferramenta, o instrumento principal do jornalista.
- *Assessoria de Imprensa*, por ser um mercado novo e promissor.
- *Ética*, para dar informações relacionadas à legislação.
- *Ética e legislação*, não apenas por ser jornalista, mas como cidadão.
- *História*, pois não é possível compreender fatos recentes sem conhecer sua origem.
- *Filosofia*, pela formação humana e cultural, assim como *História da Arte* e *Psicologia*.

Duas justificativas, de alunos de *terceiro ano* de Jornalismo, devem ser reportadas na íntegra, pois há erros básicos que são imperdoáveis para futuros jornalistas: “Quanto mais produção de texto o aluno fizer durante o curso melhor será o

seu desenvolvimento e *menas (sic)* vergonha passará quando entrar no mercado de trabalho”. E: “*Economia (sic)*, ajuda na formação. Português, simplesmente *imprescindível (sic)*.”

Chama a atenção a contradição. Na primeira questão, a maioria das respostas está ligada a disciplinas essencialmente técnicas, sendo que 24,5% apontam Televisão como a disciplina que mais gostam. Já com relação à mais importante para a formação do jornalista, observa-se que apenas dois estudantes apontaram Televisão, ou seja, 2,7% do total de respostas. O aluno percebe que está recebendo pouco conteúdo teórico que o fará ser mais crítico. Se os estudantes sentem falta de disciplinas teóricas por que continuam gostando mais de disciplinas técnicas? A resposta a essa questão pode estar relacionada ao fato de que nas disciplinas práticas, eles podem produzir material que consideram jornalístico. Eles conseguem gravar e editar reportagens ou programas de rádio e de televisão, podem fazer jornais gráficos e revistas, sentem que estão próximos ao mercado de trabalho. No entanto, esse mercado tem problemas que eles mesmos percebem, como será visto na questão seguinte.

-QUESTÃO 3 - Principais problemas do Jornalismo brasileiro

Esta questão, aberta, serviu para analisar se os estudantes conseguem entender o mercado de trabalho e o que lhes chama a atenção. Foram citados 17 problemas, alguns inter-relacionados. O interessante foi observar que a maioria cita a falta de ética como o principal problema do Jornalismo brasileiro atual. Seguem as respostas dadas pelos alunos:

PROBLEMA - Incidência de respostas semelhantes

- Falta de Ética - 17 (dezessete)
- Poder Econômico ou Político - 15 (doze)

- Falta de estímulos, empenho ou interesse por parte dos jornalistas - 11 (onze)
- Sensacionalismo - 10 (dez)
- Salários baixos - sete
- Faculdades com currículos defasados - seis
- Falta de jornalismo investigativo - cinco
- Má formação profissional - quatro
- Mercado de trabalho restrito - três
- Proibição de estágio - três
- Corrupção - três
- Jornalismo superficial, telegráfico e fragmentado - dois

Foram citados ainda:

- Falta de consciência crítica
- Falta de notícia
- Morte lenta de grandes reportagens
- Exigência do diploma para exercer a profissão

Algumas justificativas devem ser salientadas:

“Tudo é motivo para mostrar, será que foi ético e não sensacionalista e imparcial (*sic*) as cenas que a Globo mostrou sobre o acidente com o avião da TAM? Fortes demais, drama demais.” (Estudante do quarto ano de Jornalismo) – OBSERVAÇÃO DA PESQUISADORA: *O conteúdo da resposta, leva a crer que o aluno queria ter escrito parcial.*

“Não há novidades, os jornais se repetem dia-a-dia, com nada de novo, sem nada de INVESTIGAÇÃO APROFUNDADA.” (Estudante de quarto ano).

“Todo jornalista é escravo do dono do dinheiro. Trabalhamos para o governo estadual, municipal, Federal. Em decorrência disso, jamais há um questionamento de leis, finanças, etc... Isso é bem o Paraná.” (Terceiro ano).

“Vale tudo por um pouquinho mais de audiência.” (Segundo ano).

Os estudantes percebem que o jornalismo enfrenta as distorções apresentadas nos capítulos anteriores. Eles identificam a falta de crítica provocada pela superficialidade e pelo sensacionalismo que gera maior audiência nos veículos de comunicação, mas ele está preparado para reverter essa situação? Na maioria das vezes, não. Acompanhando as respostas da próxima questão será possível conferir.

QUESTÃO 4 - Cobertura jornalística

Jogo da Seleção ou Debate sobre Urbanismo em Curitiba. Em uma situação assim, o que os futuros jornalistas iriam acompanhar para informar à população? Esta questão foi elaborada para saber as prioridades dos jornalistas, principalmente sobre como justificam o critério de seleção de notícias. Pensa-se em interesse público ou em interesse do público? São os próprios estudantes que sempre apontam os problemas urbanos de Curitiba como os mais desvalorizados pela mídia, pois crêem que a cidade seja fruto de uma campanha de marketing do atual governador Jaime Lerner, ex-prefeito de Curitiba, responsável pelo destaque que a capital paranaense recebe na imprensa nacional e internacional. Foi essa a razão para a escolha do tema.

Cobertura do jogo de Seleção Brasileira - 23	(57,5 %)
Debate sobre problemas urbanos - nove	(22,5 %)
Indefinido - oito	(20 %)

Total de respostas: 40

Observações que devem ser salientadas:

- “O jogo, é claro. Naquele dia e horário, o jogo é mais importante como notícia. É insensatez tal debate para o mesmo horário.” (Terceiro ano).
- Seleção é mais importante;
- jogo chamará mais a atenção;
- futebol é a paixão nacional;
- “...o debate não vai, provavelmente, abordar temas tão novos e o conteúdo pode ser conseguido com colegas.” (Aluno de quarto ano);
- a oportunidade de assistir à seleção jogar, talvez seja única, agora os problemas urbanos da cidade podem ser discutidos em outras oportunidades.
- “Não tenho conhecimento o suficiente para cobrir os temas. Seria melhor escalar outra pessoa.” (Aluno de terceiro ano).
- não entendem de futebol;
- o debate é mais importante, jogo é passageiro, sem relevância.

Das respostas obtidas, oito estudantes disseram que não sabiam optar ou não tinham conhecimento suficiente para cobrir uma ou outra reportagem, por isso foram consideradas respostas indefinidas. O interessante é observar que, pelas justificativas, os estudantes estão fazendo uma inversão de valores. Um exemplo claro é o que um dos

alunos respondeu: “O debate não vai, provavelmente, abordar temas tão novos e o conteúdo pode ser conseguido com colegas”. Ora, o jornalista não tem apenas a função de narrar um episódio, como são narrados os jogos de futebol. Uma vez presente em um debate sobre problemas urbanos, o jornalista pode fazer perguntas críticas que façam com que os debatedores tomem decisões coerentes ou devam se explicar à população quanto a uma postura adotada. O que o estudante escreve é o que se tem observado nos veículos de comunicação: versões de um fato, relatos burocráticos e impessoais, oficialismo (*NOBLAT, In: NOGUEIRA, 1997, p.79-83*). Justificativas como “futebol é paixão nacional” indicam que o estudante concorda com a ditadura da vendagem e da audiência discutida nos capítulos anteriores do presente trabalho.

QUESTÃO 5 - Ética significa...

A falta de ética no Jornalismo brasileiro já virou lugar-comum. Mas será que os estudantes sabem mesmo o que significa Ética? Esta pergunta não visava estabelecer um tratado filosófico sobre a questão. No entanto, se há falta de ética, nada mais claro que os próprios estudantes estabeleçam definições. Cada um respondeu de maneira diferente. Houve pouca repetição de definição. Esperava-se respostas simples, como: “Ética – saber diferenciar o bem do mal, o certo do errado”; “ética é um conjunto de valores que regem uma sociedade”, no entanto...

Respostas dos alunos de SEGUNDO ANO:

- mostrar a verdade sem preocupações;
- respeitar todos os cidadãos;
- não escrever nada que prejudique ou ridicularize alguém a não ser que haja extrema necessidade;
- sentimento de responsabilidade;
- saber o que falar e quando falar;
- conjunto de normas para se estabelecer uma conduta;
- transparência de atos, honestidade e objetividade. No Brasil, Ética é hoje uma UTOPIA;

- cuidado que se toma para que nossas ações não agridam aos outros, especificamente no que se refere à moral;
- capacidade de avaliar as conseqüências de um ato, assim como publicá-lo ou não;
- culto à verdade, à dignidade, ao respeito, à democracia, à humanidade;
- repórter profissional e imparcial;
- algo que prejudique o menor número de pessoas possível.

Respostas de alunos do TERCEIRO ANO:

- Apuração dos fatos (Jornalismo correto);
- “Ética para mim existe, mas deixa de existir antes de começar a existir”.
- “É não ir preso por causa de uma matéria – ou seja – inexistente”.
- “Como as leis, só parece servir para ser burlada. Simplesmente não existe”;
- normas de conduta que visam a harmonia social, a preservação da liberdade de todos, normas de conduta morais;
- é a consciência do dever social do profissional e seu estreito cumprimento.
- “Só existe no papel para ser um mero faz de conta. Ética para mim está na pessoa e em sua formação, é muito subjetiva e condiz com o caráter da pessoa”.
- “Significa uma quase censura. Acredito que cada profissional possui a sua ética. Cada um faz o que bem entende, e depois agüente as conseqüências”.
- “É ter um profundo conhecimento de si mesmo e ter consciência de seus atos e saber se eles estão certos ou errados para a sociedade em que vive. A
- Ética jamais pode ser subjetiva, ela tem que ser determinada por leis ou outros critérios”.
- “Quando você tem seis anos de idade e está numa festa de aniversário, logo após o ‘parabéns pra você’, você estica a mão pra pegar uma coxinha e sente o olhar da sua mãe atravessado. Ao encará-la você vê a Ética”;
- centralizar o respeito mútuo;
- o que é certo ou não fazer na profissão;
- conjunto de convicções básicas com as quais o profissional pode atuar com responsabilidade a sua atividade;
- ser verdadeiro.
- “É o bom-senso e o respeito que tenho por mim, com meus colegas e com as pessoas que estão envolvidas no meu trabalho”;
- é o jornalismo limpo, é você ter suas convicções e segui-las.

Respostas dos alunos de QUARTO ANO:

- Ter responsabilidade nas ações e não ferir a ética de outras pessoas;
- sensibilidade e discernimento em decidir entre o certo e o errado;
- não enganar o consumidor com notícias falsas, tendenciosas...;
- não prejudicar o próximo;
- manter a integridade;
- ser fiel aos princípios da moral;
- o mesmo que moral;
- aplicação da moral dentro da profissão;

- aplicar valores morais comuns;
- respeitar a dignidade das pessoas.
- “Como John Virtue disse (*em palestra para estudantes de Jornalismo em 23/10/96, na Pontifícia Universidade Católica do Paraná*), a ética é como uma estrela, não dá para pegá-la, mas dá para segui-la.”

A maioria dos estudantes de segundo e terceiro anos não conseguiu definir Ética de maneira simples e objetiva, pelo contrário, confundiu com legislação e até censura. Mas esses estudantes fazem reportagens para as disciplinas de Redação, Televisão e Rádio. Não é compreensível que a disciplina de Ética seja dada somente no último ano do curso de Jornalismo. Os estudantes têm pouco conhecimento teórico para dar definições simples a respeito da profissão e de seu compromisso social.

Com o primeiro estudo percebeu-se, portanto, que os estudantes gostam mais de disciplinas que lhes proporcionem fazer trabalhos práticos. No entanto, eles apontam para a carência de disciplinas que lhes ofereçam conhecimentos gerais mais humanistas, o que será enfatizado no estudo realizado em 1998, identificando o que, para o aluno de Jornalismo, é mais importante aprender na faculdade.

4.2 – Estudo realizado em 1998

Para complementar essa pesquisa, em 1998, um outro estudo foi feito com alunos do quarto ano de Jornalismo, último ano de curso. O questionário foi elaborado apenas com questões abertas para que os estudantes pudessem dar suas opiniões sem que houvesse qualquer direcionamento às suas respostas. Ao todo, foram 44 questionários (número total de alunos matriculados), dos quais 39 foram respondidos. Os estudantes em questão já tinham tido aulas no primeiro, segundo e terceiro anos com a pesquisadora, que trabalhou com eles as disciplinas: Redação I e II (no primeiro ano),

Redação III e IV (no segundo ano) e Planejamento de Comunicação (no terceiro ano). O questionário foi aplicado em um dia de prova, em que a maioria dos alunos estava presente. Três deixaram de responder e dois alunos haviam faltado à prova de Ética e Legislação em Jornalismo.

O questionário apresentado aos alunos (ver Anexo 6) continha oito perguntas. A primeira: “Ao concluir o curso de Jornalismo, o que mais lhe interessou durante seus anos de formação acadêmica?”, teve a intenção de obter respostas relacionadas à formação teórica e prática de jornalista, não foram mencionadas as palavras disciplina, programa acadêmico ou currículo de curso para que o aluno pudesse expor o que foi mais importante para ele nos quatro anos em que esteve na faculdade. A segunda questão tinha por objetivo verificar o interesse e o preparo do aluno para enfrentar o mercado de trabalho a partir dos conhecimentos adquiridos na faculdade: “Se você pudesse escolher, a partir da formação acadêmica adquirida, em que área iria trabalhar? Explique sua resposta”.

Como no estudo anterior, de 1996, foi apresentada aos alunos uma questão para que eles identificassem os problemas do jornalismo brasileiro, atualmente: “Como você avalia o Jornalismo Brasileiro atualmente?”. Essa questão se relaciona à questão seguinte, que pediu uma avaliação de três episódios ocorridos no mesmo dia e explorados pela imprensa: “Na semana passada, o Brasil foi ‘palco’ de uma notícia bastante explorada pelos meios de comunicação: a morte do cantor sertanejo Leandro, da dupla Leandro & Leonardo. Na mesma data (terça-feira, 23/06), a Seleção Brasileira de Futebol perdeu um jogo na Copa do Mundo para a seleção da Noruega. Como você avalia a cobertura jornalística feita desses episódios, sendo que no mesmo dia o Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, deu aumento de salários para o funcionalismo?”.

A quinta questão – “Como você organizaria um currículo acadêmico para o curso de Jornalismo? Explique” – retomava a formação acadêmica depois dos estudantes terem feito uma reflexão para avaliar o Jornalismo Brasileiro de forma geral (questão três) e específica (questão quatro) por intermédio dos exemplos apresentados. Cabe ressaltar que o currículo do curso não está diretamente ligado ao objeto deste estudo, mas a intenção era de verificar se os estudantes sentem falta de mais disciplinas de caráter teórico que lhes forneçam uma formação humanista para desempenharem suas funções sociais.

Outras duas questões faziam parte do questionário: pedia-se a definição de Ética e a definição de Ética Jornalística, mas como o questionário foi aplicado em um dia de prova da disciplina de Ética e Legislação em Jornalismo, e por essa razão, a pesquisadora achou melhor não considerar as respostas nessa etapa do trabalho. As definições apresentadas pelos estudantes serão encontradas no Anexo 7.

QUESTÃO 1 - O que os estudantes do último ano do curso de Jornalismo mais apreciaram do conhecimento adquirido na faculdade?

As respostas mais significativas são relatadas a seguir (os itens estão enumerados de acordo com os códigos utilizados para a tabulação dos resultados):

1. Contato com profissionais da área e/ou com o mercado de trabalho
2. Faltou ênfase em Marketing
3. Bom tratamento com o Português
4. Aulas e trabalhos práticos
5. Assuntos relacionados à Ética jornalística
6. Campo da TV
7. Trabalho sobre reportagem
8. Conseguir o diploma

9. Relação com os colegas referente ao interesse no mercado de trabalho
10. Aulas de cinema e produção de filme em película
11. Aprimoramento profissional
12. Trabalho com o Jornal Laboratório
13. Influência dos meios de comunicação
14. Discussões sobre o comportamento do público
15. Debates
16. Amizade
17. Reflexões sobre os trabalhos realizados
18. Aspectos psicológicos em relação ao trabalho sob pressão e responsabilidade
19. Conhecimentos gerais e capacidade de crítica adquiridos
20. Responsabilidade social da imprensa
21. Abertura de pensamento
22. Nada
23. Convivência com pessoas diferentes e aulas de cinema
24. Administração de imprensa
25. Aulas teóricas

TABELA 1:
O QUE OS ALUNOS DE JORNALISMO ACHARAM MAIS
IMPORTANTE DURANTE SUA FORMAÇÃO ACADÊMICA

Questão 1 (Itens)	Frequência	Percentual
01	4	10.3%
01-09	1	2.6%
02	1	2.6%
03	1	2.6%
03-05	1	2.6%
04	5	12.8%
04-07	1	2.6%
04-11	1	2.6%
04-12	1	2.6%
04-16	1	2.6%
04-21	1	2.6%
05	3	7.7%
06	2	5.1%
07	1	2.6%
08	1	2.6%
09	1	2.6%
10	1	2.6%
11	1	2.6%
12	1	2.6%
13	1	2.6%
14	1	2.6%
15	1	2.6%
17	1	2.6%
18	1	2.6%
19	1	2.6%
22	1	2.6%
23	1	2.6%
24	1	2.6%
25	1	2.6%
Total	39	100%

Pode-se observar que a maior frequência de respostas é do item 4: aulas/trabalhos práticos. Onze alunos responderam aulas ou trabalhos práticos como os mais interessantes. O número aumenta quando somados os itens 6, 7 e 12 (campo da TV, trabalho sobre reportagem, jornal laboratório – respectivamente, pois são conteúdos de disciplinas técnicas que têm aulas e produzem trabalhos práticos). Ao todo 15 estudantes disseram que gostaram mais dos *trabalhos práticos*: 38,4% do número total

de estudantes consultados. (Ver no Anexo 7 cópia das respostas apresentadas pelos estudantes).

