



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A INFLUÊNCIA DO PRÊMIO JORNALISTA AMIGO DA CRIANÇA SOBRE O PROFISSIONAL DE JORNALISMO: UM ESTUDO DE CASO

por
Robson Dias
Matrícula 06/66475

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre. Curso de Pós-Graduação em Comunicação Social Linha 1: Jornalismo e Sociedade Universidade de Brasília – FAC / UnB Profa. Orientadora: Dione Oliveira Moura.

Brasília
2008



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A INFLUÊNCIA DO PRÊMIO JORNALISTA AMIGO DA CRIANÇA SOBRE O PROFISSIONAL DE JORNALISMO: UM ESTUDO DE CASO

por
Robson Dias
Matrícula 06/66475

Dissertação de Mestrado submetida à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Jornalismo e Sociedade
Orientadora: Prof. Dra. Dione Oliveira Moura

Brasília
2008



Dissertação intitulada A influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de jornalismo: estudo de caso, de autoria do mestrando Robson Dias, a ser julgada pela banca examinadora, constituída pelos seguintes professores:

Prof.^a Dr.^a Dione Oliveira Moura
(Orientadora e Presidente)

Prof. Dr.^a Elen Cristina Geraldes
Membro da Banca

Prof. Dr. Solano Nascimento
Membro da Banca

Prof.^a Dr.^a Thais Jorge Mendonça
Membro Suplente da Banca

Brasília-DF, 14 de agosto de 2008.

DIAS, ROBSON

A influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de jornalismo: estudo de caso / Robson Dias. – Brasília: UnB / Faculdade de Comunicação, 2008

14, 326 f.: il.; 31 cm.

Orientadora Prof^a. Dr^a. Dione Oliveira Moura

Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2008

Referências bibliográficas: f. 295-315

1. Jornalismo 2. Jornalista 3. Prêmio 4. Criança 5. Profissão 6. Profissional 7. Newsmaking 8. Rotinas Produtivas 9. Terceiro Setor. I. Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. II. Cidadania em Pauta.

RESUMO

Há premiações em jornalismo para matérias, profissionais e empresas de comunicação. O prêmio Jornalista Amigo da Criança, da Agência de Notícias dos Direitos da Infância, é um dos raros prêmios que aponta para o profissional. O título não se esgota com a titulação, pois não se trata de um mero certificado. Trata-se de uma estratégia que visa a Advocacy dos direitos da infância e da adolescência. O trabalho investiga a influência do prêmio em relação ao profissional de jornalismo, pela perspectiva dos estudos de Newsmaking. A análise é feita por um questionário aplicado a 346 diplomados em todo o país.

ABSTRACT

There are premiums in journalism for news, journalists and institutions of media. The prize Child's Friend Journalist of Child Rights News Agency one of the rare prizes for journalists. But the prize doesn't end up with the titulation. It's not an ordinary certificated. It's an Advocacy strategy to get better child and teenager theme's treatment. This research analyses the prize's influences over de journalists, based in the Newsmaking theory. The analysis is made by an application of a questionnaire answered for 346 Child's Friend Journalists all over Brazil.

Se clamares por conhecimento, e por inteligência alçares a tua voz,
Se como a prata a buscares e como a tesouros escondidos a procurares,
Então entenderás o temor do Senhor, e acharás o conhecimento de Deus.
Provérbios 2:3-5

Não há sabedoria, nem inteligência, nem conselho contra o Senhor.
Provérbios 21:30

Porque está escrito: Destruirei a sabedoria dos sábios,
E aniquilarei a inteligência dos inteligentes.
Onde está o sábio? Onde está o escriba? Onde está o inquiridor deste século?
Porventura não tornou Deus louca a sabedoria deste mundo?
1 Coríntios 1:19-20

Para que os seus corações sejam consolados, e estejam unidos em amor, e enriquecidos
da plenitude da inteligência, para conhecimento do mistério de Deus e Pai, e de Cristo,
Em quem estão escondidos todos os tesouros da sabedoria e da ciência.
Colossenses 2:2-3

Tende cuidado, para que ninguém vos faça presa sua, por meio de filosofias e vãs
sutilezas, segundo a tradição dos homens, segundo os rudimentos do mundo,
E não segundo Cristo
Colossenses 2:9

Vigiai para que ninguém vos apanhe no laço da filosofia, esse vão embuste fundado na
tradição dos homens, nos elementos do mundo,
E não mais em Cristo
Colossenses 2:9 (Outra tradução)

AGRADECIMENTOS

À CAPES pela bolsa de fomento à pesquisa.

À ANDI pela gentileza no atendimento.

Ao COMUT/IBICT pelas 1.754 páginas comutadas.

À UNOESTE e UFF por terem me mandado cópias de seus acervos sem qualquer custo.

Ao Helton pelo questionário on-line.

Ao Dênis pela revisão textual (feita lá da Austrália).

Aos Jornalistas Amigos da Criança participantes, pela colaboração e disponibilidade.

A todos os ex-funcionários e ex-estagiários da ANDI que me concederam entrevistas.

Aos quase 2.000 jornalistas que me tiraram dúvidas nas listas de discussão do Yahoo: Jornalismo, Comunicação Pública, Tecnologia da Comunicação, Fórum Nacional de Professores em Jornalismo, Compós e Fórum Nacional para Democratização da Comunicação.

Aos autores com os quais troquei informação utilizando o Currículo Lattes e Orkut: Carina Paccola, Michele Roxo, Cremilda Medina, Josenildo Guerra, Francisco Karam, Rogério Christofolletti, Chico Sant'anna, Ana Tais Portanova Barros, Alfredo Vizeu, Suely Maciel, Cíntia Liesenberg, Carlos Franciscato, Délcia Vidal, Leda Maria, Vera Gerzson, Maristela Fittipaldi, Patrícia Patrício, Márcio Fernandes, Andréia Carneiro, Sônia Benites, Fabiana Cunha, Wagner Weber e Victor Folquening.

À Eliane Muniz, amiga desde a graduação, companheira também no mestrado, sem a qual não poderia ter criado coragem para o desafio da pesquisa científica.

Aos professores Gustavo Castro, Chico Sant'anna, Jorge Duarte e Maria do Amparo pelo incentivo em tentar o mestrado.

Ao professor Antônio Barros pelas considerações ao pré-projeto, além de me situar sobre muitos “ismos” e “ias” da ciência.

Ao professor Luiz Martins pela amizade, suporte e incentivo. Mais ainda pelo convite a participar da família SOS Imprensa, projeto de extensão pelo qual tenho paixão.

E, finalmente, à professora Dione Oliveira Moura por sua atenção e suporte em meio às “rotinas produtivas” administrativas (da reitoria) e docentes (da Faculdade de Comunicação).

DEDICATÓRIA

A todos meus amigos Cristãos que não me deixam racionalizar o espírito.

A todos meus amigos Cientistas que não me deixam espiritualizar a razão.

A minha família que não liga para nada disso e não me deixa sem emoção.

E ao autor do livro de Jó, seja ele quem for... Meu legado, minha herança. Inspiração e conforto sobre os questionamentos: “de onde eu venho?”, “para onde eu vou?” e “quem eu sou?”. Leitura obrigatória para mim e outras gerações há quase 4.000 anos.

Lista de Imagens

Gráfico 1 - Pergunta 1.....	271
Gráfico 2 - Pergunta 2.....	271
Gráfico 3 - Pergunta 3.....	272
Gráfico 4 - Pergunta 4.....	272
Gráfico 5 – 1º do Ranking.....	273
Gráfico 6 – 2º do Ranking	274
Gráfico 7 – 3º do Ranking.....	274
Gráfico 8 – 4º do Ranking.....	275
Gráfico 9 - Pergunta 6.....	275
Gráfico 10 - Pergunta 7.....	276
Gráfico 11 - Pergunta 8.....	277
Gráfico 12 - Pergunta 9.....	278
Gráfico 13 - Pergunta 10.....	278

Introdução	14
1 Contornos do Jornalismo	18
1.1 Objetividade	19
1.1.1 Contexto Internacional	22
1.1.2 Contexto Nacional	23
1.1.3 O conceito gira em torno de limites. Quais limites?	24
1.2 Manuais de Redação	26
2 Processo de Formação do Jornalista Profissional	30
2.1.1 Fatores de escolha	31
2.1.2 O inato e o Habitus	35
2.1.3 Vocação e trabalho	37
2.1.4 Trabalho Jornalístico: Sacerdócio ou Negócio	40
2.1.5 Jornalismo: Profissão ou Emprego	46
2.1.5.1 Tipologias	50
2.1.6 Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil	55
2.2 O Saber Jornalístico	62
2.2.1 O conceito de Comunicação	63
2.2.2 A graduação	68
2.2.2.1 Cursos de Comunicação Social	68
2.2.2.2 Cursos de Jornalismo	73
2.3 O Fazer Jornalístico	80
2.3.1 O Estágio Universitário em Jornalismo	81
2.3.2 O Jornal-laboratório	83
2.4 O Ser Jornalístico	88
2.4.1 Diploma Universitário	88
2.4.2 Identidade Profissional	94
2.4.3 Representações Simbólicas	100
2.4.3.1 Artista e intelectual	100
2.4.3.2 Cão de Guarda	100
2.4.3.3 Verdade: o bem sagrado	104
2.4.3.4 O patrão é a sociedade	106
2.4.3.5 Heroísmo	107
2.4.3.6 Missionário	109
2.4.3.7 A Velha Guarda	110
2.4.3.8 Autofiscalização: Acima de qualquer suspeita	112
2.4.3.9 Informante fiel: o rito da forma e o mito da isenção	114
2.4.4 Ética Profissional	116
2.4.4.1 O jornalista e o referencial teórico da Ética	117
2.4.4.2 Dever Ser como dimensão ontológica	120
2.4.4.3 Códigos Deontológicos - norte do Ethos do Jornalista	122
2.4.4.4 Cotidiano e emergência do Ethos do Jornalismo	127
3 Terceiro Setor	135
3.1.1 Por uma definição: quanto a recursos e à finalidade	137
3.1.2 Atuação das ONGs no Brasil	139
3.2 A Cidadania e a Comunicação Social	142
3.2.1 Comunicação Pública	143
3.2.2 Jornalismo Público	146

3.3	A pauta da Infância e Adolescência	148
3.3.1	Imagem da Infância na Sociedade	149
3.3.2	Imagem da Adolescência na Sociedade	153
3.3.3	Representação da pauta no Jornalismo	155
3.3.4	Tematização	157
3.4	Agência de Notícias dos Direitos da Infância – ANDI	161
3.4.1	Histórico	161
3.4.2	Panorama das premiações em Jornalismo	166
3.4.3	Prêmio Jornalista Amigo da Criança	172
3.4.4	Estratégia como Projeto e Prêmio	173
3.4.5	Os Objetivos do Projeto Jornalista Amigo da Criança	174
3.4.6	Evolução dos Critérios de Seleção	178
3.4.7	Amigo é para essas coisas – redes de amparo à criança	181
3.4.8	Agendamento e Contra-Agendamento	183
3.4.9	Estratégia da ANDI no Plano de Enfrentamento	186
3.4.10	Engajamento propositivo pela Advocacy	189
3.4.11	Política Internacional, Ideologia e Infância: um tabu	194
3.4.12	Ritos de instituição	197
4	News-making	204
4.1	Contornos da Fábrica de notícias	205
4.2	Gatekeeper	208
4.3	Critérios de Noticiabilidade	210
4.4	Valor-Notícia	212
4.5	As Fontes	215
4.5.1	Promotores da notícia	215
4.5.2	Definidores Primários	216
4.6	Linha de montagem: o processo de produção da notícia	218
4.6.1	Rotinas Produtivas	218
4.6.2	Rituais Estratégicos	221
4.6.3	Deadline: o fator tempo no trabalho jornalístico	224
4.6.4	Gratificações e penalidades	229
4.6.5	Produção em série: homogeneização de conteúdos	232
4.6.6	Notícia é negócio	233
4.7	Efeito Fabril – o que dizem as áreas do conhecimento	235
4.7.1	Um caso pela Psicologia Social	236
4.7.2	Um caso pela Ciência da Informação	242
4.7.3	Um caso pela Comunicação Social	245
5	Metodologia .	253
5.1	Contexto	254
5.1.1	Interrogações iniciais	255
5.1.2	Definição do problema	257
5.1.2.1	Questão Principal	258
5.1.2.2	Questões Secundárias	258
5.1.3	Problemática	259
5.1.4	Objetivos	259
5.1.4.1	Gerais	259
5.1.4.2	Específicos	260
5.2	Aplicação	260

5.2.1	Instrumentos de Coletas de Dados	261
5.2.2	Estratégia de verificação	261
5.2.3	Carta Explicação	262
5.2.4	Planejamento	262
5.2.5	Abrangência	263
5.2.6	Plano de perguntas e questões	263
5.2.6.1	Perguntas Fechadas	263
5.2.6.2	Perguntas Abertas	264
5.2.7	Processo de Formulação das questões	265
5.2.8	Pré-Teste	265
5.2.9	Aspectos éticos	266
5.2.10	Ocorrência de fenômenos não esperados	266
5.2.11	Limites do Questionário	267
5.2.12	Objetivos de cada pergunta	268
5.3	Resultados Obtidos	270
5.4	Discussão dos resultados	283
6	Conclusão	290
7	Bibliografia	294
8	Anexos	316

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa toma como objetivo verificar a percepção de jornalistas que receberam o prêmio Jornalista Amigo da Criança a respeito do próprio Prêmio e da influência deste Prêmio em suas carreiras.

O Jornalista Amigo da Criança é um prêmio de reconhecimento do trabalho do profissional de jornalismo¹ sensível aos direitos da infância e da adolescência. Trata-se de uma iniciativa da Agência de Notícias dos Direitos da Infância – ANDI. O Jornalista Amigo da Criança² é um projeto que desde 1997 visa a criação de uma cultura jornalística baseada no que ela chama de “Investigação de Soluções”³.

Atualmente, existem 346 Jornalistas Amigos da Criança laureados com o Prêmio. Em seus documentos oficiais, assim como na página eletrônica da entidade, a ANDI apresenta o Jornalista Amigo da Criança, ora como prêmio, ora como projeto. O prêmio identifica jornalistas, segundo critérios de bom tratamento da pauta da criança e do adolescente no noticiário, e se propõe a homenageá-los. O projeto mobiliza os profissionais que receberam a premiação.

O Jornalista Amigo da Criança participa de seminários de discussão de temas relativos à infância e à adolescência, na condição de palestrante, ouvinte e repórter. Nesses eventos, amplia sua agenda de contatos com fontes privilegiadas de informação: fundações, ONGs e organismos internacionais.

O objetivo do projeto da ANDI, segundo informa a própria agência, é ter Jornalistas Amigos da Criança nas maiores redações do Brasil e que estes profissionais sejam “multiplicadores do tema para seus colegas de trabalho”⁴. Os diplomados participam de treinamentos direcionados e recebem subsídios financeiros para viagens a congressos. Com isso, estabelecem cooperação permanente em vínculo com a ANDI.

A ANDI expressa o objetivo de consolidar sua presença em todo o País “na medida em que reinventa a tecnologia social de comunicação para o desenvolvimento humano”⁵. A rede está presente nas cinco regiões do país e tem parceiros como Instituto

¹Durante todo o texto, utilizaremos a expressão “profissional de jornalismo” e “profissionais de jornalismo” para não repetir palavras no período ou no parágrafo. Ressaltamos que o leitor não confunda esse recurso feito com intuito de evitar redundância com uma afirmação que englobe profissionais de todo o campo jornalístico (radialistas, webdesigners, diagramadores, cartunistas).

²Jaca é a terminologia que a ANDI usa para Jornalista Amigo da Criança.

³Denominação, tida pela Andi, como um “paradigma” de soluções das mazelas sociais, à luz dos direitos humanos, como exposto em www.andi.org.br (visitado em 05/11/2007).

⁴www.andi.org.br, visitado em 05/11/2007.

⁵Ibidem.

Ayrton Senna, além de contar com o apoio do UNICEF, da UNESCO e da Comunidade Européia.

O fato de o Jornalista Amigo da Criança advogar, defender e promover os direitos da infância e da adolescência, um tema social influi nas relações da redação. O profissional de jornalismo⁶ participa de uma rotina de produção da notícia e é socializado pelos valores institucionais da empresa de comunicação na qual trabalha. Com a diplomação⁷, ele passa por um processo de estima e reconhecimento como profissional fora da empresa em que trabalha.

Para muitos diplomados, o título se impõe como um valor profissional e pessoal⁸. O status de Jornalista Amigo da Criança recontextualiza o profissional no seu ambiente de trabalho. Por vezes, rompe com o status quo⁹ de sua carreira. Além de aumentar a qualidade do trabalho desse jornalista dentro da rotina produtiva¹⁰.

Para alguns, a premiação altera inclusive os valores profissionais¹¹ da redação. O Jornalista Amigo da Criança estabelece novas relações interacionais¹², pois advoga uma causa e tem uma postura de intervenção social definida. Para o Jornalista Amigo da Criança, os valores profissionais vão além do grupo de referência constituído pelos colegas de trabalho e superiores na hierarquia organizacional.

Desta forma, Jornalista Amigo da Criança influi dentro de sua organização e altera valores da cultura profissional. Isso tem influência nas relações de trabalho e

⁶Conotação de jornalista profissional e não de outros profissionais do campo jornalístico, conforme explicação da nota de rodapé número 1.

⁷Cerimônia de investidura do profissional com o título Jornalista Amigo da Criança em ato público. Em 1997, na diplomação dos primeiros profissionais, houve uma entrevista coletiva com o então presidente da República, Fernando Henrique Cardoso.

⁸“Ser uma Jornalista Amiga da Criança é emocionante, sobre o aspecto profissional e principalmente pessoal” Eliane Cantanhêde, da sucursal em Brasília do jornal Folha de São Paulo”, www.andi.org.br, visitado em 05/11/2007.

⁹“Ao receber o título de Jornalista Amiga da Criança, termina de vez a sensação de que escolhi uma trajetória profissional esquizofrênica; fica a sensação de que as fronteiras entre as áreas da produção humana estão aí para serem vencidas por quem quer ver as pessoas de mãos dadas por um mundo mais justo.” Marcia Mermelstein Feldman - TVE – Rio de Janeiro/RJ, *ibidem*.

¹⁰“O projeto Jornalista Amigo da Criança contribuiu decisivamente para que os jornalistas dedicados a temas sociais ampliem suas fontes de informações e de dados” Angela Santos - TV Cultura São Paulo/SP, *ibidem*.

¹¹“O prêmio Jornalista Amigo da Criança é a melhor referência profissional que tenho até hoje. Interessante perceber que dentro da redação que gerencio, as pessoas hoje estão muito mais preocupadas com pautas voltadas para a criança e suas conseqüências sociais. É um referencial dentro da redação, como se a partir do prêmio todos estivessem com a missão de cobrir os assuntos relativos a criança em todas as suas vertentes.” Ney Messias Jr. - Rádio e TV Liberal – Belém/PA, *ibidem*.

¹²“Confirmar uma atitude sempre motiva ainda mais quando percebemos a rede solidária dos Jornalistas Amigos da Criança. Um amigo que se expõe, provoca, revê e avalia caminhos, renova o compromisso de observar detalhes e se oferecer como referência para que os discursos - alguns belos e já assimilados - penetrem consciências e se tornem práticas cotidianas. Amigo é coisa pra se mostrar!” TT Catalão - Jornal Correio Braziliense – Brasília/DF, *ibidem*.

incorre em mudanças na rotina de produção da notícia, pois o Jornalista Amigo da Criança adere ao ideal social da infância e da adolescência e redefine seus próprios valores no nível pragmático do grupo redatorial. Este fenômeno deve ser considerado pela política editorial.

Investigar como o Jornalista Amigo da Criança lida com a premiação é evidenciar de que forma há alteração nos valores profissionais desse jornalista no modo de se fazer notícia. A perspectiva Newsmaking permite identificar as variáveis que respondem aos questionamentos:

-Qual a influência do prêmio sobre o jornalista?

-A premiação o recompensa o jornalista por uma habilidade (tratamento adequado da criança e do adolescente na cobertura) ou o mobiliza em defesa do tema?

-Como o Jornalista Amigo da Criança reavalia a questão da Objetividade na aplicação de sua força de trabalho?

-Qual a influência do Jornalista Amigo da Criança na redação e na política editorial?

Desenvolvemos o tema proposto em quatro capítulos teóricos e um metodológico. O fio condutor da parte teórica é o agrupamento de quatro universos distintos: pano de fundo do campo jornalístico (contornos dados pela adesão aos pressupostos de Objetividade), processo de formação do jornalista profissional (o conhecimento, prática e identidade), pontos de contato entre a atividade jornalística e os direitos humanos (contexto do Terceiro Setor) e o ambiente organizacional de trabalho (Newsmaking).

O primeiro capítulo discute os domínios e contornos do campo jornalístico estabelecidos pelos pressupostos de Objetividade, pano de fundo para a discussão sobre a formação em jornalismo e exercício da atividade jornalística.

O segundo capítulo trata do Processo de Formação do Jornalista Profissional, desde a escolha do curso de graduação até a diplomação universitária. As características inerentes ao profissional de jornalismo são evidenciadas como fatores externos à redação que contribuem para o entendimento da visão de mundo do jornalista. Utilizamos a categorização dos conteúdos nas seções: Saber Jornalístico (dimensão teórica da formação), Fazer Jornalístico (dimensão prática) e Saber Jornalístico (dimensão ontológica).

Há tópicos de Sociologia das Profissões que explicam a atividade jornalística nas categorias: profissão e emprego. Além da análise do jornalista com o labor

caracterizando seu trabalho como sacerdócio (uma missão a ser cumprida) e negócio (a simples remuneração da atividade profissional no mercado de trabalho).

O terceiro capítulo trata do ambiente do Terceiro Setor e o estreito vínculo entre a Cidadania e o Jornalismo. Os conceitos de Comunicação Pública e Jornalismo Público são trabalhados como panos de fundo sobre os quais acontece esse encontro. Há também a abordagem de como se organiza a ANDI e quais são suas estratégias de ação na mídia. A modalidade propositiva de *Advocacy* é utilizada para designar a ação de defesa e promoção dos temas da infância e da adolescência pelo Jornalista Amigo da Criança. A dimensão simbólica da premiação é abordada a partir do arcabouço teórico, em BOURDIEU (1997), no que tange os Ritos de Instituição.

O quarto capítulo trata do ambiente e das relações de trabalho na empresa jornalística. A perspectiva *Newsmaking* traz a conceituação de cada elemento do fenômeno em estudo e evidencia os fatores organizacionais e burocráticos ligados à rotina produtiva e ao processo de produção da notícia. Há um breve detalhamento sobre pressões, constrangimentos e conseqüências do labor na vida pessoal e profissional do jornalista estudada por teóricos da Psicologia, Ciência da Informação e da própria Comunicação.

O quinto capítulo traz a metodologia utilizada para aferir os dados relativos aos 346 Jornalistas Amigos da Criança, diplomados em 10 edições do projeto entre os anos de 1997 a 2007. Há um detalhamento dos procedimentos relativos ao contexto da coleta de dados, à aplicação das ferramentas de verificação, além dos resultados obtidos.

■ Contornos do Jornalismo

1- Contornos do Jornalismo

O campo jornalístico tem como base a técnica como um dos elementos determinantes de seus limites. Apresentaremos na abertura do trabalho um panorama sobre o campo a partir do pressuposto da Objetividade. O surgimento do termo e sua influência sobre o discurso de profissionalismo na área serão abordados como tônica da ruptura com o modelo de Jornalismo Opinativo para o de Jornalismo Informativo, na história do Jornalismo nos países democráticos e no Brasil.

Com o conhecimento dos limites estabelecidos pela adoção (ou não) do referencial da Objetividade, poderemos mapear a dimensão técnica do trabalho jornalístico e das competências inerentes ao trabalho, formação e exercício profissional.

1.1 – Objetividade

O intuito das seções a seguir é o de dimensionar o campo jornalístico e a configuração de seus limites e domínios, a partir dos pressupostos de Objetividade. Consideramos esse aspecto importante, tendo em vista os diferentes contextos de construção do conhecimento jornalístico (Saber Jornalístico), prática profissional (Fazer Jornalístico) e a de representação ontológica (Ser Jornalístico) operantes nesses contornos dados pela perspectiva de se aderir (ou não) aos referenciais de Objetividade.

1.1.1 – Contexto Internacional

A expansão capitalista, no período de industrialização do século XIX, vinculou a atividade jornalística à circulação de bens e mercadorias. Com o impacto tecnológico e comercial, a imprensa passou por uma estruturação e sistematização em conformidade com o trânsito de mercadorias e o consumo de informação, nos Estados Unidos e em alguns países da Europa.

Os parques gráficos de editoras e jornais foram revisitados e o processo de produção de notícias passou por uma adequação da linha de produção. Surgiu assim, um contexto industrial e a lógica de um mercado noticioso. Nesse processo, houve padronização de uma série de procedimentos nas redações, impacto na divisão do

trabalho (fordismo¹³), nova rotina operacional, tematização dos assuntos em editoriais e gêneros textuais.

As corporações que exploravam o mercado de comunicação, em Jornalismo, mais especificamente da imprensa, criaram Manuais de Redação e Manuais de Redação e Estilo no sentido de codificar parâmetros e formatos nos quais deveria ser baseada a produção dos produtos noticiosos.

Antes da adoção dos critérios de Objetividade, a imprensa tinha como paradigma um Jornalismo inspirado na literatura: o Jornalismo Opinativo¹⁴. Com a instituição dos pressupostos da Objetividade, referencial para a técnica jornalística padrão, este paradigma passou a ser considerado como superado, pois tinha como base dos relatos a opinião. Em vista disso, era considerado panfletário e partidário.

MARIANI (2007) afirma que a perspectiva criada com a adoção dos pressupostos de Objetividade serviu para que surgisse a classificação “Jornalismo Profissional”¹⁵. Para a autora, o proselitismo se tornou a bandeira do discurso profissional. Em pouco tempo, o grupo emergente se tornou hegemônico e instituiu que só o novo paradigma em jornalismo é que conseguiria transmitir ao público a verdade sobre os fatos, objetivo maior do jornalismo. Os referenciais objetivos tornaram-se quase que obsessão no Jornalismo Informativo.

A standardização do novo modo de exercer o Jornalismo consolidou um formato no qual a impessoalidade se tornava inerente à notícia. Em suma, a técnica que antes era vista como arte de escrever virou ferramenta de produção.

O contexto industrial no qual se instalou o Jornalismo Informativo contribuiu para a organização positivista das matérias jornalísticas (no que se refere à separação entre o texto e jornalista). Ressalta-se que o período de industrialização também é o do Iluminismo. A racionalidade moderna foi incorporada ao *modus operandi* da imprensa incorrendo na consolidação de um novo arcabouço de técnicas jornalísticas.

¹³Especialização da mão de obra e padronização da linha de montagem na produção de bens consumíveis, utilizada por Henry Ford, dono da indústria automobilística Ford Motor Company. Essa corrente é influenciada por Frederick Taylor, considerado pai da administração científica. É comum chamar o Fordismo de Taylorismo, como sinônimos, por sua proximidade, o que não é adequado devido a distinção de cada um.

¹⁴Também chamado de Jornalismo Literário.

¹⁵O conceito de “Jornalista Profissional” existe no Brasil com uma conotação de legalidade, já que a profissão de jornalista existe com força de lei. O contexto dos EUA, sobre o qual discorre essa seção, não leva em conta esse critério legal, de regulamentação da profissão. Entretanto, o status no campo jornalístico de evocar para si a qualidade de profissional é a mesma nos EUA tanto quanto no Brasil. (MARIANI, Luiza Helena. Os idiotas da Objetividade - Nelson Rodrigues entre literatura e jornalismo. Tese (Doutorado em Literatura Comparada), UFF. 2007)

A maior influência do Jornalismo Informativo sobre a atividade jornalística e a imprensa foi em relação à validação do que é verídico e verdadeiro nos relatos noticiosos. Para SANTANA (2001), a racionalidade serviu para trazer um status cartesiano de “verdade verificada”¹⁶ e de “método de apuração”¹⁷ ao Jornalismo. Tal fato contribuiu para que o campo se tornasse “um poderoso constituidor de realidades e sentidos, numa sociedade em que quase todo esse direito era reservado à ciência”¹⁸.