QUESTÃO 2 – Se você pudesse escolher, a partir da formação universitária adquirida, em que área iria trabalhar?

Na questão dois, verifica-se a área do Jornalismo para a qual os estudantes se considerem mais aptos a trabalhar e porquê. Será que o que eles têm aprendido na faculdade de Jornalismo da PUC-PR está de acordo com seus anseios? Seguem as respostas obtidas:

1. Cinema
2. Assessoria de Imprensa
3. Publicidade
4. Televisão
5. Revista
6. Qualquer área, menos assessoria de imprensa
7. Jornal impresso
8. Área de moda ou cultura
9. Dar aulas
10. Rádio
11. Não sei, talvez assessoria de imprensa
12. Outras áreas em que um jornalista pode atuar, como Política
13. Revisão de originais

TABELA 2:
EM QUE ÁREA OS ESTUDANTES GOSTARIAM DE TRABALHAR A PARTIR DO CONHECIMENTO ADQUIRIDO NO CURSO DE JORNALISMO

Questão 2 (Itens)	Frequência	Percentual
01	1	2.6%
02	9	23.1%
02-05	3	7.7%
02-05-07	2	5.1%
02-09	1	2.6%
03	1	2.6%
04	2	5.1%
04-05	1	2.6%
05	1	2.6%
05-07	4	10.3%
05-07-10	1	2.6%
05-12	1	2.6%
06	2	5.1%
07	6	15.4%
10	1	2.6%
12	2	5.1%
13	1	2.6%
Total	39	100.0%

Somadas categorias semelhantes, chega-se aos seguintes percentuais:

Jornalismo impresso, 33,4%, e *assessoria de imprensa*, 30,7%.

Treze estudantes responderam que o maior interesse está em trabalhar com jornal impresso (os periódicos diários). Foram somados ao item jornal impresso os itens cultura, política e revisão de originais. O fato de em segundo lugar aparecer Assessoria de Imprensa chama a atenção da pesquisadora, pois doze estudantes responderam estar interessados em trabalhar nessa área. E as justificativas são curiosas, desde salários melhores até liberdade para atuar em áreas não essencialmente jornalísticas, como Administração de Empresas. (Ver Anexo 7).

QUESTÕES 3 e 4 - Qual é a análise do Jornalismo Brasileiro feita pelos estudantes da PUC-PR?

Será que eles percebem a manipulação de fatos, o apelo e o sensacionalismo da imprensa a questões que, supõe-se, os espectadores querem ver. Aliás, um argumento frágil da imprensa, pois a justificativa para o sensacionalismo está no aumento da audiência. Mas as notícias são trabalhadas de maneira tão sensacional que é compreensível que o público queira tomar conhecimento delas. Há notícias muito importantes, mas que não é interesse dos veículos explorarem, então elas não são sensacionais, espetaculares, etc. O público não as compreende ou sequer toma conhecimento delas. Os estudantes estão atentos. Duas perguntas foram feitas nesse sentido. E houve certa contradição nas respostas. A terceira questão pedia uma avaliação do Jornalismo Brasileiro atualmente. As respostas foram:

1. Segue um padrão mundial de estagnação
2. Passa por um período de reavaliação, desenvolvimento, evolução
3. Profissionais são ruins, mal formados
4. Os veículos são regidos pelos governos
5. Sobrevivência do jornalismo graças a alguns profissionais éticos e corretos
6. Falta ética
7. Preocupado com Ibope, quer apenas audiência
8. Falta qualidade
9. Concentrado no eixo Rio/São Paulo
10. Políticos comandam Jornalismo – mostra o que é imposto (“*rabo preso*”)
11. Acomodado e desesperado – sem ideais
12. Fraco, ruim, falho

13. Muito oficialista
14. Com conseqüências trágicas
15. Médio, devido à má formação do aluno
16. Sensacionalista
17. Fase de altos e baixos

TABELA 3:
 COMO O ESTUDANTE VÊ O JORNALISMO BRASILEIRO

Questão 3 (Itens)	Frequência	Percentual
01	1	2.6%
02	6	15.4%
02-03	1	2.6%
02-06	1	2.6%
02-06-10	1	2.6%
02-10	1	2.6%
02-12	1	2.6%
04	2	5.1%
04-06	1	2.6%
04-07	1	2.6%
05	1	2.6%
06	2	5.1%
06-07	2	5.1%
06-10	6	15.4%
07-10	1	2.6%
07-16	1	2.6%
08-09	1	2.6%
09	1	2.6%
10	1	2.6%
11	1	2.6%
12	1	2.6%
12-14	1	2.6%
13	1	2.6%
15	1	2.6%
17	1	2.6%
18	1	2.6%
Total	39	100.0%

Onze alunos responderam que o Jornalismo Brasileiro passa por um período de reavaliação, desenvolvimento, ou está em evolução. Mas, desses 11, cinco complementaram a resposta com:

- 1) os profissionais são ruins ou mal formados;
- 2) ainda falta ética;
- 3) falta ética e os políticos comandam;
- 4) oficialista;
- 5) ainda é fraco, ruim, falho.

A evolução citada pelos estudantes, provavelmente, está relacionada ao desenvolvimento tecnológico, uma vez que a maioria dos jornais, das revistas, das emissoras de televisão e rádio do país realmente estão sendo reequipadas ou informatizadas. O que mais chama a atenção dos estudantes, então, é a falta de ética profissional, a preocupação dos veículos em querer vender mais ou ter maior audiência, a ligação desses veículos a governos (Federal, Estaduais ou Municipais) ou a políticos e grupos influentes. Do total de alunos consultados, 21 acreditam que o Jornalismo Brasileiro está atrelado a interesses, ou citaram aspectos negativos. O *Jornalismo Brasileiro não é bem visto* para 53,8% dos estudantes de quarto ano de Jornalismo da PUC-PR. (Ver Anexo 7).

Esse número é confirmado com os índices obtidos nas respostas da questão quatro: análise da cobertura jornalística feita no dia da morte do cantor sertanejo Leandro, da dupla Leandro & Leonardo, mesmo dia da derrota da seleção Brasileira para a seleção da Noruega, na Copa do Mundo/98 e do anúncio de reajuste salarial para o funcionalismo público federal feito pelo presidente Fernando Henrique Cardoso. Na ocasião, os veículos de comunicação brasileiros deram cobertura jornalística total à

morte, velório e enterro do cantor sertanejo. Parte da atenção das notícias do dia foram dadas à derrota do Brasil na Copa e o aumento acabou sendo apenas citado pelos jornais, emissoras de rádio e televisão, sem comentários, análises ou qualquer tipo de aprofundamento quanto a essa notícia. Os alunos perceberam isso e as respostas mais frequentes nos questionários foram:

1. Futebol, Copa do Mundo e acontecimentos envolvendo personalidades são mais importantes que política no país
2. Sensacionalismo provocado pela cobertura da morte de Leandro e derrota da seleção era o momento de informar o aumento que passou despercebido (sem interesse)
3. Notícias de interesse do público que dão ibope são mais enfatizadas que notícias importantes
4. Leandro e Copa dão mais ibope que FHC
5. Erro de marketing do Governo
6. Ninguém ficou sabendo que houve aumento (inclusive quem respondeu ao questionário)
7. Não responderam (Respostas em Branco)
8. Coberturas jornalísticas desse tipo deixam o povo alienado

TABELA 4:
ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA NO DIA DA MORTE DO CANTOR SERTANEJO LEANDRO E DA DERROTA DA SELAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL

Questão 4 (Itens)	Frequência	Percentual
01	3	7.7%
02	15	38.5%
02-03	3	7.7%
03	14	35.9%
03-08	1	2.6%
04-05	1	2.6%
06	1	2.6%
07	1	2.6%
Total	39	100.0%

Um aluno não respondeu à pergunta; 16 diziam que a cobertura jornalística no dia da morte do cantor sertanejo foi sensacionalista, 41% das respostas. Outros 16, mais 41%, disseram que os assuntos: morte de cantor sertanejo e Copa do Mundo dão mais “íbope” que política. Quatro alunos admitiram que sequer ficaram sabendo do anúncio de aumento dos salários dado pelo presidente da República, apesar de terem tomado conhecimento da morte do cantor e da derrota da seleção brasileira: 10,2% dos alunos consultados. (Ver Anexo 7).

É provável que mais estudantes não sabiam da notícia política, mas preferiram não divulgar a falta de informação, afinal são estudantes do último ano do curso de Jornalismo e tinham a obrigação de estar bem informados em todas as áreas. Se 10,2% deles, que em menos de seis meses após a aplicação do questionário, vão ser os interlocutores das fontes de informação (das notícias) com o público, admitiram não saber do aumento, a maioria dos leitores, dos espectadores e dos ouvintes do público em geral provavelmente nem soube desse episódio. Aliás, o governo parece ter mesmo esperado uma boa ocasião para anunciar o aumento. Os professores das universidades federais estavam em greve há mais de dois meses, o funcionalismo público federal não recebia aumento de salários havia quatro anos. O governo repassou o aumento, mas não estendeu esse aumento aos professores, categoria que mais estava reclamando a defasagem salarial. Se o anúncio do aumento de salários fosse feito em uma outra data, provavelmente os espectadores, leitores e ouvintes teriam percebido a atitude do Governo e a imagem de Fernando Henrique Cardoso, em pleno processo de campanha para reeleição, poderia ter ficado abalada. Um dos alunos respondeu: “Foi erro de marketing do governo” (esse e outros comentários dos alunos podem ser conferidos no Anexo 7). A pesquisadora interpreta a atitude do Governo como *estratégica*, pois os

jornalistas estavam tão empenhados em cobrir a morte do cantor e a derrota da seleção brasileira (os próprios jornalistas se empolgam quando há uma notícia sensacional, pois sabem que maior número de pessoas vai querer saber o que houve) que nem se preocuparam em ir atrás dos fatos que estavam por trás da atitude do governo FHC.

QUESTÃO 5 – O que o estudante de Jornalismo mudaria no curso que fez?

A pesquisadora queria saber também, a partir da consulta aos alunos, o que eles acreditam ser importante na formação acadêmica do profissional de Jornalismo, para se evitar que todo o sensacionalismo, confirmado por eles, ocorra no país. A pergunta foi feita da seguinte maneira: “Como você organizaria um currículo acadêmico para o curso de Jornalismo? Explique”. Foi pedido para que eles levassem em consideração quatro anos, ou oito períodos, letivos. E outras surpresas surgiram. Seguem as respostas mais significativas:

1. Currículo deve ser alterado
2. Ênfase à monografia e aos projetos experimentais
3. Estágio deveria ser obrigatório (*Observação: essa é uma questão legal, como foi apresentado logo na Introdução dessa dissertação. É um processo que envolve profissionais, por intermédio dos sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ –, empregadores – proprietários de veículos de comunicação –, escolas e estudantes de Jornalismo. Mas não compete, de forma alguma, somente às faculdades de Jornalismo*)
4. Tempo de curso longo em relação aos conteúdos
5. Muita prática e o básico da teoria
6. Muita produção de texto
7. Mais disciplinas teóricas no curso
8. Mais aulas práticas no curso
9. Disciplina de Ética no primeiro ano

10. Fim de algumas disciplinas do currículo
11. Acrescentar disciplinas fundamentais ao curso (*Ver no Anexo 7, disciplinas mencionadas: Filosofia, História, Sociologia, Economia, Política, Direito Civil, Antropologia*)
12. Rádio e TV (disciplinas) devem ser mais práticas
13. Melhor distribuição das disciplinas teóricas
14. Mais ênfase em algumas disciplinas
15. Precisa melhorar o sistema de ensino de alguns professores
16. Não responderam
17. Inverter os currículos do 3.º e 4.º anos
18. Mais rigor e cobrança dos alunos por parte dos professores

TABELA 5:
MUDANÇAS QUE OS ESTUDANTES FARIAM NO CURRÍCULO DO CURSO DE JORNALISMO DA PUC-PR

Questão 5 (Itens)	Frequência	Percentual
01	1	2.6%
01-02-03	1	2.6%
04	2	5.1%
04-11	1	2.6%
05-06	1	2.6%
07	1	2.6%
07-08	1	2.6%
07-08-11	1	2.6%
07-11	1	2.6%
08	3	7.7%
08-10	1	2.6%
08-11	1	2.6%
09-10	1	2.6%
10-11	2	5.1%
11	8	20.5%
11-12	2	5.1%
11-12-13	1	2.6%
11-14	1	2.6%
11-18	1	2.6%
12	1	2.6%
13	1	2.6%
15	1	2.6%
16	4	10.3%
17	1	2.6%
Total	39	100.0%

Para a apresentação dos resultados, os itens 5, 6, 8 e 12 foram agrupados em conteúdos práticos de Jornalismo. Os itens 7, 9, 11, 13 e 14 foram agrupados em conteúdos teóricos essenciais para a formação do jornalista. Do total de respostas, 21 alunos pediram mais disciplinas teóricas em sua formação acadêmica: **53,8%**. Em segundo lugar aparecem **30,7%** dos estudantes querendo maior carga de aulas práticas. (Ver Anexo 7).

Se forem comparadas as respostas da primeira pergunta com as da quinta, percebe-se que os estudantes apreciam mais os trabalhos práticos, sem dúvida os mais atraentes e mais interessantes de se produzir. Mas os próprios estudantes observam que para eles é necessária a aquisição de conhecimentos gerais, e pelo que eles escreveram nos questionários, conteúdos para que eles possam compreender questões políticas, econômicas, sociais e culturais para o repasse de informações para o público. Não é difícil encontrar estudantes que conseguiram o primeiro emprego e pedem aos professores dicas de como escrever uma notícia política. Eles sabem ir até a uma entrevista coletiva, por exemplo, e participar junto a outros jornalistas mais experientes. Mas na hora de produzir o texto, apenas reproduzem as palavras dos entrevistados. Não sabem passar ao público os fatos que envolvem o episódio. Não produzem textos críticos. Exatamente como vários textos já expostos nesta dissertação e criticados pela pesquisadora. Os jornalistas, atualmente, não sabem *ler o mundo*. Não servem de intérpretes ou interlocutores.

O domínio de disciplinas como a lógica e a meta-matemática, a teoria do conhecimento e a epistemologia, a lingüística e a filosofia da linguagem, a ética e a teoria da ação, a estética, a teoria da argumentação etc. Todas essas disciplinas têm em comum o objetivo de dar conta do saber pré-teórico e do domínio intuitivo de sistemas de regras que estão na base da geração de proferimentos e operações simbólicos – quer se trate de inferências corretas, bons argumentos, descrições, explicações ou previsões acertadas, frases gramaticais, atos de fala bem sucedidos,

ações instrumentais eficazes, avaliações adequadas, auto-representações autênticas etc. Na medida em que as reconstruções racionais explicitam as condições da validade de proferimentos, elas também podem explicar casos desviantes e assim adquirir também, com essa autoridade indiretamente legisladora, uma função *crítica*. Na medida em que as reconstruções racionais empurram as diferenciações entre as pretensões de validade particulares para além dos limites que a tradição ensinou, elas podem até fixar novos padrões analíticos e, deste modo, assumir um papel *construtivo*. E, na medida em que tivermos sucesso na análise de condições de validade muito gerais, as reconstruções racionais poderão surgir com a pretensão de descrever universais, constituindo deste modo um saber *teórico* competitivo. Neste plano, entram em cena argumentos transcendentais fracos, destinados a comprovar inevitabilidade, isto é, a irrejeitabilidade de pressuposições das práticas relevantes. (Habermas, 1989, p. 48).

Falta ao estudante de Jornalismo o conteúdo necessário para poder desenvolver a crítica proposta por Habermas, conseqüentemente, faltam-lhe condições “para assumir um papel construtivo” e elaborar “um saber teórico competitivo”. O aluno passa muito tempo voltado a questões práticas, e que lhe dá prazer, mas quando precisa fazer uma análise mais profunda acerca de determinados episódios, sente falta de conteúdos teóricos.