Os pressupostos de Objetividade funcionam como um divisor de águas no Jornalismo. A partir do acatamento dos referenciais objetivos pela imprensa, o campo jornalístico passou a se estruturar na representação social de que o lugar de fala em Jornalismo é baseado na verdade, longe da cultura, do social, político e do ideológico. Tal mudança de paradigma conferiu isenção ao discurso jornalístico, como um olhar externo, referenciado num lugar antes ocupado somente pela ciência (era Moderna) e pelo transcendente (era Medieval).

ARMONY (2006) considera que a influência do Jornalismo Informativo gerou uma demanda de coesão social e orgulho ocupacional, além de um controle interno da atividade jornalística, ao mesmo tempo em que a política se tornava mais organizada¹⁹. Para o autor, tal fato ajudou a empurrar o jornalismo para fora do partidarismo, tornando-o uma força externa em vez de ser um mero instrumento de cabos eleitorais²⁰.

Os efeitos internos (normatização do grupo) e externos (idéia de isenção) explicam também a condição histórica da criação e desenvolvimento da profissão de Relações Públicas (RP). A influência do paradigma relacionado à Objetividade foi tão forte nos EUA que a atividade de RP foi criada como consequência da demarcação clara, na imprensa, do que é informação, publicidade e comunicação corporativa. Para ARMONY (2006),

Os RPs se multiplicaram pela tentativa do presidente Woodrow Wilson de “vender a guerra” para o povo estadunidense em busca de apoio financeiro para mandar tropas para a Europa durante a Primeira Guerra Mundial. A profissão se tornou bem sucedida e, em 1920, estimava-se que entre 50 e 60 por cento das matérias do New York Times tinham sua origem em assessores de imprensa: a figura do RP passou a ser mais presente do que a do jornalista.

Com seus brios feridos, os jornalistas passaram a se preocupar com a manipulação da informação nessa nova era de propaganda. Era necessário se desvencilhar dos

¹⁶SANTANA, Wedencley. O Discurso da Notícia: Objetivismo Jornalístico e seus efeitos. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFF. 2001. p. 141

¹⁷Ibidem.

¹⁸Ibidem.

¹⁹ARMONY, Flavio Sabbagh. Engajamento e Objetividade no Jornalismo Político da França. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2006. Pág. 24.

²⁰Ibidem.

propagandistas criando uma norma, um código moral jornalístico que culminaria na norma da Objetividade²¹.

ARMONY (2006) declara que os pressupostos de Objetividade emergiram no campo jornalístico como forma dos editores manterem “controle sobre os repórteres que trabalhavam na redação”²². Com isso, cristalizou-se um novo Ethos para o campo, que se estabeleceu como hegemônico, dentro da categoria profissional.

As conseqüências principais da adoção dos referenciais de Objetividade pela imprensa foram: a transformação do jornalista intelectual-pensador em empregado-produtor e a cobrança de isenção nos relatos à sociedade.

1.1.2 – Contexto Nacional

Os princípios relativos à Objetividade chegaram ao Brasil nos anos 50. Vieram junto com o pacote de técnicas jornalísticas importadas dos EUA pelo Diário Carioca²³.

Durante duas décadas (anos 50 e 60), houve a imposição de um padrão prosélito do que se chamava de Jornalismo Profissional, assim como aconteceu em outros países. Três personagens estiveram diretamente envolvidos: Danton Jobim²⁴, Pompeu de Souza e Luiz Paulistano. SANTANA (2001) recupera as prerrogativas de cada um nesse processo

Um dos precursores desta nova concepção foi Danton Jobim, que coloca explicitamente a Objetividade como uma nova ética. Com ele, Pompeu de Souza – o introdutor do Lead²⁵, do Copy-desk e do Manual de Redação – e Luiz Paulistano, que teve importância na seleção do pessoal para a introdução da nova filosofia²⁶.

Neste período, anos 50 e 60, os profissionais brasileiros não tinham capacitação técnica para assumir o novo paradigma: Jornalismo Informativo

²¹(ARMONY, 2006, p. 24-25)

²²Os efeitos e objetivos dos pressupostos de Objetividade abordados por ARMONY são os dos EUA, país no qual a imprensa acatou e desenvolveu com mais adesão a perspectiva do Jornalismo Informativo. E estão dentro do enquadramento de nossa pesquisa, tendo em vista que o autor também faz uma avaliação dos pressupostos na França, país sobre o qual versa a sua análise de Objetividade e Jornalismo.

²³Muitos autores divergem quanto a essa marcação temporal. As técnicas do lead, pirâmide invertida chegaram ao Diário Carioca, nos anos 50, mas foram aplicadas de forma integral no Jornal do Brasil, nos anos 60. O comum é seja considerado como marco os anos 60, pois foi a partir desse momento que houve a adesão da imprensa brasileira, como um todo, aos referenciais de Objetividade.

²⁴Danton Jobim já foi chamado de “o pai dos idiotas da objetividade” por Nelson Rodrigues.

²⁵Diretriz guia da notícia com a singularidade do relato expressado pelo preenchimento das categorias o que (what), quem (who), onde (where), quando (when), por que (why) e como (how), da fórmula americana de fazer notícia em jornais empresariais.

²⁶(SANTANA, 2001, p. 41)

(pressupostos de Objetividade). O modus operandi das redações no país ainda era baseado apenas no referencial de Jornalismo Opinativo²⁷ (conduta literária).

SEABRA (2002) denomina a era jornalística dos anos 50 como a “fase do estilo do Jornalismo Informativo Utilitário”²⁸ por ser um “período de afirmação da imprensa brasileira”²⁹.

Os pressupostos de Objetividade influenciaram a imprensa não só no sentido textual, mas no visual também. Para SEABRA (2002), houve a evolução da “improvisação para a racionalidade, da boneca do tipógrafo para o traço calculado”³⁰. O uso de imagens (fotografias e ilustrações), diagramações equilibradas em grandes massas, composição do texto em retângulos e poucos ornamentos tornou-se comum.

AVANZA (2007) destaca uma informação curiosa sobre a estima de Danton Jobim em relação aos aspectos gráficos do jornal:

Esse interesse dele pelo aspecto gráfico das publicações era tão grande que seu filho, Renato Jobim, contou que o pai costumava guardar fac-símile de páginas de jornal³¹.

No Diário Carioca, Danton Jobim era redator-chefe e Pompeu de Souza chefe de redação. O lead foi trazido por Pompeu de uma temporada que o jornalista passou nos EUA. Mas foi Danton Jobim quem o incentivou a aplicar a técnica na redação do Diário Carioca³².

Os pressupostos de Objetividade foram literalmente importados dos EUA e patrocinados pelo governo brasileiro num intercâmbio entre os países³³. MENDEZ (2006) ressalta

A importância do Diário Carioca e as ações do governo Getúlio Vargas que se aproximou dos Estados Unidos, por interesses econômicos, e acabou por assinar um

²⁷Muitos escritores trabalhavam nas redações, como Nelson Rodrigues que ganhava um salário de trinta mil réis por mês como repórter de polícia em A Manhã. A equipe desse jornal, durante um período, teve como funcionários Danton Jobim e Monteiro Lobato. (MARIANI, 2007, p. 50-51)

²⁸(SEABRA, 2002, p. 36)

²⁹Ibidem.

³⁰(SEABRA, 2002, p. 38)

³¹AVANZA, Márcia. Danton Jobim, o mediador de duas culturas: por uma pedagogia do jornalismo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2007. p. 105

³²Nelson Rodrigues teceu duras críticas aos pressupostos de Objetividade: “Falei no demônio [Danton Jobim] e pode parecer que foi o ‘Príncipe das Trevas’ que criou a nova moda. Não, o abominável ‘Pai da Mentira’ não é o autor do copy desk. Quem o lançou e promoveu foi Pompeu de Sousa. Era ainda o Diário Carioca, do Senador, do Danton. Não quero ser injusto, mesmo porque o Pompeu é meu amigo. Ele teve um pretexto, digamos assim, histórico, para tentar a inovação.” (MARIANI, 2007, p. 120)

³³Foram para os EUA, os jornalistas: Pompeu de Sousa, Danton Jobim, Samuel Wainer, Orígenes Lessa, Júlio Barata e Raimundo Magalhães Júnior, Monteiro Lobato e Alberto Dines. Pompeu e Danton levaram seus conhecimentos para o Diário Carioca; Wainer para a Última Hora e Dines, para o Jornal do Brasil.

convênio de cooperação envolvendo os dois países, respaldado pelo Office for Coordinaton of Commercial and Cultural Relations between the American Republics. Uma decisão de governo que refletiu nos costumes brasileiros. Pompeu de Sousa foi um dos jornalistas a se integrar a este intercâmbio cultural, a partir de um convite recebido pelo DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda. Ele permaneceu nos EUA durante 22 meses³⁴.

O padrão de Jornalismo Informativo foi lançado pelo Diário Carioca (anos 50) e fixado na famosa revolução editorial do Jornal do Brasil (anos 60), período que coincide com a volta dos jornalistas do intercâmbio nos EUA. Mais tarde, o paradigma se tornou hegemônico e assimilado por O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo (nos anos 70).

1.1.3 – O conceito gira em torno de limites. Quais limites?³⁵

HOHLFELDT (2001) pesquisou em 21 livros de jornalismo os principais critérios utilizados para a construção de um texto jornalístico. O material, em sua maioria, era de autores e pesquisadores brasileiros (equivalente a 76% da amostra)³⁶. A análise levou o autor a considerar a Objetividade como a categoria jornalística mais citada. Na amostra, o termo perdia em referências apenas para os verbetes: “exatidão” e “precisão”.

Os pressupostos de Objetividade aplicados ao campo do jornalismo têm um enquadramento ético, ideológico, epistemológico e filosófico. SANTANA (2001) problematiza a discussão em torno do termo da seguinte forma:

Na discussão ética, a negação assume o caráter de inabilidade. Jornalistas deveriam ser objetivos, mas (muitos) não conseguem ou por deliberada postura aética, ou por desconhecimento dos requisitos mínimos para o cumprimento do dever jornalístico.

Na discussão ideológica, tomando ideologia como auto-engano ou alienação, a negação assume o caráter de inconsciência. A Objetividade não é possível por causa de evitáveis injunções ideológicas, reflexo de posições de classe invisíveis aos seus integrantes. Jornalistas ou jornais estariam presos, portanto à estrutura do poder, de que seriam apenas representantes. Do contrário, num processo de autoconsciência estariam livres para emancipação? O problema de teses como essa é muitas vezes localizar na opinião o posicionamento ideológico, deixando a ‘informação’ como o campo neutro.

Na discussão epistemológica, os jornalistas são marcados pela impropriedade da consideração neste campo profissional. Negando ao jornalismo a cientificidade, ou um

³⁴MENDEZ, Rosemary. Pompeu de Souza: O jornalista que mudou o Jornalismo Brasileiro. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Metodista de São Paulo. 2006. p. 27

³⁵Optamos pelo título da seção em forma interrogativa exatamente para propor um questionamento ao leitor de quais seriam os limites estabelecidos pelos critérios de Objetividade, que necessita de adesão como pressuposto ou não para a realização de seus efeitos.

³⁶HOHLFELDT, A. Objetividade, categoria jornalística mitificada. Anais do 24º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001.

dos seus aparatos, como formação intelectual, disciplina acadêmica ou rigor metodológico, reserva-se a consideração do ser-objeto a lotes impenetráveis para os jornalistas.

Uma postura mais filosófica alega incapacidade. Ser objetivo só poderá ser, portanto consideração em tese: uma vez que a realidade humana não a permite, já que necessariamente estamos envoltos em crenças, hábitos, ou distantes do real-em-si. A Objetividade, o abandono completo e definitivo, da interferência ou inferência subjetiva, não é possível para o jornalista pelo simples fato de ele próprio ser... um homem, que vive numa realidade sempre será construída³⁷.

As quatro discussões identificadas por SANTANA (2001) não esgotam os limites dos pressupostos de Objetividade. Contudo, o conceito estabelece contornos dentro do campo jornalístico. O autor considera que a questão dos referenciais objetivos goza de um status quo “insuperável e até vicioso”³⁸.

Quando SANTANA (2001) declara que o referencial de Objetividade goza de certa imutabilidade não significa que o pressuposto “possa ser ou não seja praticado por jornalistas”³⁹⁴⁰.

Para SANTANA (2001), a discussão dos pressupostos de Objetividade circunda frequentemente as mesmas argumentações. No plano ético (1), ideológico (2), epistemológico (3) e filosófico (4), respectivamente, ocorre de tal forma:

- 1 - “Há Objetividade”, “mas os jornalistas, que deveriam, não a praticam”
- 2 - “Há Objetividade”, “mas os jornalistas, inconscientes, não a alcançam”
- 3 - “Há Objetividade”, “mas não são os jornalistas que podem praticá-la”
- 4 - “Há Objetividade”, “mas não ao alcance do homem e do jornalista”⁴¹.

SANTANA (2001) afirma que as quatro argumentações “negam a Objetividade, mas não conseguem vencer a circularidade, típica das melhores aporias filosóficas”⁴². O autor considera que “é melhor esquecer-la [a discussão]. O que remete ao paradoxo de ter que se esquecer o que não há [Objetividade]”.

Na presente pesquisa, consideramos que o estudo do pressuposto de Objetividade seja mais proveitoso para o entendimento em seu sentido prático: codificado nos Manuais de Redação ou Manuais de Redação e Estilo⁴³.

³⁷(SANTANA, 2001, p. 51-52)

³⁸Ibidem.

³⁹(SANTANA, 2001, p. 52)

⁴⁰Consideramos na presente pesquisa que a dimensão do pressuposto de Objetividade estabeleça contornos do campo, já que se impõe como limitante ética, ideológica, epistemológica e filosófica.

⁴¹Ibidem.

⁴²Ibidem.

⁴³A discussão proposta por SANTANA de que os pressupostos de Objetividade se prestam (ou não) a existir não cabe ao enquadramento da presente pesquisa. Apesar dos referenciais objetivos terem adesão ou não pelos jornalistas, tal questão sai do âmbito da Comunicação Social e incorre na possibilidade de se conhecer (ou não) a realidade, ou seja, caminha para uma discussão sobre a Teoria do Conhecimento.

1.1.4 - Manuais de Redação

Os Manuais de Redação, ou Manuais de Redação e Estilo, são codificações que norteiam o processo de produção da notícia: da apuração de dados à publicação das informações. Os manuais compilam as diretrizes de formatação do textos, mediante a adoção de critérios de Objetividade.

A normatividade dos Manuais é baseada na especificidade de cada tarefa do processo de produção da notícia, divisão do trabalho e hierarquia funcional. Os Manuais impõem-se como padrão de qualidade e ferramenta de controle sobre a produção noticiosa. Para MACIEL (2001),

Os Manuais são utilizados estrategicamente pelas empresas jornalísticas como auxiliares no sistema de autoridade que legitima instâncias de poder. Os Manuais regulam a conduta dos profissionais, fixam organogramas e competências e estabelecem um fazer institucionalizado que deve contemplar o perfil ideológico e de linguagem do jornal. Por meio do manual, as empresas procuram impor, dentro do seu universo produtivo, um padrão de escrita e enunciação⁴⁴.

Os Manuais normatizam a Linha Editorial, ou seja, as diretrizes sobre as quais aquela instituição trabalha. Estão à disposição não só dos funcionários da empresa jornalística, mas de um público interessado. Segundo MACIEL (2001), os Manuais do Estado de S. Paulo e da Folha de S. Paulo “ são obras que ultrapassaram os muros dos jornais a que estão vinculadas, pois são vendidas ao público comum”⁴⁵.

A venda dos Manuais no mercado editorial é comum⁴⁶. Para MACIEL (2001), tal fato evidencia a articulação das empresas de comunicação em reforçar a “expectativa de reconhecimento, por parte do leitor, daquilo que estabelecem para a prática jornalística e a forma de organização dos jornais”⁴⁷.

Consideramos que os Manuais revelam ao leitor que há na produção da notícia: um protocolo de abordagem dos acontecimentos e relato ao público e um controle institucional que evoca a informação precisa, correta, neutra, imparcial e objetiva.

⁴⁴MACIEL, Suely. Manuais de estilo, subjetividade e notícia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2001. p.9

⁴⁵(MACIEL, 2001, p.9)

⁴⁶Os próprios Manuais utilizados na bibliografia de referência e de consulta da presente pesquisa foram adquiridos em livrarias e sebos.

⁴⁷(MACIEL, 2001, p. 9)

Os pressupostos de Objetividade, codificados em Manual, são utilizados no dia a dia das empresas de comunicação num jogo oscilante de é ou não é, em relação aos limites e aplicação das regras.

MACIEL (2001) acredita que o Manual de Redação e Estilo da Folha de São Paulo relativiza o que é ser objetivo. A autora transcreve o seguinte trecho do manual:

A Folha é um jornal apartidário. Este conceito não se confunde com a pretensa neutralidade de quem não toma partido. Ao contrário, a Folha procura assumir uma posição clara em todas as questões controvertidas.

O apartidarismo da Folha significa que o jornal toma partido em relação à questão discutida, nunca em relação às facções que se debatem em torno dela. A Folha não se atrela a nenhum grupo, tendência ideológica ou partido político. Mesmo quando toma partido em favor de uma tese, idéia ou atitude, a Folha não deixa de noticiar outras que se oponham a ela⁴⁸.

Na análise de MACIEL (2001), o posicionamento da Folha de São Paulo de não querer ser confundido com “pretensa neutralidade” (conforme citação) parece uma orientação ao corpo de funcionários jornalistas (o “quem”), convocando-os a “assumir uma posição clara” (a agir)⁴⁹.

Já no segundo parágrafo, na questão da imparcialidade, diz que o jornal não tem relações políticas, relacionais, com outras instituições. Um interesse que não é uma demanda direta do jornalista, mas do leitor, já que ele compra o produto noticioso exatamente por achar que ali é um espaço de debate isento e não corporativo⁵⁰.

Em suma, o jogo da Objetividade nos Manuais é de: ter a neutralidade como valor relativo (quando aponta para a instituição jornalística); e ter a imparcialidade como valor absoluto (quando aponta para o público leitor). O que incorre na maleabilidade do próprio conceito.

Os Manuais de O Estado São Paulo e da Folha de São Paulo admitem que a atividade jornalística seja permeada por procedimentos e comportamentos não decorrentes de uma abordagem estritamente objetiva e concreta, conforme MACIEL⁵¹. Para a autora, os próprios Manuais evidenciam subjetividade processual (dentro da instituição) e Objetividade discursiva (fora da instituição):

Dito de outra forma, é possível passar de uma instância assumidamente subjetiva e avaliadora, que é o processo de apuração e seleção de informações, para o “puro registro dos fatos”, por meio da construção de um texto objetivo, imparcial, isento e, em

⁴⁸FOLHA DE SÃO PAULO. Manual geral da redação. São Paulo, Folha de São Paulo. 1987. p.27 apud (MACIEL, 2001, p. 16) (grifo nosso).

⁴⁹Ibidem.

⁵⁰Ibidem.

⁵¹(MACIEL, 2001, p. 16)

última instância, neutro? A se basear pelos Manuais, isso não somente é possível como deve ser a tarefa do profissional de imprensa na redação da notícia.

Esse posicionamento, ou seja, a busca por uma ‘imanência’ dos fatos do mundo, vai de encontro à compreensão de que todo e qualquer discurso está inserido no contexto histórico e social e está carregado de ideologia, como vêm demonstrando os estudos lingüísticos, especialmente as abordagens centradas na enunciação e na construção do discurso e de seu sentido⁵².

MACIEL (2001) faz três questionamentos referentes aos Manuais:

-A “receita” dos Manuais é seguida nos jornais, ou seja, a notícia é elaborada de acordo com as prescrições para sua configuração, como regras sobre a organização das informações e a seleção vocabular, entre outras?

-Se o texto é elaborado em conformidade com as normas prescritas para sua construção, a notícia se restringe à descrição e/ou relato dos fatos, sem a manifestação de julgamentos sobre eles?

-Como a notícia se constitui efetivamente, do ponto de vista composicional e dos efeitos de sentido, na materialidade impressa dos jornais em questão?⁵³

Na avaliação de MACIEL (2001), os jornalistas “priorizam a forma composicional e o estilo, como se a observância das regras quanto a estes aspectos fosse condição suficiente para a construção do sentido que se quer erigir”⁵⁴. Entretanto, tal atitude é apenas no aspecto formal, de seguir à risca as recomendações de uso de terminologias e elementos gramaticais relativos à parte nominal do texto (substantivo, artigos, adjetivos, numerais e pronomes) e verbal (flexões de tempos e locuções)⁵⁵. Para a autora,

As prescrições de impessoalidade se sustentam nos eixos da pessoa, do tempo e do espaço, como se a eliminação dessas referências diretas ao sujeito que fala fosse suficiente para apagar também o sujeito⁵⁶.

Os pressupostos de Objetividade se prestam a uma estrutura macro (de forma do texto) que vela a operação subjetiva na estrutura micro (de conteúdo). Para MACIEL,

A escolha das “vozes” autorizadas, por exemplo, serve como argumento a sustentar um determinado ponto de vista, uma avaliação que se tem do acontecimento. (...) neste emaranhado de “vozes” que a constituem, não está apenas a “voz” do “outro”, mas também a do enunciador-jornalista (...)

Mesmo que concretamente a notícia configure “outra coisa”, essa “cumplicidade” com a instância de recepção [público leitor] se mantém graças à estratégia da objetivação, que traz em si um componente ideológico, justamente o de ‘parecer’ transparente⁵⁷.

⁵²(MACIEL, 2001, p. 17)

⁵³(MACIEL, 2001, p. 18)

⁵⁴(MACIEL, 2001, p. 123)

⁵⁵O autor Augusto Nunes, cita o Manual da Zero Hora, do grupo gaúcho RBS, que arrisca equiparar-se a dicionários de referência (como Aurélio, Houaiss e Luft) com a seguinte orientação aos jornalistas da corporação: “Os capítulos reservados a normas de redação e estilo não substituem o dicionário. Mas talvez sejam seu perfeito complemento” (ZERO HORA. Manual de Ética, redação e estilo. Porto Alegre: L& PM – RBS, 1994 apud CHRISTOFOLETTI, Rogério. A medida do olhar: objetividade e autoria na reportagem. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2004, p. 171)

⁵⁶(MACIEL, 2001, p. 124)

Sobre o conteúdo dos informes noticiosos, MACIEL (2001) identifica a obsessão jornalística por tabelas, infografias, porcentagens etc. Para a autora, tais recursos instrumentalizam os pressupostos de Objetividade⁵⁸.

Em relação aos Manuais, não significa dizer que o jornalista seja “papagaio de pirata”⁵⁹, mas que a normatização assegure o processo de produção da notícia de modo impessoal e informativo.

Os pressupostos de Objetividade estabelecem contornos do campo jornalístico por influenciarem de forma direta a técnica de redação jornalística, o trabalho e o perfil das publicações. O breve panorama exposto serve de base para algumas discussões que se seguem relativas ao processo de formação do jornalista profissional, que ora é baseado na adesão a critérios de Objetividade, ora não.

⁵⁷(MACIEL, 2001, p. 126;128)

⁵⁸Ibidem.

⁵⁹(MACIEL, 2001, p. 128)

■ Processo de
Formação do
Jornalista Profissional

2 – Processo de Formação do Jornalista Profissional

O capítulo abordará o processo de formação do jornalista profissional no seu aspecto intelectual, técnico e sócio-cultural. A seção tenta compreender como é a construção do profissional em jornalismo nos bancos das faculdades, na prática de estágio universitário e na confecção de jornais laboratoriais. Estudar a influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional exige a compreensão de como ocorre a formação profissional e de que forma é aplicada sua força de trabalho na organização jornalística.

Primeiramente, apresentaremos a escolha da profissão sob o ponto de vista da Psicologia Vocacional. Analisaremos os processos de profissionalização no jornalismo e contrastes com os modelos analíticos apresentados pela Sociologia das Profissões. A relação do jornalista com o labor é classificada como sendo sacerdócio (missão a ser cumprida), negócio (venda da mão-de-obra no mercado de trabalho), profissão (trabalho especializado com uma identidade específica) e emprego (trabalho sem vínculo identitário).

A formação universitária é responsável pela formação de um saber profissional. A Lei de Diretrizes e Bases quando trata e define o papel das Universidades na formação profissional para o mercado de trabalho será utilizada como referencial acerca da estruturação dos cursos de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, e dos Cursos de Jornalismo na seção Saber Jornalístico.

O conhecimento adquirido nos cursos de formação profissional será abordado, na sua dimensão prática, pelo tema do estágio universitário, além do exercício de aprendizagem nos jornais laboratoriais, na seção Fazer Jornalístico.

Os valores profissionais são oriundos da deontologia (designados na presente pesquisa por Ethos do Jornalista) e da pragmática da organização jornalística (que denominamos Ethos do Jornalismo). Esses referenciais éticos servem de base para a dimensão ontológica do jornalista e construção de sua Identidade Profissional (jornalista como cão de guarda da democracia, intelectual, literário). Abordaremos essas representações simbólicas na seção Ser Jornalístico.

2.1.1 - Fatores de escolha

O sentido dicionarizado de vocação remete à propensão natural a uma

profissão; predestinação; escolha e; talento⁶⁰. Em vista desse significado, existe um jargão na Psicologia Vocacional que diz: “o objetivo maior da área [P.V.] é colocar o homem certo no lugar certo”⁶¹. Assim, há uma série de fatores subjetivos no indivíduo que contribuem para a percepção de capacidades técnicas e intelectuais de um ramo profissional.

Em uma pesquisa sobre a estruturação da profissão de jornalista, a socióloga PACCOLA (2003) perguntou o que teria motivado a escolha por essa carreira. Na amostra, 55% dos entrevistados consideraram a habilidade na escrita como principal fator. Contudo, não foi o único motivo. A vontade de promover mudanças político-sociais por meio da atividade jornalística, além do cotidiano profissional ter proximidade com o poder, foram fatores mencionados.

“(…) achava que era uma atividade em que eu poderia estar próximo do poder, das decisões da sociedade, da comunidade, dos governos. Achava que era uma coisa que eu poderia acompanhar a história mais próxima, talvez” – jornalista homem, 27 anos, três de profissão.

“(…) eu comecei a pensar nisso, a possibilidade de trabalhar com o texto (...) jogar informação pra população. Aquelas coisas meio idealistas, assim, e o jornalismo era uma porta que apareceu para mim ali (...)” – homem, repórter de 29 anos, que na adolescência andava com os punks e fazia umas redações mais engajadas para o colégio.

“Ah, desde pequena gostava muito de escrever, me envolvia com assuntos políticos dentro da escola, estava sempre me mobilizando pra tudo (...)” – mulher, jornalista, 24 anos

“Quando eu fiz faculdade, na década de 80, estava começando o processo de redemocratização, então, na faculdade a gente estava muito ligado à informação, a gente começou a ter acesso. A gente não tinha nada e de repente começa a vaziar as coisas, começa a informação de mudanças no País e isso me interessou. (...) Aí vi realmente que eu gostava e comecei a trabalhar nisso (...)” – jornalista homem, 37 anos, 16 de profissão

“(…) me encantou aquilo, aquela movimentação. Tudo bem que eu nunca trabalhei com televisão, mas é um pique meio parecido. Me encantei, fui atrás (...)” – homem, 33 anos, que conta que se encantou com os jornalistas da TV Globo, que eram seus vizinhos, no interior de São Paulo

“(…) Achei aquilo lindo, glamouroso, e achava que tinha jeito” – mulher, 41 anos, quando fazia estágio na adolescência num jornal do interior de São Paulo⁶²

Na esfera das experiências pessoais que influenciam a escolha da profissão,

⁶⁰Dicionário Aurélio On-line. Disponível em <http://www.aureliopositivo.com.br/aurelio/default.asp> Acessado em 10-11-2007.

⁶¹(FREITAS, 2006, p. 23)

⁶²PACCOLA, Carina. Um retrato de quem retrata o mundo: um estudo sobre a estruturação da prática profissional dos jornalistas. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UEL. 2003. p. 77-78

muitas das motivações que alimentaram o desejo de ser jornalista vieram de experiências na adolescência. O molde do perfil profissional realmente começa nessa fase, influenciado pela interação do indivíduo e sua realidade (fatores sociais, políticos, econômicos, educacionais e familiares). A psicóloga FREITAS (2006), que trabalha com Orientação Vocacional, diz que

(...) sobre os fatores sociais, discute-se a divisão da sociedade em classes sociais, a busca de ascensão social por meio do estudo, e as oportunidades de formação profissional, de emprego e status. A possibilidade de ingressar em uma universidade, muitas vezes, está associada à condição financeira como forma de suprir as necessidades básicas do indivíduo. Muitos jovens optam por profissões de maior prestígio social, status, como é o caso de Medicina e Direito, e/ou escolhem profissões por influência dos valores culturais que se encontram presentes no momento da escolha, isto é, eles buscam, na profissão, soluções imediatas para os problemas sociais.⁶³

Por outro lado, está relacionado com o econômico principalmente no que diz respeito à família, que para FREITAS, “influi diretamente no desenvolvimento vocacional do jovem”⁶⁴.