QUESTÃO 6 – Definição de Notícia

A sexta pergunta do questionário foi elaborada para, a partir das respostas obtidas, analisar o que o estudante considera notícia, uma vez que alguns veículos de comunicação parecem esquecer de informar à população a respeito de assuntos como o aumento de salários para o funcionalismo, visto na questão quatro. As respostas foram:

1. O que deve ser relevante para um maior número de pessoas
2. O novo – novidade
3. Forma de transmitir uma informação
4. Fato – informação de interesse geral (público)
5. Informações divulgadas de maneira imparcial com os dois lados da história
6. Instrumento de trabalho do jornalista

7. Fatos que tenham importância para a sociedade – público
8. Fatos que influenciam a vida da sociedade
9. Descrição, relato dos fatos do dia, sem comentários ou repercussão
10. Informações divulgadas pela imprensa
11. Mensagens
12. Informações completas (verdade nua e crua)
13. Exposição de um fato para a análise e crítica do público
14. Informações
15. Fatos como acontecem realmente

TABELA 6:
COMO OS ESTUDANTES CONCEITUAM NOTÍCIA

Questão 6 (Itens)	Frequência	Percentual
01	8	20.5%
02	1	2.6%
03	1	2.6%
04	3	7.7%
05	1	2.6%
06	3	7.7%
07	13	33.3%
08	1	2.6%
09	1	2.6%
10	1	2.6%
11	1	2.6%
12	1	2.6%
13	2	5.1%
14	1	2.6%
15	1	2.6%
Total	39	100.0%

As definições passadas pelos estudantes, apesar de muitas estarem imprecisas ou demonstrarem insegurança, não foram consideradas “erradas” pela pesquisadora. A maioria respondeu o item 7: fatos que tenham importância para a sociedade – para o público – 33,3% das respostas. Depois, com 20,5% das respostas, o

item 1 foi citado: o que deve ser relevante para um maior número de pessoas. (Ver Anexo 7). A conceituação, *técnica*, está correta, mas quem vai determinar o que é relevante ou o que é importante ao público? Os profissionais de Jornalismo devem ter conhecimentos mais amplos e aprofundados que lhes permitam apurar, produzir e repassar informações da maneira mais completa e crítica possível. É fato que a morte de um cantor sertanejo interessa ao público, mas em que sentido é uma notícia relevante para anular outros fatos que também interessam ao público como tem acontecido? Mais uma prova de que os interesses do público – ou o que o público gosta de ver –, influenciado pelo “bombardeio de informações” recebido pela mídia, prevalecem. Os jornalistas e, também, os estudantes de jornalismo não estão diferenciando o que pode ser importante para a superação dos problemas que a sociedade apresenta.

Apresentados os dados obtidos com o estudo, dividido em duas fases, feito junto a estudantes de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da PUC-PR, a interpretação dos resultados é abordada nas Considerações Finais desta dissertação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Interpretando os resultados da pesquisa

Pelos resultados apontados nas pesquisas, observa-se que os estudantes sabem, ou têm conhecimento, da necessidade de uma grande carga teórica que os faça capazes de interpretar, criticar, desvendar as relações entre objetos e fatos, formar opiniões coerentes e justas. Em momento algum, questiona-se a importância das disciplinas de Televisão ou Rádio para estudantes de Jornalismo, até mesmo porque a Faculdade precisa oferecer ao estudante muito conhecimento na área. O mesmo ocorre com Fotografia, Rádio, Redação, Planejamento Gráfico, Cinema (História, Produção e Edição Cinematográfica), Projetos Experimentais. Questiona-se a necessidade da carga horária, o número de alunos por turma e a disposição das disciplinas na grade curricular.

Exemplo: Filosofia, os estudantes têm no primeiro ano de curso. Como não tiveram, a maioria deles não teve, embasamento filosófico no segundo grau, muitos vêm a disciplina sem o menor interesse. Ética (Ética e Legislação em Jornalismo) só vai ser estudada no quarto ano de curso, depois de grande carga prática em que foram desenvolvidos projetos, reportagens, programas de TV ou Rádio. Inclusive um dos alunos respondeu que Ética deveria ser uma disciplina do primeiro ano do curso de Jornalismo. (Ver Anexo 7). Será que o estudante não deturpou os conceitos éticos enquanto fazia seus trabalhos práticos? Qual o embasamento teórico recebido para considerar correto ou não um procedimento que pode prejudicar milhares de pessoas? O resultado do primeiro questionário aplicado comprova que muitos estudantes sequer fazem a ligação entre Filosofia e Ética. Consideram Ética como “algo *utópico!*”. Na pesquisa feita em 96, alguns alunos de terceiro ano, que driblando a legislação

trabalhavam na área, não souberam conceituar Ética. Haviam estudado Filosofia, deveriam saber mais a esse respeito. Prova de que ao lado de disciplinas práticas, alguns alunos desprezam a teoria. Encaram disciplinas teóricas como algo estanque, sem ligação com as demais.

Para tentar reverter este quadro, a sugestão é mudar a forma de se ensinar Jornalismo. Em maio de 1996, professores dos cursos de Comunicação da PUC/PR foram convidados, pela chefia do departamento e pelas coordenadoras dos cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda, a participar de um seminário para discutir os problemas dos cursos. Em um sábado, das 8 às 19 horas, foram debatidas propostas para a melhoria da qualidade das aulas e, conseqüentemente, a qualidade dos cursos. Discutiu-se, principalmente, a “*interdisciplinaridade*” uma vez que nos cursos de Comunicação, que tencionam formar jornalistas críticos e comprometidos com a sociedade, a mesma é de fundamental importância. Poderia tornar disciplinas teóricas (como Filosofia, Teologia, História da Comunicação) mais “atraentes” e dinâmicas. Os professores poderiam trabalhar em parceria com professores de disciplinas práticas. Exemplo:

Filosofia, Informática e Redação: os estudantes poderiam ter a missão de produzir um jornal com reportagens sobre Filosofia. Precisariam desenvolver o projeto nas aulas de Redação e Informática, pois o embasamento técnico de como se faz um jornal é obtido nessas disciplinas. (**ATA DA REUNIÃO DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**, Maio/1996).

A mesma parceria poderia ser feita em outras ocasiões e o mesmo tipo de trabalho poderia ser aplicado com todas as outras disciplinas. *Televisão, Teologia e Sociologia; Rádio, Realidade Sócio-Econômica e Política Brasileira; Comunicação Comparada, Cultura e Cidadania, Ética e Legislação em Jornalismo e Pesquisa em*

Comunicação; entre muitas outras possibilidades. As atividades multidisciplinares citadas são apenas de caráter ilustrativo, para visualizar a possibilidade de se trabalhar conteúdos em diversas disciplinas, despertando o aluno para a técnica e para o compromisso social do jornalismo.

Essa proposta foi feita no seminário, mas não pôde ser praticada. Os professores, devido ao sistema de contrato na PUC/PR, mal se encontram. A maioria vai para as aulas e sequer fica no intervalo. Muitos têm outras atividades profissionais e dão aula como uma atividade complementar, sem maior dedicação ao magistério. Vê-se que muito precisa ser alterado. Aspectos que não envolvem somente a chefia de departamento ou o interesse de cada professor. “Já que a interdisciplinaridade é uma forma de compreender e modificar o mundo, pelo fato da realidade do mundo ser múltipla e não una, a possibilidade mais imediata que nos afigura para sua efetivação no ensino seria a eliminação das barreiras entre as disciplinas. Anterior a esta necessidade básica, é óbvia a necessidade da eliminação das barreiras entre as pessoas”. (FAZENDA, 1992, p. 52). Isto significa que, a rigor, membros do Departamento, e na época também a pesquisadora, não estavam conscientes do que é, na realidade, um projeto interdisciplinar. O que foi proposto passou a funcionar experimentalmente, mas como uma ação multidisciplinar e não interdisciplinar. (APOSTLE, 1971, p. 142-143).

O curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da PUC-PR, tem em seu programa de curso (com quatro horas/aula semanais) as disciplinas Televisão I e II, Televisão III e IV e Rádio I e II, Rádio III e IV. São dois anos de disciplinas práticas somando 240 horas/aula para cada disciplina. E o aluno acaba não aproveitando nem os conteúdos teóricos das disciplinas, pois não é possível o professor levar ao Laboratório Pedagógico de Comunicação – que é administrado pela Biblioteca Central e não pelo Departamento de Comunicação!? – 30, 35 alunos de uma só vez para

a realização prática do que foi aprendido em sala de aula. Cada equipe deve produzir sozinha o que o professor orientou. As duas disciplinas são divididas entre aulas práticas e teóricas, metade da carga horária para cada atividade, mas as aulas práticas são consideradas os trabalhos produzidos pelos alunos (extra-classe). Apesar da carga teórica ser interessante e produtiva, ainda assim é um conteúdo essencialmente técnico. As atividades práticas poderiam ser cobradas junto a outras disciplinas teóricas, como Filosofia, Sociologia e Antropologia.

Alguns professores, incluindo a pesquisadora, tomaram a iniciativa de pedir para que os alunos produzissem um mesmo trabalho para mais de uma disciplina, como o caso de Redação, Fotojornalismo, Língua Portuguesa e Informática aos estudantes do primeiro ano do curso de Jornalismo. A pesquisadora, como professora de Redação, pediu aos alunos para que produzissem revistas com reportagens corrigidas em sua disciplina. Essas reportagens deveriam possuir fotografias para que o professor da disciplina de Fotojornalismo pudesse corrigi-las. O professor da disciplina de Língua Portuguesa faria a revisão e avaliação dos textos. As reportagens deveriam ser diagramadas, formatadas, na disciplina de Informática. A iniciativa rendeu ótimos trabalhos, inclusive um deles, produzido em 1996, foi premiado com o segundo lugar no concurso *Sangue Novo no Jornalismo Paranaense*, categoria Jornalismo Impresso, em março de 1997, promovido pelo Sindicato dos Jornalistas do Estado do Paraná (*EXTRA-PAUTA*, edição de maio, 1997). Em 1997, foi pedida a mesma atividade acadêmica para a turma de primeiro ano. Uma das equipes ficou com o primeiro lugar do concurso *Melhores do Ano*, promovido pelo Departamento de Comunicação Social da PUC-PR, categoria Projeto Impresso, como o melhor trabalho de 97. Os dois exemplos estão relacionados a disciplinas técnicas.

O problema maior está em compreender o que é a interdisciplinaridade. Os cursos de comunicação social são propícios para o que Ivani Fazenda, na obra *Interdisciplinaridade: História, Teoria e Pesquisa*, dispõe: “Numa sala de aula interdisciplinar a autoridade é conquistada, enquanto na outra é simplesmente outorgada. Numa sala de aula interdisciplinar a obrigação é alternada pela satisfação; a arrogância, pela humildade; a solidão, pela cooperação; a especialização, pela generalidade; o grupo homogêneo, pelo heterogêneo; a reprodução, pela produção do conhecimento.” (FAZENDA, 1994, p. 86). É possível até mesmo visualizar uma grande redação onde os alunos obtêm orientação com os professores das diversas áreas que envolvem o Jornalismo (tanto técnicas quanto teóricas). E é possível, também, imaginar oficinas de pesquisa e produção de textos jornalísticos e científicos, uma vez que os conteúdos vão ser trabalhados em parcerias constantes. É uma ótima maneira de integrar os estudantes, inclusive das outras habilitações de Comunicação Social: Publicidade & Propaganda e Relações Públicas, pois há muito conteúdo de tronco comum. Os outros cursos da universidade podem também interagir a esse processo, tornando-se clientes de uma agência de comunicação integrada e com responsabilidade social.

A educação ainda não encontrou a solução para problemas graves que atingem a maioria da população brasileira. Reclama-se da má formação de profissionais, mas se esquece da má formação dos cidadãos: sem valores, conceitos, idéias. Sem estudo não é possível alcançar metas, sequer é possível traçá-las. Falta planejamento. Falta vontade. É inadmissível toda a população ficar à mercê de acordos políticos, trocas de legendas, votos comprados no Congresso... Há necessidade de mobilização da sociedade, mas sem educação as pessoas não se mobilizam, não aprendem, não interpretam e acabam votando nos mesmos políticos que pouco contribuem para a melhoria do ensino – e que muitas vezes são os proprietários dos veículos de

comunicação, como exposto por Zanatta, no *Projeto Retrato da Comunicação*, comentado nessa dissertação, dos veículos de comunicação.

Na consulta feita aos estudantes de jornalismo da PUC-PR, um aluno escreveu que se deveria “transformar o curso em uma grande Redação”. Isso foi interpretado como fazer do curso um veículo de comunicação, podendo produzir periódicos como jornal e revista, programas de televisão e de rádio, produções cinematográficas, como já tem acontecido graças a esforços de professores e estudantes. Mas para que essas produções sejam válidas, devem ser estendidas à comunidade, com acompanhamento dos efeitos que podem provocar. Dessa maneira, associar-se-ia a teoria à técnica, pois as disciplinas ditas “práticas” seriam uma espécie de extensão ao trabalho desenvolvido em sala de aula.

Disciplinas que despertem a curiosidade e o raciocínio crítico dos estudantes não podem ser deixadas em segundo plano para a supervalorização de disciplinas práticas. Pierre Lévy, no livro *As tecnologias da inteligência*, escreve: “A ciência moderna não pára de curto-circuitar as fronteiras, as separações e as regras. A democracia deve fazer o mesmo”. (LÉVY, 1995, p. 194). É permitido dizer que a imprensa envolve educação, informação e, portanto, o despertar para a consciência crítica de seu público. Formados pelo sistema de educação exposto nesta pesquisa, profissionais dominam técnicas, mas talvez nunca ouviram falar que há uma *teoria de conhecimento* e não percebem que a sua formação, o seu conhecimento são fragmentados, e que, portanto, eles não possuem a visão de totalidade, necessária para “curto-circuitar” a departamentalização do saber e o descompromisso com o social.

Vendo o jornalismo como elemento pedagógico

Não são apenas Adorno e Horkheimer que se preocupam com a dominação econômica por intermédio da tecnologia, Armand Mattelart, na obra *La Comunicación Massiva en el Proceso de Liberación* (MATTELART, 1989, p. 19), explica o modelo dominante de produzir cultura e falsa consciência, neste caso numa relação de poder que se encontra no processo comunicativo. Mattelart apresenta a relação unidimensional entre emissor e receptor, identificando a relação entre produtor e consumidor. A classe dominante é a detentora dos meios de comunicação e apropria-se do produto das forças sociais e erguendo-se no único poder criador de sentido da realidade quotidiana. “Os veículos de comunicação de massa reinterpretam a realidade social, moldando-a segundo seus interesses de classe e difundindo uma versão distorcida que favorece a perspectiva do poder estabelecido”. (MATUCK, 1995, p. 48). Esse aspecto fica ainda mais claro quando o jornalista Ricardo Noblat cita os “males do oficialismo e da superficialidade” – vistos no segundo capítulo deste texto (NOBLAT, In: NOGUEIRA, 1997, p. 82). O primeiro comprova o que muitos dos estudantes consultados na pesquisa expuseram: o jornalismo brasileiro atualmente é voltado para interesses políticos ou econômicos dos proprietários dos veículos, é um jornalismo “vendido”, com notícias manipuladas. E quanto à superficialidade, um “mal” provocado pelo desenvolvimento tecnológico e pelo enciclopedismo disciplinar dos programas de curso.

Apesar dessa dominação, esta pesquisa pressupõe que o Jornalismo é um instrumento pedagógico. Com o resultado dos estudos feitos com os alunos, observa-se que os estudantes estão preocupados com o mercado de trabalho, não apenas levando em consideração a área em que gostariam de trabalhar (questão dois do segundo estudo), mas, principalmente, através da leitura que eles fazem do Jornalismo Brasileiro.

Se a situação é considerada desanimadora, e foi feito um levantamento no decorrer de toda a pesquisa de episódios sensacionalistas e *espetaculares* explorados

pela mídia, muitas vezes com a imprensa deturpando os fatos e conduzindo o público a uma conclusão nem sempre adequada à realidade, o Jornalismo poderia ser trabalhado de forma diferenciada. Uma vez que é clara a influência dos meios de comunicação na vida das pessoas na sociedade contemporânea, poder-se-ia utilizá-los de forma educativa, despertando em cada leitor, ouvinte ou espectador a curiosidade e a criatividade essenciais num processo comunicativo.

O progresso, escreveram Adorno e Horkheimer em *La dialectique de la Raison* (1974, p. 236), separa literalmente os homens. Os meios de comunicação são responsáveis pelo isolamento das pessoas, não somente pelo domínio intelectual que exercem, mas também pelo distanciamento que provocam, o isolamento físico. Com a televisão, o rádio e, mais contemporaneamente, os computadores, os homens estão individualizados, recebendo mensagens contínuas e compulsórias que, na maioria das vezes, não dão margem à reflexão. Mas será que os meios de comunicação não podem ser usados para unir em vez de isolar?

Habermas, em *De l'éthique de la discussion* (1992, p. 69), comenta que se deduzidos os conteúdos de uma moral universalista a partir de pressuposições de argumentação geral, é possível render justiça à raiz comum da moral, porque às discussões sobrepõem-se, de forma reflexiva, o agir orientado em função da "intercompreensão". Para Habermas, os indivíduos socializados devem sua vulnerabilidade às interações midiáticas, ou seja, seus pontos de vista centrais acabam compensando suas fraquezas. É a falta de potencial crítico resultado de uma imposição de informações que não interessam, necessariamente, ao público, mas que uma vez recebidas, tendem a ser tomadas como verdade.

A sociedade capitalista passa por uma crise ética. A interpretação da moral, do ponto de vista de uma teoria da comunicação, tanto como a versão do princípio

moral que rege a ética da discussão, tem de evitar a confusão que interfere, sem direito, as teorias que repousam sobre as premissas da filosofia do sujeito. A distinção deontológica, entre questões normativas do agir justo e as questões que avaliam o bem estar social, resulta em nada mais que um estreito conceito de moral, reduzido à esfera privada dos indivíduos que estão, em princípio, à margem da esfera pública de coexistência socialmente organizada, dentro de uma perspectiva individualista. (HABERMAS, 1992, p. 150).

Para que o Jornalismo possa ser visto como um elemento pedagógico, defende-se as idéias de Gramsci, já trabalhadas nesta dissertação, e, ainda, de Habermas, expostas no livro *Connaissance et Intérêt* (1976), que propõem o progresso técnico-científico determinado pelas inovações, mas sem o domínio econômico. Pode parecer utópico, mas deve-se levar em consideração que para o autor o conceito de verdade é desenvolvido pela lógica científica da busca pela validade dos enunciados ao método como foram dispostos permitindo a obtenção de um consenso que conduzirá a um conceito de realidade que, por sua vez, depende da lógica da linguagem. (HABERMAS, 1976, p. 132).

O jornalista detém a técnica do processo comunicativo no que diz respeito a transmitir, de forma eficaz, informações às quais a população, de maneira geral, como foi apresentado nos capítulos precedentes desta dissertação, aceita como verdadeiras. Com o poder de “sedução” do público ao “objeto” apresentado, é possível ao jornalista produzir mensagens de consenso, como proposto por Habermas, que fazem com que as idéias sejam interpretadas por cada um dos indivíduos receptores dessas mensagens como se fossem verdades. Para isso, naturalmente, o jornalista precisa ser detentor de conhecimentos gerais que lhe permitam refletir e analisar as questões que irá veicular.

Exemplos como os da TV Senac, de São Paulo (*INTERNET*, 1999, <http://www.sp.senac.br>), que produz programas educativos de formação profissional, e o do Telecurso 2000, produzido pelo Sistema FIEP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – (*INTERNET*, 1999, <http://www.telecurso2000.org.br>) são provas de que a Comunicação Social, mais especificamente o Jornalismo, podem ser utilizados de maneira educativa. De certa maneira, isolado o domínio das classes dominantes, também apresentado nos capítulos precedentes desta dissertação, o jornalismo já serve, de certa maneira, de instrumento pedagógico, mas são exemplos isolados e nem sempre trabalhados de forma científica como poderiam ser desenvolvidos nos centros de ensino e pesquisa.

Para que exemplos como os citados possam ser produzidos sistematicamente, é necessário que os professores de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, também se comprometam com esse objetivo. Para isso, eles precisariam trabalhar juntos de maneira a serem também reeducados à nova realidade que se apresenta: uma sociedade repleta de falências e crises, quer sejam elas sociais, éticas, políticas ou econômicas.

O presente estudo aponta para a necessidade do curso de Jornalismo atuar de forma multidisciplinar, em parceria com outros cursos universitários. As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, por exemplo, são pesquisadas em cursos de Informática e Ciências da Computação. Como percebemos ao longo do presente texto, não são presenciadas, pelo menos na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, parcerias em pesquisa entre os cursos de Comunicação Social e os referidos cursos das Ciências Exatas. O mesmo pode ser dito quanto aos cursos da área da Educação. Pedagogia e Comunicação Social também não trabalham em conjunto desenvolvendo pesquisas e projetos que possam aliar a técnica comunicativa ao potencial educador. Por

isso, a departamentalização, atomista e fragmentadora, deve ser revista, para que a instituição universitária possa levar à sociedade ciência e tecnologia capazes de produzir concepções de mundo e ações concretas totalizadoras.

O jornalista Roberto Muylaert, no artigo *Como vão as TVs Educativas*, comenta que através de pesquisas qualitativas junto ao público as TVs poderiam produzir e comprar programas que pudessem trazer contribuições sociais enriquecendo suas programações e atendendo o que suas comunidades supostamente queiram assistir.

Ele cita o artigo 221 da Constituição Brasileira:

...que fala sobre os princípios sobre a produção e programação das emissoras de rádio e televisão, o primeiro item diz que deve haver a preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. [...] O segundo item fala da obrigatoriedade que as emissoras têm de promover a cultura nacional e regional, bem como de estimular a produção independente que objetive a sua divulgação. A produção cultural, artística e jornalística diz o terceiro item do artigo, deve ser regionalizada conforme percentuais estabelecidos em lei. [...] O quarto ponto fala do respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. (MUYLAERT, *In: ALMEIDA e ARAÚJO*, 1995, p. 135-136).

É nítido o desrespeito ao que está disposto na Constituição, e a sociedade não percebe isso. As universidades também não ajudam a cobrar dos veículos de comunicação social o respeito à legislação. E é neste momento que se propõe retomar Gramsci, quando o autor menciona a importância da “formação de redatores”, em sua época, mas que atualmente, devido ao avanço das tecnologias de informação e comunicação, é possível estender a intenção do pensador italiano a todos os jornalistas, sejam eles redatores, repórteres, revisores, editores, etc. O autor defende as “escolas de jornalismo” para se criar bons intérpretes da vida pública, inclusive não privilegiando os assuntos mais atuais, definidos pelo autor como “orgânicos”, mas sim relacionando

esses temas a outros, mais complexos, que forneçam elementos que facilitem a compreensão. (*GRAMSCI*, 1983, p. 96).

Na realidade, a presente pesquisa não somente mostrou a subserviência dos meios de comunicação ao sistema dominante, mascarando a realidade em benefício dos donos do poder, como demonstrou, também, o descompromisso social de alguns jornalistas; descompromisso este que tem início nos bancos universitários e estende-se à prática da profissão. Ficou claro, ainda, que os meios de comunicação são um poderoso instrumento de formação de mentalidade, capazes de produzir pedagogicamente o senso comum.

ANEXOS

Anexo 1
Programa de disciplinas do Curso de Comunicação Social – Habilitação
Jornalismo, da PUC-PR

Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo

Vagas – 70
Regime de Estudos – Anual
Turno – Diurno

1ª série

Redação I	Redação II
Fotojornalismo I	Fotojornalismo II
Técnicas de Reportagem e Entrevista I	Técnicas de Reportagem e Entrevista II
Informática Básica I	Informática Básica II
Língua Portuguesa I	Língua Portuguesa II
Inglês I	Inglês II
Filosofia I	Filosofia II
Educação Física I	Educação Física II
História da Comunicação I	História da Comunicação II

2ª série

Redação III	Redação IV
Televisão I	Televisão II
Rádio I	Rádio II
Língua Portuguesa III	Língua Portuguesa IV
Sociologia Geral e da Comunicação I	Sociologia Geral e da Comunicação II
Teologia I	Teologia II
Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II

3ª série

Redação V	Redação VI
Televisão III	Televisão IV
Rádio III	Rádio IV
Planejamento Gráfico em Jornalismo I	Planejamento Gráfico em Jornalismo II
Realidade Sócioeconômica e Política I (Brasileira)	Realidade Sócioeconômica e Política II (Regional)
Planejamento em Comunicação I	Planejamento em Comunicação II
História, Produção e Edição Cinematográfica I	História, Produção e Edição Cinematográfica II

4ª série

Projeto Experimental I	Projeto Experimental II
Legislação e Ética em Jornalismo I	Legislação e Ética em Jornalismo II
Cultura e Cidadania I	Cultura e Cidadania II
Comunicação Comparada I	Comunicação Comparada II
Pesquisa em Comunicação I	Pesquisa em Comunicação II
Preparação e Revisão de Originais, Provas e Videotextos e Edição I	Preparação e Revisão de Originais, Provas e Videotextos e Edição II

Anexo 2
Ementário das disciplinas do curso de Comunicação Social – Habilitação
Jornalismo, da PUC-PR

Ementas das disciplinas de Comunicação Social, Jornalismo – PUC/PR

1º período

REDAÇÃO I

Estudo dos elementos, normas, estilo e linguagem em jornalismo. Técnicas de redação.

FOTOJORNALISMO II

Técnicas de laboratório fotográfico, operação de laboratório fotográfico e câmera fotográfica. Fotografia de eventos jornalísticos. O repórter fotográfico. Audiovisual fotográfico. A função da fotografia no jornal e na revista. Relacionamento do repórter fotográfico com o fato e o veículo.

TÉCNICAS DE REPORTAGEM E ENTREVISTA I

Articulação do pensamento; formas de comunicação e de interpretação jornalística. Técnicas específicas da atuação jornalística. Desenvolvimento da capacidade criadora, crítica e opinativa.

INFORMÁTICA BÁSICA I

O sistema operacional D.O.S. e o Windows, sob o ponto de vista do usuário, uso de um Editor de Texto/Gráfico (Word for Windows).

LÍNGUA PORTUGUESA I

A comunicação por meio da palavra oral e escrita, tendo por base os fatos lingüísticos.

INGLÊS I

Principais estruturas gramaticais e expressões idiomáticas da língua inglesa, na fala e na escrita.

FILOSOFIA I

Função da Universidade na produção do saber. Métodos de produção do saber. O saber próprio das ciências humanas.

EDUCAÇÃO FÍSICA I

Desenvolvimento da teoria e da prática do movimento humano, preocupação com o porquê e o como o indivíduo se move, e as conseqüências fisiológicas e sociológicas desse movimento.

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO I

Análise crítica da história dos meios de comunicação. Revoluções tecnológicas na área da comunicação. A comunicação nos países desenvolvidos e em desenvolvimento. O imperialismo cultural através dos meios de comunicação. Os meios de comunicação no Brasil e no Paraná.

2º período

REDAÇÃO II

A informação, critérios de avaliação e veracidade. O jornalismo especializado. Normas de redação, o título, a estrutura da imprensa e redação para rádios e TV.

FOTOJORNALISMO II

Linguagem fotográfica, características e interpretação. Reportagem, pauta, pesquisa, roteiro, filosofia, linha editorial, relacionamento do repórter com o fato e o veículo; edição, critérios de seleção. Arquivo: indexação do material produzido. Laboratório fotográfico: técnicas de processamento.

TÉCNICAS DE REPORTAGEM E ENTREVISTA II

Aprimoramento das técnicas de reportagem. Prática e elaboração de trabalhos. Conhecimento das especificidades.

INFORMÁTICA BÁSICA II

Utilização de um Banco de Dados e o uso de uma planilha eletrônica simples (SP4) ou mais atual. Projeto final da disciplina, orientando um trabalho dentro da linha específica de cada curso.

LÍNGUA PORTUGUESA II

A comunicação por meio da palavra oral e escrita, tendo por base os fatos lingüísticos.

INGLÊS II

Prática da linguagem oral e escrita com textos voltados à comunicação social.

FILOSOFIA II

Função da Universidade na produção do saber. Métodos de produção do saber. O saber próprio das ciências humanas.

EDUCAÇÃO FÍSICA II

Desenvolvimento da teoria e da prática do movimento humano, preocupação com o porquê e o como o indivíduo se move, e as conseqüências fisiológicas e sociológicas desse movimento.

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO II

Análise crítica da história dos meios de comunicação. Revoluções tecnológicas na área da comunicação. A comunicação nos países desenvolvidos e em desenvolvimento. O imperialismo cultural através dos meios de comunicação. Os meios de comunicação no Brasil e no Paraná.

3º período**REDAÇÃO III**

Estrutura da grande imprensa específica dos diversos meios de comunicação de massas.

TELEVISÃO I

O jornalismo de televisão. A notícia: pauta, entrevista, reportagem, redação e edição.

RÁDIO I

Radiojornalismo. Panorama histórico. A diferença do rádio comercial para o rádio educativo. Aspectos da empresa radiofônica. Produção, elaboração, realização e edição de programas radiofônicos. Os roteiros, redação e execução do jornalismo no rádio.

LÍNGUA PORTUGUESA III

Comunicação por meio da palavra oral e escrita, tendo por base fatos lingüísticos direcionados à área de Comunicação Social.

SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO I

Teorias sociológicas. Elementos para a análise científica da sociedade. Estrutura e estratificação sociais; status e papéis. Instituições e controles sociais. Mudança social. Processos sociais.

TEOLOGIA I

Fundamentos antropológicos do fenômeno religioso: o sentido da existência humana no mundo; o homem diante do fenômeno religioso. As grandes religiões não-reveladas. A religião na Índia e a religião na China.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO I

Correntes teóricas. Informação a nível botânico, zoológico e humano. Aplicação do método científico à comunicação. O objeto da Comunicação Social. Interdisciplinari-dade nas Teorias da comunicação. Análise de mensagens. Transformações históricas, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase no período contemporâneo. A importância da comunicação na sociedade atual.

4º período

REDAÇÃO IV

Comunicação oficial, imprensa estatal, Diário Oficial, o Estado editor.

TELEVISÃO II

Televisão: noções técnicas; equipamentos de estúdio e externa; técnicas de produção e realização de telejornais.

RÁDIO II

Produções especiais de jornalismo em rádio. Debates, entrevistas, comentários. Reportagem interna e externa. Cobertura especial. Flash externo. Mensagem publicitária. Projetos experimentais e alternativos.

LÍNGUA PORTUGUESA IV

Comunicação por meio da palavra oral e escrita, tendo por base fatos lingüísticos direcionados à área de Comunicação Social.

SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO II

O processo comunicativo. Emissor, mensagem e receptor. A estrutura da Comunicação. O processo comunicativo e a estrutura social. Aspectos culturais, políticos e econômicos. Os meios de comunicação no Brasil e no Paraná.

TEOLOGIA II

A revelação judaico-cristã e o Judaísmo. O Cristianismo. A religiosidade afro-brasileira.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO II

Correntes teóricas. Informação a nível botânico, zoológico e humano. Aplicação do método científico à comunicação. O objeto da Comunicação Social. Interdisciplinari-dade nas Teorias da comunicação. Análise de mensagens. Transformações históricas, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase no período contemporâneo. A importância da comunicação na sociedade atual.

5º período

REDAÇÃO V

A Redação para os diferentes veículos gráficos. Características específicas e comparações dos textos em jornal, revistas, house-organs, boletins, assessorias de imprensa privadas e estatais.

TELEVISÃO III

O jornalismo dentro e fora dos noticiários: telejornais, grandes reportagens, cobertura de eventos especiais, programas especiais, debates. Opinião e interpretação. Comentário e crônica.

RÁDIO III

Elaboração, confecção, supervisão, produção e edição de programas para rádios AM e FM. Projetos experimentais. A participação do ouvinte.

PLANEJAMENTO GRÁFICO EM JORNALISMO I

Estudo das técnicas de artes gráficas; terminologia, estética, estilo e aplicações práticas do processo gráfico.

REALIDADE SÓCIOECONÔMICA E POLÍTICA I (Brasileira)

A estrutura social e econômica brasileira. Determinantes históricos. Distribuição das riquezas do País nas diversas regiões. Os desníveis sociais, econômicos e culturais. Infra-estrutura e deficiências.

PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO I

Ação voltada para o conhecimento do comunicador e seu processo individual de interiorização. A Comunicação em sua forma mais ampla. A Comunicação Social através do Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade. Processos de interação. Conhecimento dos públicos, dos meios e das relações de poder.

HISTÓRIA, PRODUÇÃO E EDIÇÃO CINEMATOGRAFICA I

Panorama e evolução do cinema mundial. Primórdios e estruturação da atividade cinematográfica no Brasil; principais ciclos e movimentos do cinema brasileiro. Processos de produção cinematográfica; elementos da linguagem cinematográfica; comunicação social e cinema.

6º período

REDAÇÃO VI

A redação para os veículos eletrônicos. Características e comparações dos textos em televisão e rádio. O texto para documentário jornalístico cinematográfico.

TELEVISÃO IV

Elaboração de projetos alternativos de novos procedimentos para o jornalismo em televisão.

RÁDIO IV

Projetos experimentais. Produção e realização de projetos alternativos. A transmissão direta.

PLANEJAMENTO GRÁFICO EM JORNALISMO II

Estudo das técnicas de artes gráficas; terminologia, estética, estilo e aplicações práticas do processo gráfico.

REALIDADE SOCIOECONÔMICA E POLÍTICA II (Regional)

O poder do Estado. Os grandes grupos econômicos e sua influência nas questões nacionais; os monopólios; privatização e estatização. Origens e desenvolvimento dos grupos políticos e partidários do País.

PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO II

Metodologia de diagnóstico em Comunicação. Avaliação de processos, instrumentos e procedimentos. A realidade organizacional e social. Planejamento macro e micro.

HISTÓRIA, PRODUÇÃO E EDIÇÃO CINEMATOGRAFICA II

Panorama e evolução do cinema mundial. Primórdios e estruturação da atividade cinematográfica no Brasil; principais ciclos e movimentos do cinema brasileiro. Processos de produção cinematográfica; elementos da linguagem cinematográfica; comunicação social e cinema.

7º período

PROJETO EXPERIMENTAL I

Desenvolvimento de projeto experimental: veículo de comunicação impresso (jornal, revista), passando por todas as etapas de confecção (da redação à impressão), levando em conta os aspectos técnicos da imprensa.

LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM JORNALISMO I

O direito à informação. Leis que regem a Imprensa. Regulamentação profissional. Direitos e deveres do jornalista. Legislação dos meios de comunicação no Brasil. O direito do autor: o direito de resposta.

CULTURA E CIDADANIA I

Conceituação de cidadania, seus aspectos diferenciados. Conceituação de cultura, seus diversos condicionamentos. Implicações da cultura e da cidadania. Exigências individuais e sociais da cidadania, com ênfase na realidade brasileira.

COMUNICAÇÃO COMPARADA I

Estudo das diversas formas de comunicação de massa; comunicação alternativa. Produção, circulação e consumo dos meios de comunicação. As políticas que determinam e condicionam o processo de informação. Teorias políticas de comunicação. Políticas nacionais e internacionais de comunicação. Formas de controle dos veículos de comunicação nos diferentes sistemas de governo.