Segundo a autora, a escolha baseada nos fatores econômicos relaciona oferta e procura de mão-de-obra do mercado de trabalho, além do custo em mensalidades empregados na graduação⁶⁵.

A escolha calcada em fatores sociais costuma ser de pessoas que reivindicam uma profissão de alta qualificação técnica para cumprir com a missão do jovem de “concretizar os sonhos que os próprios pais não puderam realizar ao longo da vida”⁶⁶.

Em uma pesquisa sobre o ensino superior como um meio do indivíduo ser alguém, D'AVILA (2006) dedica um capítulo à questão de “ser alguém” em relação à escolha profissional. Dentre o corpus de seus entrevistados há considerações como:

“A minha expectativa de vida, de crescer, de ser alguém na vida, vamos dizer assim [...] ter uma profissão.” (Regina)

⁶³FREITAS, Patrícia. Professores de cursos pré-vestibulares e a escolha profissional de seus alunos. Um estudo na cidade de Maringá – PR. Dissertação (Mestrado em Psicologia), UFSC. 2006. p28-29

⁶⁴(FREITAS, 2006, p. 29)

⁶⁵O curso de Jornalismo foi considerado o mais concorrido da Fuvest em 2008. A disputa chega a 41,63 candidatos por vaga. Neste vestibular, apesar de Jornalismo ser o mais concorrido, o número de inscrições é maior para Medicina e o nível de preparo dos alunos também.

O ranking de concorrência é o seguinte: 1º lugar com Jornalismo: 41,63; 2º com Publicidade e Propaganda: 41,02; 3º lugar com Relações Internacionais: 36,88; 4º lugar com Curso Superior do Áudio Visual: 36,40; 5º lugar com Medicina e Ciências Médicas: 33,99; 6º lugar com Artes Cênicas - Bacharelado: 32,27; 7º lugar com Fisioterapia 30,12; 8º lugar com Oficial da Polícia Militar (masculino) 26,93; 9º lugar com Design 26,08; e 10º lugar com Psicologia 25,74. Fonte: www.estadao.com.br . Acessado em 12-11-2007.

⁶⁶(FREITAS, 2006, p.29)

Pô, tem gente que fica sonhando com carro, com casa... claro que eu quero ter a minha também, mas [...] não é minha prioridade isso não. Quanto mais conhecimento eu tiver, ser um especialista em tal área, poder ajudar. [...] o que eu quero é estudo, eu quero ser um cara culto, inteligente. [...] melhorar, passar no vestibular... conseguir uma carreira [...] pra ser alguém no mundo aí. (Pedro)

Minha expectativa de vida, de ser alguém na vida, de ter uma profissão, porque hoje em dia, é importante mas é bom tu ter um diploma porque eu vou alcançar um objetivo que eu quero, que eu tô confiante nisso, de fazer a faculdade, de quando eu já tiver no término eu conseguir um estágio nessa empresa que eu sempre trabalhei e, de repente já... me conhecendo, me enfiando, me infiltrando, devagarzinho, devagarzinho. (Regina)⁶⁷

Apesar dessas três falas citadas não serem necessariamente de pessoas interessadas na profissão de jornalista, mostram o interesse de vestibulandos na formação profissional. Para D'AVILLA (2006), a opção pelo ensino superior acaba se tornando inquestionável, numa tentativa de ascender no status social, econômico e político em que vivem os sujeitos, deixando de ocupar os espaços marginais de suas comunidades.

É por isso que o projeto profissional de ingresso no ensino superior torna-se necessário para “ser alguém” no contexto atual da sociedade brasileira, uma vez que é pela via do trabalho, através da profissionalização, que poderá ocorrer mais facilmente essa inserção, e, dessa forma, as pessoas passarem a acessar outros espaços da sociedade que, em momentos anteriores, permaneciam inacessíveis⁶⁸.

BERGAMIN (2000) estudou especificamente os discentes do curso de Comunicação Social de uma universidade do sul do país (PUCRS)⁶⁹. O autor trabalha com o conceito de cosmovisão - percepção do indivíduo nas dimensões: emocional, afetiva, cognitiva, social e transcendental. Sobre o processo de escolha pela carreira profissional, o autor conclui que

O segredo da felicidade das pessoas e da produtividade do indivíduo e do grupo para a sociedade, diga-se sociedade competitiva, meritocrática e capitalista, passa pela escolha acertada profissão, de um autoconhecimento e de uma alta auto-estima. Sendo assim pode-se ver com clareza o grau de responsabilidade dos jovens, das famílias e das escolas no ato da escolha do Curso Superior que os orientam. A questão de busca da própria identidade é uma das principais características que envolvem o adolescente até chegar à vida adulta, levando-se em conta, também, o adiamento do final da adolescência. Se a profissão constitui, para a maioria, o conteúdo essencial da vida, ao menos nas sociedades capitalistas, o segredo da felicidade passaria pela escolha acertada da profissão, de um autoconhecimento e de uma alta auto-estima. Para o processo de busca da própria identidade escolhem-se modelos de acordo com as necessidades psicológicas do ser humano. Entre os modelos primeiros temos os pais, os

⁶⁷D'AVILA, Geruza. O ensino superior como projeto profissional para ser alguém. Repercussões de um cursinho pré-vestibular popular na vida dos estudantes. Dissertação (Mestrado em Psicologia), UFSC. 2006. p. 51;71;71.

⁶⁸(D'AVILLA, 2006, p. 85)

⁶⁹Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

professores e qualquer outra personalidade que marque profundamente uma imagem de como seremos quando adultos, ou quando nos vemos desempenhando determinados papéis na sociedade. Na profissão não é diferente⁷⁰.

Em vista de um panorama inicial sobre fatores mais imediatos que impactam as escolhas profissionais, foca-se a seguir a análise sobre os discentes do curso de Comunicação Social e de Jornalismo e os fatores que contextualizam a formação deste segmento.

2.1.2 – O Inato e Habitus

Em uma pesquisa diretamente ligada ao universo de formação acadêmica de jornalistas⁷¹, oriundos de um curso de Comunicação Social, FOLQUENING (2001) relata os motivos que levaram os estudantes a escolher o curso. Destacamos dois casos que o autor considera emblemáticos:

- o de Pedro, que não sabia ter o “dom” para ser jornalista, mas que tinha como certo o fato de ter “gosto pela coisa”. A percepção do seu ser profissional veio de seu hábito literário (“não sei se dá para chamar isso de dom, não sei se eu sou um bom jornalista, mas é a única coisa que eu sei fazer. Eu gosto de ler, escrever”) e de sua relação com outra atividade profissional: “meu primeiro emprego foi de sonoplasta. Eu tocava só rock, durou seis meses e me mandaram embora. Aí fiquei meio ano sem emprego, daí entrei em um jornal e fiquei meio ano no setor administrativo. Daí, saiu o jornalista e o dono disse para eu tentar escrever e foi quando descobri que gostava de jornalismo. Antes, nunca havia me imaginado como jornalista”⁷² e;

- o de Paula, que considera a escolha por jornalismo como decorrência natural de talentos diversos, todos relacionados à criatividade, manifestados desde a infância. A estudante declamava poesia desde os 13 anos (“levei um mês ensaiando, porque eu era muito tímida, meu tom de voz era muito baixo”⁷³). Ao longo da adolescência, se envolveu com concursos de literatura, roteiro teatral, direção e atuação em dramaturgia (“comecei a gostar da área de comunicação. Passei a ler, escrever mais, comecei a me ver comunicando. Nessa época, eu queira ser repórter de TV, achava legal falar com as

⁷⁰BERGAMIN, Bruno. O jovem universitário de Comunicação Social e sua cosmovisão. Por uma Educação Social. Dissertação (Mestrado em Educação). PUCRS. 2000. p. 30.

⁷¹FOLQUENING, Vitor. O humanismo entre os futuros jornalistas: um estudo das representações de acadêmicos de Comunicação Social. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UEPG. 2001.

⁷²(FOLQUENING, 2001, p. 131)

⁷³Ibidem

outras pessoas”⁷⁴). A escolha por jornalismo até causou constrangimento na família e na escola: “por mais que outras pessoas, como minha mãe e meus professores, quisessem que eu fizesse outra coisa, eu queria jornalismo. Meu padrasto queria que eu fizesse Direito. Meus professores queiram que eu fizesse Medicina porque eu era boa aluna. Mas nunca ninguém me impedia. Alguns achavam que eu não devia [fazer jornalismo], porque não dava dinheiro. Eu botei na minha cabeça e não tinha jeito”⁷⁵.

Na esfera da escolha profissional, como visto no caso de Pedro e Paula, a percepção de caracteres que sejam compartilhados por uma classe profissional acontece quando o indivíduo opta por dada profissão em vista de fatores como: retorno financeiro, status social, competência técnica e história pessoal. Para FOLQUENING (2002),

Ao optar pela carreira de jornalismo, o estudante conta mais com uma imagem idealizada (ou romântica) da profissão do que com o anseio pela estabilidade econômica. Os estudantes apontam a possibilidade de desempenhar papel fundamental em esperadas mudanças sociais e capacitar-se para o exercício da cidadania ou para mobilização das massas⁷⁶.

O conceito de Habitus⁷⁷, do sociólogo BOURDIEU, pode ser aplicado à escolha pelo curso de jornalismo pois considera que o ator social⁷⁸ se define por seus gostos e estilo de vida. Desta forma, a escolha profissional pode vir não só de uma lógica estratégica, mas da associação de subjetividades de cada indivíduo. Essa relação evidencia uma compatibilidade do indivíduo com uma identidade profissional.

Para BOURDIEU (1998),

A existência de um campo especializado e relativamente autônomo é correlativa à existência de alvos que estão em jogo e de interesses específicos: através dos investimentos indissolavelmente econômicos e psicológicos que eles suscitam entre os agentes dotados de um determinado habitus, o campo e aquilo que está em jogo nele produzem investimentos de tempo, de dinheiro, de trabalho etc. [...] Todo campo, enquanto produto histórico, gera o interesse, que é condição de seu funcionamento⁷⁹.

⁷⁴Ibidem.

⁷⁵(FOLQUENING, 2001, p. 132)

⁷⁶FOLQUENING, Vitor. O Jornalismo é um Humanismo. Pós-Escrito. Curitiba. 2002. p. 106

⁷⁷AZEVEDO, Mário. Espaço Social, Campo Social, Habitus e Conceito de Classe Social em Pierre Bourdieu in Revista Espaço Acadêmico, ano III, nº24, maio de 2003. Acessado em 10-11-2007. <http://www.espacoacademico.com.br/024/24cneves.htm>

⁷⁸“Em Bourdieu, quando se fala em atores sociais quer se dizer que eles: estão inseridos espacialmente em determinados campos sociais, a posse de grandezas de certos capitais (cultural, social, econômico, político, artístico, esportivo etc.) e o habitus de cada ator social condiciona seu posicionamento espacial e, na luta social, identifica-se com sua classe social. Bourdieu afirma que para o ator social tentar ocupar um espaço é necessário que ele conheça as regras do jogo dentro do campo social e que esteja disposto a lutar (jogar)” (ibidem)

⁷⁹(Bourdieu, 1998, p. 126-128)

No caso do jornalista, há quem considere a escolha pela carreira motivada pela paixão. Na visão de STOQUE (2007)

Para muitos, jornalismo é mais do que profissão. É paixão. Quando se decide seguir essa profissão é preciso ter consciência de sua importância.

Jornalismo é paixão para aqueles que percebem o papel social da profissão. E exercer a profissão é acreditar na possibilidade de transformar o cotidiano de quem está a nossa volta. Dos que nos escutam. Que lêem nossas palavras, esperam ansiosamente nossa imagem na hora do jantar. Isso não tem preço⁸⁰.

A pesquisadora LAGO (2002) acredita que exista um Ethos Romântico, no jornalismo, que deve ser realizado sob o signo da paixão e do envolvimento⁸¹. Para a autora, esse Ethos seria um conjunto de disposições, percepções e valorações que jornalistas têm de si e do mundo⁸².

Para a autora, o Ethos jornalístico “resgata o comprometimento do sujeito jornalista”⁸³ e “se dá em relação à profissão em si, que se confunde com uma missão a ser realizada”⁸⁴.

O Ethos da pesquisa de LAGO (2002) ressalta a característica do jornalista de se engajar em uma missão. Por mais que a escolha por uma profissão seja pessoal, a autora associa a subjetividade individual a uma identidade profissional coletiva ao referir-se a um Ethos romântico no jornalismo. Desta forma, o indivíduo adere ao grupo profissional do jornalismo por um critério vocacional.

A partir do quadro exposto, passaremos ao estudo de tópicos da Sociologia das Profissões, ramo específico da Sociologia, que trata da relação do indivíduo com o labor. Analisaremos a inserção do jornalista no meio profissional, além da aplicação de sua força de trabalho como uma missão (engajamento vocacional, missão social) ou como negócio (engajamento profissional, venda da mão-de-obra no mercado de trabalho).

2.1.3 - Vocação e trabalho

A vocação como uma propensão natural do indivíduo para uma profissão tem relação direta com o trabalho. A visão social sobre o labor mudou com o advento do

⁸⁰STOQUE, Lucas. Tudo por uma paixão, acessado em 10-11-2007.

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da20042000.htm>

⁸¹LAGO, Claudia. O Romantismo morreu? Viva o romantismo. O Ethos romântico no jornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2002

⁸²Idem.

⁸³LAGO, Claudia. De romântico e de louco... Reflexões sobre o romantismo jornalístico. Disponível em www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2003/lago2003.doc. Acessado em 10-11-2007

⁸⁴Ibidem.

Capitalismo (século XV), sendo institucionalizada no processo que vai da Reforma Protestante (século XV) à Industrialização (século XVIII). A vocação por um ofício (antes desse período (século XV ao XVIII) era inspirada no referencial medieval de “expressão do amor ao próximo”⁸⁵. Assim, a divisão do trabalho tinha um acordo mútuo entre os indivíduos de que trabalhassem uns pelos outros para suprir suas necessidades básicas.

Com a Reforma Protestante, o trabalho deixou de ser uma forma de manifestação do amor ao próximo e de subsistência para se tornar um instrumento de reverência à própria divindade por meio do exercício das aptidões dadas por Deus. Para WEBER (1985),

A única maneira de viver aceitável para Deus não estava na superação da moralidade secular pela ascese monástica, mas sim no cumprimento das tarefas do século, imposta ao indivíduo pela sua posição no mundo. Nisso é que está sua vocação⁸⁶.

O pensamento então vigente era de que o homem nasce com dons e está predestinado a um propósito na terra. O trabalho se tornou uma característica inerente ao homem. Surgiu a compreensão de que o labor era uma virtude dada por Deus (a ser desenvolvida), além de ser uma obrigação (a ser cumprida).

A vocação em relação ao trabalho era baseada no entendimento de predestinação do homem e seus dons. No século XV, Martinho Lutero designou o exercício dos dons como o caminho para a salvação.

Em um texto clássico acerca da transformação na relação do homem com o trabalho, A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo, WEBER (2001)⁸⁷ utiliza o termo “espírito do capitalismo” conota a mola propulsora da geração e acumulação de riquezas: o trabalho. Até mesmo por ser a força motriz dos meios produtores dos bens de consumo. Com o advento da nova Ética Cristã, a Protestante, o labor passou a ser considerado como uma atividade confessional. Trabalhar era exercer os dons que Deus deu ao homem. Era cumprimento da missão do homem na terra.

O vocábulo “sacerdócio”, em sentido dicionarizado⁸⁸, significa exatamente: “missão” ou “profissão honrosa”. Com o Protestantismo, o trabalho foi entendido como

⁸⁵SOUSA, Paulo;LIMA, Luciana. A racionalidade e a burocracia na teoria de Max Weber. UFPR. 2002. p. 8

⁸⁶WEBER, Max. Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UNB, 1994. p.53

⁸⁷WEBER, Max. A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. 4 ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1985.

⁸⁸Dicionário Aurélio On-line, <http://www.aureliopositivo.com.br/aurelio/default.asp>, acessado em 10-11-2007.

algo confessional, sacerdotal. Desta forma, os cristãos se sentiram liberados pelo próprio Deus para trabalhar. Houve a aceitação de papéis sociais vinculados ao labor. Uma nova divisão do trabalho e o acúmulo de capital foram incorporados à Ética Cristã. Tais mudanças afetaram os meios de produção e as relações capitalistas vigentes. WEBER (1985) ressalta que

O puritano queria tornar-se um profissional, e todos tiveram que segui-lo. Pois quando o ascetismo foi levado para fora dos mosteiros e transferido para a vida profissional, passando a influenciar a moralidade secular, fê-lo contribuindo poderosamente para a formação da moderna ordem econômica e técnica ligada à produção em série através da máquina, que atualmente determina de maneira violenta o estilo de vida de todo indivíduo nascido sob esse sistema⁸⁹.

Durante o século XV ao XVIII, a idéia de trabalho foi impregnada pela idéia de missão ou sacerdócio. Durante o período de Industrialização, o trabalho passou a ser vinculado aos meios de produção foi separado do pensamento cristão. A lógica empirista da Ciência Moderna fez a idéia de vocação perder sentido. O pensamento crítico do método científico levou o homem a conhecer a realidade de outra forma. Assim, o trabalho foi absorvido por uma lógica do sentido teórico/prático. Perdeu sua vinculação à noção de sacerdócio, ou seja, ao aspecto confessional.

Nessa fase (século XVIII), a ciência se vinculou à burguesia industrial e passou a produzir conhecimento aplicado aos empreendimentos capitais. A Universidade⁹⁰ organizou os saberes específicos em campos e se impôs como ambiente de alta qualificação em formação profissional.

A partir desse contexto, a industrialização e o surgimento das zonas urbanas propiciaram a instauração da Sociedade de Massas como configuração sociopolítica. Os indivíduos se tornaram integrados a vários agrupamentos sociais. E as relações entre os grupos passaram a ser mediadas pela informação jornalística. J. RIBEIRO (2001) explica que

Com a Revolução Industrial na Europa e EUA, e aproveitando a existência de um vasto público alfabetizado, ávido de informações e de distração, cresceram as tiragens dos diários e caiu o preço do exemplar. A partir do início do século XX, a imprensa deslanchou como negócio. Criaram-se grandes conglomerados e redes: a imprensa passou por uma crise de crescimento e de ética, apresentando problemas de sensacionalismo, falsificação de informações e subserviência política.

⁸⁹(WEBER, 1994, p. 131)

⁹⁰A exceção de alguns períodos, designaremos a formação profissional em jornalismo feita em cursos acadêmicos como sendo em Universidades. Há cursos em Faculdades e outros tipos de instituições, mas apenas em alguns enunciados é imprescindível esse tipo de caracterização.

Paralelamente ao processo do jornalismo e mesmo anterior ao surgimento da imprensa, a identidade (profissional e ética) dos jornalistas, seus principais agentes, também passou por metáforas⁹¹.

Com a ascensão da burguesia industrial, a imprensa tornou-se palco de luta ideológica e difusão dos ideais de livre comércio e produção. A presença da publicidade nos jornais instituiu uma função particular que obrigava a delimitação de uma zona de neutralidade, imparcialidade e objetividade nas publicações. No caso do jornalismo, os países industrializados da Europa e América passaram a influenciar a estruturação das profissões dos países em desenvolvimento. No jornalismo brasileiro houve a consolidação de um modelo híbrido com características de dois referenciais de trabalho: o Jornalismo Opinativo (referencial europeu⁹²) e o Jornalismo Informativo (referencial americano⁹³)⁹⁴.

Estudar itens sobre profissão exige a observância da normatização e do processo de institucionalização de dada carreira profissional. Contudo, o fenômeno do prêmio Jornalista Amigo da Criança não justifica o esgotamento dos conceitos da Sociologia das Profissões. E nem a crítica a suas conclusões teóricas⁹⁵. O intuito é o de conhecer as conceituações e modelos analíticos que propiciem o entendimento da especialização do trabalho jornalístico. Desta forma, analisemos a relação do jornalista com o trabalho utilizando as tipologias: sacerdócio e negócio⁹⁶.

2.1.4 – Trabalho Jornalístico: sacerdócio ou negócio

⁹¹RIBEIRO, Jorge Cláudio. A ética como fator de resistência no jornalismo. PUCSP. PCLA. Volume 3. número 1. 2001

⁹²A fase europeia de influência sobre o jornalismo brasileiro data de 1808 (vinda corte portuguesa) até o início do século XX (chegada das máquinas de produção de jornal em série). O relato jornalístico era baseado em opinião, os profissionais eram pessoas públicas influentes na sociedade nos campos da política, literatura e econômica.

⁹³A fase americana se consolida com a industrialização da produção da notícia, em 1960. Com a chegada de técnicas objetivas como o Lide e Pirâmide Invertida surge o Jornalismo Informativo. Há um novo conceito do que é ser profissional com ênfase na competência técnica, formação acadêmica de jornalistas e cursos corporativos de reportagem.

⁹⁴Já exposto no capítulo anterior.

⁹⁵“Críticos, como BOURDIEU, questionam a relevância da Sociologia das Profissões afirmando que este campo das Ciências Sociais procura impor às ocupações uma avaliação inferior à monopolizada pelas profissões, o que seria uma espécie de violência simbólica. Assim, a Sociologia das Profissões reproduziria o senso comum”

MENDES, Ricardo. As disputas no campo profissional do jornalismo. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFSCAR. 1997. p. 17

⁹⁶Os vocábulos sacerdócio e negócio foram aplicados pela primeira vez ao jornalismo com Danton Jobim. Contemporâneo de Pompeu de Souza, Danton promoveu uma revolução na técnica jornalística brasileira ao trazer os ideais de Objetividade da cultura midiática americana.

Historicamente, a imprensa foi veículo de idéias e propostas guiadas por um espírito libertário, de busca da verdade e de denúncia de injustiças. J. RIBEIRO (2001) pontua que freqüentemente qualificações como “estalão do progresso”, “defensora do povo”, “evangelho da democracia” e “sagrada indústria” eram empregadas ao universo do jornalismo⁹⁷.

A América Latina sofreu influência do processo histórico de colonização européia e do relacionamento econômico com os EUA. O caso brasileiro não é diferente. No tocante ao jornalismo, também houve estruturação híbrida que levava em conta dois referenciais técnicos de produção da notícia: o europeu e o americano.

De acordo com STEINBERGER (2000), ter dois referenciais técnicos em jornalismo acarreta práticas contraditórias no seguinte aspecto:

Enquanto os norte-americanos adotam a concepção de que a imprensa é um negócio, os europeus vêem a profissão como um sacerdócio (...) Boa parte dos conflitos éticos no campo jornalístico origina-se da dificuldade de conciliar esses opostos⁹⁸.

A socióloga PACCOLA (2003) diz que STEINBERGER (2000) utiliza a idéia de Danton Jobim⁹⁹, diretor de redação do Diário Carioca na década de 50.

Durante a gestão do referido jornalista no Diário Carioca, aconteceu umas das mudanças mais importantes no jornalismo brasileiro, tendo como modelo os jornais norte americanos. A fala original de Danton Jobim (2000) sobre esse evento é

“Os americanos prontamente reconhecem a verdade: que produzir um jornal diário nesta era é um negócio. Os europeus e os latino-americanos gostam de falar da sua profissão como se ela fosse um sacerdócio (...) Esta mentalidade é uma reminiscência da época em que o jornalismo de opinião ou de doutrina era dominante (...)”¹⁰⁰

A doutrina dominante a qual Danton Jobim se referia é o Jornalismo Opinativo que regia as relações de trabalho antes da chegada do pressuposto da Objetividade com a revolução empresarial na área que fez do jornalismo um negócio. Na visão de J. RIBEIRO (2001)

⁹⁷RIBEIRO, Jorge Cláudio. Sempre Alerta- condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo, Olho d'Água/ Brasiliense, 1994, p. 31

⁹⁸STEINBERGER, Margarethe. A ética do jornalismo latino-americano na geopolítica da pós-modernidade. In Dowbor, Ladilau; Ianni, Octávio; Resende, Paulo-Edgar A.; Silva, Hélio (orgs.) Desafios da comunicação. Petrópolis. Vozes. 2000. p. 179

⁹⁹(PACCOLA, 2003, p. 84)

¹⁰⁰SILVA, Juremir. A miséria do jornalismo brasileiro: As (in)certezas da mídia. Petrópolis, Vozes, 2000. p. 78

O jornalismo foi até comparado ao púlpito. Fernando Pessoa escreveu num jornal que a religião e o jornalismo são as únicas forças verdadeiras; o jornalismo é um sacerdócio porque tem a influência religiosa dum sacerdote. Essa tradição do jornalista boêmio, criativo, altamente vocacionado e um tanto subversivo perdura até hoje no imaginário da sociedade, sendo elemento inspirador de crescentes contingentes de jovens que procuram a profissão. No entanto, instaurou-se uma crise de identidade desde que essa imagem heróica do jornalista se viu massacrada pelas empresas. O profissional viu-se ferido em seu íntimo e em sua atividade sofreu uma metamorfose semântica. O jornalista deixou de ser aquele que milita no jornalismo para tornar-se aquele que trabalha num jornal¹⁰¹.

O escritor, e jornalista, Ruy Barbosa, viveu essa crise de identidade e o confronto desses dois padrões de engajamento na profissão. Na observação de L. RIBEIRO (2004)

Defensor da imprensa como sacerdócio, foi-lhe particularmente penoso conviver, no início do período republicano, com o declínio do jornalismo de grandes causas, que já não correspondia às expectativas de debates sobre problemas mais imediatos da vida urbana (...) Ruy Barbosa sentia-se deslocado ao dividir espaço com gêneros informativos e publicitários, organizados numa paginação sustentada por manchetes chamativas, ilustrações e outros recursos voltados para a atração do público. É importante ressaltar esta “experiência negativa” de Ruy Barbosa como fator demonstrativo da maturação de mudanças iniciadas já nas últimas décadas do século XIX com a urbanização¹⁰².

L. RIBEIRO (2004) destaca que o jornalismo para Ruy Barbosa não era a sua única ocupação, nem sequer a principal.

antes do jornalismo vinham suas obrigações e vínculos contratuais como advogado de escritório privado, do qual provinha seu sustento financeiro. De acordo com o seu próprio depoimento, não exerceu o jornalismo com fins de lucratividade pessoal, tendo sido muitas vezes pouco ou não remunerado pelo seu trabalho nesta área. Interessava-lhe, sobremaneira, o ingresso e reconhecimento no campo político parlamentar. Sua carreira política demonstra a medida de sua vitória nesse propósito¹⁰³.

A postura de Ruy Barbosa¹⁰⁴ com o engajamento vocacional e esporádico no jornalismo não teria vez na contemporaneidade. Tampouco, a dedicação à atividade de forma subsidiária.

¹⁰¹RIBEIRO, Jorge Cláudio. A ética como fator de resistência no jornalismo. PUCSP. PCLA. Volume 3. número 1. dezembro 2001

¹⁰²RIBEIRO, Lavina Madeira. Imprensa e esfera pública: o processo de institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1964). Rio de Janeiro. E-papers. 2004. p. 23; 93

¹⁰³(RIBEIRO, 2004, p. 92)

¹⁰⁴J. RIBEIRO cita Cipriano Barata, Frei Caneca, Machado de Assis, José de Alencar, Euclides da Cunha e Carlos Drummond de Andrade como outros políticos e escritores que também exerciam de forma subsidiária a atividade jornalística. (RIBEIRO, Jorge C. Sempre Alerta- condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo, Olho d'Água/ Brasiliense, 1994, p. 19-35)

Para MENDES (1997), a percepção profissional do que vem a ser o fracasso e o sucesso é um aspecto importante e construído por meio da oposição entre a dedicação total e a “preguiça”¹⁰⁵.

Para MENDES (1997) os jornalistas mais velhos, do Jornalismo Opinativo, são “anti-profissionais”¹⁰⁶. Enquanto que os outros (oriundos do processo de profissionalização, do modelo de Jornalismo Informativo) buscam monopolizar a qualificação de “profissional modelo”¹⁰⁷, em uma espécie de violência simbólica.