PESQUISA EM COMUNICAÇÃO I

Pesquisa científica. Tipos de pesquisa. Técnicas de pesquisa. Elaboração de projetos de pesquisa.

PREPARAÇÃO E REVISÃO DE ORIGINALS, PROVAS E VIDEOTEXTOS E EDIÇÃO I

Copydesk: quando e como reescrever. A condensação. Chamadas e aberturas. Articulação com o projetista gráfico e o editor. Normas e critérios editoriais. Livros de normas, provas tipográficas: revisor e conferente. Revisão em equipamento de videotexto.

8º período

PROJETO EXPERIMENTAL II

Desenvolvimento de projeto experimental em jornalismo nos veículos de comunicação eletrônica (televisão e rádio), obedecendo as normas técnicas desses meios.

LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM JORNALISMO II

Conceitos de verdade. Ética profissional. Os fundamentos da ética. Classificação dos sistemas éticos, a ética e sua problemática, a ética e a liberdade. A consciência moral. Os valores éticos e os meios de comunicação social. Responsabilidade social do consumidor. A verdade. Obstáculos à verdade e ao conhecimento na formação da opinião pública. Normas morais. Deontologia do jornalismo. Código de ética profissional. Questões práticas.

CULTURA E CIDADANIA II

Implicações da cultura com a cidadania. Cultura e política. Cultura paranaense. Expressões culturais. Cultura e qualidade de vida.

COMUNICAÇÃO COMPARADA II

Os Meios de Comunicação de e a comunidade. A comunicação de massa e a indústria cultural. O estudo comparado dos principais Veículos de Comunicação do Brasil e do Paraná; morfologia, tecnologia e conteúdo.

PESQUISA EM COMUNICAÇÃO II

Os instrumentos de pesquisa, coleta, análise e interpretação dos dados. Técnica de pesquisa em veículos impressos. Técnicas de pesquisa em veículos teleauditivos. Relatórios de pesquisa.

PREPARAÇÃO E REVISÃO DE ORIGINALS, PROVAS E VIDEOTEXTOS E EDIÇÃO II

Concepção de veículo. Aspectos de mercado, distribuição e comercialização. Publicações de informação geral, especializadas, imprensa comunitária, house-organs. Revistas de informação geral, ilustradas, especializadas e técnicas. Livro-Reportagem.

Anexo 3
Carta ao Leitor da Edição Histórica Extra da Revista VEJA, set/92

Lição de democracia

O Brasil disse não à corrupção. Disse não à impunidade. Não à conciliação. Não ao golpismo. Fosse outro o país, ou outros os tempos, e a crise deflagrada pela quadrilha que se instalou na Presidência da República teria sido varrida para debaixo do tapete, de maneira a garantir os privilégios de quem detém o poder. Ou o desentace teria sido violento, na forma de quarteladas e atentados à legislação e à ordem. Mas esse grande país é o Brasil de hoje. O Brasil da democracia.

O rizo da Câmara Federal a Fernando Collor de Mello foi uma tremenda afirmação da maturidade do país. As instituições democráticas, ainda que jovens, revelaram-se fortes o bastante para enfrentar problemas aparentemente intratáveis. A Comissão Parlamentar de Inquérito, o Supremo Tribunal Federal, a Câmara dos Deputados estiveram à altura do desafio. Do começo ao fim, o processo transcorreu dentro dos marcos constitucionais.

As instituições democráticas não existem num vácuo social. Só podem funcionar a contento se nelas há homens e mulheres retos, cientes de suas responsabilidades para com a nação. Há gente dessa tempera nobre no Congresso e no STF. Foram políticos e juízes dessa estirpe alvica que agiram no sentido de evitar que o país afundasse no pantano da corrupção. Que fizeram com que a crise pudesse ser resolvida sob o signo da Justiça. Pelo Brasil agora, há milhões e milhões de homens e mulheres feitos dessa fibra ética. Foram elas, as multidões de patriotas anônimos, que selaram o destino de Fernando Collor. O povo brasileiro, figura fácil na retórica dos demagogos, não precisou de nenhum chamado para gritar o que pensava. Espontaneamente, o cidadão comum saiu às ruas para protestar contra o roubo, a corrupção e a impunidade. Que ninguém se iluda: não fossem as manifestações cívicas — pacíficas, entusiásticas, chegado a bom termo.

VEJA se orgulha de ter estado no centro da crise. Foram dezessete capas sobre o assunto — coincidentemente, o mesmo número de capas

dedicadas anteriormente ao Fernando Collor governador, candidato e presidente da República. Durante todo esse período, o único objetivo de VEJA foi o que sempre a norteou desde a sua fundação, há 24 anos: bem informar os seus leitores. A imprensa não existe para organizar campanhas políticas, atacar quem quer que seja, ou para derrubar presidentes. Ela existe para contar e explicar o que está acontecendo. Apesar das pressões e ameaças, VEJA cumpriu esse dever.

Com Iamar Franco, tudo recomeça. Desde que Fernando Collor tomou posse, há 930 dias, os terríveis problemas sociais brasileiros se agravaram. E uma tragédia. O homem que tinha todas as condições de encaminhá-los traiu as esperanças nacionais. Tinha 35 milhões de votos, uma plataforma de governo promissora e basicamente correta, e um mandato para fazer mudanças profundas — e agora sai da Presidência deixando o país numa situação ainda pior do que quando entrou. Cabe a Iamar Franco cumprir o programa com base no qual foi eleito. Um programa que visa pôr fim aos cartórios e ao protecionismo. Que prega o desmonte do corporativismo e a privatização de empresas estatais que a iniciativa pode gerir de maneira mais eficaz. Um programa que defende a abertura do país ao mercado mundial, de forma a aumentar a produtividade da economia brasileira. Sem a modernização do Brasil não haverá como sairmos da miséria.

Os desafios colocados para o país e para Iamar Franco são imensos. Os tormentosos problemas nacionais não serão resolvidos da noite para o dia. Não há mágica capaz de dar conta de todas as dificuldades. Mas o mais importante, o decisivo, já foi feito. Recuperou-se, ou robusteceu-se, o orgulho de ser brasileiro. De semos um Brasil que não tolera mais a corrupção. Um Brasil onde as instituições democráticas funcionam. Um Brasil onde o povo conhece os seus direitos e está atento ao comportamento dos governantes. Um Brasil onde a lei vale para todos. Inclusive para o presidente da República.

Capa: foto de Moreira Mariz

VEJA, 30 DE SETEMBRO, 1992



COLLOR NO ATAQUE
O Brasil diz não à corrupção. Disse não à impunidade. Não ao golpismo. Fosse outro o país, ou outros os tempos, e a crise deflagrada pela quadrilha que se instalou na Presidência da República teria sido varrida para debaixo do tapete, de maneira a garantir os privilégios de quem detém o poder. Ou o desentace teria sido violento, na forma de quarteladas e atentados à legislação e à ordem. Mas esse grande país é o Brasil de hoje. O Brasil da democracia.

VEJA
A BATALHA FINAL PARA MUDAR O BRASIL

COLLOR
Na era Collor, a corrupção tornou-se uma verdadeira epidemia que ameaça a vida do país.

VEJA
O DINHEIRO SUMIU

VEJA
A REPÚBLICA DE ALAGOAS

COLLOR ESCOTADO
Instituto de pesquisa credenciado pelo Poder Judiciário

VEJA
As capas de VEJA dedicadas ao Fernando Collor

O IMPÓDIO DE RENDITA DE PC FARIA 1987 A 1991

"O GOVERNO NÃO TERMINARA LIMPO"

AS PROVAS

ANOS REBELDES

A GUERRA DO IMPEACHMENT

As dezessete capas sobre a crise da Presidência: o dever cumprido, apesar das ameaças e das pressões

PEDRO COLLOR CONTA TUDO

"COLLOR SABIA"

O PISTOLEIRO DO PLANALTO

O BRASIL RENUNCIA A COLLOR

O JARDIM DO MARRÃO DA DINDA

CHARLESTADNS NA FASE FINAL

O QUE PEDRO COLLOR ENTREGOU A POLÍCIA

NO QUE VAI DAR A CRISE

O CÍRCULO SE FECHA

GOLPE BAIXO

CHEGOU A HORA

VEJA

Anexo 4
Reportagens das revistas VEJA e ISTOÉ de episódio envolvendo a cantora Angela
Ro Ro e a apresentadora de televisão Xuxa

Anexo 5
Questionário do Estudo realizado em 1996

Prezado aluno:

Este questionário foi desenvolvido para pesquisa do curso de Mestrado da PUC/PR. Conto com sua atenção para as respostas. Não precisa se identificar, apenas responda sinceramente as questões abaixo. Agradeço a sua colaboração certa de que a partir de suas respostas poderemos construir um novo Jornalismo no Paraná.

Professora Mônica Fort
Mestranda em Educação - PUC/PR

1) Qual é a disciplina que você mais gosta no currículo do curso de Jornalismo?

- | | |
|--------------------------------|---------------------------|
| a. () Filosofia | f. () Redação |
| b. () Teologia | g. () Ética |
| c. () História da Comunicação | h. () Sociologia |
| d. () Televisão | i. () Cinema |
| e. () Rádio | j. () outra. Qual? _____ |

2) Cite o nome de duas disciplinas que considere serem importantes para a sua formação profissional que estejam ou não incluídas no currículo do curso de Jornalismo desta instituição. Justifique. (Procure usar somente o espaço reservado)

3) Qual(is), em sua opinião, o(s) principal(is) problema(s) hoje do Jornalismo brasileiro (no máximo três). Justifique.

4) No próximo dia 13 de novembro a Seleção Brasileira de Futebol vem a Curitiba jogar contra a Seleção de Camarões (jogo amistoso). Ronaldinho, apontado na Espanha, onde joga pelo Barcelona, como o novo Pelé, está escalado. Imagine que na mesma noite tenha um debate sobre problemas urbanos da capital paranaense. O que você iria cobrir? Por quê?

5) O que significa Ética para você?

Anexo 6
Questionário do estudo realizado em 1998

Caríssimo estudante:

Estou desenvolvendo minha dissertação para o Mestrado em Educação da PUC-PR. Para a etapa final de minha pesquisa, conto com a sua colaboração no sentido de responder ao questionário abaixo com a máxima sinceridade. Você não precisa se identificar. As respostas serão analisadas e darão sustentação ao trabalho final que deve ser apresentado em agosto deste ano.

Agradeço a sua atenção.

Mônica Fort
Jornalista e Professora da PUC-PR

- 1) Ao concluir o curso de Jornalismo, o que mais lhe interessou durante seus anos de formação acadêmica?

- 2) Se você pudesse escolher, a partir da formação universitária adquirida, em que área iria trabalhar? Explique sua resposta.

- 3) Como você avalia o Jornalismo Brasileiro atualmente?

- 4) Na semana passada, o Brasil foi “palco” de uma notícia bastante explorada pelos meios de comunicação: a morte do cantor sertanejo Leandro, da dupla Leandro & Leonardo. Na mesma data (terça-feira, 23/06), a Seleção Brasileira de Futebol perdeu um jogo na Copa do Mundo para a seleção da Noruega. Como você avalia a cobertura jornalística feita desses episódios, sendo que no mesmo dia o Presidente da República Fernando Henrique Cardoso deu aumento de salários para o funcionalismo?

- 5) Como você organizaria um currículo acadêmico para o curso de Jornalismo? Explique. (Leve em consideração número de períodos letivos, atualmente o normal são oito períodos, ou quatro anos, e as disciplinas)

- 6) Defina *Notícia*.

- 7) Defina *Ética*.

- 8) Defina *Ética Jornalística*.

Anexo 7
Respostas obtidas no estudo de 1998

Questão 1:

Ao concluir o curso de Jornalismo, o que mais lhe interessou durante seus anos de formação acadêmica? (As observações entre parênteses em itálico nas respostas dadas pelos estudantes são da pesquisadora)

- ✓ “Aprendi bastante. Os conhecimentos que aprendi, não só nas disciplinas, me ampliaram a visão de mundo.”
- ✓ Como levar informações ao público nos diferentes veículos de comunicação e as diferenças de linguagem entre eles.
- ✓ Assuntos ligados à reportagem.
- ✓ Algumas técnicas de reportagem e redação, além de livros (*não citou quais*) indicados. Prática do Jornal Laboratório e a elaboração do projeto experimental.
- ✓ “Acabei me interessando por outras áreas (Administração de Empresas). A disciplina Planejamento de Comunicação (*dada no terceiro ano, quinto e sexto períodos*) aguçou ainda mais a vontade de trocar de curso.”
- ✓ Aulas de cinema. (*Duas respostas iguais*).
- ✓ A produção de um filme em película (*desenvolvido pelos estudantes na disciplina História, Produção e Edição Cinematográfica I e II, do terceiro ano*).
- ✓ Convivência com pessoas diferentes.
- ✓ A influência dos meios de comunicação sobre a massa e questões quanto a imagens, mais especificamente, a fotografia.
- ✓ “Obter o diploma para conseguir um emprego melhor, já que o curso foi decepcionante.” (*Não explicou o porquê da decepção*).
- ✓ Estudos de texto (aprimoramento) e contato (superficial) com as ilhas de edição. (*O Laboratório Pedagógico de Comunicação, da PUC-PR, não está subordinado ao Departamento de Comunicação Social, mas sim à Biblioteca Central. Os alunos reclamam, pois apesar deles poderem utilizar os recursos do estúdio para o desenvolvimento de suas atividades acadêmicas, a burocracia é grande e a possibilidade de desenvolver projetos alternativos em vídeo torna-se difícil. Eles acabam tendo o descrito “contato superficial” com o equipamento de vídeo, uma vez que há funcionários no Laboratório de Comunicação que operam os equipamentos.*)
- ✓ Trabalhos extra-classe.
- ✓ A parte prática (aulas no estúdio) e trabalhos para o Jornal Laboratório. A parte prática é o que foi mais válido. (*Cinco estudantes responderam praticamente a mesma coisa em relação aos trabalhos práticos terem sido os mais válidos do curso*).
- ✓ As matérias teóricas como Sociologia, Teologia, Filosofia e Comunicação Comparada. (*Somente duas respostas nesse sentido*).
- ✓ Relação com os colegas (*duas respostas*).
- ✓ Televisão por trabalhar com imagens. (*Duas respostas iguais*).
- ✓ “O despertar (*sic*) para o bom tratamento com o português. Nesta profissão, não se é nada com a falta desta disciplina que é o alicerce maior da Comunicação.”
- ✓ Três vezes apareceram: “O contato com profissionais”.
- ✓ Marketing.
- ✓ “Conhecer os bastidores da Comunicação. Como se faz uma matéria de rádio, TV ou jornal. Aprender a fazer um jogo de palavras e ter consciência que uma vírgula mal colocada pode distorcer totalmente uma informação.”

- ✓ “O que aprendemos na universidade pouco se aplica ao mercado de trabalho. Cadeiras práticas são mais interessantes, porém algumas das teóricas são necessárias.”
- ✓ Possibilidade da formação acadêmica teórica e a relação com o mercado de trabalho.
- ✓ Abertura de pensamento para as diversas áreas de atuação dentro do Jornalismo.
- ✓ “Nada. O engraçado é que antes de entrar para a universidade, minha ‘paixão’ pelo Jornalismo era ‘louca’. Sei que muito dependeu de mim, mas o interesse pela profissão caiu demasiadamente.”
- ✓ “Ética que rege (ou deveria reger) o Jornalismo no Brasil.”
- ✓ Disciplina de Ética, principalmente pelo professor (*jornalista e advogado Antônio Strano Vieira*).
- ✓ Bagagem de conhecimentos gerais e a capacidade de crítica adquiridas.
- ✓ A parte psicológica que gira em torno do Jornalismo, desde o trabalho sob pressão até a responsabilidade que se tem quando a função é passar informação.
- ✓ Reflexão sobre os trabalhos realizados, apesar da opinião dos professores poucas vezes ter sido exposta aos alunos.
- ✓ Trabalhos práticos, “deveriam ter mais aulas práticas”.
- ✓ Amizade com os colegas e “trabalho com veículo impresso” (*sic*).
- ✓ Espaço a debates.
- ✓ Parte técnica: jornal impresso, reportagem e produção televisiva e radiofônica.
- ✓ Discussão sobre o comportamento do público em relação aos meios de comunicação.

Questão 2:

Se você pudesse escolher, a partir da formação universitária adquirida, em que área iria trabalhar? Explique sua resposta.

- ✓ Jornalismo Impresso – 13 respostas
- ✓ Assessoria de Imprensa – 12 respostas
- ✓ Revista – 6 respostas
- ✓ Televisão – 4 respostas
- ✓ Política (*Editoria Política nas Redações*) – 3 respostas
- ✓ Rádio – 2 respostas
- ✓ Publicidade – 1 resposta
- ✓ Cinema – 1 resposta
- ✓ Magistério (“Dar aulas”) – 1 resposta
- ✓ Não souberam responder – 2 estudantes

As justificativas foram variadas. As principais serão apresentadas no presente momento:

- ✓ Jornal, porque foi o mais ensinado durante o curso e é básico para qualquer outro veículo.
- ✓ Veículos Impressos não exigem tanto imediatismo (quanto a TV e o Rádio) e os fatos podem ser melhor apurados.
- ✓ Assessoria de Imprensa – por haver uma integração das áreas de Comunicação (Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade & Propaganda).
- ✓ Assessoria de Imprensa – por trabalhar com outras empresas (instituições).