Parte do campo profissional do jornalismo aceita a imposição ostensiva dos pressupostos de Objetividade. A outra parte não tem nem força para contestar. MENDES (1997) explica que

É o pressuposto de Objetividade que traz o profissionalismo à atividade jornalística. Há a concepção de uma especialização e dedicação ao labor. O processo de institucionalização do jornalismo como profissão no Brasil data da chegada desse referencial.

O que era chamado de Jornalismo Romântico, ganhou inferência de incompetência. A passionalidade no lidar com a profissão foi condenada a objetividade, proclamada a meta principal, a fim de conquistar mentes e corações do público em um novo momento histórico que se firmava.

Houve uma espécie de ruptura entre um padrão de comportamento disseminado desde o Brasil colônia e outro que se auto-proclama mais jornalístico ou profissional, surgido no começo da década de 60. Porém, como elementos tanto de um, como de outro modelo se mantiveram apesar das transformações, os conflitos se estabelecem na caracterização do que é o novo e o velho, o ultrapassado e o modernizante, numa forma equivocada, linear de perceber a trajetória da profissão¹⁰⁸.

MENDES (1997) pontua que a força do jornalismo brasileiro está principalmente no segmento prático da profissão de interferência na realidade político-social do país, mas também na institucionalização da atividade jornalística em aspecto legal, o que contribui para a autonomia do campo e o monopólio dos processos de produção na área pelos membros constituintes do campo jornalístico.

MENDES (1997) declara que o jornalismo no Brasil não pode ser considerado uma profissão fraca. A afirmação do autor é baseada nos estudos de FREIDSON (1997)

¹⁰⁵MENDES utiliza o termo “preguiça” no sentido de pouca ou baixa adesão ao trabalho. (MENDES, 1997, p. 72)

¹⁰⁶“Anti-profissionais” para o autor é no sentido de opor-se ao processo de profissionalização e ao status de profissional (MENDES, 1997, p. 71)

¹⁰⁷“Profissional modelo” para o autor é o padrão evocado pelos jornalistas a favor do processo de profissionalização e do status de profissional (MENDES, 1997, p. 71)

¹⁰⁸(MENDES, 1997, p. 67-68)

que elaborou na Sociologia das Profissões um tipo ideal de estruturação das profissões ditas “fortes”¹⁰⁹. São requisitos:

- A aplicação de um corpo especializado de conhecimento na prática da atividade, dentro do mercado de trabalho formal, para o sustento dos praticante, requerendo familiaridade com conceitos abstratos e teorias, o que lhe confere certo status
- Os integrantes do campo profissional devem possuir jurisdição sobre o corpo do conhecimento necessário a sua prática e sobre a organização da forma particular de divisão do trabalho que a atividade possui.
- Os integrantes devem possuir mecanismos de proteção dos praticantes no mercado de trabalho, através da concessão de credenciais que afirmem a sua competência para exercer tarefas
- A profissão deve ter programas de treinamento, ou cursos, que têm lugar fora do mercado de trabalho, em faculdade associadas a universidades. Seus currículos são estabelecidos e controlados pelos membros da profissão¹¹⁰.

Em analogia à tipologia de profissão forte de FREIDSON (1997), podemos identificar que no contexto brasileiro o jornalismo emergiu como profissão forte a partir do advento do referencial de Objetividade¹¹¹, nos anos 60¹¹². Nesta fase, surgiram os planos de ensino dos cursos de Jornalismo e de Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo), a segmentação do mercado com o registro/expedição de carteiras de trabalho e a regulamentação da profissão.

O referencial de Jornalismo Informativo emergiu como hegemônico, mas não extirpou as práticas de Jornalismo Opinativo do cotidiano profissional e nem das notícias veiculadas na imprensa. A co-existência destes referenciais é percebida já na formação profissional nos cursos universitários.

FOLQUENING estudou a consciência dos estudantes de jornalismo sobre o humanismo¹¹³ inerente á atividade jornalística. Uma de suas entrevistadas evidencia bem o conflito de dois referenciais de jornalismo (Jornalismo Opinativo e Jornalismo Informativo) já no curso graduação.

“Tem alguns professores que falam de ter emprego, de que o importante é saber fazer bem as coisas para encontrar um lugar no mercado de trabalho. Tem outros que parecem achar que o jornalismo é igual a um igreja que vai salvar a humanidade, que a

¹⁰⁹A conceituação de profissão “forte” de FRIEDSON leva em conta elementos de consolidação do processo de profissionalização de dada carreira ou atividade.

¹¹⁰FREIDSON, Eliot. A framework for the comparative study of professions. Paper preparado para a conferência da ANPOCS. Mimeio. 1995. p..23 apud (MENDES, 1997. p. 19)

¹¹¹Tema explorado na seção Contornos do Jornalismo.

¹¹²Historicamente, no Brasil, a adesão do jornalista ao Jornalismo Opinativo foi hegemônica até os anos 60. Com a estruturação de um mercado noticioso, a partir do referencial de Objetividade, o Jornalismo Informativo passou a ser o padrão de técnica utilizada na produção de textos jornalísticos.

¹¹³FOLQUENING é da mesma linha de pensamento de Cláudio Abramo, Jornalismo é Humanismo, que entende a atividade jornalística como ligada à dimensão do homem no meio social.

gente tem que saber tudo e entender de tudo para resolver os problemas do mundo inteiro”¹¹⁴.

O que evidencia uma ambigüidade do perfil do jornalista em formação que, ora oscila para a intervenção social, ora para a mera aplicação da mão-de-obra frente a uma demanda do mercado de trabalho. A dualidade no perfil do jornalista brasileiro é inerente à categoria profissional. Para SENRA (2002)

Por ser uma profissão eternamente “candidata”, sem os contornos originários de uma autêntica atividade profissional, a identidade profissional do jornalista padece de uma ambigüidade, por assim dizer, histórica. Esta ambigüidade, que tem presidido o auto-reconhecimento do profissional, e que talvez esteja igualmente na origem da necessidade recorrente de acentuar as linhas de um perfil por si mesmo pouco definido¹¹⁵

De acordo com a legislação brasileira, as empresas de comunicação não têm que ser necessariamente dirigidas ou gerenciadas por profissionais da área¹¹⁶ de jornalismo. A partir desse fato, MENDES (1997) declara que o controle das atividades jornalísticas na divisão do trabalho não é privativo de jornalistas¹¹⁷. Tal declaração é baseada no fato dos jornalistas não terem controle total da notícia como produto. Para o autor, apesar de a produzirem, não são donos inteiramente de seu trabalho, e evocam para si certo “glamour”:

MENDES (1997) destaca que

No caso do jornalismo brasileiro, os aspectos contraditórios do mundo profissional a que esta modalidade de trabalho pertence parecem criar um clone do que a profissão é para dissimular o que ela gostaria de ser, onde deseja chegar. Sobre um palco onde a característica principal do texto encenado é a emoção, a imprensa lança mão do sensacionalismo, da tragédia cotidiana, da construção de uma agenda nacional, do debate comprometido, da denúncia; e investe-se da condição de porta voz da insatisfação popular. Assim, estabelece um papel social e uma identidade para si, o que coloca a profissão com determinado status no conjunto das outras.

Existe uma necessidade e uma atração do glamour que a profissão exerce sobre os que nela trabalham. Ao lado da missão do ser jornalista, do fazer jornalismo, observa-se a emoção do mostrar-se jornalista¹¹⁸.

MENDES (1997) afirma que as profissões têm força no meio social quando combinam dois fatores¹¹⁹:

¹¹⁴(FOLQUENING, 2001, p. 138)

¹¹⁵(SENRA, 1997, 14) apud (FOLQUENING, 2002, p. 138)

¹¹⁶Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967, conhecida como Lei da Imprensa.

¹¹⁷Ibidem.

¹¹⁸(MENDES, 1997, p. 79)

¹¹⁹São distintos: o conceito de “profissão forte” de FRIEDSON (1997) de “profissões que têm força no meio social” de MENDES (1997).

- a capacidade de criar seus próprios problemas para depois desenvolverem o conhecimento abstrato para solucioná-los
- a capacidade de monopolizar o desempenho de uma atividade especializada para a qual há uma demanda externa vinda da sociedade¹²⁰

A imprensa se institucionalizou como negócio ao reivindicar a importância ao trabalho dito profissional. Para MENDES (1997), a partir do pressuposto de Objetividade, a ênfase sobre a técnica impôs “uma aura em torno da profissão que evidencia como legítimo só a prestação de serviço com o intuito de informar objetivamente”¹²¹.

A atividade jornalística foi como um sacerdócio para gerações. Era um meio de expressão e circulação de idéias na sociedade. A influência do processo de profissionalização e a instauração de um mercado noticioso contribuíram para contextualização do trabalho jornalístico como ferramenta de um meio produtivo.

Se havia uma relação do jornalista com o trabalho de forma religiosa e cívica, passou a existir um elo de ordem funcional e materialista. Nesse sentido, tomemos a discussão da atividade jornalística na perspectiva profissão ou emprego.

2.1.5 - Jornalismo: Profissão ou Emprego

A Sociologia das Profissões¹²², ou Sociologia das Ocupações, distingue o termo profissão e emprego¹²³. Esses conceitos serão utilizados apenas para visualizar a estruturação da carreira jornalística. Embora não seja nosso objetivo na presente pesquisa esgotar questionamentos sociológicos desses itens. Cremos ser importante discorrer acerca da relação entre jornalista e labor. Tal relação incorre em diferentes tipologias e formas de adesão ao trabalho. Segundo LATTMAN-WELTMAN (1992),

Os tipos podem ser definidos em função de diferentes formas de se auto-avaliar em termos de posicionamento ocupado em hierarquias de prestígio e em termos de remuneração relativa obtida, e se também é lícito pensar em diferentes tipos conforme a presença, ausência e características das perspectivas e alternativas dos seus projetos, isto se deve, entre outros fatores, a que as quatro características, ou melhor dizendo,

¹²⁰(MENDES, 1997, p. 77)

¹²¹(MENDES, 1997, p. 80)

¹²²As principais contribuições para a sociologia das profissões foram feitas por WEBER, M. (Economie et société. Tradução francês Chavy et de Dampierre. Paris: Plon, 1971); DURKHEIM, E. (A divisão do trabalho social e Lições de sociologia: a moral, o direito e o estado. Várias edições. Livro I, Capítulo VII: Solidariedade orgânica e solidariedade contratual); PARSONS, T. The social system and The professional and social structure. Glencoe, Illinois: The Free Press, 1951, de acordo com BOUDON, R. Dicionário Crítico de Sociologia. São Paulo:Ed. Ática. 2000

¹²³Alguns autores preferem os termos “ofício” e “ocupação” ao invés de “emprego”.

propriedades citadas do pertencimento ao campo jornalístico - emprego carreira, profissão, ofício - existem na maioria das vezes, enquanto potencialidade que, na prática, podem se mostrar até mesmo como auto-excludentes; assim, por exemplo, ser “empregado” não significa necessariamente ter acesso à “carreira” ou à prática do “ofício”, e pode mesmo significar a não-efetivação da “profissão”. Daí, também que tais propriedades e suas efetivações ou não-efetivações, em cada caso particular, funcionem como verdadeiros sinais dos posicionamentos individuais nas hierarquias (o que, por outro lado, chama a nossa atenção para o fato de que a objetividade “por trás” das auto-avaliações pode passar bem longe de indicadores pretensamente mais objetivos, tais como o salário real e a função no quadro hierárquico oficial da empresa)¹²⁴

LATTMAN-WELTMAN (1992) identifica tipos de jornalista que se diferenciariam por fatores particulares relativos ao “investimento”¹²⁵ no ofício de trabalhar numa empresa jornalística. Os fatores que os diferenciam são

- 1) ser empregado, mormente como assalariado (e não faz, no caso, muita diferença se como “free lancer”), em uma empresa (seja esta pública ou privada);
- 2) ter acesso (ao menos potencial) a uma carreira, delimitada, a princípio, pela existência de hierarquias formais e informais num “mercado interno de trabalho” (a redação), informais no mercado de trabalho como um todo, e até mesmo fora deste (em ramo próximos, tanto em termos mais técnicos, como publicidade, quanto em termos sociais mais abrangentes como a política por exemplo);
- 3) poder ser um profissional, ou seja, um trabalhador de algum modo qualificado e (talvez de modo mais decisivo ainda) juridicamente especificado para o desempenho de tarefas consideradas de interesse público e que dizem respeito a um ideal de funcionamento da sociedade e da ordem política, mais especificamente;
- 4) e, finalmente, ter acesso (mais uma vez, ao menos potencialmente) ao aprendizado empírico e ao desempenho de um ofício que oferece possibilidade de satisfação estética (ou lúdica) e de vivência de experiências diversas e não totalmente previsíveis.

A partir desse diagnóstico, LATTMAN-WELTMAN (1992) conclui que

“portar” uma “vocação jornalística” significaria, nos dias de hoje, ao mesmo tempo, necessitar e poder objetivamente escolher uma “profissão”, e, portanto, dotar aquilo que esse entende por ocupação de conteúdos tais como satisfação estética e/ou intelectual, perspectivas de obtenção de auto-valorização e de algo que poderíamos chamar de “experiência existencial” etc. Desnecessário dizer que não são os membros de qualquer classe e/ou extrato sócio-econômico que podem, portanto, ter esta “vocação”, e que se mostrariam dispostos a arcar com custos e riscos inerentes a tal escolha, no Brasil de hoje¹²⁶.

A Sociologia das Profissões entende que não há profissões com conhecimentos simplórios ou complexos. Não entraremos nessa demonstração em relação aos saberes em jornalismo. Em apreço está o trabalho jornalístico e a relação

¹²⁴LATTMAN-WELTMAN, Fernando. *Jornalistas: agenciando a cidadania, publicizando o privado*. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFRJ.1992. p. 96

¹²⁵A autor acredita que a adesão ao trabalho tenha custos, os quais chama de “investimentos”. (LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 94)

¹²⁶(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 94-95)

com o profissional (com uma identidade constituída). Essa ressalva é necessária, em vista das diferentes correntes de estudo sobre as ocupações. Para FRANZOI (2003),

O termo profissão assume diferentes conotações de acordo com a esfera e o idioma em que é utilizado. No entanto, ao fazer-se um balanço da sociologia das profissões, verifica-se a dificuldade de precisar conceitualmente o termo. Por exemplo, sociologia anglo-saxã reserva o conceito para as profissões ditas sábias, ou seja, que pressupõem formação universitária¹²⁷.

Para se exercer uma profissão é necessário que haja conhecimento especializado¹²⁸. No caso do emprego, não. A conceituação de emprego define saberes gerais que não precisam de grande esforço intelectual. F. LOPES (2007) avalia a identidade do jornalista de tal forma que

O papel de mediador que forma e educa está associada à suposição de que os jornalistas detêm mais informações e são mais capazes que as outras pessoas de chegar a percepções politicamente racionais. Essa suposição é inevitável, porque o exercício de uma função educativa pressupõe uma vantagem educacional. Nesse sentido, encontramos aqui mais uma importante representação em torno da qual o jornalista constrói sua identidade: a de intelectual¹²⁹.

A profissão está ligada ao conhecimento e à aplicação do saber profissional. Tanto que se exerce uma profissão; não se exerce um emprego. Um emprego se tem. Mesmo assim, os processos históricos podem convencionar saberes diversos em categorias específicas conferindo-lhes status de profissão.

Uma diferenciação entre profissão e emprego está no fato de que mesmo que a atividade seja remunerada, a busca do lucro não é o objetivo maior na perspectiva profissional. O Dicionário Crítico de Sociologia¹³⁰ ao definir o termo profissão exemplifica que um médico não pode escolher qual paciente atende ou não em função do pagamento dos serviços prestados.

¹²⁷FRANZOI, Nara. Da profissão como profissão de fé ao "mercado em constante mutação" trajetórias e profissionalização. Tese (Doutorado em Educação), UNICAMP. 2003. p.29

¹²⁸O conhecimento especializado retoma a idéia que tratamos de Habitus, pois o jornalista precisa estar integrado ao modus operandi do campo. Conceito de BOURDIEU (1983), na compilação de ORTIZ (1983), é definido como: "sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente reguladas e regulares sem ser o produto da obediência das regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente" (ORTIZ, Renato (org.). Pierre Bourdieu. Col. Sociologia. Ática, SP, 1983. Cap. 2 e 3.p. 61)

¹²⁹LOPES, Fernanda. Auto-referenciação e construção da identidade jornalística. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2007. p. 71

¹³⁰BOURDON, R e BOURRICAUD, F. Dicionário Crítico de Sociologia. São Paulo:Ed. Ática. 2000

Os domínios de cada atividade na profissão são estipulados pela categoria profissional em associações de classe, conselhos fiscalizadores da profissão, sindicatos, fóruns. Para COELHO (1999 apud 2006)

A regulamentação profissional (das profissões de nível superior) pressupõe, por lei, órgãos fiscalizadores, os Conselhos nacionais e regionais, [...] a organização das profissões regulamentadas descansava em três pilares, cada qual com função diversa:

- os Conselhos para a fiscalização do exercício profissional;
- o sindicato para encaminhar reivindicações de natureza trabalhista; e
- a associação para atender aos aspectos mais tipicamente normativos e associativos (código de ética, desenvolvimento profissional, etc.).

[No entanto,] o mecanismo básico de exclusão ou ‘fechamento’ do mercado de prestação de serviços profissionais era, e continua a ser, o do credenciamento educacional, a posse do diploma de nível superior¹³¹.

TRAVANCAS (1993) afirma serem inúmeros os jornalistas que comparam a Medicina ao Jornalismo, pois “a medicina, tida como uma das mais nobres profissões, exige igualmente sacrifício e dedicação exclusiva”¹³².

Os jornalistas estabelecem uma relação com a ocupação que é bastante específica, não sendo partilhada por outros profissionais. Talvez um pouco como os médicos, como vários deles ressaltaram, o jornalismo como profissão exige de seus “eleitos” uma adesão (commitment) – termo utilizado pelo sociólogo norte-americano Howard Becker – de tal ordem que impede muitas vezes que outras atividades ou setores de suas vidas tenham maiores dimensões¹³³

TRAVANCAS (1993) pontua que, tanto o médico quanto o jornalista têm uma relação passional com a profissão que exercem. Para a autora, a escolha da carreira implica em um nível de adesão que as conseqüências do labor refletiriam na vida privada. “É como se a profissão, no caso do jornalismo, já se tornasse uma característica própria e, portanto, inseparável do seu ‘eu’”¹³⁴.

BOURDON (2000) afirma que as profissões, de modo geral, reivindicam certa autonomia na divisão de trabalho, em relação à hierarquia administrativa. Alguns exemplos seriam os advogados que não precisam prestar informações sobre seus clientes em investigações (preservando-os de incriminações), assim como os jornalistas que não são obrigados a revelar suas fontes de informação. Essa autonomia

¹³¹(COELHO, 1999, p. 28-29) apud (FRANZOI, 2003, p.35)

¹³²TRAVANCAS, Isabel. O mundo dos jornalistas: um estudo antropológico sobre identidade e carreira em camadas médias. São Paulo. Summus. 1993. p. 67

¹³³(TRAVANCAS, 1990, p. 13)

¹³⁴(TRAVANCAS, 1990, p.71)

frequentemente é postulada em acordos de categoria (convenções coletivas, códigos de ética)¹³⁵.

2.1.5.1 – Tipologias

LATTMAN-WELTMAN (1992) estabelece tipologias sobre o jornalista como profissional ou empregado. Não são exaustivas e muitos menos universais. Trata-se apenas de tipologias destinadas a permitir a visualização da diversidade de identidades profissionais¹³⁶. Utilizaremos os tipos como um mapa, no qual os atores (no caso, os jornalistas) podem transitar.

A identidade Empregado como jornalista valoriza a ocupação como emprego, uma fonte de remuneração material básica, num ramo profissional pelo qual se sentiria atraído em função do gosto previamente adquirido pela escrita. Para o autor,

- Apresentaria uma trajetória vocacional errática com experiências anteriores em atividades próximas ao labor jornalístico. Não se sentiria muito comprometido com a “profissão” e sua auto-imagem e seus ideais (isenção, objetividade, utilidade pública etc) (...) Demonstraria acreditar que tais ideais deveriam nortear toda a prática jornalística, porém, de certo modo, se sentiria por descompromissado em segui-los mais fielmente e de defendê-los. (...) Demonstraria um apego menor pela “carreira” não só porque a ascensão nas hierarquias implicaria em custos – encargos, responsabilidades, aumento da extensão e da intensidade da jornada de trabalho etc- que muitas vezes não corresponderiam a ganhos materiais proporcionais, mas também porque a subida provavelmente implicaria em um maior comprometimento com a empresa (...);
- Tenderia a avaliar certas condições de trabalho positivamente – a existência de horário flexível e pouco pesado, espaço para iniciativas e decisões, grau médio/baixo de formalização de tarefas etc;
- Situaria-se em editorias pouco prestigiadas e se sentiria praticamente ignorado pela empresa, o que não seria uma sensação vivenciada de modo ressentido; o desinteresse seria recíproco;
- consideraria a remuneração baixa, mas suficiente (ao menos de acordo com o estágio atual de seus projetos de vida);
- manifestaria criticamente à hierarquia da empresa suas materializações eventuais com relação ao controle técnico-ideológico sem se mostrar muito incomodado com isso;
- não teria planos definidos quanto ao seu futuro na empresa ou na profissão; tanto poderia sair (se recebesse uma proposta mesmo sendo pouco notado pelo mercado de trabalho por não se esforçar muito no labor cotidiano);

¹³⁵Na sociologia de WEBER (1994), a profissão exige necessariamente essa autonomia obtida por meio da “especialização e combinação dos serviços de uma pessoa que, para esta, constituem o fundamento de uma possibilidade contínua de abastecimento ou aquisição” (WEBER. Max. Economia e Sociedade. Brasília. UNB. 1991. p. 91)

¹³⁶“Cada tipo deve ser compreendido como um ‘constructo’ teoricamente coerente (e, portanto, forçosamente arbitrário, mesmo que minimamente) de identidades profissionais que se inserem relacionalmente num mesmo campo social determinado; quer dizer: cada tipo compartilha, como os outros, de certas características definidoras, distinguindo-se de todos, porém pelo arranjo específico que apresenta de tais características” (LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 69)

-seria o profissional dominado por uma espécie de ceticismo (...) tendendo a incorporar uma atitude de distanciamento e não comprometimento, seja com a empresa, seja com a identidade profissional de Jornalista¹³⁷.

A identidade Jornalista em crise está associada ao perfil do profissional cuja orientação privilegiaria o caráter de profissão de sua ocupação, ou seja, o comprometimento com a idéia de ser um jornalista: dotado de um conhecimento empírico e de competências específicas com aptidão ao desempenho de uma tarefa de algum modo necessária à sociedade. A insatisfação pessoal fundamenta este tipo. Há a presença de muitos conflitos ideológicos que instauram uma crise existencial. O problema é com a estrutura institucional dentro da qual trabalha. Para o autor,

- apresentaria, em segundo plano, certa valorização da ocupação enquanto uma “carreira”, subordinada, no entanto, à orientação prevalescente da “profissão”, de modo que a carreira em questão poderia ser até muito bem vista e desejada, desde que, construída em conformidade com o ideário do profissional jornalístico;
- “emprego”, como jornalista, em si mesmo, seria relativamente muito pouco valorizado;
- o resultado concreto do trabalho, tanto em termos estritamente técnicos, quanto em termos ideológicos, seria o critério decisivo para uma avaliação, seja esta positiva ou não, das condições de trabalho; de tal sorte que qualquer um de seus aspectos concretos (jornada de trabalho, graus de autonomia etc) seria basicamente avaliado em função do produto final, ou seja, más condições poderiam ser consideradas até como pouco relevantes ou incômodas se o produto for considerado bom, e vice-versa. Daí que condições de trabalho adversas podem até ser citadas com uma ponta de orgulho, se o resultado do esforço for considerado positivo;
- se sentiria desprestigiado pela empresa; em termos pessoais ou por situar-se numa editoria desprestigiada. Tal desprestígio seria vivenciado de forma ressentida, seja por considerar o produto do próprio trabalho como digno de maior consideração, seja em função de uma idéia a respeito do próprio potencial, que não estaria sendo explorado convenientemente; se sentiria subestimado;
- o salário seria considerado baixo e até mesmo indigno, seja frente à responsabilidade social da profissão, seja no que respeita ao nível sócio-cultural em que se situaria, numa espécie de hierarquia social informal;
- não pretenderia continuar indefinidamente na empresa, mas, a rigor, não teria grandes perspectivas; ficando, provavelmente gostaria de manter-se na função atual, mas com outra situação de prestígio e salário (o que poderia implicar, por exemplo, na saída de uma editoria pouco prestigiada); saindo, as possibilidades de saída da imprensa, para um área próxima¹³⁸

A identidade Repórter Engajado trata de um jovem profissional, tanto na idade quanto na experiência de trabalho da área. LATTMAN-WELTMAN (1992) o chama de

¹³⁷(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 72-74)

¹³⁸(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 75-77)

“romântico repórter”¹³⁹, em pleno processo de construção da carreira. Há uma distinção entre o “engajado” e o “em crise” no sentido da autoconfiança. Para o autor,

- considera sua ocupação primordialmente como “profissão”, assim como o tipo “em crise”. E na seqüência viriam o sentido de “carreira” e “emprego”. Por ter uma inserção de cunho profissional, poderia evoluir para um engajamento mais especificamente político e/ou partidário, pois o repórter estaria comprometido, acima de tudo, com os ideais de serviço da profissão, e com o seu labor característico, tal como o senso comum e os estereótipos o traçam (o expectador privilegiado da história, olhos e ouvido do público etc). Daí, este jornalista ser um típico repórter;
- uma carreira de sucesso seria bem-vinda e desejada; desde que, não pusesse em jogo a imagem do profissional comprometido antes de tudo com a notícia (e não com uma empresa, por exemplo), não sendo a atividade um simples emprego;
- as condições de trabalho seriam enfatizadas mais negativamente e confrontadas com os ideais de serviço da profissão que teriam forte apelo na auto-identidade. Desse modo, o fato destes “repórteres” geralmente trabalharem em editorias cujo peso e prestígio seriam consideráveis. Fariam com que os controles técnicos e ideológicos fossem mais rigorosos e que a questão de isenção se colocasse mais dramaticamente, favorecendo o aparecimento de crises éticas e de confrontos com a hierarquia e a linha do jornal;
- consideraria tem sido injusta no julgamento que faz de seu trabalho; reconheceria a existência de manifestações de apreço (elogios, indicações para tarefas mais prestigiadas etc) por parte de superiores imediatos. Mas se ressentiria da ausência de uma efetivação deste apreço em termos de salário, que seria considerado relativamente baixo;
- situar-se-ia em editorias diversas, com níveis distintos de prestígio na redação, mas sempre com algum prestígio;
- Não faria planos de continuar na empresa. E nem no ramo. O comprometimento com o “ser jornalista” e com os ideais de serviço da profissão não se arrefeceriam. Persistiria o desejo de fazer um bom trabalho, um trabalho útil, nos moldes preconizados pelo ideário jornalístico¹⁴⁰

A identidade Profissional da notícia contempla um perfil muito particular de equilíbrio e estabilidade. Para LATTMAN-WELTMAN (1992), o comprometimento desse jornalista com os ideais do jornalismo seria acompanhado pela noção de que tais idéias só poderiam ser postos em prática numa estrutura maior de grande redação. A primeira noção de relação com o labor é a de emprego. Acredita na profissão e na carreira como subsidiadas pelo exercício do ofício em uma empresa jornalística. Dentre outras características, pontua-se como contornos

- o caráter subordinado da orientação para a carreira deve ser compreendido não como ausência de interesse ou ambição, mas sim como sinal do apego e da valorização que este tipo demonstraria com relação ao seu ofício, em conjunção com a satisfação e o conforto manifestado em relação à sua situação atual (seus níveis de prestígio, de remuneração, seus encargos e responsabilidades específicos e limitados da rotina de trabalho)
- este tipo teria uma situação confortável se sentindo, ao menos, razoavelmente prestigiado, seja em termos pessoais ou através de sua editoria. E com uma remuneração que mesmo se considerada baixa, em termos absolutos, não o seria em

¹³⁹(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 79)

¹⁴⁰(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 77-80)

termos relativos. A auto-avaliação de sua situação seria sempre mediada pelo simples fato, em si mesmo já positivo, de estar devidamente empregado no seu reduzido mercado de trabalho e numa grande e importante redação (de modo que somente uma alteração dramática dos referenciais prestígio/remuneração e de seus conteúdos seria capaz de romper com este estado de relativa harmonia);

-sua perspectiva, não muito definida, seria a de continuar na empresa. Aumentos e promoções seriam bem-vindos, inclusive com aumento das atribuições e responsabilidades, desde que, não implicassem numa alteração drástica da rotina de trabalho que viesse a impedir ou sacrificar atividades desempenhadas com satisfação¹⁴¹.

A identidade O que veste a camisa é mais engajado no sentido profissional que o seu anterior Profissional da notícia. A idéia de carreira é mais valorizada, mas ainda subsidiária do emprego. Algumas concessões no âmbito organizacional em detrimento de concepções pessoais não seriam obstáculos no trabalho. Desta forma, o sucesso profissional é projetado como o norte. O mercado de trabalho interno (a instituição) é mais importante do que o externo (outras empresas e a categoria jornalística). LATTMAN-WELTMAN (1992) acha que esse jornalista tem como limite o céu, desde que, “seja um céu acessível (num prazo não muito longo) e iluminado pelas constelações específicas do ‘metier’ jornalístico”¹⁴². O autor destaca que

-por vestir a camisa da empresa simplesmente não se distingue dos demais colegas de trabalho. Por isso, investe num sentimento de responsabilidade para com o jornal, como também, de cumplicidade, de comunhão entre seus interesses e os da estrutura que o emprega;

-a ênfase na carreira está em segundo plano. Em primeiro está a noção de emprego de modo a conformar um padrão de comprometimento com a empresa que deixa à profissão em uma posição relativamente marginal e pouco relevante, de tal ordem que praticamente não se poderia nem mesmo pensar a possibilidade deste profissional vivenciar o que chamamos de uma crise ética;

-necessidade de realizar um produto jornalístico sempre melhor. Este “melhor” seria balizado em termos estritamente técnicos (...) haveria um comprometimento regular não exatamente com os ideais da profissão, mas sim a traduções (e, conseqüentemente, a reduções) processuais destas, sob a forma de técnicas e/ou regras de Objetividade Jornalística;

-de modo geral, este tipo se consideraria numa posição confortável nas hierarquias formais e informais da redação. Considerar-se-ia prestigiado (sejam em termos pessoais, seja pela função ou setor) e, principalmente, se veria numa trajetória ascendente de carreira;

-evidentemente não só continuaria na empresa como também teria a intenção de subir (mesmo já estando no alto, a subida seria de caráter mais informal: mais prestígio, maior remuneração, maior poder etc). Acreditaria realmente nesta possibilidade. É claro que convites externos seriam bem recebidos (inclusive como instrumento de barganha e autovalorização pessoal)¹⁴³.

A identidade Homem de Imprensa valoriza a ocupação como sendo um estágio da carreira. Quer a ascensão na hierarquia da organização, mas é apegado mais à

¹⁴¹(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 81-82)

¹⁴²(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 84)

¹⁴³(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 82-84)

profissão do que ao emprego. Ao contrário da tipologia “o que veste a camisa”, o jornalista tem horizontes profissionais além do mercado de trabalho interno (instituição). LATTMAN-WELTMAN (1992) diz que o emprego teria um caráter não tão relevante e mesmo até provisório em sua escala de valores. Seria apenas uma etapa, ou o momento atual de um “continuum”¹⁴⁴: a carreira deste profissional da imprensa. Tem-se como características,

- mesmo exercendo cargo de confiança, assumindo responsabilidade, atribuições de chefia (comprometendo-se com a estrutura de poder da empresa) este jornalista sempre procuraria preservar uma espécie de aura profissional, manifestada num discurso onde os ideais da profissão estariam sempre presentes, e consubstanciada num relativo grau de autonomia pessoal que lhe permitira não se sujeitar aos imperativos da instituição;
- o arranjo carreira/profissão pode ser visualizado melhor pelo fato de que os tipos Jornalista em crise e Repórter Engajado também avaliaria a sua situação profissional, mediada em função do resultado concreto de seu trabalho (assim como também não se importaria muito com as dificuldades e com o desgaste do dia a dia). Contudo, aqui a avaliação do trabalho tenderia a incorporar também a avaliação do jornal como um todo, ou ao menos da editoria pela qual este profissional responderia, ou seja, haveria uma fusão maior entre o trabalho pessoal e o jornal (e não exatamente a empresa), em relação aos méritos técnicos da instituição.
- seria um profissional que seguramente já teria um nome no mercado de trabalho externo e que exerceria funções de prestígio;
- a remuneração não seria exatamente um problema. O seu prestígio pessoal pode lhe garantir um salário relativamente bom;
- justificaria a existência de uma hierarquia da redação em função dos chamados imperativos industriais (prazo e imposições do parque gráfico e da publicidade) e da linha editorial do jornal¹⁴⁵.

O último tipo descrito é a identidade Em fim de carreira cuja orientação privilegia o emprego, como forma de remuneração material básica. Ao contrário do “empregado como jornalista”, tem como subsidiária a carreira e não o sentido de profissão.

Para LATTMAN-WELTMAN (1992), significa dizer que o apego ao caráter emprego, nesse caso, seria inseparável de um alto grau de comprometimento com a empresa, que o mantém empregado no metier. Como não se trata de um profissional jovem (tanto em idade quanto em experiência) seria o oposto do Repórter engajado.

- a situação deste profissional poderia ser definida como contendo basicamente uma única categoria definidora: o salário, que mesmo sendo, em certos casos, baixo, seria considerado relativamente bom (ao menos nas situações mais desfavorecidas, frente à alternativa de uma aposentadoria). O prestígio pessoal não seria nunca muito grande, independentemente dos graus de prestígio específicos da função e/ou da editoria;
- à parte a intenção de, enquanto for possível e necessário, permanecer no emprego, as perspectivas (e pretensões) desse jornalista seriam praticamente nulas¹⁴⁶.

¹⁴⁴(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 85)

¹⁴⁵(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 84-87)

Cada tipologia apresentada corresponde a tipo-ideal. São arranjos determinados de hierarquização de categorias de orientação. É a melhor forma de vislumbrar a relação do jornalista com o trabalho dentro das categorias emprego, profissão, carreira e ofício, da Sociologia.

Sabe-se que a profissão emerge de uma demanda social. A transformação de uma atividade geral em profissão específica é verificável na história. No caso brasileiro, a estruturação da profissão de jornalista será abordada de modo específico na questão da formação universitária e da exigência do diploma em jornalismo. A exposição é feita mais à frente com detalhamento histórico.

Continuamos com a discussão, no sentido profissional, do processo de estruturação do trabalho dos jornalistas. Tradicionalmente, em outros países, as atividades de jornal e notícia são privativas dos jornalistas. E o ofício, nas assessorias de imprensa, dos Relações Públicas (RPs). Contudo, no Brasil, há uma caracterização peculiar desse labor como sendo do jornalismo.

2.1.6 - Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil

A estruturação do jornalismo como profissão está ligada ao pressuposto de Objetividade, no que tange à adesão ao paradigma de Jornalismo Informativo e distanciamento do Jornalismo Opinativo, além da regulamentação da atividade profissional que fechou o mercado de trabalho apenas para os jornalistas oriundos da formação universitária, ou seja, os portadores de diploma.

O Decreto-Lei 972/1969¹⁴⁷ criou a profissão de jornalista e regulamentou seu exercício. A legislação produziu a classificação de dois gêneros de jornalistas: os que tinham formação pela prática cotidiana e atuavam no jornal com conhecimento prático; e os que vinham de uma formação universitária.

Os jornalistas da prática cotidiana receberam uma licença para continuar a atuar (“portadores de registro provisionado”¹⁴⁸). Já os oriundos da formação universitária receberam o registro de Jornalista Profissional (“portadores de

¹⁴⁶(LATTMAN-WELTMAN, 1992, p. 87-88)

¹⁴⁷O Decreto-Lei 972/1969 criou a profissão de jornalista, durante a ditadura militar. Foi alterado pela Lei 6.612/78.

¹⁴⁸Decreto-Lei 972/1969, artigo 5.

diploma”¹⁴⁹). Esses dois grupos de jornalistas atuavam num mercado em transição. A mudança do paradigma do Jornalismo Opinativo para o do Jornalismo Informativo. FRANZOI (2003) afirma sobre a transição de paradigmas que

(No Brasil) as profissões regulamentadas, a posse do diploma era suficiente. Para as não regulamentadas, era necessária a comprovação na prática da competência, ou seja, tratava-se por um lado de um mercado fechado e por outro de um mercado competitivo¹⁵⁰.

Consideramos que a lei que criou a profissão e regulamentou o exercício da atividade jornalística no Brasil instituiu um baixo e um alto clero profissional. Podemos afirmar que a exigência do diploma para entrada no mundo profissional do jornalismo estabeleceu uma reserva no mercado de trabalho. A concessão do título de provisionado era um condão de notório saber aos jornalistas que não tiveram formação acadêmica (sendo desvontos e importantes na transição até a formação de novas gerações de jornalistas diplomados, profissionais)¹⁵¹.

O processo de profissionalização da atividade jornalística no Brasil não se consolidou mesmo depois de quase 40 anos de fechamento do mercado (2008). Ressalta-se que o campo profissional do Jornalismo alimenta vias de formação de jornalistas profissionais, assim como de não-profissionais. Tal peculiaridade reserva à categoria a capacidade de transitar entre o campo profissional e não-profissional. Muitos jornalistas do interior do país recebem registros provisionados para exercício da atividade até hoje, pois não dispõem de condições para cursar faculdades para a formalização do registro profissional. Assim, muitos jornalistas no país trabalham com registros provisórios que, na verdade, ocultam uma condição permanente.

A flexibilidade quanto a quem pode ou não praticar a atividade jornalística, principalmente em relação ao acesso pelo registro provisionado, confere certa liberdade dos membros do campo (jornalistas e empregadores) de reivindicarem um mercado de trabalho, ora fechado, ora aberto. Para SENRA (1997), a profissão de jornalista “padece de uma ambigüidade, por assim dizer, histórica”¹⁵².

ABRAMO (1997) vincula o processo de profissionalização da atividade jornalística à complexidade do mundo contemporâneo:

¹⁴⁹Ibidem.

¹⁵⁰(FRANZOI, 2003, p. 35)

¹⁵¹O processo de profissionalização do jornalismo teve como objetivo que os jornalistas provisionados fossem substituídos integralmente pelos diplomados com a formação de novas gerações oriundas das universidades. Contudo, não houve extinção imediata do extrato de jornalistas provisionados. Os dois co-existiram.

¹⁵²(SENRA, 1997, 14) apud (FOLQUENING, 2002, p. 138)

O jornalismo foi se transformando de uma atividade geral para uma profissão específica com o aumento da complexidade do mundo moderno. Para o exercício do jornalismo, exige-se uma formação especializada que permita que o profissional busque, organize, estruture e hierarquize as informações, além de explicá-las, analisá-las, interpretá-las e apresentá-las, utilizando-se de meios impressos, auditivos e visuais¹⁵³¹⁵⁴.

PACCOLA (2003) afirma que “o profissionalismo é mais uma marca do jornalista dos tempos atuais que abandona progressivamente o ideal de mudar o mundo para tornar-se um profissional”¹⁵⁵.

MORETZSOHN (2001) avalia o discurso do profissionalismo¹⁵⁶ como um argumento aceito quase que de maneira inquestionável: “quem é profissional é responsável, equilibrado, justo, competente (... ninguém pergunta competente para quê?)”¹⁵⁷. A autora traz à tona a questão de que

O grande marco dessa nova realidade seria a descaracterização dos confrontos entre jornalistas e patrões. (...) os empresários apreciam essa mudança, que preserva a mística da ‘missão’, daquela tiram proveito para manter e até aumentar seus lucros, de modo que a cobrança do ‘profissionalismo’ não é acompanhada pela remuneração salarial que seria correspondente¹⁵⁸.

No Brasil, há a peculiaridade de os jornalistas terem assumido postos de trabalho da área de Relações Públicas¹⁵⁹, evocando o discurso do profissionalismo. Durante a Ditadura Militar (1964-1979), a atividade jornalística no país foi cerceada em

¹⁵³ABRAMO, Perseu. Jornalismo: profissão específica ou atividade geral in ABRAMO, Perseu. Um trabalhador da notícia: textos de Perseu Abramo.1997. p.296-298, apud (PACCOLA, 74).

¹⁵⁴Quando ABRAMO utiliza o termo “mundo moderno” ele não fala de Idade Moderna (1453-1789, com a tomada de Constantinopla e a Revolução Francesa), mas da contemporaneidade.

¹⁵⁵(PACCOLA, 2003, p. 80)

¹⁵⁶Não há conceituação de autor específico sobre “discurso do profissionalismo”. O termo é frequentemente utilizado no sentido de explicar a reivindicação dos membros do campo jornalístico (jornalistas, sindicatos, federação e empresários de comunicação) em prol da emissão dos registros de Jornalista Profissional, segmentação do mercado de trabalho e acesso ao exercício da profissão mediante porte de diploma universitário.

¹⁵⁷Ibidem.

¹⁵⁸MORETZSOHN, Sylvia. “Profissionalismo” e “Objetividade”: o jornalismo na contramão da política. UFF. 2001. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.pdf>. Acessado em 12-12-2007.

¹⁵⁹Por Relações Públicas, entende-se como uma atividade não apenas de informar amplamente, mas também de criar ou formar públicos conscientes de seus propósitos em benefício da comunidade. Próxima da propaganda, as Relações Públicas, através de estudos e pesquisa, procura responder aos desafios internos e externos na consolidação das empresas públicas e privadas, exteriorizando e criando a imagem das instituições e pessoas junto aos diferentes públicos. Em sentido amplo, entende-se por jornalismo qualquer atividade humana da qual resulte a transmissão de uma notícia ou informação de atualidade. Porém, nem toda transmissão pode ser considerada como ato jornalístico, pois, teríamos que admitir ou caracterizar qualquer diálogo, troca de informações ou relação social como jornalismo. Assim, qualquer pessoa poderia ser considerada jornalista, pois têm a capacidade de difundir informações. (MELO, Paulo. A Formação Atual do Comunicador Social no Brasil: ECA/USP, um Estudo de Caso. Tese (Doutorado em Comunicação), UNICAMP.2006. p. 100)

sua expressão e em limites profissionais¹⁶⁰. Neste período, a comunicação organizacional tornou-se mais importante na esfera estatal do que as atividades de imprensa e mídia.

Muitos jornalistas foram demitidos de empresas jornalísticas e encontraram postos de trabalho em organizações não-jornalísticas, nas assessorias de imprensa. DUARTE (2002) recupera que

O interesse da imprensa por pautas relacionadas à economia, cultura e negócios aumentou provavelmente mais pela perda de importância dos assuntos políticos e, particularmente pela censura imposta pelo Regime Militar¹⁶¹.

O espaço noticioso na imprensa foi tomado por material distribuído pelas assessorias de imprensa (releases, publicitários, matérias pagas). Também era comum a publicação de passatempos e receitas de culinária no lugar de matérias jornalísticas censuradas pelo governo.

DUARTE (2002) resgata o relacionamento entre os meios de comunicação e governo antes e durante a Ditadura Militar:

Antes dos anos 60, o jornalista era romântico, não tinha hora para sair do jornal, depois ia para o bar e chegava em casa de madrugada. Aí, veio o regime militar, e com ele a censura e a profissionalização. Os militares incentivaram a modernização da imprensa, facilitaram a compra de equipamentos, a construção dos grandes prédios. Ao mesmo tempo, em que censuravam e prendiam jornalistas. Neste momento, há uma mudança no perfil do jornalista, que se profissionaliza – se eu disser isso os mais velhos não vão gostar, porque vão dizer que eles também eram profissionais. Também muda o perfil do jovem que entra no jornalismo, nos anos 60 e 70. Ele não pode mais atuar na editoria de política, que está cerceada¹⁶².

Para DUARTE (2002), durante a Ditadura Militar, houve uma distorção na oferta de informação que afetou a operacionalidade da atividade jornalística e do mercado noticioso, especialmente no interior, onde os veículos de comunicação até hoje possuem grande dependência da publicidade oficial governamental¹⁶³.

Nessa fase de valorização da atividade de Relações Públicas e desvalorização do Jornalismo (dentro do preceito de Liberdade de Imprensa) ocorreu a ida de jornalistas, egressos das redações, para as assessorias de imprensa.

¹⁶⁰Um adendo: a abertura política 1979 já propiciou menor pressão e controle sobre os processos de produção da notícia. Utilizamos a marcação temporal referente a esse período (1964-1979), mas com o conhecimento de que a Ditadura Militar encerrou oficialmente no ano de 1985.

¹⁶¹DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Prática. São Paulo. Atlas. 2002. p.84

¹⁶²Entrevista da socióloga Alzira Abreu, da Fundação Getúlio Vargas, ao Jornal do Brasil, apud (PACCOLA, 2003, p.75) Sem referência na bibliografia mais detalhada na bibliografia de PACCOLA.

¹⁶³Op. Cit.

DUARTE (2002) afirma que os jornalistas iam trabalhar como RPs nas assessorias de imprensa valendo-se da identidade profissional de jornalista, pois havia a necessidade da comunicação organizacional se desenvolver quase como uma “agência de notícias”:

O objetivo inicial, entretanto, era reunir jornalista para distribuir material para jornais do interior, como uma agência de notícias, mas os veículos não tinham recursos. Éramos jornalistas, não sabíamos atuar na área comercial¹⁶⁴.

Com o fim da Ditadura Militar (1985), a Liberdade de Imprensa retornou como preceito da sociedade brasileira. Os jornalistas tomaram a iniciativa de limpar o noticiário midiático das notícias corporativas vindas das assessorias.

DUARTE (2002) considera como fatores de retorno dos jornalistas a seus postos de trabalho nos jornais: o ressurgimento da democracia, o movimento sindical, a Liberdade de Imprensa, os novos padrões de competitividade no mercado e o prenúncio de maior exigência quanto aos direitos sociais e dos consumidores¹⁶⁵. Para o autor, as empresas e as instituições necessitaram de uma nova forma de comunicação com a sociedade e seus diversos segmentos. O jornalismo foi identificado como o grande instrumento, o caminho mais curto para agir sobre a agenda pública, informar e obter uma imagem positiva¹⁶⁶.

Na análise de BUENO (1995),

A comunicação deixa de ser ‘perfumaria’ [naquele período de redemocratização ou fim do Governo Militar] ganhando as entranhas da administração pública e privada e extrapola os limites dos tradicionais ‘jornaizinhos’ internos para assumir o status de um complexo poderoso, intrinsecamente vinculado à chamada estratégia negocial¹⁶⁷.

A reviravolta fez com que os jornalistas retornassem aos seus postos de trabalho nas redações, mas também expandissem oportunamente seus domínios profissionais. Em suma, a categoria jornalística, oprimida durante a Ditadura Militar, resgatou a finalidade pública da atividade e recuperou postos de trabalho e a função num ambiente democrático.

Para DUARTE (2002), houve uma caracterização peculiar da profissionalização do jornalismo durante o período pós-ditadura:

A peculiaridade, no Brasil, é que assessoria de imprensa não é tratada como relações públicas. Ainda que o jornalista deixe um jornal para atuar em assessoria de imprensa,

¹⁶⁴(DUARTE, 2002, p.84)

¹⁶⁵Op. Cit.

¹⁶⁶Op. Cit.

¹⁶⁷(BUENO, 1995. p. 9) apud (DUARTE, 2002, p.84)

estabeleceu-se que sua atividade permaneça sendo considerada jornalismo – subsidiário ou ao nível de fonte¹⁶⁸.

O jornalismo se tornou um complexo poderoso com a absorção de domínios profissionais das Assessorias de Imprensa (AIs), tradicionalmente pertencentes à área de Relações Públicas. A identidade profissional do jornalista brasileiro passou a contar com a figura do Jornalismo Corporativo¹⁶⁹. Um fato inédito na história do próprio jornalismo não conhecido sequer pelos arquétipos vindos da Europa e dos Estados Unidos. Para KUCINSKI (1986 apud 2002),

Hoje você vai cobrir um departamento do governo, alguma empresa, e tem lá o jornalista para receber você. Formou-se uma promiscuidade que levou a um mascaramento da função do jornalista¹⁷⁰.

O processo de profissionalização do jornalismo depois da Ditadura Militar leva a uma discussão não só do que é ser profissional e não-profissional, mas do limite de onde se emprega a força de trabalho: num ambiente jornalístico ou não-jornalístico. As assessorias de imprensa passaram a ser domínio também dos jornalistas devido à transparência que as organizações passaram a ter a com a abertura de mercado nos anos 90 e a política neoliberal. SANT'ANNA (2007) pontua que

No Brasil, as assessorias de imprensa notabilizaram-se pelo ideal de dar transparência às entidades assessoradas e o quadro legal conseguiu separar Publicidade de Relações Públicas, estes dois de Assessoria de Imprensa. Nos demais países, não há muita diferença do perfil desses profissionais – e a ação de algumas empresas estrangeiras que chegaram recentemente ao Brasil mostra que o parâmetro delas consiste no que popularmente é chamado de "marqueteiro" e tende a "contaminar" o modelo brasileiro de Jornalismo Corporativo¹⁷¹.

Na maior parte dos países¹⁷², a Assessoria de Imprensa (AI) é domínio exclusivo dos profissionais de Relações Públicas. FAYARD (2002) critica essa peculiaridade da profissão de jornalista no Brasil e seus domínios

¹⁶⁸(DUARTE, 2002, p.86)

¹⁶⁹O conceito de Jornalismo Corporativo designa a atividade dos jornalistas nas assessorias de imprensa. Há quem use o termo Jornalismo Institucional. Seja qual for o nome, essas formulações são subsidiárias ao conceito de Comunicação Empresarial de TORQUATO (TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional. São Paulo, Summus Editorial, 1986).

¹⁷⁰(KUCINSKI, 1986, p. 17) apud (DUARTE, 2002, p.86)

¹⁷¹SANT'ANNA, Francisco. Mídia das fontes: o difusor do Jornalismo Corporativo. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf>. Acessado em 12-12-2007

¹⁷²Em Portugal, o jornalista que vai trabalhar em uma organização não-jornalística é obrigado a afastar-se do sindicato e, portanto, perde o direito de exercer a profissão. O que leva a crer que "a origem do profissional e o uso de técnicas jornalísticas não implicam que a assessoria de imprensa seja jornalismo,

É inimaginável no modelo europeu um jornalista atuar como divulgador, porque a carta (similar ao nosso registro profissional) é dada a pessoas vinculadas a órgãos de imprensa e, por isso, não podem atuar em atividades relacionadas às relações públicas¹⁷³.

A flexibilidade em relação aos domínios da atividade jornalística, no Brasil, influencia diretamente a estruturação da carreira e o processo de profissionalização.

A profissionalização do jornalismo no Brasil também está intimamente ligada ao fator de emprego e desemprego. O trabalho do jornalista como assessor de imprensa, durante a Ditadura Militar, era meramente empregatício de caráter provisório. Entretanto, passou a ser encarado como pertencente ao domínio profissional, de forma permanente¹⁷⁴.

Destaca-se que a aglutinação da Assessoria de Imprensa ao rol de fazeres jornalísticos, no Brasil, está ligada ao cotidiano e não à formação profissional. Tanto que as grades curriculares não têm grande ênfase nas atividades de AI mesmo sendo estas responsáveis pelo emprego de boa parte da categoria. Na avaliação de MARQUES (2007),

Como a maioria das escolas de Jornalismo ainda não maculou seus currículos com cadeiras de assessoria de imprensa, a grande maioria dos 20 mil jornalistas que atuam em assessorias, universidades ou como frilas não estão tecnicamente habilitados, já que do ponto de vista legal essa habilitação não existe, para trabalhar em assessoria de imprensa. Esses profissionais, que já pagaram altas mensalidades para conseguir o diploma e contribuem religiosamente com os sindicatos de jornalistas para serem considerados como tais, viram alvos fáceis de editoras que lançam obras produzidas para introduzi-los, ainda que superficialmente, nos complexos mecanismos de apoio a clientes que pagam para ter uma boa imagem perante a opinião pública. Esse mesmo número de profissionais, segundo a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), ocupa cargos em redações de rádio, TV, revistas, jornais e internet, considerando seus dados de 2004, quanto havia cerca de 40 mil profissionais atuantes no país¹⁷⁵.

Consideramos que a classe jornalística brasileira privilegia a questão do emprego antes da profissão. Num país em desenvolvimento econômico, marcado pelo desemprego, os limites de profissão são alterados em favor da sobrevivência cotidiana (busca de remuneração no mercado de trabalho). O cânone das funções e habilidades do

uma profissão essencialmente crítica e independente caracterizada pela atuação em veículos de comunicação autônomos” (DUARTE, 2002, p.86)

¹⁷³Entrevista com o professor Pierre Fayard, da Université de Poitiers, França, citada em (DUARTE, 2002, p. 86)

¹⁷⁴O período de abertura de mercado, pós-ditadura, trouxe também o enxugamento de alguns postos de trabalho. Os jornalistas asseguraram as vagas das Assessorias de Imprensa exatamente por causa do fator desemprego.

¹⁷⁵MARQUES, Demar. Jornalistas vs. Assessores: os responsáveis pela bagunça são.... Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=352JDB004>. Acessado em 12-12-2007.

jornalista, do que é ser profissional, no Brasil, conta com domínios que antes da Ditadura Militar e em outros países são considerados não-jornalísticos.

DUARTE (2002) destaca o depoimento do jornalista Antônio Alberto Prado que considera sobre a classe jornalística:

“Nós, jornalistas, muitas vezes vemos nossa profissão como uma espécie de religião. Como para um padre, também para nós é muito difícil deixar a batina. No entanto, eu descobri que a enorme bagagem que os repórteres reúnem estava repleta de ferramentas fundamentais, desejadas, apreciadas e melhor pagas nas indústrias e em outras empresas não-jornalísticas”¹⁷⁶

Entendemos na presente pesquisa que o jornalista brasileiro (entendido enquanto categoria) está mais preocupado com os postos de trabalho em comunicação (sejam eles jornalísticos ou não) do que com o exercício tradicional das atividades profissionais em jornais, TV e imprensa. O processo de profissionalização do jornalismo, no Brasil, está em desenvolvimento e trava uma batalha de legitimação em dois eixos: o estabelecimento de um limite do quem é o jornalista profissional ou não; além da institucionalização de atividades que assegurem postos de trabalho, sejam estes jornalísticos ou não.

Os tópicos abordados na presente pesquisa em relação à Sociologia das Profissões e o processo de profissionalização do jornalismo permitiram um panorama do campo e de alguns atributos que definem a emergência da atividade jornalística enquanto profissão.

Passemos à abordagem do Saber Jornalístico, institucionalizado na formação universitária, e de um conhecimento especializado por parte dos ingressantes na carreira profissional de jornalista¹⁷⁷.

2.2 - O Saber Jornalístico

Muitas escolas de ensino superior no Brasil agrupam seus planos de ensino

¹⁷⁶Depoimento do jornalista Antônio Alberto Prado apud (DUARTE, 2002, p.85)

¹⁷⁷“Ao longo do processo de profissionalização, que jornalistas construíram representações bem definidas sobre seu papel social e desenvolveram uma rica ideologia profissional, atrelada a valores nobres da humanidade como a verdade, a liberdade e o interesse público. Não seria exagero dizer que a força desse sistema simbólico continua atraindo inúmeros jovens aspirantes à carreira aos cursos universitários de jornalismo”. (OLIVEIRA, Michelle Roxo. Profissão jornalista um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNESP. 2005. p. 31)

enfocando o curso de Comunicação Social para a formação profissional e habilitação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Nesta seção, abordaremos os cursos de formação profissional de jornalistas no sentido de vislumbrar como estão estruturados no contexto do ensino superior brasileiro e como o conhecimento jornalístico é enquadrado nas disciplinas acadêmicas. Desta forma, o estudo da Comunicação, como campo e objeto de estudo, torna-se necessário para compreendermos a dimensão do conhecimento do jornalista, um Saber Jornalístico, oriundo da formação nos bancos da universidade.

2.2.1 - O Conceito de Comunicação

O termo comunicação é polissêmico. Pode significar comunicação em vários sentidos. No caso da Comunicação Social, a palavra é aplicada a fenômenos de comunicação massiva¹⁷⁸.

Etimologicamente, o termo comunicação faz referência ao latim *communicatilis* e *communicare*, que pode significar: elementos em relação de encontro ou em realização comum¹⁷⁹. Para L.C.MARTINO (2001), *communicatio* significava a “ação de comer em conjunto entre os monges reclusos em mosteiros na era medieval”¹⁸⁰. Para o autor, a idéia de se comunicar trazia o “rompimento com o isolamento”¹⁸¹.