- ✓ Assessoria de Imprensa – por ser um mercado menos competitivo.
- ✓ Assessoria de Imprensa – por ter melhor remuneração.
- ✓ Revista – por ter maior possibilidade de aprofundar os fatos.
- ✓ Televisão – por ser dinâmica.
- ✓ Televisão – por “possuir alto poder de influência na sociedade”.
- ✓ Cinema – por ser mais livre e democrático.
- ✓ Publicidade, “pois não existe Jornalismo em Curitiba”, os veículos são vendidos.

Questão 3:

Como você avalia o Jornalismo Brasileiro atualmente?

- ✓ O jornalismo brasileiro é pouco questionador.
- ✓ Apresenta um excesso de informação.
- ✓ Debate-se pouco.
- ✓ Tem sérias deficiências.
- ✓ Poucos são os veículos que se voltam à cultura, à educação e à prestação de serviços.
- ✓ Com informações filtradas e manipuladas, principalmente pelos órgãos governamentais.
- ✓ Influenciável.
- ✓ Impera o jogo de interesses.
- ✓ Faltam ética e respeito (*duas respostas assim*).
- ✓ Dependente de governos (*três respostas assim*).
- ✓ Oficialista (*duas respostas assim*).
- ✓ “Médio, pois, normalmente, o jornalista sai da universidade com um ensino médio, e se acomoda, somente, com isso (*sic*)”.
- ✓ Falho em casos mal pesquisados que acarretam conseqüências trágicas.
- ✓ Ruim.
- ✓ Fraco.
- ✓ “Querendo vender, faturar mais, ter mais audiência.”
- ✓ Sem ideais.
- ✓ “Com excessão (*sic*) do eixo Rio-São Paulo, o jornalismo no país não encontra muita qualidade.”
- ✓ Poderia ser melhor.
- ✓ “O Jornalismo no país, atualmente, passa por um período de reavaliação. Muitos bons profissionais se destacam, trabalham e investem nas mudanças que o cenário mundial vem exigindo. Mas também existe um número grande (*sic*) de pessoas com má formação, fruto de uma universidade fraca e sem atualização.”
- ✓ Entre muitos profissionais “estrelas”, ainda restam aqueles que se dedicam à informação. Longe de ser um modelo perfeito, livre de segundas intenções, o Jornalismo Brasileiro sobrevive graças a alguns profissionais éticos e corretos como cidadãos.
- ✓ Telejornalismo – programas policiais ou de entretenimento. Periódicos têm melhorado, e o rádio, também.
- ✓ “Não está mais tão atrelado ao posicionamento político, social ou econômico dos veículos de comunicação”.
- ✓ Em desenvolvimento.
- ✓ Tem vivido em função da audiência.

- ✓ Sem compromisso com a ética.
- ✓ “Segue um padrão mundial de estagnação, com pouca coisa a oferecer. Vive muito da badalação de ícones culturais (Ronaldinho, Carla Perez) e traz pouca informação crítica.”
- ✓ Passa por uma crise de valores morais acentuada. (*A pessoa não definiu quais os valores morais*).
- ✓ Centralizado no eixo Rio-São Paulo. “No Paraná, o jornal que mais se destaca (*não foi citado o nome, mas presume-se que seja a Gazeta do Povo, por ser o jornal mais vendido na capital paranaense*) não evolui dentro da comunicação e nem oferece uma visão universal dos fatos.”
- ✓ Dois estudantes responderam que o Jornalismo Brasileiro está encontrando a sua melhor forma de comunicação com o público (*mas não explicaram qual é essa forma*).
- ✓ De pouca qualidade. “Alguns jornalistas se acham no direito de julgar os fatos de acordo com suas próprias opiniões”.
- ✓ Satisfatório.
- ✓ Vendido, segue o interesse dos poderosos e, às vezes, até do próprio jornalista.
- ✓ Preguiçoso, comercial, irresponsável, sensacionalista e, além de tudo, dominado.
- ✓ Em uma fase de transformação.
- ✓ É cada vez menor a prática de um jornalismo responsável e comprometido socialmente.
- ✓ Dois estudantes não souberam avaliar.

Questão 4:

Na semana passada, o Brasil foi ‘palco’ de uma notícia bastante explorada pelos meios de comunicação: a morte do cantor sertanejo Leandro, da dupla Leandro & Leonardo. Na mesma data (terça-feira, 23/06), a Seleção Brasileira de Futebol perdeu um jogo na Copa do Mundo para a seleção da Noruega. Como você avalia a cobertura jornalística feita desses episódios, sendo que no mesmo dia o Presidente da República Fernando Henrique Cardoso deu aumento de salários para o funcionalismo? (*A pergunta não menciona o veículo de comunicação ou sequer o meio de comunicação, portanto, entende-se a mídia de forma geral. No entanto, a maioria absoluta das respostas fez referência à cobertura jornalística em televisão*).

- ✓ Foi dada muita importância ao emocional. “Até associou-se a perda da seleção (*sic*) devido à morte do cantor.”
- ✓ “Às vezes, fala-se: Foi e é dado aquilo que a população quer. Mas o jornalista deve e tem também a função de educar e colaborar para a cultura deste povo.”
- ✓ A cobertura jornalística teve caráter sensacionalista e superficial da mídia. “A exploração de notícias que provocam o sensacionalismo, é uma maneira fácil encontrada pelas empresas de comunicação para menosprezar outros acontecimentos, de acordo com seus próprios interesses.”
- ✓ O “íbope” foi mais importante do que a situação real política nacional.
- ✓ Explorar o lado negativo das coisas é a característica mais marcante do jornalismo mundial.
- ✓ Com certeza, o povo não negaria que prefere assistir ao enterro do Leandro ou ao jogo da Seleção Brasileira a ouvir um “discurso ‘chato’ do Presidente”.

- ✓ “A imprensa brasileira anda bastante equivocada, perdida. Para mim, em ordem de importância, deveria ser: o aumento de salários, a Copa e, por último, a morte do cantor Leandro.”
- ✓ “Não tem papo: futebol atrai anúncios para jornal, rádio e TV. É burrice ignorar como fugir desta cobertura desgastante da Copa do Mundo. Quanto ao Leandro, já era de se esperar. Ele era extremamente popular no país, e a Globo não iria ficar atrás de SBT e Record na exploração do filão. O aumento para o funcionalismo foi erro de marketing do Governo FHC. Teria que ser entre dois jogos do Brasil sem outras notícias para acobertar a importância do assunto.”
- ✓ O aumento de salários ficou totalmente nulo devido ao grande sensacionalismo quanto a morte do cantor.
- ✓ “O aumento de salário para o funcionalismo dado pelo presidente, em época de eleições, ‘não é notícia’ de interesse para o público no momento.”
- ✓ “Acredito que os jornalistas não têm culpa (*ao explorar por mais de cinco horas o enterro do cantor*), mas sim a população, que ‘pede’ notícias estúpidas e reclama se não for atendida.”
- ✓ “Normal. Infelizmente vivemos uma imprensa sensacionalista, que nasceu após anos de censura. O povo não tem educação para avaliar esse fenômeno. A educação deveria partir do governo e – não menos importante – ser difundida através (*sic*) dos meios de comunicação.”
- ✓ “O grande problema do jornalismo hoje é comercial. Desgraça, sensacionalismo, vendem mais.”
- ✓ “Ninguém ficou sabendo que houve aumento. O clima de velório, que começou com o propriamente dito Leandro, piorou após a desastrosa participação da seleção em Marseille. Aí foi luto até o enterro de Leandro. A TV Record parou suas transmissões (*entende-se a transmissão de sua programação diária normal*) para acompanhar o velório. O SBT, também. A Globo fez o maior ‘Bom Dia Brasil’ da história, só sobre Leandro. Dormimos aquele dia com dois vilões: o câncer e o juiz Esfandiar Baharmenst, que marcou o pênalti de Júnior Bahiano em Flo.”
- ✓ “Considero a morte de Leandro um assunto banal, o jogo um alibi razoável parra a imprensa e o aumento eu nem fiquei sabendo. Se um *pool* fica cobrindo velórios, enterros, por que não pode cobrir julgamento de CPI’s? É por isso que o povo brasileiro permanece tão alienado a nossa história e política.”
- ✓ “O jornalismo está se tornando produção de entretenimento”.
- ✓ “O direcionamento é feito pensando no público-alvo do veículo. Na minha visão, uma morte acontece a todo instante, e mesmo que de uma pessoa famosa, não deveria ter tanta importância. A Copa do Mundo é uma festa que acontece a cada quatro anos, e foi a primeira derrota do Brasil em uma fase de classificação da Copa. Por isso, deveria tomar muito mais espaço que a morte do cantor. Já em questões políticas todo espaço oferecido é bem adequado.”
- ✓ “O problema é que vivemos num país onde comoção é a palavra que toda emissora aguarda. É o bom e velho IBOPE, aquele que dá audiência e dinheiro, ‘cascaio’ (*bordão usado pelo apresentador Carlos Ratinho Massa, no programa Ratinho Livre, da Rede Record*). Fora que este tipo de informação camufla e maqueia outros fatos que o brasileiro esquece e depois quer cobrar. Muita palhaçada!”
- ✓ “O fato de FHC anunciar o aumento para o funcionalismo ocupou pouco espaço se comparado aos outros dois. Mas é fato que em ano de Copa do Mundo a política fica mesmo em segundo plano.”

- ✓ O aumento para os funcionários “passou batido”, sem o devido destaque e sem uma análise mais profunda (“de que tudo isso não passa de uma manobra eleitoreira”). “É tudo uma questão de interesse e alienação.”
- ✓ “As emissoras sobrevivem da audiência” (para o caso do sensacionalismo na cobertura da morte do cantor sertanejo). “Esse ano o Brasil tem dois acontecimentos (nessa ordem): Copa do Mundo e Eleições.”
- ✓ “No caso do FHC o assunto não rende a mesma comoção quanto uma morte ou quanto à seleção.”
- ✓ “O que mais importa é a audiência.”
- ✓ “Enquanto coisas mais importantes acontecem, os meios de comunicação apelam para o sentimentalismo e o futebol.”
- ✓ “O primeiro episódio remete à badalação dos ícones culturais. É um fenômeno que parece ser irreversível. O futebol faz parte de nossa cultura e a Copa do Mundo mobiliza a nação, com as redes de televisão se aproveitando desse interesse investindo alto e com retorno garantido. A política e qualquer outra notícia é visto como segundo plano durante episódios como esse. É natural que isso ocorra, pois a maioria absoluta prefere assistir ao desfile de personalidades durante o enterro, ou assistir a comentaristas e repórteres alucinados criticando a seleção, do que saber como anda a política no Brasil.”
- ✓ A prática de abafar assuntos relevantes com as “proporções gigantescas” de assuntos secundários é comum. “Demonstra a necessidade de uma população ávida pelo novo, pelo furo e por conhecer todas as suas nuances e seus aspectos.”
- ✓ “Absurda, absolutamente absurda! ... Justamente por considerar isso absurdo, quero atuar dentro da área política, pois a população é extremamente (*sic*) ludibriada.”
- ✓ “Eu soube da morte do Leandro, da derrota do Brasil e não soube do aumento salarial. Não tenho assistido aos noticiários, mas as poucas vezes que assisti televisão, acompanhei a doença, morte enterro e missa de Leandro. Por que isso tudo?” (*O/A estudante também não tem lido jornais ou revistas ou escutado programas de rádio, pelo visto!*)
- ✓ “É uma estratégia dos ‘poderosos’ para tomarem medidas fortes de forma discreta e ainda um desejo do público, que se interessa mais (*por*) esses assuntos.”
- ✓ “A notícia do FHC quase não foi divulgada, no máximo uma notinha (*quando o assunto é mencionado como notícia, mas não é repercutido ou destacado*) em meio às notícias das ‘tragédias’ sofridas pelo país neste dia: a derrota no futebol e a morte de um cantor que já não vendia tão bem quanto no auge da sua carreira.”
- ✓ Morte de Leandro – sensacionalismo prevaleceu. Derrota da Seleção Brasileira – notícia divulgada e comentada. “Quanto ao aumento de salários para o funcionalismo, acredito que nada tenha sido divulgado ou apenas uma nota sobre o assunto. Para ser sincera, eu não sabia.”
- ✓ “Foram quase uma semana inteira dedicadas (*sic*), quase que na sua totalidade, à morte de Leandro. Os programas em sua homenagem só eram interrompidos com notícias da seleção e a transmissão do jogo do Brasil. Eu nem estava sabendo do aumento de salários ao funcionalismo.”
- ✓ “A programação da TV foi dividida em três partes: durante a manhã melodramática, com uma cobertura mortuária. Durante a tarde foi dramática apenas e durante a noite alguém citou o aumento do salário. (*Pontuação mantida como quem deu a resposta escreveu*) Quanto ao aumento dos salários, ninguém mais lembra, a morte do Leandro logo perdeu o impacto e a Copa do Mundo faz com que esqueçamos de tudo mais. Isto porque a TV quer assim. Vale mais o que é atual e dá dinheiro.”

- ✓ “Estes exemplos de cobertura jornalística mostram o caráter popular do público brasileiro, que privilegia as notícias que ele possui algum conhecimento. Em 91, quando o ex-presidente Collor renunciou, a principal notícia foi a morte da atriz Daniela Perez. Isto deve se tornar uma tendência para as primeiras décadas do século (?). Com o aumento da concorrência, as matérias jornalísticas também possuem como critério de escolha, os índices do IBOPE, igual aos programas dominicais.”
- ✓ “Os veículos de comunicação, em especial os televisivos, estão mais interessados em divulgar o que o ‘povão’ gosta do que realmente lhe interessa.”
- ✓ “Espúria. Destacar a morte de um cantor com tanta veemência é algo injustificável. A despeito de sua importância artística – suspeita – o turbilhão de informações e repetições não se justifica. Leandro não é um Beatle (*Se fosse, valeria a cobertura tão sensacionalista? Não seriam os Beatles personagens ainda mais distantes da realidade cultural brasileira?*). Quanto a seleção, embora seja um assunto de interesse, a exploração comercial é que estimula tamanha cobertura, enquanto o país está abandonado e deteriorado.”
- ✓ “Importantes ou não, notícias dramatizadas como a da morte de Leandro aumentam o ibope, dão dinheiro, e isso está muito acima da responsabilidade dos veículos de comunicação de formar e informar cidadãos.”
- ✓ “O aumento concedido pelo presidente passou despercebido, é claro. Em época de Copa do Mundo o brasileiro fica um pouco fora de órbita. ... O caso do cantor Leandro, eu já considero nocivo – cobertura jornalística inútil, mero produto de venda. ... Pura exploração do sentimentalismo do espectador, que não deveria assistir, para não estimular.”
- ✓ “São três assuntos que possuem relevante importância”. Morte do cantor – sensacionalismo. Derrota da seleção brasileira – tratada com menos interesse, quando algo não dá certo, no caso não saiu vitoriosa, os veículos de comunicação “esquecem” de falar sobre o assunto sobre o assunto ou tem destaque maior. Aumento de salário – fato que deveria ser amplamente discutido e analisado para a economia do país, não foi muito divulgado.
- ✓ Um aluno não respondeu a essa pergunta.

Questão 5:

Como você organizaria um currículo acadêmico para o curso de Jornalismo? Explique. (Leve em consideração número de períodos letivos, atualmente o normal são oito períodos, ou quatro anos, e as disciplinas).

- ✓ Reduzir o curso para três anos. Deve-se reestruturar a quantidade de disciplinas. A PUC-PR poderia colocar em seu currículo mais disciplinas essenciais ao aperfeiçoamento profissional, como: Psicologia, História, Geografia, Estatística, etc., voltadas todas para o Jornalismo.
- ✓ Deveria ter disciplinas técnicas de TV, Rádio e Jornal (uma com menor duração de Assessoria de Imprensa), para o estudante saber como se faz a produção jornalística. “Disciplinas de Ética, Teoria, Filosofia, História do Brasil, História da Comunicação, Noções de Direito e Economia deveria (*sic*) abranger a maior parte de tempo de curso.”
- ✓ Com matérias práticas e teóricas desde o primeiro ano (*No entanto, o curso já é assim*), mas a História, Política e Literatura devem constar no currículo acadêmico.

Inglês ou outra língua deveriam ser estudados por no mínimo dois anos. Já matérias como Rádio e TV podem ter carga horária reduzida e precisam ser muito práticas.