L.C.MARTINO (2001) afirma que o ato de se comunicar exige que “haja elementos que se destaquem de um fundo de isolamento”¹⁸², ou seja, partilha entre um referente e outro que se comunica, estabelecendo uma troca, “idéia de uma realização em comum”¹⁸³.

O estudioso francês DEBRAY (1997) entende que a comunicação rompe com essa questão da quebra de isolamento (idéia de partilha, mosteiros) no século XIV, na

¹⁷⁸Os fenômenos de Comunicação também existem como objetos de estudo de diversas disciplinas e saberes: Psicologia, Linguística e Física. A palavra é aplicada nas relações entre seres brutos (matéria), orgânicos (seres vivos, animais e plantas) e de seres humanos. Sendo esta última, devido à consciência humana na dimensão intrapessoal (o indivíduo quando pensa consigo mesmo), na interpessoal (o indivíduo em comunicação com outro) e na grupal (do indivíduo com a realidade: seres inanimados e orgânicos). Nas Ciências Naturais, comunicar significa uma relação de troca: os planetas giram em torno do sol (relação de troca gravitacional) ou um livro numa estante comunicaria pela força da gravidade que não deveria cair (relação de resistência física). Esse tipo de discussão sobre o que é comunicação influi na epistemologia de um saber da Comunicação Social.

¹⁷⁹MARTINO, Luiz C. – De Qual Comunicação Estamos Falando? in A. HOHLFELDT; L. Martino; V. França (orgs) – Teorias da Comunicação. Vozes. Petrópolis, 2001. p.12

¹⁸⁰Ibidem.

¹⁸¹Ibidem.

¹⁸²(MARTINO, 2001, p. 14)

¹⁸³Ibidem.

França. Para o autor, uma ruptura que deu “dimensão de uso”¹⁸⁴ ao termo.

Segundo DEBRAY (1997),

O universo medieval conhecia apenas o conceito de comunhão que supõe uma não-distância, uma simbiose não somente entre seus atores, mas também entre os médiums e as mensagens¹⁸⁵.

Na Idade Moderna (1453-1789), fase do Empirismo Científico, o termo Comunicação foi vinculado à análise das consciências, no sentido lingüístico, pela Ciência. Segundo L.C.MARTINO (2001), o termo Comunicação que, antes era um compartilhamento comum a dois referentes físicos em dado espaço, ganhou a dimensão de partilha entre referentes conscientes sem a necessidade de compartilhar do mesmo espaço físico¹⁸⁶. Tal mudança de aplicação do termo levou posteriormente ao surgimento do conceito de Comunicação de Massa¹⁸⁷.

O período da Revolução Industrial, propiciou a criação do mercado de bens e capitais (construção conceitual). A dimensão simbólica foi atribuída à troca comercial de bens. A formação dos centros urbanos, a explosão demográfica e o comércio internacional demandaram a noção de comunicação de valores em sentido abstrato.

O termo multidão (agrupamento de pessoas com contigüidade física) já não contribuía para o entendimento dos agrupamentos humanos¹⁸⁸. Surge o termo massa (agrupamento conceitual de pessoas sem contigüidade física) e a necessidade de um mediador da Comunicação de Massas. O entendimento era de que os indivíduos não precisavam se relacionar, nem pertencer a dado grupo, para se comunicar. Assim, instaurou-se uma nova realidade capitalista: baseada em bens de consumo a serem absorvidos por uma sociedade de consumo.

No século XX, o conceito de Comunicação de Massa passou a ser aplicado diretamente aos mecanismos de transmissão de informações feita pelos meios eletrônicos (rádio e TV), além da tiragem de jornais feita em larga escala pela imprensa. Desta forma, um fluxo de capital baseado no aspecto simbólico dos bens de consumo proporcionou a criação de um mercado noticioso e manifestou a influência dos Meios de Comunicação na esfera social. Sobre o contexto, BORDERNAVE (1997) afirma que

¹⁸⁴DEBRAY, Regis. Curso de Midiologia Geral. Petrópolis: Vozes, 1993. p. 33

¹⁸⁵Ibidem.

¹⁸⁶Op. Cit.

¹⁸⁷Na perspectiva de Comunicação de Massa, o termo Comunicação é aplicado aos fenômenos de troca de informações humana e coletiva mediada por suporte tecnológico ou eletrônico.

¹⁸⁸AUGRAS, Monique. Opinião pública: Teoria e Pesquisa. 4.ed. Petropolis: Vozes, 1980. p.165

O impacto dos meios de comunicação sobre as idéias, as emoções, o comportamento econômico e político das pessoas, cresceu tanto que se converteu em fator fundamental de poder e de domínio em todos os campos da atividade humana¹⁸⁹.

A influência dos Meios de Comunicação levou vários ramos da ciência a versar sobre estudos a respeito de fenômenos comunicacionais.¹⁹⁰ Os limites epistemológicos da Comunicação de Massa passaram a ser estudados, ora enquadrados como campo, ora como objeto.

Até hoje, há debates sobre a delimitação efetiva, na Ciência, da zona de atuação da Comunicação como área do conhecimento. Uma discussão freqüente é se o campo produz um saber autônomo, em relação a seus fenômenos, ou se os analisa em função de outras Disciplinas. L. LOPES (2002) afirma que

Normalmente dizemos que a comunicação, por vezes grafada com “C” maiúsculo, não tem objetos ou metodologias próprias. Em outros casos, apresentamos soluções metodológicas e definimos objetos com algum grau de precisão. Não raro, aceitamos ou divergimos da idéia ‘oficial’ de que ela faz parte das Ciências Sociais Aplicadas, fortemente baseada no fato de que preparamos, no ensino de graduação, pessoas que vão exercer profissões tais como a de Jornalista, Publicitário, Relações Públicas, Assessor de Imprensa, profissionais das diversas áreas do cinema, de algumas das funções vinculadas às tecnologias dos computadores etc¹⁹¹.

Epistemologicamente, a Comunicação oscila entre o status de ciência constituída e campo de interseção de saberes diversos. E, por isso, alimenta indagações sobre seu papel fundamental, além dos efeitos dos Meios de Comunicação de Massa sobre indivíduo e sociedade. A própria inclusão do campo na esfera científica é polêmica.

L.C.MARTINO (2001) afirma que a inserção da Comunicação Social no rol das Ciências Sociais Aplicadas não aconteceu pela via da fundamentação teórica, mas pela forte demanda social¹⁹². O maior entrave para a legitimação desse conhecimento está na sua delimitação como um campo autônomo ou interdisciplinar.

M. LOPES (2001) considera que

¹⁸⁹BORDENAVE, Juan Enrique Diaz. O Que é Comunicação. Editora Brasiliense.1997.p.33

¹⁹⁰Não há interesse em esgotar o histórico que levou à definição do saber da Comunicação. Nem a justificação de um campo do conhecimento frente ao conceito de Sociedade de Massa. Logo, os estudos e pensamentos das bases originárias da pesquisa norte-americana (pesquisa Administrativa, de fundo Funcionalista) e da pesquisa européia (ligada à Teoria Crítica) não serão abordados.

¹⁹¹LOPES, Luís Carlos. Hermenêutica, teorias da representação e da argumentação no campo da comunicação. Revista Ciberlegenda, n.10. 2002. p. 21. Disponível em: www.uff.br/mestcii/lcllop8.htm Visitado em 18-11-2007.

¹⁹²MARTINO, Luiz. Elementos para uma epistemologia da Comunicação, in A. Hohlfeldt; L. Martino; V. França (orgs.) – Teorias da Comunicação. Vozes. Petrópolis, 2001.

Para o campo da comunicação social, este pode ser um contexto privilegiado, a ser positivamente apropriado, uma vez que também os seus limites disciplinares são colocados em contestação, exigindo assim um olhar crítico sobre o passado da sua prática de pesquisa¹⁹³.

Consideramos que o carácter multidisciplinar e de cruzamento de diversos saberes faz parte da própria natureza da Comunicação¹⁹⁴ e que as discussões epistemológicas são importantes num sentido de legitimação da Disciplina no cânone científico, mas não incorrem em prejuízos à pesquisa teórica e à empírica da área.

A nosso ver, na maioria das escolas de Comunicação, no Brasil, existe pouca preocupação com a pesquisa epistemológica. Há uma espécie de deixa-estar em relação aos domínios do campo. As considerações epistemológicas são importantes nos domínios científicos, mas não acarretam prejuízos à pesquisa teórica e empírica da área, tendo em vista a forte demanda social sobre as conclusões da área acerca de vários fenômenos¹⁹⁵.

O carácter transitório (cruzamento de disciplinas) e de construção permanente da Comunicação (demanda de fenômenos estudados) colabora com um status diferencial em relação a outros saberes. Para L.C.MARTINO (2006),

A imprecisão em relação às fronteiras do campo serve como legitimadora da própria área. A falta de um limite formal não quer dizer que não exista um domínio específico. Contudo, favorece o trânsito e estreito relacionamento com outras Disciplinas, pois a indefinição epistemológica impõe o campo como zona limítrofe de vários saberes¹⁹⁶.

ORLANO (2006) afirma que as inserções do campo não o prejudicam, pois há claros parâmetros de análise de um saber da Comunicação. Para a autora,

Inserções à parte, a questão da natureza interdisciplinar do campo comunicacional é o que lhe dá certa corporificação diferenciada e é inclusive o elemento que imprecisa o seu objeto: daí ser considerado um campo em construção, não-acabado, o que não significa que tal campo não possa ser, mesmo que superficialmente, delineado. Portanto, como espaço de encontro de fronteiras – de natureza Lingüística, Biológica, Matemática, Psicológica, Filosófica, Antropológica, Sociológica, etc. – a Comunicação

¹⁹³ LOPES, Maria Immaculata. Por um paradigma transdisciplinar para o campo da comunicação. In: DOWBOR, Ladislau. IANNI, Octavio. RESENDE, Paulo-Edgar A., SILVA, Hélio. (orgs.) Desafios da Comunicação. Rio de Janeiro: Vozes, 2001, p.113.

¹⁹⁴ A falta de um limite formal não incorre que haja um limite informal. No caso da Comunicação, não faz sentido achar que por ela ter problemas epistemológicos seja ineficiente ou não possa existir no cânone científico como disciplina.

¹⁹⁵ Entendimento influenciado pelo professor L.C.MARTINO (2001) em palestra na Faculdade de Comunicação em maio de 2006. O referencial teórico do professor, que também é autor de textos sobre epistemologia, é acatado na presente pesquisa. Ressalta-se que o professor L.C.MARTINO é um dos primeiros professores a reivindicar no país uma linha de pesquisa em Comunicação, de pós-graduação stricto sensu, com o tema Teorias da Comunicação, que produz pesquisas voltadas para epistemologia.

¹⁹⁶ Afirmação do professor L.C.MARTINO em palestra, maio de 2006, na FAC/UNB.

Social conforma seus objetos quando estabelece a existência das mídias como parâmetros de análise¹⁹⁷.

Já, na análise de MELO (1995), existem duas frentes de estudo da Comunicação: a de natureza midiológica e a midiática.

A [frente de estudo] de natureza midiológica ocupar-se-ia em sistematizar teorias e metodologias centradas nos processos de geração e transferência de conhecimentos relativos aos fenômenos comunicacionais de massa e suas inter-relações com os fenômenos de comunicação interpessoal ou grupal. Já a [frente de estudo] de natureza midiática levaria em conta as evidências sobre os processos de produção, difusão, recepção e retro-alimentação de mensagens mediadas por tecnologias de largo alcance ou de porte industrial¹⁹⁸.

ORLANO (2006) entende que a Comunicação pode versar sobre uma gama de objetos, até pertencentes tradicionalmente a outras áreas. Para a autora,

Podemos dizer que o estudo da religiosidade como fenômeno cultural seja objeto de avaliação das ciências sociais, principalmente da Sociologia/ Antropologia. Em contrapartida, a representação social da religiosidade na telenovela já passa a ser objeto de observação do campo da Comunicação Social, já que estamos tratando de um gênero acessível por uma mídia eletrônica, com reverberação massiva¹⁹⁹.

A pesquisadora em Metodologia da Comunicação, SANTAELLA (2002), classifica em cinco grupos os domínios de estudo da área:

1. O território da mensagem e dos códigos: pensa-se aqui de que forma se efetua a mensagem e como se dá o seu acesso objetivo nas construções discursivas midiáticas. Estão previstas, neste território, as pesquisas referentes às linguagens, discursos, sistemas e processos cênicos das mais diversas ordens (biológicos, corporais, lingüísticos, gestuais, sonoros, visuais, hipermidiáticos, etc.) Estão também previstos os estudos sobre os efeitos de sentido, a gramaticalidade do código e o relacionamento entre os signos.
2. O território dos suportes/ meios de produção das mensagens: leva-se em conta o modo como às mensagens são produzidas. Estudam-se aqui prioritariamente os meios técnico-eletrônicos de produção de imagens, som, escrita (jornal, foto, cinema, televisão, vídeo, etc.) e mídias digitais. Quais são as características destes suportes, o que define cada meio, proposição cognitiva-sensorial e a sua historicidade.
3. O território do emissor ou fonte de comunicação: leva-se em conta aqui quem produz a mensagem midiática. Tais sujeitos discursivos sociais estariam inseridos em organismos, máquinas, sistemas, instituições, organizações, corporações? Que tipo de intervenções econômicas, ideológicas, mercadológicas, políticas, culturais, psíquicas interferem nas enunciações postuladas? O sujeito falante é senhor do seu discurso?
4. O território do destino ou recepção da mensagem: pensa-se aqui nas mediações sociais, culturais, psíquicas e sógnicas existentes no processo de recepção midiática; os

¹⁹⁷ORLANO, Simone. Perspectivas de estudo sobre o discurso para a graduação em comunicação social. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa), UFRJ. 2006. p. 40

¹⁹⁸MELO, José Marques de. Comunicação social: da leitura à leitura crítica. In: ZILBERMAN, Regina. THEODORO DA SILVA, Ezequiel. Leitura: perspectivas in- terdisciplinares. São Paulo: Ática, 1995. p. 113-114, apud (ORLANO, 2006, p. 40)

¹⁹⁹(ORLANO, 2006, p. 41)

possíveis efeitos sofridos pelo receptor e as relações de influência. Como o receptor interfere e transforma as mensagens que recebe? Como negocia e interage com as mensagens?

5. O território do contexto comunicacional das mensagens: pensa-se aqui a situação comunicativa em geral. Aqui leva-se em conta a representação da mensagem, os interesses ideológicos e os vários tipos de relações da mensagem com seu contexto representativo – os conteúdos possíveis: dimensão física (ambiente tangível e concreto no qual a comunicação ocorre); dimensão cultural (refere-se às regras e normas dos comunicadores, crenças e atitudes transmitidas); dimensão sócio-psicológica (diz respeito aos papéis sociais desempenhados pelos sujeitos) e dimensão temporal (incursão do processo comunicativo no tempo histórico)²⁰⁰

Não vamos esgotar a discussão sobre a Comunicação como campo do conhecimento ou objeto de estudo. Passemos ao estudo dos cursos de formação profissional de jornalistas, tendo em vista o referencial que temos de Comunicação como Disciplina acadêmica, estruturada em cursos de Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo) e de Jornalismo.

2.2.2 - A graduação

A universidade brasileira é baseada no modelo francês. E assume um espírito de ordem e medida como instituição própria do saber objetivo, finalizado e profissional. Em termos teóricos e práticos, tem como meta o domínio e a instrumentalização da natureza pelo saber e pela técnica²⁰¹, conforme GOERGEN (2007). O objetivo maior da graduação é a formação acadêmica, em primeiro grau de conhecimento científico, com habilitação ao exercício profissional na área de estudos abrangida pelo curso. O estudante concluinte recebe o título de Bacharel em Jornalismo.

Estudemos o processo histórico de institucionalização dos cursos de Comunicação Social e Jornalismo, no Brasil, e a dimensão do Saber Jornalístico oriundo da formação universitária.

2.2.2.1 - Cursos de Comunicação Social

O marco regulatório atual para o curso de Comunicação Social é a Lei de

²⁰⁰SANTAELLA, Lúcia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2002.p. 84-89

²⁰¹GOERGEN, Pedro. A universidade em tempos de transformação. UNICAMP. Disponível em www.prg.unicamp.br/Texto_univ_em_temp_trans_Pedro_Goergen.html. Visitado em 12-12-2007.

Diretrizes Curriculares (LDB)²⁰², do Ministério da Educação, que institui o perfil de ensino dos cursos superiores.

A Lei diz que a área de Comunicação apresenta uma forte organicidade e penetração das perspectivas teóricas em fenômenos sociais, embora estruturada no cruzamento de diversas especialidades e profissões²⁰³. Por ser uma área que converge muitos saberes científicos, o projeto pedagógico do curso de Comunicação Social²⁰⁴ deve ter um tronco comum²⁰⁵, de orientação humanista, mas também direcionado a formações específicas dentro da própria área: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Para TOMITA (2006),

O ensino de comunicação tem como objeto de estudo os meios de comunicação inseridos em um contexto de grandes transformações sociais, políticas, econômicas e culturais. O curso de Comunicação Social requer estrutura física e humana específicas da área. O problema reside em outros aspectos administrativos como contratação de professores sem dedicação à pesquisa, recursos audiovisuais inadequados e número elevado de concentração de alunos em escolas particulares como nos moldes conferencistas das escolas americanas. Isso dificulta a abertura de espaço para debates e diálogo na relação professor-aluno, imprescindível para a reflexão sobre os conteúdos e essencial para garantir um ensino de qualidade.

Uma das questões com a qual o curso de comunicação se depara é saber se o papel da universidade é formar para o mercado com dimensão crítica da sociedade. Conciliar essas duas vertentes é um desafio para os professores universitários de Comunicação, assim como em outras áreas. Lidar com o ensino em uma área repleta de transformações requer inegáveis alterações estruturais em currículos, infra-estrutura laboratorial, equilibrar disciplinas teóricas e práticas, dosar o corpo docente com profissionais da academia e do mercado²⁰⁶.

A LDB faz ressalva aos administradores de que os cursos não se percam frente à vasta possibilidade de construção de um currículo comum ao campo²⁰⁷. E destaca que o projeto acadêmico deve ter um conjunto de atividades pedagógicas relevantes, e não somente uma mera listagem de disciplinas²⁰⁸. Antes mesmo do marco regulatório da Lei (LDB), existiam vários problemas na estruturação dos cursos de graduação devido a

²⁰²Lei 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, LDB). Trata das diretrizes curriculares que orientam o planejamento das escolas e sistemas de ensino.

²⁰³Lei 9394/96. www.planalto.gov.br. Acessado em 18-11-2007.

²⁰⁴Os cursos de graduação têm duração mínima de 2.700 horas. Não podem exceder 4 anos ou 8 semestres letivos.

²⁰⁵ORLANO estudou os cursos de graduação, em Comunicação Social, de 17 universidades brasileiras. A autora diz que é possível perceber uma seqüência nas ementas dos cursos: nos 4 primeiros semestres de formação há a primeira fase de aprendizado. É o correspondente a 50% do período total de formação

²⁰⁶TOMITA, Iris Yae. Em busca do sujeito - a formação do olhar no ensino superior de Publicidade e Propaganda. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UEM. 2006. p. 63-64.

²⁰⁷Op Cit.

²⁰⁸Op Cit.

sua indefinição como Disciplina autônoma²⁰⁹. Sobre essa fase, TOMITA (2006) recupera que

Com a extinção do Currículo Mínimo normatizado pela Resolução 002/84 do Conselho Federal de Educação, as escolas de Comunicação partiram para reformas curriculares. Da característica contraditória da área nasceram as Novas Diretrizes Curriculares da área de Comunicação mantendo um perfil comum à área da Comunicação para garantir a identidade do curso e reservando especificidades para as diferentes habilitações. Com as novas diretrizes, alguns cursos permitiram-se reformar o currículo até então engessado²¹⁰.

Para ORLANO (2006), a natureza epistemológica do campo da Comunicação impõe a flexibilidade dos limites do saber profissional. E, por si só, já configura a característica principal da área: a interdisciplinaridade²¹¹. O tronco comum dos cursos de Comunicação Social reforça a formação pluralista de profissionais. A autora estabelece como competências comuns aos cursos:

- a) Que contemplem ciências fundadoras e essenciais para a comunicação social, tendo estas matérias natureza “introdutória”: Fundamentos da Sociologia, Antropologia, Filosofia, Psicologia, etc.
- b) Que se apresentem didaticamente iniciadoras ao campo profissional: Introdução ao Jornalismo/ Publicidade/ Cinema; à Fotografia, História da Imprensa, etc.
- c) Que apresentem conceitos teóricos dentro do próprio campo: História da Comunicação, Comunicação Comparada, Estética e Cultura de Massa, Política da Comunicação, Metodologia de Pesquisa em Comunicação, etc.
- d) Estejam ligadas ao estudo da língua/linguagem: Língua Portuguesa I, II e III, Semiótica, Fundamentos de Lingüística para a Comunicação, etc²¹².

O tronco comum no curso de Comunicação Social se presta não só à interdisciplinaridade mas também à troca de experiências entre os discentes. Na análise de ORLANO (2006), esse intercâmbio, dentro da perspectiva comunicacional, corrobora “uma tendência, na contemporaneidade”²¹³. Para a autora,

O crescimento de estudos de caráter inter-, trans- e multi- disciplinares parece ser bastante produtivo, pois inibe manter um olhar unidirecional sobre os fenômenos a serem analisados²¹⁴.

Na visão de TOMITA (2006), há os que se consideram estudantes de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas²¹⁵. Para a autora²¹⁶,

²⁰⁹A indefinição epistemológica da Comunicação se reflete na estruturação administrativa dos cursos de graduação. A ressalva da LDB, na regulação de 1999, foi feita em relação às escolas particulares que tinham liberdade maior para estruturar seus cursos, pois não eram obrigadas a seguir à risca as diretrizes da Lei anterior. As escolas públicas cumpriam porque fazem o que está expresso em lei. E somente isso. As privadas faziam o que estava em lei e ainda o que não estava.

²¹⁰(TOMITA, 2006, p. 64)

²¹¹Op Cit.

²¹²(ORLANO, 2006, p. 50)

²¹³(ORLANO, 2006, p. 191)

²¹⁴Ibidem.

Dentre as questões que acompanham o processo de ensino e aprendizagem nos cursos de Comunicação, existe um interminável debate sobre a formação de comunicadores generalistas ou especialistas. Esse debate tem origem na dicotomia do modelo humanista de ensino voltado à formação integral e o modelo tecnicista, com base na especialização e em saberes instrumentais. É importante procurar debates, avançar os limites da oposição teoria e prática em busca de possibilidades de elaborar modelos que consolidem a prática profissional do comunicador sem perder o sentido cultural e político necessários (...)

Nesse sentido, uma formação meramente voltada à prática que visa colocar um técnico ou uma mão de obra especializada no mercado faz perder o lado da postura reflexiva vital na formação de profissionais conscientes de sua participação no contexto que envolve a profissão do comunicador. Isso não significa que se deva perder de vista o caráter adaptativo da formação acadêmica ao mercado e às inovações profissionais, desde que não perca o desempenho crítico²¹⁷

Consideramos que a dicotomia entre humanismo e tecnicismo na formação em Comunicação Social é notada inclusive na estruturação do fluxo da grade curricular. MELO (2006) declara que

A busca do equilíbrio entre a formação humanística e técnico-profissionalizante do comunicador social na estrutura curricular dos cursos estas disciplinas ainda são compostas em dois eixos clássicos que acompanham o decorrer da história do ensino de Comunicação Social no Brasil, sendo as humanísticas nos primeiros semestres do curso (formação crítico-acadêmica) e as disciplinas técnico-específicas (formação técnico-profissionalizante) nos últimos semestres²¹⁸.

MELO (2006) justifica a dicotomia entre humanismo e tecnicismo na estruturação dos currículos como consequência ao fato de

Não podemos acreditar na atividade da comunicação como algo estranho, isolado, neutro e imparcial da sociedade, mas como parte integrante de interesses e intencionalidades que compõe a sociedade. Se por um lado o profissional que trabalha com os meios de comunicação influencia o público ao difundir idéias e interesses de onde trabalha, por outro, é influenciado pela sua trajetória pessoal e pelo próprio ambiente em que está inserido²¹⁹.

A atividade jornalística estruturou-se sobre a técnica, antes de chegar às universidades. Mesmo nos cursos de graduação, os alunos costumam fazer questionamentos quanto aos preceitos teóricos da formação profissional e aos práticos. RODRIGUES (2007) estudou a formação humanística da graduação em jornalismo e as

²¹⁵Op. Cit.

²¹⁶TOMITA afirma em seu trabalho que muitos discentes se consideram Comunicólogos. (TOMITA, 2006, p. 64-65)

²¹⁷(TOMITA, 2006, p. 65)

²¹⁸(MELO, 2006. p. 100)

²¹⁹(MELO, 2006. p. 100)

demandas imediatas dos estudantes²²⁰. Dentre seus entrevistados, a autora destaca uma fala que considera comum aos discentes:

“Por que tanta ‘ia’? Sociologia, Antropologia, Filosofia, Metodologia de Pesquisa, Teoria Política, Psicologia? O que a gente quer é ser jornalista! Queremos aprender a escrever, só isso”²²¹.

F. PENA (2006) considera que os estudantes costumam questionar a estrutura e currículo da formação em Comunicação Social (habilitação Jornalismo), tida muito ampla. O jargão de que o comunicador social seja um “especialista em generalidades”²²² é corriqueiro.

Na análise de RODRIGUES (2006), os alunos não têm convicção do que seja a formação universitária, nem da prática jornalística. Contudo, orientam e valorizam as atividades de cunho mais técnico²²³. Para a autora, pedagogicamente, há quem defenda o humanismo como referencial de criticidade e de criatividade²²⁴ oferecido apenas na universidade²²⁵.

MARCONDES FILHO (2002) trata da dimensão humana sobre técnica e valoriza erro de procedimento no fazer jornalístico como um “entrave”²²⁶ que não colocaria o jornalista a perder, pois a profissão não é baseada integralmente na técnica, mas sim, no trabalho do homem. Para o autor,

Os jornalistas são necessários como são necessários os especialistas, os pesquisadores, os críticos, os escritores, os professores. Eles são o que sobra de vivo nessa maquinaria toda, o que sobra de humano – talvez demasiado humano – na tecnificação total das existências que nos oferece sedutoramente a indústria do virtual, do interativo, e do tempo real... As tecnologias pretendem ser consistentes e completas... Mas não podem, porque nada é completo e consistente ao mesmo tempo. Já o homem – o jornalista, o filósofo, o médico, o professor – não é e nem deseja ser completo, pois a falha, a imprecisão, a dúvida fazem parte dele. E é dessa falha estrutural que advém sua grande

²²⁰RODRIGUES desenvolveu um estudo de caso sobre a formação humanística no curso de Comunicação Social da PUC-Campinas, tendo como aporte os graduandos que optavam pela habilitação em Jornalismo.

²²¹RODRIGUES, Regina. A formação humanística no curso de jornalismo das intenções às práticas. Dissertação (Mestrado em Educação), PUC-Campinas. 2007. p.12-13

²²²PENA, Felipe. O jornalista é um especialista em generalidades. Entrevista a Luís Erlanger concedida em 21/11/2006. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=408JDB004>, visita em 18-11-2007. Também publicado na revista Contracampo n° 15, edição de dezembro de 2006. Publicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense.

²²³Op cit.

²²⁴Os referenciais de criticidade e criatividade utilizados por RODRIGUES (2006) foram cunhados por CASTANHO (2000) em: “...seria possível pensar que duas das principais características da universidade – criticidade e criatividade – [...] referem-se precisamente a seu núcleo de crise. De fato, criticidade, até etimologicamente, é a capacidade de pensar a crise. E criatividade não é senão a capacidade de inventar soluções para as crises” (CASTANHO, Sérgio E. M.. A Universidade entre o sim, o não e o talvez in Veiga, Ilma P. Alencastro e CASTANHO, Maria Eugênia L. M. (orgs.) Pedagogia Universitária – A aula em foco. Campinas (SP): Papirus, 2000, 3ª. edição. p.15 apud RODRIGUES, 2006, p.29)

²²⁵Op cit.

²²⁶Entrave, na visão do autor, seria um obstáculo que bloqueia-se o trabalho.

vantagem e sua grande superioridade, pois, como dizia o velho filósofo, todos os caminhos são curvos, toda verdade é torta²²⁷.

No Brasil, existe um processo histórico que justifica a inclusão do curso de Jornalismo dentro do curso de Comunicação Social²²⁸ que iremos abordar na próxima seção.

O jornalista pode ter orientação predominantemente técnica ou humanista. A presente pesquisa distinguirá o curso de Comunicação Social e o de Jornalismo fazendo menção a implicações na formação profissional.

A abordagem será feita em relação ao histórico da estruturação dos cursos brasileiros de Jornalismo e em relação ao processo de profissionalização do jornalismo no país.

2.2.2.2 - Cursos de Jornalismo

Os cursos de formação profissional em Jornalismo são mais antigos que os de Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo). Consideramos na presente pesquisa a história dos cursos de Jornalismo diretamente ligada à história da imprensa brasileira²²⁹. Nosso entendimento encontra eco em BAHIA (1990) que postula sendo

“O que habilita o jornalista é um conjunto de exigências que muda de acordo com a época que a imprensa vive”²³⁰

²²⁷MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação & Jornalismo – A saga dos cães perdidos. 2ª edição. São Paulo: Hacker Editores, 2002 . p.150

²²⁸Ressalta-se que o curso de Jornalismo nasceu de forma autônoma, mas foi anexado ao de Relações Públicas e Propaganda e Publicidade, durante a Ditadura Militar, nos cursos de Comunicação Social. Segundo TOMITA (2006): “inicialmente, o curso de Comunicação Social, em 1962, era voltado à habilitação de Jornalismo e apresentava diversas dificuldades. José Marques de Melo já alertava em 1979 sobre as necessidades específicas da formação profissional em Comunicação, visto que é uma área complexa e tem sua característica pautada na generalidade, diferente das propostas de especificidades das disciplinas e das matérias escolares. Essa dificuldade é encontrada também nas demais habilitações além do Jornalismo: Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Editoração, Cinema e Rádio e TV. As habilitações da Comunicação Social exigem profissionais versáteis e com formação ampla e híbrida, contemplando as formações humanística, profissionalizante, específica e técnica, estas indispensáveis ao exercício profissional” (TOMITA, 2006. p. 65)

²²⁹O estudo do processo histórico de estruturação do ensino em jornalismo leva em conta a história da própria profissão, entrelaçada por períodos de transformações econômicas e sociais. No caso do jornalismo, os pressupostos de Objetividade e as técnicas decorrentes alteraram a forma de trabalho no meio jornalístico. A chegada dos referenciais objetivos aconteceu nos anos 50, mas a grande reviravolta na técnica ocorreu na reforma editorial do Jornal do Brasil nos anos 60, quando houve grande adesão da imprensa ao Jornalismo Informativo no país.

²³⁰BAHIA, Juarez. Jornal, História e Técnica – História da Imprensa Brasileira. 4ª edição, revista e aumentada. São Paulo: Editora Ática, 1990.p.32

O jornalista Pompeu de Souza trouxe a técnica do Lead americano para o Brasil nos anos 50 e Danton Jobim começou imediatamente a sua aplicação no Diário Carioca. No entanto, a influência desse novo referencial tomou força na famosa revolução editorial do Jornal do Brasil, nos anos 60²³¹. Considerado por muitos como o marco do fim do Jornalismo Opinativo e início do Jornalismo Informativo no país²³². DUME (2007) recupera esse fato histórico da seguinte forma:

A reforma editorial [do Jornal do Brasil], no entanto, não se limitou apenas à introdução da técnica do lide e sublide — o que, sozinha, já foi uma revolução — mas incluiu também uma série de inovações que correspondiam à modernização do idioma escrito. Pode-se dizer que Pompeu de Souza está para o jornalismo assim como a Semana de Arte Moderna de 1922 está para a literatura²³³.

A atividade jornalística é comercial e burguesa desde sua origem, em Gutemberg. Entretanto, com o advento do Jornalismo Informativo no Brasil instaurou-se o processo de profissionalização da área. O fechamento do mercado de trabalho em jornalismo vinculou o exercício da profissão aos portadores de diploma universitário²³⁴.

A demanda por jornalistas com formação universitária era procedente de uma orientação americana da nova técnica de se fazer jornalismo²³⁵. Contudo, as universidades brasileiras possuíam uma estrutura europeia de ensino²³⁶. Desta forma, os cursos de formação em jornalismo foram estruturados em dois eixos de ensino: o técnico e humanístico.

Os primeiros esforços para a criação de um curso de Jornalismo datam de 1908, capitaneados pela então Associação de Imprensa, que hoje é conhecida como Associação Brasileira de Imprensa, ABI²³⁷. Oficialmente, o primeiro curso a operar foi idealizado pelo jornalista e empresário Cásper Líbero, em 1947. Contudo, a referência não é pacificamente aceita.

²³¹ Assunto explorado no primeiro capítulo na seção 1.1.2: Objetividade – Contexto Nacional.

²³² Todo o processo histórico em relação a esse fato é abordado no capítulo da Objetividade e do texto jornalístico.

²³³ DUME, Paula; KALLÁS, Mayra. Um casamento perfeito - O catedrático Danton Jobim e o pragmático Pompeu de Souza na reforma da imprensa brasileira. Disponível em www.lide.org. Acessado em 12-12-2007. Sem data de publicação do texto. Utilizaremos como referência o ano de acesso para marcação temporal da fala do autor.

²³⁴ Argumentação exposta na seção 2.1.6: Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil.

²³⁵ Argumentação exposta na seção 1.1.2: Objetividade – Contexto Nacional.

²³⁶ Argumentação exposta na seção 2.2.2.1: Cursos de Comunicação Social.

²³⁷ Não só os empresários de comunicação, mas os próprios jornalistas já lutavam pela causa. Tanto que em 1918 houve o 1º Congresso Brasileiro de Jornalistas que teve como pauta a implantação de um curso de formação em Jornalismo. (SANTANA, 2001, p. 52)

Diversos autores que estudam a História da Imprensa Brasileira divergem quanto à paternidade em relação ao primeiro curso de Jornalismo. Há o grupo²³⁸ que diz ser o 1º Congresso Brasileiro de Jornalistas, em 1918, que o implantou no mesmo ano na Universidade do Distrito Federal (atual UFRJ). Nessa perspectiva, o criador seria o intelectual Anísio Teixeira²³⁹. Nesse eixo, o curso teria durado apenas 17 anos, até 1935, quando foi desativado.

Os autores costumam utilizar Casper Líbero como marco histórico pelo fato do curso que ele fundou não ter sido fechado e por ter sido implementado pela iniciativa privada paulista.

No caso de Anísio Teixeira, o curso foi fundado pela esfera pública, governamental, e desativado pelo próprio governo por decreto do presidente Vargas²⁴⁰.

M. de MELO (1974 apud 2001) é jornalista e pesquisador da Universidade de São Paulo²⁴¹ e resume o conflito de autoria da seguinte forma:

Só em 1947, depois que o Ministério da Educação fixou as diretrizes pedagógicas para os cursos de jornalismo, começou a funcionar a instituição idealizada por Cásper Líbero, proprietário do grupo Gazeta. A Escola de Jornalismo Cásper Líbero permaneceu agregada à Faculdade de Filosofia da PUC, até 1958, quando o Governo Federal permitiu a iniciativa do ensino de Jornalismo em instituto autônomo, com regimento próprio dentro da estrutura universitária. O segundo curso de jornalismo seria o da Universidade do Brasil, no Distrito Federal (também UFRJ, antiga Universidade do Distrito Federal), instalado em 1948. Daí para frente, outras experiências seriam erigidas²⁴².

Os cursos de Jornalismo antes da unificação dos currículos, pelo Ministério da Educação, em 1949, tinham foco na formação humanística (formação de cunho europeu,

²³⁸O conflito está em outorgar a autoria a um empresário de comunicação ou a um estadista. Os pesquisadores de comunicação da Universidade de São Paulo e, a grande maioria dos programas de Comunicação, costumam dar a titulariedade ao empresário paulista Cásper Líbero. Os pesquisadores em Educação e uma pequena margem dos de Comunicação concedem a autoria a Anísio Teixeira.

²³⁹Advogado, escritor, intelectual e educador brasileiro que provocou mudanças estruturais na educação nos anos 20 e 30. Difundia o conceito de Escola Nova, um movimento pela institucionalização do ensino no Brasil de modo que ele fosse público, gratuito, laico e obrigatório.

²⁴⁰O curso fechou mais por uma implicação de política nacional do que por suas competências. O golpe que instituiu o Estado Novo no país extinguiu a escola. A Universidade do Distrito Federal passou a se chamar, por decreto de Vargas, Universidade do Brasil. (SANTANA, 2001, p. 52)

²⁴¹Consideramos na presente pesquisa que os próprios profissionais de jornalismo preferiam que o fundador do primeiro curso tenha sido um jornalista. No caso de M. de MELO a preferência pela autoria sendo da iniciativa privada ecoa no trecho:

²⁴²(MELO, José Marques, *Pedagogia da Comunicação: As experiências Brasileiras*. In: *Contribuições para uma pedagogia da Comunicação*. 1974. p 12-69) apud SANTANA, Wedencley. O discurso da notícia: objetivismo jornalístico e seus efeitos. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFF. 2001. p.43-44.

que prezava pela ética e intervenção social)²⁴³. Com o Golpe Militar (1964), o foco da formação profissional passou a ser tecnicista. RODRIGUES (2006) recupera esse período da seguinte forma:

A adoção desse modelo corresponde também ao contexto político e social do Brasil a partir do fim do Estado Novo, em 1945. O país vivia então um processo de redemocratização e alinhava-se ao bloco antifacista, vitorioso na II Grande Guerra. O terreno ideológico era, portanto, favorável a uma ênfase ao debate, à livre expressão e a toda uma concepção de jornalismo em moldes liberais. A ênfase humanística pode ser percebida, por exemplo, no currículo do Curso de Jornalismo da Fundação Cásper Líbero, o pioneiro. De um total de 18 disciplinas, apenas seis são específicas à área profissional²⁴⁴.

Nesse período antes do Golpe Militar (1964), os alunos dos cursos de Jornalismo vinham do cotidiano da imprensa, já tinham prática jornalística. Os discentes queriam exatamente a dimensão humanística do jornalismo e ampliação do conhecimento. Para MEDINA (1988),

A intenção era positiva e a oferta da universidade não frustrou essas primeiras gerações que estudavam então História, Literatura, Filologia, Sociologia, Ciência Política, Estética, Filosofia²⁴⁵.

O conflito entre o Humanismo e Tecnicismo como referencial na formação profissional do jornalista perdura até hoje. Para RODRIGUES (2006),

O vínculo com a prática desenvolvida nas empresas jornalísticas, sem que houvesse então uma reflexão teórica sobre ela, criou um vácuo. De um lado, os profissionais se notabilizavam pela sua cultura geral e formação humanística. De outro lado, a escola apenas se encarregava de reproduzir, do ponto de vista prático, aquilo que já se fazia, sem o exercício de examinar teoricamente o seu fazer. Nesse sentido, cria-se, e esta será uma constante na história do ensino de jornalismo, a primeira versão da dicotomia entre formação profissional e formação humanística. Elas funcionam, nessa primeira etapa, como compartimentos estanques, sem vínculos que permitissem o pensar a própria profissão e os modelos de jornalismo praticados cotidianamente²⁴⁶.

Depois do fechamento do mercado e restrição de acesso aos portadores de diploma, o perfil de alunos dos cursos de Jornalismo deixou de ser dos repórteres e passou a ser de discentes oriundos do ensino secundarista²⁴⁷. Para MELO (2006),

²⁴³ A formação era humanística com o aporte teórico da Filosofia, Sociologia, Antropologia. Os jornalistas desse período já tinham experiência prática na imprensa e ampliavam seus conhecimentos nos cursos de Jornalismo. Com o Golpe Militar (em 1964) e posterior regulamentação da profissão (em 1969), os jornalistas passaram a frequentar primeiro as universidades para depois assumir o cotidiano profissional.

²⁴⁴ (RODRIGUES, 2006, p. 69)

²⁴⁵ MEDINA, Cremilda. Notícia – Um Produto à Venda – Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial. 4ª edição. São Paulo: Summus Editorial, 1988. p. 143

²⁴⁶ (RODRIGUES, 2006, p. 70)

²⁴⁷ Antigo segundo grau; hoje, classificado como ensino médio, pelo Ministério da Educação.

Neste período, professores, alunos e profissionais já identificavam alguns problemas no curso de jornalismo:

1 – falta de autonomia da área de comunicação, pois os cursos estavam vinculados à faculdade de filosofia;

2 – sobreposição de aulas teóricas sobre as práticas;

3 – falta de dinamismo nos currículos que não acompanhavam as necessidades da época, pois as empresas de comunicação aumentavam, assim como as tiragens dos jornais, exigindo maior preparo técnico e específico para as funções.

Esta situação gerou insatisfação dos estudantes, professores e empresários da comunicação²⁴⁸.

O novo perfil de estudantes nos cursos de jornalismo implicou na criação dos primeiros jornais laboratórios. Tal medida foi uma opção pedagógica tomada frente a inexperiência dos discentes que não dominavam a prática da escrita jornalística tão bem quanto os repórteres (alunos de outrora). MELO (2006) considera sobre o período que

De um modo geral, os ex-alunos [graduados] alegavam se sentiam despreparados para o mercado de trabalho pela falta de aulas práticas e estágios obrigatórios; professores desatualizados; matérias técnicas deficientes, ministradas de modo teórico e separadas do jornalismo moderno; os cursos de cultura geral não eram especializados em jornalismo e o currículo era desatualizado. Havia um descompasso entre as exigências da área e o ensino oferecido. Se o início do curso de comunicação estava distante das empresas, a visão dos empresários paulistas confirmava a deficiência técnica dos ex-alunos, pois alegavam, que os jornalistas formados eram dotados de boa cultura humanística, mas despreparados do ponto de vista técnico-profissional²⁴⁹.

O curso de jornalismo, no Brasil, mudou com o Golpe Militar (1964). Um novo currículo foi criado e adequado às necessidades políticas de contenção do espírito crítico da imprensa. Como o referencial de Liberdade de Imprensa não podia ser exercido em sua plenitude durante o Regime Militar, os cursos de formação profissional tiveram seus currículos alterados em vista do contexto político-social. RODRIGUES (2006) considera sobre esse período que

O momento político da Ditadura Militar trouxe repressão, censura, desmonte das universidades públicas e adoção de um modelo de desenvolvimento que favorece a iniciativa privada, tanto no campo dos investimentos em veículos de comunicação (basta lembrar da política de concessões de direito a canais de televisão), quanto da participação do capital privado no “negócio” do ensino. Relativamente à expansão dos veículos de comunicação, vale ressaltar que ela se fez acompanhar de importação de tecnologia, colocando a questão da formação técnica no centro do debate para a profissionalização do jornalista²⁵⁰.

A partir do Golpe Militar (1964), o curso de Jornalismo perdeu autonomia e foi

²⁴⁸(MELO, 2006. p. 17-18)

²⁴⁹(MELO, 2006. p. 18)

²⁵⁰(RODRIGUES, 2006, p. 72)

incluído na grade do curso de Comunicação Social²⁵¹.

O Governo Militar tinha estreito relacionamento com os EUA, tendo em vista o contexto de Guerra Fria²⁵². Houve um esforço internacional, liderado pela UNESCO, para favorecer a formação tecnicista e, pouco crítica, no ensino de jornalismo. Foi quando entrou em cena o Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação, CIESPAL, na América Latina. MEDITSCH (1992 apud 2006) considera que

Em 1948, uma conferência da UNESCO realizada em Paris recomendou maior atenção com a formação dos jornalistas no Terceiro Mundo. A entidade, na época amplamente dominada pelos Estados Unidos e pelo espírito da guerra fria, advertia que o jornalismo podia agravar, se mal inspirado, os desajustamentos entre grupos, classes e partidos ou atenuá-los até o ponto de extingui-los, se baseado na boa compreensão dos fatos e na lúcida revelação dos mesmos²⁵³.

Para MEDITSCH (1992), a CIESPAL tinha dois intuitos em relação ao curso de jornalismo: fortalecer o tecnicismo e gerar despolitização dos estudantes. Para o autor, “essa máscara de modernização só representava uma investida no sentido de conter uma ‘cubanização’ na América Latina”²⁵⁴.

Durante a Ditadura Militar, a habilitação em Jornalismo passou a ser domínio praticamente das escolas privadas. MEDITSCH (1992 apud 2006) declara que “só em 1969, o Ministério da Educação, por meio do Conselho Federal de Educação, estipulou um currículo mínimo para a formação do ‘Comunicador Polivalente’”²⁵⁵. O intuito era o de formar comunicadores sociais, em detrimento de jornalistas²⁵⁶.

No mesmo ano (1969), o exercício da profissão de jornalista foi

²⁵¹Durante o período militar, os profissionais de Relações Públicas foram muito evidenciados nas organizações governamentais e empresariais. A prática jornalística era restringida na liberdade de expressão e de imprensa, refletida também nos cursos de formação.

²⁵²Disputa política econômica capitaneada pelos EUA e Rússia que bipolarizava o mundo entre os sistemas Capitalismo e Socialismo.

²⁵³MEDITSCH, Eduardo. Adeus, CIESPAL: Ruptura Brasileira no Ensino de Jornalismo. in KUNSCH Margarida M. Krohling (org.), Ensino de Comunicação: Análises, Tendências e Perspectivas Futuras. São Paulo: ABECOM, ECA/USP. 1992. p. 199, apud (RODRIGUES, 2006, p. 72)

²⁵⁴Essa perspectiva histórica da estruturação dos cursos de jornalismo baseados no tecnicismo não é aceita por todas Faculdades de Comunicação em seus programas de ensino. A caracterização relativa à técnica costuma referenciar apenas a revolução editorial do Jornal do Brasil e a introdução das técnicas americanas de redação jornalística (Lead e Pirâmide Invertida). Muitos programas de jornalismo, ainda hoje, não se interessam por essa nuance política relativa à formação do jornalista e das escolas.

²⁵⁵Op cit.

²⁵⁶Dentro do contexto da formação polivalente: “as escolas de Comunicação (agregando outras habilitações, como Publicidade e Propaganda e Relações Públicas) surgiram no Brasil na década de 60, em Brasília e em São Paulo. Em 1963, a Universidade de Brasília implantou a sua Faculdade de Comunicação de Massa, e em 1966 a Universidade de São Paulo criou a Escola de Comunicações Culturais. Hoje esta instituição denomina-se Escola de Comunicação e Arte (ECA)” COUDO, Nadia. Educação, imprensa e modernização um estudo histórico da formação do jornalista no Brasil. Dissertação (Mestrado em Educação), UNESC. 2007. p. 84

Pompeu de Souza ainda lecionava em Cursos de Jornalismo e nos recentes Cursos de Comunicação Social. O jornalista chegou a dar aula na UNB quando morou em Brasília.

regulamentado²⁵⁷. O curso de Jornalismo foi reconfigurado e agrupado a um tronco comum com Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Foi quando surgiu a terminologia Curso de Comunicação Social.

MELO (2006) avalia que, nesse contexto,

Apesar do “comunicador polivalente” só ter vigorado na resolução 11/69, o Estado, pelo currículo mínimo, passou a não só conceder o funcionamento dos cursos, mas também controlá-los, direcionando a formação dos profissionais da área, sobrava, portanto, pouca flexibilização para as Instituições de Ensino Superior (IES) formarem diferentes profissionais conforme as especificidades e necessidades de cada região. As amarras do currículo mínimo criadas no período do regime militar geravam insatisfações de profissionais e instituições que passaram a reivindicar maior liberdade e autonomia na concepção e gerenciamento de seus cursos, fato este que, apesar das polêmicas, ocorreu a partir da década de noventa, com a nova Lei de Diretrizes e Base da Educação (LDB/96)²⁵⁸.

O detalhamento do que é o exercício do jornalismo, em lei²⁵⁹, marca a mudança de paradigmas na formação de jornalista. No artigo Ciespal trouxe progresso... e o problema quase insolúvel do comunicólogo, MEDITSCH (2007) considera

A concepção do "comunicador social", profissional de múltiplos instrumentos pensado à imagem dos médicos de pés descalços chineses, para tirar o continente do atraso cultural e tecnológico, moldou os nossos cursos universitários e a área acadêmica. Este profissional polivalente foi logo rejeitado pelo mercado e a sociedade, mas seu fantasma continua até hoje orientando nossos projetos pedagógicos e de investigação científica. Perpetuado numa universidade que vive de costas para a realidade, elevado da condição de comunicador a de comunicólogo, é o grande responsável pela falta de vínculo entre a teoria e a prática em nosso campo de conhecimento, com graves prejuízos para a formação profissional²⁶⁰.

MOURA (2000) sintetiza as fases de mudanças no curso de Jornalismo e de Comunicação Social, em três décadas (anos 60, 70 e 80), da seguinte forma:

-do início dos cursos até a segunda metade da década de 60 – Fase Clássico-Humanística: caracterizada pela inspiração européia, clássica, com ênfase aos estudos filosóficos, históricos e literários do Jornalismo e à cultura geral, assim, como ao ensino do Jornalismo gráfico;

-década de 60 – Fase Científico-Técnica: baseada no ensino norte-americano de Comunicação, dando ênfase ao estudo da Comunicação com enfoque funcionalista e

²⁵⁷Decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista.

²⁵⁸(MELO, 2006, p. 21)

²⁵⁹A lei que cria a profissão (já citada).

²⁶⁰MEDITSCH, Eduardo. Ciespal trouxe progresso... e o problema quase insolúvel do comunicólogo. Artigo do III Ciclo de Estudos sobre a Escola Latino-americana de Comunicação. Disponível em, <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-ciespal.html>. Acessado em 19-11-2007. Utilizamos a data de acesso para marcação temporal tendo em vista o texto não ter data de publicação expressa.

empírico (pesquisa quantitativa), e ao ensino técnico e instrumental, assim como ao ensino do Jornalismo impresso, Publicidade e Relações Públicas;

-década de 70 – Fase Crítico-Reflexiva: enfatiza os estudos teóricos da Comunicação, os fundamentos para uma teoria da Comunicação adequada à sociedade latino-americana com o distanciamento da prática profissional, crítica aos modelos teóricos importados nas fases anteriores, e tem como resultado das reflexões: teses, livros, artigos e melhoria do ensino teórico;

-década de 80 - identificada pelas críticas dos setores empresariais e oficiais ao ensino da Comunicação, solicitando a extinção dos cursos, pela defesa dos setores acadêmicos e profissionais aos Cursos de Comunicação devido ao conhecimento e pesquisa da área, pelas críticas dos professores, estudantes e profissionais à qualidade do ensino nos Cursos de Comunicação, e críticas dos professores à falta do objeto específico da Comunicação, revelando uma crise de identidade²⁶¹.

Há quem diga que exista um problema de identidade nos cursos de formação profissional de jornalistas até hoje. A crítica do jornalista e professor Victor Gentili é a de que

O estudante é induzido a um processo esquizofrênico através de uma lavagem cerebral em que, durante a metade teórica do curso, ele é convencido a abandonar e desprezar sua vocação. Neste processo, os estudantes que passam por nossos cursos são obrigados a uma opção dramática: ou desprezam a teoria ensinada e reafirmam a vocação profissional que os levou à faculdade, desenvolvendo uma forte resistência à atividade teórica, ou abandonam a vocação inicial e tornam-se "comunicadores" sem mercado de trabalho e sem prática, só encontrando colocação na própria universidade como "comunicólogos"²⁶².

A dimensão humanista e tecnicista dos cursos de Jornalismo, e dos de Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo), influencia o aprendizado da técnica jornalística, desde a formação profissional. Analisemos a seguir o contexto do Fazer Jornalístico na figura do estágio profissional e do jornal-laboratório.

2.3 - O Fazer Jornalístico

Os cursos de formação profissional de jornalistas²⁶³ trabalham a dimensão humanística e técnica. Pedagogicamente²⁶⁴, a experiência do Fazer Jornalístico é vivida nos cursos de graduação pelo exercício do estágio universitário (prática assistida) e pela

²⁶¹MOURA, Cláudia. A Comunicação Social na Legislação de Ensino Brasileira: do Currículo Mínimo às Novas Diretrizes Curriculares. São Paulo. Tese (Doutorado em Comunicação), USP, 2000. p. 24

²⁶²MEDITSCH, Eduardo. Ciespal trouxe progresso... e o problema quase insolúvel do comunicólogo. Artigo do III Ciclo de Estudos sobre a Escola Latino-americana de Comunicação. Visitado na data de 19-11-2007, <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-ciespal.html>.

²⁶³Vamos nos reportar a cursos no sentido genérico, saindo do referencial da seção anterior na qual denominávamos "cursos de Jornalismo" e "cursos de Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo).

²⁶⁴A título de esclarecimento: a presente pesquisa não tem como objetivo fazer os enquadramentos pedagógicos do Ensino em Jornalismo, nem utilizar terminologias, a rigor, oriundas do campo da Educação.

produção dos jornais laboratório (simulação do cotidiano das redações).

2.3.1 - O Estágio Universitário em Jornalismo

Há momentos distintos da inserção do estágio na formação jornalística. Em 1969, o estágio universitário em jornalismo acontecia sem restrições²⁶⁵. Em 1979, foi proibido²⁶⁶. O período de 10 anos entre as regulamentações (Decreto-lei de 1969 e o Decreto de 1979) é caracterizado por um momento que favoreceu a exploração de estagiários em empresas jornalísticas. Durante o período citado, os empresários substituíram a mão-de-obra profissional pela estudantil, por ser mais barata.

VALVERDE (2006) considera o estágio em jornalismo como tendo “um papel pedagógico importante na formação dos novos jornalistas, preparando-os para as exigências do atual mercado de trabalho”²⁶⁷.

A proibição do estágio para que não houvesse exploração limitou o exercício prático das técnicas jornalísticas ao ambiente acadêmico²⁶⁸, mas não teve efeito absoluto. Os estágios são comuns, assim como os programas de estágio (resultado de parceria entre as universidades e empresas) até hoje.

VALVERDE (2006) faz as seguintes constatações em relação ao anseio dos estagiários, jornalistas profissionais, professores de Jornalismo e sindicalistas sobre o estágio na formação do jornalista:

1 – os ex-estagiários são favoráveis à obrigatoriedade do estágio, pois o consideraram fundamental para a sua formação, complementando os ensinamentos recebidos na escola, além de lhes possibilitar uma colocação no mercado de trabalho depois de formados.

2 - os jornalistas supervisores nas empresas jornalísticas também se manifestaram a favor da obrigatoriedade e apontaram a necessidade dos estudantes fazerem essa formação antes de atuar como profissionais, pois a maioria deles sai despreparada das

²⁶⁵O Decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969 criou a profissão de jornalista, durante a Ditadura Militar. Mais tarde, no início da abertura política, houve nova redação com o Decreto 083.284, de 13 de março de 1979.

²⁶⁶“Constitui fraude a prestação de serviços profissionais gratuitos, ou com pagamentos simbólicos, sob pretexto de estágio, bolsa de estudo, bolsa de complementação, convênio ou qualquer outra modalidade, em desrespeito à legislação trabalhista e a este regulamento” (Decreto nº 83.284, de 13 de março de 1979, Art. 19).

²⁶⁷VALVERDE, Franklin. O papel pedagógico do estágio na formação do jornalista. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2006. p.7

²⁶⁸O estágio em Jornalismo é proibido por lei, mas nem por isso deixa de existir ou se vincular a vida estudantil. Existe até o Programa de Estágio Acadêmico em Jornalismo, idealizado pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, em parceria com empresas de comunicação e universidades. Informações disponíveis em: www.fenaj.org.br/educacao/programa_estagio_jornalismo. Acessado em 15-11-2007.

universidades. Além disso, podem se certificar se essa é mesmo a profissão de desejam seguir.

3 - entre os coordenadores de Jornalismo dos cursos, os que se manifestaram favoráveis à obrigatoriedade ressaltaram a possibilidade dos alunos conviverem em uma redação com profissionais habilitados. Já os que se posicionaram contrariamente ressaltaram que, se isso acontecesse, teríamos inúmeros problemas, como a falta de vagas para todos estagiários, além da possibilidade de “acertos” para se cumprir o estágio.

4 - nos depoimentos obtidos dos líderes sindicais também registramos, por unanimidade, a posição contrária à obrigação do estágio, apesar de todos defenderem a existência da prática do estágio, de forma controlada, como sugerem e defendem os sindicatos de jornalistas e a Federação Nacional dos Jornalistas. Os motivos apresentados para a não obrigatoriedade concentram-se na atuação nociva de certas empresas que aproveitariam para explorar os estagiários como mão-de-obra barata, além da ocupação, por estudantes, de postos de trabalho de jornalistas habilitados²⁶⁹.