- ✓ Que unisse teoria com prática. É preciso mais trabalhos práticos (*sic*), principalmente nos primeiros anos da faculdade (*Não explicou o porquê*).
- ✓ “Não pensei muito sobre isso. Acho que as aulas práticas deveriam ser em maior número. Acrescentaria disciplinas como História, Geografia, Conhecimentos Gerais e Línguas Estrangeiras (optativas) durante todo o curso.”
- ✓ “Este currículo deveria ter como embasamento a profissão jornalística. Se é questionável a ética de alguns profissionais, disciplinas como Sociologia e Psicologia são fundamentais. Os textos e reportagens são mal feitos. Durante todos os anos devem ser cobrados exercícios práticos dessas aulas. A maioria dos jornalistas, de alguma forma, trabalha com Assessoria (*de Imprensa*), essa deveria ser uma matéria curricular. ... O currículo acadêmico da PUC não é mal elaborado, ele é mal aplicado. As deficiências que existem na Universidade como instituição e no Departamento responsável pelo curso de Jornalismo também refletem-se na forma como os professores aplicam suas aulas.” (*Não explica como*).
- ✓ “Em três anos se forma um jornalista. A incrível e insistente repetição em assuntos superficiais acabam saturando o aluno e o currículo. Hoje, sinto muito a falta de não ter escrito, de não ter me aprofundado nas matérias. É uma deficiência que precisa ser suprida. No primeiro ano os alunos aprenderiam o que é técnico e básico (considerando que a turma deve ter uns 30 alunos ou menos). No segundo e terceiro ano viria a prática.”
- ✓ Melhor era o currículo da PUC antes de sua última reformulação, “pois a teoria é muito importante. O currículo atual priorizou muito a prática, porém o que precisaria mudar mesmo são os conteúdos das atuais aulas e a técnica de alguns professores.”
- ✓ “É importante que no currículo sejam incluídas as disciplinas de Psicologia e História da Arte.”
- ✓ “Complicado. Grossamente falando (*sic*), um currículo do curso de Jornalismo deve ao menos constar aulas práticas (aplicação da teoria). Didática também é preciso. Laboratória para aprendizagem.
- ✓ “Deve haver muito mais matérias teóricas, pois a prática oferecida pela universidade é irreal e abstrata. ... o profissional tem de ter bagagem intelectual. Em relação a isso sinto-me um saco vazio ao sair da faculdade.”
- ✓ “Disciplinas como História, Geografia e Direito Civil não podem faltar a um currículo. É necessário dar mais espaço a disciplinas teóricas que formam o caráter do profissional para que não se formem apenas técnicos.”
- ✓ “O currículo poderia ser alterado principalmente no último ano, dando ênfase à monografia a aos projetos experimentais. Considero que o estágio deveria ser obrigatório em cada meio de comunicação. No fundo não adianta realizar uma mudança curricular, pois as disciplinas muitas vezes têm um belo nome mas são ministradas por incompetentes. A própria política que da PUC entrava o processo e não incentiva o aluno a realizar bons projetos.”
- ✓ “Cadeiras como Ética deveriam ser ministradas logo no primeiro ano. O currículo também deveria conter cadeiras como Economia (Introdução). Línguas estrangeiras da forma como vem sendo aplicadas não funcionam e poderiam ser retiradas do currículo.”
- ✓ “Faria da Universidade uma grande Redação dividindo os anos como se fossem módulos: primeiro ano, disciplinas básicas como Técnicas de Reportagem –

Jornalismo Esportivo, Cultural, Econômico, Geral, Ética, etc –; segundo ano, um grande módulo sobre jornal e revista (aulas em uma redação); terceiro ano, rádio, com aulas no estúdio; quarto ano TV, com aulas no estúdio.”

- ✓ “Incluiria no currículo as disciplinas: Multimídia, Marketing, Assessoria de Imprensa, Economia, História, Geografia e História da Arte.”
- ✓ No primeiro ano, matérias como: Filosofia, Sociologia, Teoria da Comunicação, História da Comunicação e Língua Portuguesa. “Acrescentaria aulas de Economia, Política, Direito Civil, História da Arte, por exemplo.” No segundo e terceiro anos, matérias mais práticas: Fotojornalismo, Redação, Rádio, TV, Planejamento Gráfico e em Comunicação, a realização do jornal laboratório. O quarto ano seria exclusivamente para a realização da monografia e dos projetos experimentais. Algumas disciplinas deveriam ser excluídas: Comunicação Comparada (“Não leva a lugar nenhum, muito menos no quarto ano”), Cultura e Cidadania e Teologia (“Puro engodo de uma universidade católica”).
- ✓ “Acho que o tempo de duração do curso é longo se comparado aos conteúdos. Deveria haver uma melhor distribuição de horários de disciplinas, pois existem casos de pequeno conteúdo para muito tempo e vice-versa. Deve haver também uma revisão na atualidade desses conteúdos.” (*Não explicou quais os conteúdos ou disciplinas que os empregam*).
- ✓ “Muita prática e o básico da teoria. ... TV e Rádio não se aprende com pó de giz cravejado em um quadro negro ou verde, como queiram. ... Professores também são um grande problema. O método e a exigência para se classificar um professor devem ser horríveis. Não queremos estrelismos e sim pessoas com boa vontade e que realmente saibam dos seus tópicos com clareza e humildade.”
- ✓ “Deveria contar com mais disciplinas como Administração, Geografia, Política e Economia entre outros. Como são matérias teóricas poderiam ser distribuídas entre os quatro anos. Matérias como Rádio e TV deveriam ser mais práticas com professores mais adequados.”
- ✓ “Novo currículo é medíocre, imbecil e infantil. Poderia ter Economia, História do Brasil e das Artes, Direito, Sociologia Política (mais sérios, não só textos e resumos do segundo grau). A disciplina de TV foi um fracasso total, poderíamos ter mais TV, mais Rádio, mais Redação (com o livro do Cristóvão Tezza). Entrevista, Edição em TV, Pauta, Assessoria de Imprensa (nem teve), Postura, Voz, Locução. Mais aulas em estúdio.”
- ✓ “Acrescentaria História, Geografia, Política e mais Português (gramática e interpretação).”
- ✓ “Com mais prática a partir do segundo ano. O primeiro pode ser igual ao atual. Depois: segundo ano: Rádio, TV, Jornalismo Especializado, Fotografia, Teoria da Comunicação. Terceiro ano: Rádio, TV, Comunicação Comparada, Cinema, Ética e Legislação, Cultura Geral. Quarto ano: Projeto Experimental, Pesquisa em Comunicação.”
- ✓ “Deixaria as matérias como Rádio, TV, Redação, Ética e Cinema, só que seriam menores e mais intensas. Incluiria semestres de Economia, Política, Geografia, História e Cultura em geral. ... Tudo seria mais discutido. ... O jornalista precisa ter uma visão ampla do mundo.”
- ✓ “Filosofia nos quatro anos. Aulas práticas de Rádio, TV e Jornal já no primeiro ano. Dois anos de currículo básico mesclado à prática: História, Geografia e Conhecimentos Gerais (Economia, Direito, Administração...).”
- ✓ Acrescentaria Psicologia, Estatística, História, Geografia e Economia.

- ✓ “Quatro anos mais matérias práticas. O fim de matérias inúteis como: Comunicação Comparada. Ou até de professores incompetentes que transformam assuntos importantes numa sessão de tortura.”
- ✓ “O currículo deveria ser interdisciplinar com mais aulas práticas.”
- ✓ O quarto ano é muito teórico ao contrário do terceiro ano que é o mais prático de todos. “O quarto ano é muito estressante. O aluno sai para o mercado desmotivado, cansado.”
- ✓ Primeiro ano como está atualmente. Segundo ano como está atualmente adicionando Comunicação Comparada e Cultura e Cidadania. Terceiro ano já chega de TV e Rádio, nesse ano é preciso colocar disciplinas como Economia, Psicologia, História, Geografia, ... Quarto ano Legislação e Ética, Projetos e MUIIIITAS aulas práticas. (OBS.: É preciso um intensivo durante o curso de: Informática, Foto, Inglês e Espanhol, Internet).”
- ✓ “Disciplinas como Teologia poderiam ser dispensadas. Existe a carência evidente de um estudo sobre História, Geografia, Política e Estatística, que deveriam ser inclusos (*sic*) no curso. É claro, a Língua Portuguesa deveria ser obrigatória durante todo o curso.”
- ✓ São indispensáveis matérias teóricas como: Teoria da Comunicação, Comunicação Comparada, Realidade Sócio-econômica e Política Brasileira, Redação Jornalística, dadas já desde o primeiro ano de faculdade. É preciso antes fornecer um embasamento teórico aos alunos para depois colocá-los frente à prática da profissão. “Na PUC, por exemplo, a ordem de algumas disciplinas vem invertida. Exemplo: aulas práticas e técnicas de Jornalismo no primeiro ano e só no último ano estudos sobre a Imagem (como tirar uma fotografia de forma mais informativa possível). Também poderia haver alguns cursos opcionais, como estudos de línguas, matérias complementares.” Equilibrar teoria e prática nas disciplinas de TV e Rádio.
- ✓ “Com certeza teria História do Brasil, Antiga, Média, Moderna e Contemporânea. Tiraria História da Comunicação e diluiria este assunto nas Histórias citadas acima. Geografia, Noções de Direito, Economia, Psicologia durante o primeiro e o segundo ano. Em Português daria mais ênfase à Gramática, Redação e Literatura. Tiraria Teologia e Cultura e Cidadania, que poderiam ser diluídas em outras matérias como: Filosofia e Sociologia.”
- ✓ Foram anuladas duas respostas que diziam respeito somente à maneira como os professores deveriam passar os conteúdos e não estavam relacionadas a currículo.
- ✓ Quatro dos questionários válidos não apresentaram resposta a essa questão.

Questão 6:

Defina *Notícia*.

(Muitos autores discutem o tema, mas a definição do Manual de Redação e Estilo do jornal Folha de São Paulo diz: “Puro registro dos fatos, sem opinião. A exatidão é o elemento-chave da notícia, mas vários fatos descritos com exatidão podem ser justapostos de maneira tendenciosa. Suprimir ou inserir uma informação no texto pode alterar o significado da notícia.” – NOVO MANUAL DA REDAÇÃO – Folha de S. Paulo, 1996, p. 38).

- ✓ Transmissão de um fato para a sociedade. Divulga um acontecimento que é do interesse das pessoas.
- ✓ É uma informação de interesse público.

- ✓ “Informações sobre determinado acontecimento que tenha interesse do público. Qualquer mudança que atinja um elevado número de pessoas, ou fato curioso pode virar notícia.”
- ✓ Fato de relevância e que interesse ao seu público alvo.
- ✓ É a informação que é divulgada pela imprensa.
- ✓ Mensagem.
- ✓ “Algo interessante, às vezes para o jornalista, para o político, para o empresário e talvez para a população. Porém, cheia de interesses obscuros.”
- ✓ “Eu acho que notícia é a informação completa, pura e crua. Reportagem é algo mais trabalhado.”
- ✓ Notícia é tudo aquilo que é inusitado ou que acrescenta um elemento novo na vida das pessoas.
- ✓ Acontecimento importante que interessa a todos pelo cunho informativo, curioso ou esclarecedor.
- ✓ “Exposição de um fato com todas as partes que o envolve de maneira a esclarecer à população o que acontece a seu redor e proporcionar-lhe uma análise sobre o fato.”
- ✓ “Fato de interesse do cidadão e da sociedade em geral que possui direito de acesso a esta informação.”
- ✓ Tudo aquilo que deve ser relevante para maior número de pessoas e interesse a vários segmentos.
- ✓ Forma de se transmitir uma informação.
- ✓ É matéria prima do trabalho jornalístico.
- ✓ Informações de interesse geral divulgadas por um veículo de comunicação. “Se um cachorro morde uma pessoa não é notícia, mas se uma pessoa morde um cachorro é notícia”.
- ✓ O novo. Aquela informação com caráter de novidade.
- ✓ Fato que interessa a todos de alguma forma ou setores da sociedade, influenciando nos rumos que ela toma; moral, social ou politicamente.
- ✓ Acontecimento de relevância que repercute de forma boa ou ruim dando gancho para assuntos que rendam mais informações e que alerte ou mostre à população o que acontece com as mazelas de um país.
- ✓ Informação que é divulgada de maneira imparcial com os dois lados da história.
- ✓ Fato de interesse público digno de ser divulgado pelos meios de comunicação.
- ✓ Tudo o que é fato. Aquilo que possa ser de interesse público. Informação.
- ✓ “Informação de um fato que chega ao público. Uma coisa acontece, é descrita, manipulada, editada, ideologizada e transmitida já vendida.”
- ✓ Fatos que tenham importância para a sociedade sem qualquer distinção.
- ✓ Instrumento de trabalho do jornalista.
- ✓ Tudo o que acontece e influencia a vida da sociedade. “As namoradas do Brad Pitt não são notícia, mas parece que ninguém se deu conta disso.”
- ✓ Descrição, relato dos fatos do dia, sem comentários ou repercussão.
- ✓ “Acontecimento importante, que deve ser publicado para entendimento dos fatos que acarreta.”
- ✓ “Informação de interesse da população. Algo que esclareça (*sic*) sobre um assunto.
- ✓ O que acontece diariamente e é do interesse público.
- ✓ Fato, acontecimento de curiosidade ou interesse geral ou específico.
- ✓ “O fato como aconteceu REALMENTE.”
- ✓ Fato relevante, de interesse público, que deve ser levado ao conhecimento da população desde que traga informação útil.

- ✓ São fatos, informações relevantes de interesse público, importantes para determinada sociedade: mudanças na política, calamidades, ...
- ✓ “Notícia é aquilo que tem: veracidade, proximidade, celebridade... Que tem o interesse e envolve a sociedade. Ela deve ter repercussão e ‘beneficiar’...”
- ✓ Fatos que tenham interesses jornalísticos e que possuam características como proximidade...
- ✓ Informação.
- ✓ Divulgação de um fato, de um acontecimento.
- ✓ Notícia é o instrumento utilizado pelo jornalista para informar. Deve ser clara e concisa. Todas as informações devem ser abordadas e dentro dos princípios éticos do jornalista.

Questão 7:

Defina *Ética*.

(As respostas quanto à definição de Ética e Ética aplicada à profissão, na pesquisa realizada em 98, superou os conceitos dados pelos alunos quando a pesquisadora os questionou em 1996. Os alunos demonstram-se mais conscientes de seus próprios deveres como cidadãos e jornalistas. Mas deve ser levado em consideração que, em 98, eles fizeram prova da disciplina de Ética e Legislação da Profissão na mesma data em que responderam ao questionário).

- ✓ “A ética estuda a conduta humana pelos seus valores. Em face da existência do ser humano, tem-se a ética. Existem valores diferentes em culturas diferentes.”
Em relação a essa resposta, considerou-se: “Estudo da conduta pelos valores de um indivíduo ou grupo” – quatro estudantes definiram de maneira semelhante.
- ✓ “Forma de conduta em que todo cidadão é respeitado acima de tudo.”
Considerou-se: “Forma de conduta”. Com três respostas iguais.
- ✓ “São os princípios e os valores de cada um. Cada um formula sua ética, porém baseados no bom senso.” *Considerou-se: “Princípios e valores”. Onze respostas.*
- ✓ “É o limite que cada um se impõe para não se ‘sujar’ no meio em que trabalha.”
- ✓ “É o conjunto de valores, normas e condutas que devem ser respeitados no exercício da profissão.” *Relacionadas somente a profissão, houve cinco respostas, uma delas com erro de Português: “Limites e normas dentro de todas as profissões. Não tem uma definição completa, é bom censo (sic). ‘Não faça para os outros o que você não quer que faça para você’.”*
- ✓ “Limite de valores de uma sociedade.” *Duas respostas.*
- ✓ “Preservar padrões morais, ser correto. Não vender-se. Colocar no fogo os devedores sem medo.”
- ✓ “Fazer o que é certo porque é certo, sem pensar nas conseqüências.”
- ✓ “É tudo.”
- ✓ “É saber julgar o certo e o errado, seja qual for o caso, seja qual for a situação financeira.”
- ✓ “Ética é o bom senso de agir da forma verdadeira, sem interesses e compromissos financeiros. O bom senso de ser fiel ao bem estar humano geral, não de pequenos grupos.”
Considerou-se “Bom senso”, com quatro respostas.
- ✓ “Não existe!” *(Essa pessoa definiu Ética Jornalística como “Pior ainda!!”)*

- ✓ “É a obediência ao que não é obrigatório, pois os valores morais (Ética) são maiores que a lei, que é a obrigação.”
- ✓ “Postura do indivíduo frente a situações que exijam decisões morais.”
- ✓ “Não existe uma definição clara do que é Ética. Em geral, confunde-se ética com moralismos, dogmas ou preconceitos.”
- ✓ O dever pelo dever’. Agir eticamente é trabalhar de acordo com as responsabilidades de sua profissão e o compromisso com a sociedade, puramente.” *Considerou-se “Dever pelo dever”, pois três estudantes citaram desta forma.*
- ✓ “Consciência.”
- ✓ “O freio da vaidade.”
- ✓ “É o estudo dos juízos de valores da condução humana, de modo absoluto ou num determinado grupo social.”

Questão 8:

Defina *Ética Jornalística*.

- ✓ “Não caluniar, difamar. Checar fontes, não divulgar informações incorretas. Respeitar a privacidade alheia.” *Dois alunos definiram praticamente da mesma forma.*
- ✓ “O jornalismo é a profissão que mais trabalha com opinião pública (seja na formação ou na provocação), por isso precisa de uma ética.” *Com duas respostas bastante semelhantes.*
- ✓ “Noções dos limites da manipulação e das vontades alheias. Regras de comportamento que asseguram ao profissional o exercício HONESTO de seu trabalho.”
- ✓ “Ética jornalística é a conduta que o jornalista deve adotar, visando a divulgação íntegra e imparcial das notícias, sem trazer prejuízos ou danos morais, materiais ou à imagem de cada cidadão e da sociedade como um todo.” *Sete respostas foram consideradas dentro desse mesmo conceito.*
- ✓ “Não existe ética específica para jornalista. Para mim, a ética do jornalista é a mesma que a do cidadão, como diz o jornalista Cláudio Abramo. Se a pessoa tem caráter e seus valores honestos, vai ter como jornalista. E com certeza vai colocar em prática o valor de sua profissão.” *(A pessoa não citou a obra de Cláudio Abramo ou a circunstância da declaração.)*
- ✓ “A ética que vai além do corporativismo e qualquer ação egoísta; contra princípios.”
- ✓ “Conjunto de normas que lembrar ao jornalista que seu dever é informar e que não tem direito de julgar os acontecimentos.”
- ✓ “Jornalismo limpo, claro e conciso, com o intuito primeiro de informar a verdade e seus aspectos.”
- ✓ “Apresentar o universo total de uma realidade, de um fato, de maneira lógica, coerente e sem a intenção de benefícios próprios ou prejuízo de outro.”
- ✓ “A ética jornalística é você realizar uma matéria, um texto, ouvindo os dois lados e evitando a parcialidade. É dar destaque ao que realmente interessa e discutir temas de interesse geral e não a namorada do Ronaldinho.” *(A namorada do jogador de futebol Ronaldinho, a atriz Suzana Werner, passou a ser ‘notícia’ por estar próxima ao ídolo do futebol, o melhor jogador do mundo pelo julgamento da FIFA nos anos de 96 e 97)*

Em relação a “ouvir os dois lados da notícia”, três alunos responderam dessa maneira.

- ✓ “O jornalista tem o direito de ser isento, dar a notícia que tem.”
- ✓ “É o dever pelo dever, segundo Kant. Deve estar acima dos interesses corporativistas e pessoais.”
- ✓ “Pior ainda!!” (*Resposta da mesma pessoa que definiu Ética como: “Não existe!”*)
- ✓ “Fazer uso da verdade na apuração de fatos.” *Quatro estudantes responderam dessa forma.*
- ✓ “A definição de Ética jornalística é a definição de notícia pura, antes dos processos que começam na manipulação e terminam na venda.”
- ✓ “Não existe.”
- ✓ “Nunca mentir já seria bom o bastante.”
- ✓ “Adaptar a ética pessoal à conduta profissional na relação entre comunicador e receptor.” *Foram cinco respostas nesse sentido.*
- ✓ “Imparcialidade e busca da informação, sem ferir os direitos do cidadão.”
- ✓ “Conjunto de valores que rege a profissão: imparcialidade, ouvir pelo menos três fontes, evitar publicar notícias sensacionalistas, a busca pela verdade.”
- ✓ “Bom senso”.
- ✓ “São os juízos de valores aplicados ao trabalho profissional do jornalista. A ética jornalística delinea a maneira correta para o profissional se portar diante da (*sic*) notícia.” (*O bom jornalista evita juízos de valor. A pessoa utilizou erroneamente a expressão, pois são particularidades que quando expostas em formato de adjetivos: bonito/feio, bom/ruim, etc., em uma notícia, pode deturpar seu sentido. O mesmo acontece com advérbios, como: curiosamente, certamente, definitivamente. Conceitos estão no Manual da Folha de São Paulo, 1996, p. 50 e 97*)
- ✓ “É a ética específica da profissão que mais lida com valores intelecto-culturais.”
- ✓ “Acredito que ‘ética não encha panela’. É raro vê-la no jornalismo, porém se fosse observada seria a salvação do jornalista.”
- ✓ “Muitas vezes ela é esquecida pelos profissionais.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. *Dialectique négative – critique de la politique*. Paris: Payot, 1978.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

———. *La dialectique de la raison – fragments philosophiques*. France: Éditions Gallimard, 1974

ALMEIDA, Cândido José Mendes de e ARAÚJO, Maria Elisa. *As perspectivas da televisão brasileira ao vivo*. Rio de Janeiro: Imago Ed. : Centro Cultural Candido Mendes, 1995.

ALMEIDA, Milton José de. *Imagens e sons – a nova cultura oral*. São Paulo: Cortez, 1994.

ALUNAS DE JORNALISMO. *O profissional da Educação que lida com crianças influenciadas pela televisão*. Relatório ao CNPq – Iniciação Científica. Curitiba: 1998.

APOSTLE, Leo. *L'interdisciplinarité*. Brussels: OCDE, 1971.

ARBEX, José. *Império das meias verdades – interesses e preconceitos deformam a informação*. *ISTOÉ*, nº 1289. São Paulo: Três, 15/junho/1994.

ATA DA REUNIÃO DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUC-PR. *Resultado do Seminário Integrado de Professores de Comunicação Social*. Curitiba: Maio/1996.

BALOGH, Ana. *Conjunções – dijunções – transmutações: da literatura ao cinema e à TV*. São Paulo: ANNABLUME: ECA-USP, 1996.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. 7 ed. São Paulo: Difel, 1987.

BENEVIDES, Roberto. *Hora da verdade – Seleção vive dias tumultuados e o grupo de 94 teme perder a fama de geração vencedora*. *ÉPOCA*, nº 3. São Paulo: Globo, 8/junho/1998.

BOBBIO, Norberto. *O futuro da democracia – uma defesa das regras do jogo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BUARQUE, Cristovam. *O papel social da Universidade – notas para conferência na plenária do CRUB*. Campinas, 02/04/91.

———. *A aventura da universidade*. São Paulo: Unesp/Paz e Terra, 1994.

CALLOIS, Roger. *O mito e o homem*. Lisboa: Edições 70, 1989.

CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito - com Bill Moyers*. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CAMACHO, Marcelo. *Ela e ela, não! – Lesbianismo é tabu até no festival de temas polêmicos das novelas das 8*. *VEJA*, nº 1554. São Paulo: Abril, 8/julho/1998.

CARMONA, Arnaldo, DUARTE, Roberto e MACIEL, Luiz Antônio. *Um rastro de vítimas*. Revista *IMPRENSA*, nº128. São Paulo: Feeling Editorial, maio/1998.

CASSIMIRO, Maria do R. et al. *Universidade oportuna: reflexão sobre a universidade e seu envolvimento com a comunidade*. Goiânia: UFG, 1983.

COELHO, Ildeu Moreira. *Ensino de graduação e currículo*. *REVISTA UNIVERSIDADE E SOCIEDADE*. Ano III, nº 5, julho, 1993.

CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA. Brasília: Governo Federal, 1988.

CRUB – Conselho dos Reitores das Universidades Brasileiras. *Catálogo das Universidades Brasileiras*. São Paulo: CRUB, 1995.

DEBRAY, Régis. *O Estado sedutor – as revoluções midiológicas do poder*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

Di FRANCO, Carlos Alberto. *O jornalista e o educador – quem educa ou informa não pode viver de costas para a verdade e a liberdade*. Revista **EDUCAÇÃO**, edição de maio/98.

ELÍADE, Mircea. *Aspectos do mito*. Lisboa: Edições 70, 1989.

EXTRA-PAUTA. *Estudantes vibram com resultado do Sangue Novo*. Jornal do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado do Paraná, nº 29. Curitiba, Abril/1997.

FAZENDA, Ivani Catarina Arantes. *Integração e interdisciplinaridade no ensino brasileiro – efetividade ou ideologia*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

———. *Interdisciplinaridade: história, teoria e pesquisa*. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Minidicionário da língua portuguesa*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

GOLDEMBERG, José. Conferência no Núcleo de Estudos Avançados da USP. São Paulo: junho/1993.

GOMES, Laurentino e PASTORES, Karina. *Pressão demais – como o stress e as crises nervosas, ilustradas pelo caso Ronalzinho, derrubam a pessoa*. **VEJA**, nº-1556. São Paulo: Abril, 22/julho/1998.

GRAMSCI, Antonio. *Cahiers de prison 6, 7, 8 et 9*. Mayenne/France: Éditions Gallimard, 1983.

GRIDO DEL POPOLO. Turim: Einaudi, 15 de junlio de 1981.

HABERMAS, Jürgen. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

———. *De l'éthique de la discussion*. Paris: Les Éditions du Cerf, 1992.

—————. *Connaissance et intérêt*. France: Éditions Gallimard, 1976.

HESBURGH, Theodore. *Relevância dos valores no ensino superior*. Brasília: UnB, 1979.

IMPrensa. *São Paulo não acredita na Imprensa*. São Paulo, Feeling (83):12-17, ago-1994.

INTERNET. <http://www.telecurso2000.org.br>. 1999.

INTERNET. <http://www.sp.senac.br>. 1999.

KOHUT, Karl (ed.). *Palavra e poder – os intelectuais na sociedade brasileira*. Frankfurt am Main: Vervuert Verlag, 1991.

KRAUSE, Décio. *Argumentos*. Curitiba, 1996. Notas de aula da disciplina Lógica do Conhecimento Científico, Mestrado em Educação Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários – nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta, 1990.

LASCH, Christopher. *O mínimo eu*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

LEITE, Marcelo. *Pane jornalística no voo 402*. FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, 10/novembro/1996 – Primeiro caderno: coluna do ombudsman.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência – o futuro do pensamento na era da informática*. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

LEVI-STRAUSS. Claude. *Mito e significado*. Lisboa: Edições 70, 1989.

LOBATO, Eliane. *O anjo maldito*. ISTOÉ, nº 1351, São Paulo: Editora Três, 23/agosto, 1995.

MANNHEIM, Karl. *Ideologia e utopia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

MARCONDES FILHO, Cyro. *Quem manipula quem – poder de massa na indústria da cultura e da convenção no Brasil*. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

MATTELART, Armand. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. México: Siglo Vientiuno, 1989.

MATUCK, Artur. *O potencial dialógico da televisão – comunicação e arte na perspectiva do receptor*. São Paulo: Annablume – ECA-USP, 1995.

MAYRINK, Geraldo. *Quero o país de volta*. *VEJA*, páginas amarelas 7-10. Edição 1436. São Paulo: Abril, 20/03/1996.

MERCONI, Darlene e BERNARDES, Ernesto. *Nas asas da tragédia*. *VEJA*. São Paulo: Abril, 6/novembro/1998.

MORAN, José Manuel. *A escola do amanhã: desafio do presente*. *Tecnologia Educacional* - v. 22 (113/114) Jul./Out. 1993.

NÉRICI, Imídeo G. *Didática do ensino superior*. São Paulo: IBRASA 1993.

NEWMAN, John Henry. *The idea of a university*. Westminster, MD: Christian Classics Inc., 1982.

NOGUEIRA, Nemércio. *Jornalismo é...* Rio de Janeiro: Xenon; Associação Brasileira de Anunciantes – ABA; Associação Brasileira de Imprensa – ABI, 1997.

NOLT, John & ROHATYN, Dennis. *Lógica*. São Paulo: McGraw-Hill, 1991.

Novo Manual da Redação – FOLHA DE S. PAULO. 6 ed. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1996.

O ESTADO DE S. PAULO. *Vera Fischer perde a guarda do filho para Felipe Camargo*. São Paulo: *O ESTADO DE S. PAULO*, 13/setembro/1997.

PAIVA, Anabela. *Encarando a turbulência*. *ÉPOCA*, nº 14, Rio de Janeiro: Globo, 24/agosto/1998.

PARADA, Juan E. B. *¿Como hacer operativa la formación humanista em la Universidad? (Cuardenos de Reflexión Universitaria)*. México, DF: Universidade Ibero-americana, 1988.

RECTOR, Mônica. *Problemas e tendências da semiótica*. REVISTA BRASILEIRA DE LINGÜÍSTICA: 2/75, s.d.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Introdução à semiótica*. Lisboa: Presença, 1991.

ROSSI, Clóvis. *Vale a pena ser jornalista?* 3 ed. São Paulo: Moderna, 1992.

SAVIANI, Demerval. Análise crítica da organização escolar brasileira através das leis 5.540/68 e 5.692/71. In: GARCIA, Walter Steves (ORG.). *Educação brasileira contemporânea - organização e funcionamento*. São Paulo: Mc Graw-Hill do Brasil Ltda., 1976.

SCALZO, Mariana. *A maior aposta – Silvio Santos tenta reverter a crise no SBT tirando Ratinho da Record por US\$ 43 milhões*. *ÉPOCA*, nº 15. São Paulo: Globo, 31/agosto/1998.

SFEZ, Lucien. *Crítica da comunicação – nova edição inteiramente revista e ampliada*. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

SILVA, José Afonso. *Curso de direito constitucional positivo*. 9 ed. São Paulo: Malheiros Editores, 1992.

TEIXEIRA, Anísio. *A Função das Universidades*. Boletim da Universidade do Distrito Federal 1 [1-2]: 11-24, julho a dezembro de 1935.

VEJA – Edição Histórica Extra – nº 1255. São Paulo: Abril, 30/setembro/1992.

VEJA. Escândalos em série. São Paulo: Abril, 23/agosto/1995.

VEJA. O dia do caçador – o novo presidente é um homem tenso e vaidoso, que cultiva doze superstições diferentes e possui um carisma que encantou milhões de brasileiros. VEJA, nº 1110. São Paulo: Abril, 24/dezembro/1989.

VEJA. São Paulo: Abril, 02/nov/1994.

VEJA. São Paulo: Abril, 17/dez/1998.

VITÓRIA, Gisele. Uma vaga no Olimpo. ISTOÉ, nº 1507, São Paulo: Editora Três, 19/agosto/1998.

WAACK, Willian. Um ano sem Diana. ÉPOCA, nº 15. São Paulo: Globo, 31/agosto/1998.

WHITEHEAD, Alfred North. Os fins da educação e outros ensaios. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.

ZANATTA, Carlos Eduardo. Retrato da comunicação – Projeto RECOM. Recife: s/e, 19/março/1994.

REFERÊNCIAS VIDEOGRÁFICAS

REDE GLOBO. *Globo Repórter Especial Ayrton Senna*. Rio de Janeiro: Rede Globo: 06/maio/1994.

MENDES, Lucas. *Fama*. Programa Contagem Regressiva. Rio de Janeiro: REDE GLOBO, 1995.



Angela espantou no delegado: "Foi a ofenda que trouxe a intimação"

Processo é apela- de pedidos miligramas e de um advogado para apertar o peito do apartamento. Assim, na reunião a fim de a- para e acabou sendo levada à força. "Foi a ofensa que trouxe a intimação", conta Angela. Ela não de- direito para o filho, no Café Elbail para exame de corpo de delito. Por causa dos maquiagem, con- dos pelos policiais, a moderna com o pai, Darlan foi transferi- da para 13 de setembro.

Escândalos em série

Angela, Raíza e presa no desarticulando o casal de Jurema e infamando processo de Raíza por calúnia e difamação

Angela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento. Ela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento. Ela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento.

Diagnos e Karamazovs

Angela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento. Ela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento. Ela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento.

Angela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento. Ela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento. Ela não quer e talvez não saiba direito a prisão de 300 pessoas em um apartamento.

PERSONAGEM

O anjo maldito

Angela Rô Rô reage à intimação judicial, reassume seu lado rebelde e volta às páginas policiais

ELIAN LOBATO

Em meio à intimidade de mo- dos que pensam o espaço criminal, deve haver um espaço reservado para um, cor- tudo, sempre azulado e gerre- pado, sempre vilana de suas convicções e principalmente de sua língua, forma e conteúdo. Na sexta-feira 15, a oficial de justiça Graçana de Souza Por- tino recebeu de cinco políci- os militares armados até com munições para entregar uma intimação judicial à can- toira Angela Rô Rô, no aparta- mento de sua mãe em Copac- abana. Pobre: seja malcompre- tendida, reconhecida e abrir a porta para que a oficial de jus- tiça lhe entregasse afinal um documento de que torci de de- por um processo movido pela apresentação Xuxa Meneghel e sua concubina Marlene Mar- tin. Angela se senta desolada de pedofilia, em um show em Ni- tereis no mês passado. Eureka e empunha um cartazinho Ober- tados com as Paquetins.

Vestida apenas com calça- nha e canoa, Angela foi ben- ditamente expulsa. Os políci- as, porventura não reconheci- do, não de Xuxa e das Paquetins, arrastaram o seio malhado esse- da adentro. Assim, a cantora de- sacrada, alho de tudo, o oficial de justiça. "Eu já tinha recebido e assinado uma intimação dan- da de um oficial chamado 'Ox', explicou Angela. A oficial Graçana, entretanto, não havia em conta esses argumentos. Depois de bradar o rebelde "você está obstruindo o caminho da justiça", foi arida de um chaveiro e da polícia. Arrastou a porta do apartamento e nem sequer permitiu que a cantora se vestisse.

titulo Médico Legal submeter-se a exame de corpo de delito. Ela presen- de reagir ao que qualifica de violên- cia descontrolada da polícia e da ofi- cial de justiça e vai centrar com essa guerra contra o Estado.



Na delegacia: acusada do descasto e rebeldia

44 Fui torturada. Me carregaram brutalmente por três lances de escada e me deram coronhadas

Angela Rô Rô, cantora

entregar-lhe uma calça. No 12º Du- arto Policial de Copacabana, sua com- panheira Naila Skorpion compreendi- do o caminho da justiça, foi arida de um chaveiro e da polícia. Arrastou a porta do apartamento e nem sequer permitiu que a cantora se vestisse.

Angela já estava no carro da poli- cia quando sua empresária, Deciliana Villalba, que estava no apartamento e presenciou todo o episódio, conseguiu girar... 21... 21...