VALVERDE (2006) identifica²⁷⁰, um impasse: estudantes, professores e jornalistas profissionais são a favor da legalização do estágio. Somente o sindicato é contra²⁷¹.

Segundo a pesquisa de VALVERDE (2006), o fato dos Sindicatos se oporem à legalização do estágio não incorre na reprovação de sua prática, propriamente dita. Não é comum haver denúncias sobre estudantes que estejam fazendo estágio (que pela letra da lei é proibido) ou que estejam sendo explorados, nem nos Sindicatos, nem na Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ²⁷². O autor faz questionamentos em relação à resistência e à aceitação do estágio:

1 – Se os setores envolvidos são favoráveis ao estágio em Jornalismo [universidades, sindicato e empresas de comunicação], por que não estendê-lo a todos os estudantes, já que a sua validade e benefício são reconhecidos e recomendados?

2 - A atual legislação não contempla o estágio como uma prática legal. É preciso buscar a sua modificação, trabalhando conjuntamente com as escolas de Jornalismo, as empresas de comunicação e os Sindicatos e a Federação Nacional de Jornalistas?

3 - As empresas [de comunicação] não possuem um projeto de desenvolvimento de estágios, portanto é preciso elaborar, em conjunto com todos os setores envolvidos, um que atenda todos os preceitos pedagógicos?²⁷³

VALVERDE (2006) afirma que o modelo brasileiro (contemporâneo) de estágio em jornalismo tem condições até de ser exportado²⁷⁴. Para o autor,

²⁶⁹(VALVERDE, 2006, p.118)

²⁷⁰A tese de doutorado de VALVERDE (2006) teve como recorte os discentes e professores da Escola de Artes e Comunicação (ECA) da Universidade de São Paulo, além do Sindicato de Jornalistas de São Paulo e profissionais de jornalismo da capital paulista.

²⁷¹O procedimento para resolver o problema seria a criação de um novo dispositivo legal sobre o exercício da profissão ou a emenda da norma já existente. Contudo, há quase três décadas (1979), o próprio sindicato se manifestou a favor da proibição. Naquela época, o argumento era evitar a antecipação da entrada dos estudantes no mercado e possível exploração da mão-de-obra.

²⁷²Op. Cit.

²⁷³(VALVERDE, 2006, p. 180)

A formação específica em nível superior é o caminho certo, defendido por inúmeros profissionais gabaritados e pesquisadores competentes, servindo até de modelo para outros países, como a Itália, que, reconhecidamente, aprovaram o nosso sistema e passarão a adotá-lo²⁷⁵.

Além da visão otimista quanto ao modelo de estágio universitário em jornalismo utilizado atualmente, VALVERDE (2006) defende seu enquadramento como obrigatório nos cursos de formação profissional:

A volta do estágio em Jornalismo, como item de obrigatoriedade para a obtenção do diploma em nível superior, inaugurará uma nova etapa na profissão de jornalista no Brasil²⁷⁶.

A proibição e a legalização do estágio estão ligadas à questão da exploração da mão-de-obra estudantil, ao momento político no país (se favorece ou não a Liberdade de Imprensa) e à regulamentação das atividades profissionais em jornalismo (como a proibição estágio). A presente pesquisa não esgotará tais fatores.

A seguir, abordaremos o universo dos jornais laboratoriais como dimensão da experiência prática do Fazer Jornalístico na formação profissional.

2.3.2 - Jornal-laboratório

Para D. OLIVEIRA (2007), o jornal-laboratório²⁷⁷ tem como função a inserção dos alunos do curso de jornalismo para desenvolver os processos e técnicas jornalísticas apreendidas na sua vivência teórica e crítica da sala de aula a ser transportada para as

²⁷⁴ Apesar dos conflitos, o acompanhamento do estágio no país está próximo de outros modelos no mundo. “É o caso da Argentina onde o candidato a jornalista deve ter, no mínimo, vinte anos de idade, trabalhar por dois anos em uma empresa jornalística na função de aspirante, podendo depois desse período solicitar o registro como jornalista profissional. Na Alemanha, os novos profissionais realizam um estágio de três meses, sendo necessária sua comprovação na hora da efetivação em uma empresa jornalística, pois sem ela não há possibilidade de contratação. Além disso, a maioria dos profissionais alemães é diplomada. No caso francês, o estágio também está presente como quesito para o desempenho profissional. Nesse país, se o futuro jornalista cursou uma das doze escolas de Jornalismo autorizadas, basta fazer um ano de estágio antes de exercer a profissão. Mas se o interessado não passou por uma delas, terá que realizar dois anos de estágio. Na Itália, é obrigatório fazer primeiramente um estágio de 18 meses, contratado por uma empresa de comunicações; ao final, o candidato prestará um exame na Ordem dos Jornalistas Italianos. Se for aprovado, deixa de ser estagiário ou aspirante e passa a redator com o registro de jornalista profissional” (VALVERDE, 2006, p. 181)

²⁷⁵ (VALVERDE, 2006, p. 181)

²⁷⁶ Ibidem.

²⁷⁷ Na pesquisa bibliográfica, encontramos a designação “jornal-laboratório” em dissertações, teses e livros especializados da área de Comunicação. Utilizaremos a palavra com o hífen, tendo em vista nos reportarmos a dados e pensamentos estabelecidos por autores que se reportavam dessa forma. Não conseguimos justificar, no sentido conceitual, porque alguns autores utilizam a palavra com hífen e outros não.

páginas do jornal-laboratório²⁷⁸. Essa idéia de simulação do cotidiano profissional é comum aos pesquisadores do tema.

Com a proibição do estágio universitário em jornalismo, em 1979, o jornal-laboratório tornou-se praticamente obrigatório nos cursos de formação de jornalismo para assegurar a experiência prática dos alunos dos cursos de Jornalismo e Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo).

Nesse período, havia um desequilíbrio no mercado. Segundo PACHECO (2007), as redações dos jornais estavam cheias de estudantes de jornalismo (mal-remunerados) e um grande número de profissionais desempregados²⁷⁹. Para o autor,

Os Jornais laboratórios surgiram depois da instituição do decreto 83.284/79 que proibia em seu artigo 19 o estágio profissional para os graduandos em jornalismo e relatava que constitui fraude a prestação de serviços profissionais gratuitos, ou com pagamentos simbólicos, sob pretexto de estágio, bolsa de estudo, bolsa de complementação, convênio ou qualquer outra modalidade, em desrespeito à legislação trabalhista e a este regulamento²⁸⁰.

A experiência prática nos jornais-laboratoriais era feita com poucos recursos e de modo simplório, durante os anos 80. Com a chegada dos computadores pessoais²⁸¹ e da internet nas universidades, na década de 90, o espaço de simulação da prática jornalística ganhou qualidade nos processos de composição, edição e impressão. O baixo custo de composição de material impresso também proporcionou o surgimento das agências universitárias de notícias. Para VIERA (2002),

O jornal-laboratório constitui espaço essencial de ensino aprendizagem para a formação de jornalistas na universidade. Sua função é a de criar ambiente propício para a reprodução dos processos jornalísticos, em situações práticas, vivenciadas pelos alunos, das quais os professores extraem evidências para explicar as teorias que embasam a profissão.

Assim, o alunado abrange uma visão de erros e acertos práticos, ou melhor, daquilo que é adequado ou inadequado como diretrizes de produção editorial impressa²⁸².

SANTOS (2007) faz uma distinção em relação à produção do jornal-laboratório:

²⁷⁸OLIVEIRA, Dennis de; RODELLI, Patrícia. Jornal-laboratório: prática extensionista articulada com a dimensão ética do jornalismo. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v.1, n.1, p.106-125, abr./jul. 2007. p. 116. Disponível em www.portcom.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007.

²⁷⁹PACHECO, Roni. A Importância do Jornal Laboratório Portal na Formação do Jornalista: a perspectiva do aluno. Disponível em www.jornalismo.ufsc.br/redealcar. Acessado em 12-12-2007.

²⁸⁰Ibidem.

²⁸¹Personal Computers ou PCs são os primeiros computadores utilizados em meio residencial. Eram menores e não requeriam grande estrutura como os antigos complexos de informática.

²⁸²VIEIRA, Antônio. Uma pedagogia para o Jornal Laboratório. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2002.p. 10

os jornais escritos para o público interno da universidade e os voltados para a comunidade a redor²⁸³. Para o autor, quando há agências universitárias de notícias²⁸⁴, o foco é o público externo²⁸⁵.

O jornal-laboratório feito pelos estudantes de jornalismo vai além da mera simulação da prática jornalística. A eficácia está no alcance notícia produzida pelo estudante de jornalismo na universidade e na comunidade ao redor. Para M. OLIVEIRA (2005),

É na universidade que o aluno deve receber o treino, através da didática aplicada no jornal-laboratório. Isto porque o espaço da universidade permite que se alie o processo de produção à reflexão do fazer jornalístico. Não só simular situações profissionais, mas também vivenciá-las tomando conhecimento de visão de conjunto ao que rege toda a estrutura do processo jornalístico na elaboração de um jornal impresso²⁸⁶.

Para M. OLIVEIRA (2005), o jornal-laboratório, por ser um espaço de experimentação, oferece vivências em coberturas pouco comuns ao noticiário tradicional, das empresas de comunicação. Para a autora,

O aluno deve buscar utilizar os seus conhecimentos e sua criatividade ao produzir os textos com a clareza de saber diferenciar assuntos de interesse pessoal de assuntos de interesse público. Todo o processo técnico de uma estrutura para a produção de um periódico impresso como a escolha da pauta, a escolha das fontes, a fotografia, a redação, a apuração, a edição até a publicação, em discussão com os colegas, pode construir alternativas diferenciadas dos modelos já existentes de jornais no mercado capital²⁸⁷.

SANTOS (2007) considera que objetivo do jornal-laboratorial não está em “ensinar técnicas, mas aplicar conceitos que contribuam para formar um profissional mais consciente de seus atos e de seu papel no contexto social”²⁸⁸. O autor entende que o exercício acadêmico deve extrapolar os muros das técnicas ensinadas em sala de aula, além de contribuir para transformar o jovem em um profissional mais crítico e com

²⁸³“Ambos têm em comum a filosofia de aprendizado que amplia o universo restrito de uma atividade acadêmica, alargando os horizontes e as visões para os alunos”. (SANTOS, Fernando. Prática e aprendizado - a importância da Agência Universitária de notícias como Jornal Laboratório na formação do jornalista. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2007. p. 249)

²⁸⁴A produção laboratorial leva em conta jornais e revistas on-line, portais, radioweb e agências universitárias de notícias. Com os avanços tecnológicos, as instituições de ensino qualificaram o espaço de experimentação da prática jornalística. Existem até redes de agências universitárias. A Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RENOI) reúne 31 professores/pesquisadores e mais de 220 alunos, bolsistas e voluntários. E está presente em nove estados do país. O SOS Imprensa, da Universidade de Brasília, chega a ter um programa, na TV a cabo, veiculado em todo o Distrito Federal.

²⁸⁵Tomemos como foco da discussão os jornais laboratório voltados para o campus e comunidade ao redor.

²⁸⁶(OLIVEIRA, 2007, p. 108)

²⁸⁷(OLIVEIRA, 2007, p. 116)

²⁸⁸(SANTOS, 2007, p. 251)

visão próxima da realidade²⁸⁹.

O jornal-laboratório como espaço da prática jornalística, em caráter experimental, proporciona uma práxis qualificada aos estudantes de jornalismo. Diferente do estágio universitário, o crivo do jornal-laboratório é menos rigoroso. O erro não implica em sanções da realidade profissional como demissão²⁹⁰. Contudo, o fato de ser experimental não quer dizer que não haja responsabilidade estudantil e profissional²⁹¹.

O jornal-laboratório, inserido no espaço da reflexão científica e de sua experimentação, proporciona ao estudante de jornalismo uma liberdade que pode não ser encontrada futuramente na prática profissional cotidiana. O experimentalismo que ora evidencia a fragilidade do formato, ora impulsiona a liberdade de trabalho (isenta de pressões às quais estão submetidas às redações profissionais). Para o professor D. LOPES (2006),

Fazer jornal-laboratório não é um mero exercício escolar, nem apenas treinamento, mas uma forma de começar a transformar o estudante num profissional crítico, disposto a transformar e ajudar a melhorar um pouco a sociedade em que vive. Para isso, entretanto, deve escrever matérias de interesse do leitor, ou melhor, produzir um veículo que ajude o receptor a se posicionar criticamente diante do seu mundo. E não um produto visando à aprovação no curso.

Claro, que todos esses pontos dependem muito da visão que os orientadores dos projetos têm da profissão de jornalista e da sua responsabilidade na formação dos alunos²⁹².

LOPES (2006) resume em três pontos os objetivos maiores dos jornais laboratoriais na formação jornalística:

1 – Formação de consciência crítica, caracterizada, principalmente, pela responsabilidade social do estudante e seu compromisso com o leitor, que devem ser sempre evidenciados pelos orientadores dos projetos;

2 – A utilização do jornal-laboratório como contribuição à formação ética do aluno, ajudando em seu crescimento pessoal e posicionamento crítico na vida. Deve ser reforçada a divulgação da informação correta, visando sempre ao interesse social e coletivo. Compromisso com a verdade e com a apuração precisa dos acontecimentos. Um outro aspecto fundamental é conscientizar o estudante da luta pela liberdade de pensamento e expressão (...);

3 – Um outro ponto a se destacar é o jornal-laboratório colaborando para a construção da cidadania, através do compromisso com o social que desperta o aluno para a solidariedade, dando voz ao povo, ao contrário da imprensa tradicional que, em grande parte, só veicula o discurso do poder. Isso vai ao encontro a uma colocação do jornalista José Hamilton Ribeiro (ex-repórter da revista Realidade, atualmente no Globo Rural), durante um debate na Cidade de Santos, na década de 80: “Falta uma Editoria de Povo nos jornais

²⁸⁹Ibidem.

²⁹⁰O aluno pode ser até excluído do grupo redatorial, mas não pode ser excluído do projeto pedagógico das disciplinas de Jornal-Laboratório.

²⁹¹Profissional, por inferência, por simular o real. Logicamente, resguardamos as devidas responsabilidades dos jornalistas registrados profissionalmente e os estudantes.

²⁹²LOPES, Dirceu. Jornal Laboratório – Muito Além do Treinamento. ECA/USP. Publicado no veículo laboratorial Primeira Impressão. Novembro de 2006. p.2, apud (SANTOS, 2007, p. 252).

brasileiros”²⁹³.

Se os objetivos elencados por LOPES (2006) forem assegurados, os estudantes tendem a ganhar com isso. Para o autor, visar o interesse social e coletivo é um valor deontológico²⁹⁴ que define a profissão de jornalista, segundo o Código de Ética dos Jornalistas. Tal referencial pode ser vivido desde a graduação²⁹⁵.

SANTOS (2007) considera que o jornal-laboratório não deve reservar para si a dimensão de “jornalzinho do curso”²⁹⁶. Para o autor, qualquer concepção de produto experimental deve passar pela produção de conhecimentos novos, que agreguem valor aos jovens estudantes e contribuam para o seu desenvolvimento acadêmico. Tal concepção (no entendimento do autor) serve para unir as conceituações teóricas às técnicas jornalísticas e à visão social (que deve permear o papel do aluno-jornalista)²⁹⁷.

SANTOS (2007) questiona o papel social do jornal-laboratório em relação à responsabilidade social, referencial que, desde o curso universitário, deve fazer parte do cotidiano do estudante de jornalismo. Para o autor,

É papel da universidade é realizar ações voltadas para o bem-estar social. Porém, quando tais atividades são lembradas, o que primeiro vem à mente são os cursos de Saúde, por exemplo, como Fisioterapia, Odontologia, Medicina, que oferecem clínicas para atendimento à população servindo de ensino aos alunos e contribuindo para o bem-estar coletivo.

Neste sentido, o curso de Jornalismo raramente é lembrado como incentivador de atividades que também possam contribuir para o bem-estar da coletividade. E um importante mecanismo para se atingir este objetivo é por meio de produtos laboratoriais, sejam atrelados às disciplinas ou como forma de extensão. Mas não basta ter um produto bem acabado, se não há um envolvimento, uma filosofia própria e um compromisso social para atingir este propósito. São os famosos ‘bonitinhos, mas ordinários’, ou seja, produtos bem elaborados esteticamente, mas com conteúdo oco e que pouco contribuem para atender o público e, principalmente, garantir ao aluno uma visão mais ampla do processo pré-profissional, que não se limita apenas ao fazer jornalístico, mas também ao pensar jornalístico e o impacto social a qual ele está inserido²⁹⁸.

Desde a experiência universitária, os dilemas relativos à dimensão técnica do jornalismo são experimentados. A divisão de trabalho, na instituição de uma hierarquia

²⁹³LOPES, Dirceu. Para uma pedagogia do Jornal-Laboratório. Cadernos Pós-graduação Comunicação nº 1, Cadernos de Pós-graduação da Universidade Católica de Santos. 2001. p.2 apud (SANTOS, 2007, p. 251)

²⁹⁴A deontologia nada mais é que um contrato de classe trabalhista, ou grupo profissional, e seus respectivos órgãos de fiscalização do exercício da profissão, como os sindicatos, que tem como base as virtudes que devem ser cobradas e respeitadas no exercício da profissão, abrangendo o relacionamento com colegas de profissão e sociedade. Na verdade, é a necessidade de uma mentalidade ética e de uma educação pertinente que conduza à vontade de agir do profissional de acordo com o estabelecido por sua área.

²⁹⁵Ibidem.

²⁹⁶(SANTOS, 2007, p. 257)

²⁹⁷Op. Cit.

²⁹⁸Ibidem

funcional entre os estudantes (editores, repórteres), reproduz o contexto administrativo das empresas de comunicação. O jornal-laboratório, como prática acadêmica, tem contornos pedagógicos que influenciam a percepção do Fazer Jornalístico, desde a formação profissional. Sendo que, muitas vezes, torna-se único espaço exercício das técnicas de jornalismo e de aplicação dos conhecimentos teóricos.

Na próxima seção, a presente pesquisa aborda a dimensão identitária do jornalista no processo de formação profissional.

2.4 - O Ser Jornalístico

A dimensão ontológica do jornalista está ligada ao processo de construção das representações simbólicas que estabelecem a Identidade Profissional.

A representação identitária do jornalista, desde a formação profissional, é baseada principalmente na técnica e na ética. Analisaremos a outorga do diploma universitário como credencial do jornalista habilitado ao exercício da profissão²⁹⁹. A abordagem em relação à ética será feita em relação a dois referenciais éticos: o institucional (das empresas de comunicação, que denominaremos Ethos do Jornalismo); e do próprio jornalista (como categoria profissional, que chamaremos de Ethos do Jornalista)³⁰⁰.

2.4.1 – Diploma Universitário

Desde o Decreto-lei 972/1969, o diploma universitário tornou-se exigência para atuação profissional na área do jornalismo³⁰¹. A profissão de jornalista foi criada, no Brasil, por meio desse marco regulatório. Entretanto, já existia compilação de

²⁹⁹Essa perspectiva retoma a questão dos jornalistas “portadores de diploma” (oriundos da formação acadêmica, influenciados pelo referencial de Jornalismo Informativo) como visto na seção 2.1.6: Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil.

³⁰⁰A utilização das terminologias Ethos do Jornalismo e Ethos do Jornalista na presente pesquisa é feita com o intuito de situar conflitos éticos de âmbito institucional (oriundos das pressões do processo de produção de notícia, Manuais de Redação e Manuais de Redação e Estilo), além dos dilemas da própria classe dos jornalistas (vistos como profissionais vinculados ao Código de Ética do Jornalista). Desde já, ressaltamos que o referencial ético com o qual comungam as empresas de comunicação são de natureza associativa e podem diferir de uma empresa para a outra. Já o referencial dos jornalistas são unificados no CEJ.

³⁰¹A via dos provisionados, como os jornalistas do interior que não têm como cursar uma faculdade de jornalismo, já foi discutida na seção 2.1.6: Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil.

direitos trabalhistas que contemplava a atividade jornalística, desde 1943, na Consolidação das Leis Trabalhistas, CLT.

SALVIANO (2005) declara que a CLT definiu o jornalista como trabalhador intelectual que tem função de buscar informações e redigir notícias e artigos³⁰². Segundo o autor, o Decreto-lei 972/1969 deu status profissional ao jornalista e instituiu nos parâmetros legais a divisão do trabalho: editor, repórter, revisor, ilustrador, desenhista, fotógrafo, arquivista. O Governo Militar submeteu o exercício da atividade ao registro no Ministério do Trabalho e o controle de exercício da profissão era feito pela emissão de carteiras portadoras do status de “provisionado”³⁰³ e “profissional”³⁰⁴.

SALVIANO (2005) declara que o parâmetro legal julgava ser padrão o jornalista disposto em lei, a quem nomeava de profissional. Para o autor, qualquer perfil fora dessa formulação era considerado como não-profissional, ou seja, amador³⁰⁵.

Entendemos que o fechamento do mercado de trabalho na área instituiu a diplomação como única³⁰⁶ porta de acesso e de formação de jornalistas dentro do parâmetro legal³⁰⁷. Fato contestado há décadas. A polêmica em relação ao diploma circunda interesses opostos entre empresários de comunicação e jornalistas. Historicamente, sabemos que obrigatoriedade foi uma medida do Governo Militar apoiada pelos empresários de comunicação da época³⁰⁸.

³⁰²SALVIANO, Mauricio. O Jornalista Profissional e o Direito do Trabalho. Dissertação (Mestrado em Direito), PUCSP. 2006. p. 18

³⁰³“O provisionamento não transforma alguém não jornalista em jornalista. O que ele faz é apenas e tão somente autorizar alguém que não é jornalista a exercer a profissão enquanto perdurar uma condição, sem que isso caracterize contravenção penal (exercício ilegal de profissão no direito penal brasileiro é uma contravenção)” (Claudimar Zupilori, assessor jurídico do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal - SJPDF, em entrevista para esta pesquisa).

³⁰⁴O jornalista tinha uma identidade vinculada ao trabalho, mesmo antes do marco legal de 1969. Contudo, a regulamentação da profissão formalizou um novo perfil identitário em relação ao labor. A nova concepção de trabalho reivindicava o status de profissional. O conceito discutido na seção 2.1.6: Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil.

³⁰⁵“Há plena liberdade de trabalho, ofício ou profissão quando não forme imprescindíveis qualificações profissionais específicas para desempenhá-lo; essa exigência se institui nos casos em que o tipo de atividade demanda uma aptidão qualificada e que é requerida para proteção da coletividade, de modo que ela não seja exposta a riscos (...) Se o exercício profissional pode causar danos irreparáveis sem culpa das vítimas, a lei pode exigir, sem atentar contra a liberdade, exigir de quem se proponha exercer tal profissão, prova de capacidade”. GRAU, Eros Roberto. Parecer: Jornalista – Curso Superior – Princípio da Proporcionalidade. Artigo publicado na revista de Direito Administrativo, nº220, 2000, p. 285 apud (SALVIANO, 2006, P. 26)

³⁰⁶Os processos de regulamentação de profissões desencadeiam um período transitório, no qual os provisionados ainda têm espaço, mas são extintos a medida que os profissionais tornam-se hegemônicos. Tal fato não aconteceu com o Jornalismo. A via do provisionamento está aberta até os dias atuais. Entretanto, a expectativa, em 1969, era de que as novas gerações de jornalistas profissionais se tornariam hegemônicas e eliminariam com o passar do tempo os provisionados.

³⁰⁷De certa forma, a classe dita profissional passou a ser hegemônica em relação à provisionada.

³⁰⁸Tema exposto nas seções 2.2.2.1 e 2.2.2.2, respectivamente: Cursos de Comunicação Social e Cursos de Jornalismo.

Nos anos 60, existia a necessidade política de controlar a atividade jornalística e a preocupação econômica de gerenciar as instituições de comunicação em um sentido mais empresarial³⁰⁹. Havia os seguintes posicionamentos: os provisionados repudiavam a idéia de acesso à carreira pela via exclusiva do diploma e os empresários reivindicam cada vez mais os jornalistas profissionais, por terem perspectiva da notícia como produto (referencial de Objetividade)³¹⁰.

Nos anos 70, os próprios empresários que haviam reivindicado os jornalistas profissionais passaram a substituí-los por estagiários³¹¹. Foi quando o Decreto nº 83.284/1979 alterou alguns artigos do marco regulatório de 1969. As entidades de classe dos jornalistas³¹² formularam mudanças na legislação com o intuito de coibir a exploração da mão-de-obra estudantil nas empresas pela via do estágio universitário. A partir dessa época, o contexto passou a ser outro. A grande oferta de cursos de graduação na área e os 10 anos de regulamentação em lei contribuíram para a quantidade de jornalistas profissionais ser maior que a de provisionados naquele período³¹³.

Os posicionamentos no campo do jornalismo se inverteram. Os jornalistas que repudiavam o profissionalismo passaram a defendê-lo em vista das proteções legais instituídas e a força sindical que a classe ganhou nos anos 70³¹⁴. E os empresários que promoveram o profissionalismo passaram a atacá-lo, pois não conseguiam ter mais tanta autonomia sobre o trabalho dos jornalistas em vista do amparo legal³¹⁵.

Segundo ABRAMO (1991 apud 2003),

³⁰⁹Ibidem.

³¹⁰Ibidem.

³¹¹Ibidem.

³¹²As entidades de classe representam tanto provisionados quanto profissionais. “Importante ressaltar que o provisionado não possui diploma de curso superior em jornalismo, mas tem direito a todos os dispositivos legais que garantam o exercício de sua atividade, bem como aos direitos trabalhistas previstos na CLT e em normas coletivas da categoria” (SALVIANO, 2006, P. 58)

³¹³Op. Cit.

³¹⁴Op. Cit.

³¹⁵“O jornalista novato começava como pombo-correio (office-boy, para outros) e, com os ensinamentos, com o contato com os repórteres mais experientes, ia aprendendo as técnicas. Nas décadas de 1960 e 1970, a formação de jornalistas era feita, principalmente, dentro das redações. O diploma não era indispensável. Mas não era só a pessoa novata que ia para a redação, também pessoas de nível cultural mais elevado. A formação do jornalista dentro das redações terminou no Brasil com outro ato autoritário: o golpe militar de 1964. Mas as empresas só começaram a se preocupar em dar fim à obrigatoriedade do diploma profissional após o enfraquecimento do golpe militar. Por que acontece isto? Censura? Luta para pagar menos salário?” (PENA, Janis. Em busca da qualidade de vida individual do repórter: compreensão das mediações presentes no processo comunicacional dos jornalistas. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2006. p.41)

Se acabar o diploma, o único definidor de quem é o jornalista será o patrão. Esse é o objetivo final. Se o patrão define quem é o empregado, define também qual é a composição social, política, cultural do sindicato a que pertence. Acaba definindo também quem deve ser a liderança sindical dos seus próprios empregados³¹⁶

A polêmica mais recente em relação ao tema foi a do surgimento do jornalista com status de precário. Em 2001, a Justiça Federal de São Paulo³¹⁷ suspendeu a obrigatoriedade do diploma. A decisão abriu a oportunidade de emissão de registros de trabalho como jornalista para todo interessado. O Ministério do Trabalho chamou o registro de precário tendo em vista ser um fato transitório, a ser julgado em outras instâncias judiciais³¹⁸. Mesmo assim, muitas pessoas conseguiram a credencial³¹⁹.

A argumentação sobre a obrigatoriedade do diploma é baseada no limite entre liberdade de expressão e Liberdade de Imprensa. Há o entendimento de que o requisito do diploma seja uma forma de cercear a expressão do indivíduo. Outra linha de pensamento defende que o certificado não impede o cidadão de escrever em jornais. Segundo a decisão da juíza Carla Rister (2005),

A estipulação de tal requisito [do diploma], de cunho elitista, considerada a realidade social do país, vem a perpetrar ofensa aos princípios constitucionais mencionados, na medida em que se impede o acesso de profissionais talentosos à profissão, mas que, por um revés da vida, que todo nós bem conhecemos, não pôde ter acesso a um curso de nível superior, restringindo-lhe a liberdade de manifestação do pensamento e da expressão intelectual³²⁰.

A Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) entende que há no texto da juíza Carla Rister confusão jurídica entre os princípios de Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa. Para a organização, os jornalistas (como categoria) entendem que o diploma traz legitimidade para a produção profissional de conteúdo informativo e que há outros espaços de expressão do cidadão nos jornais. Para a COSTA (2007), presidente da FENAJ,

Qualquer pessoa que conheça a profissão sabe que qualquer cidadão pode se expressar por qualquer mídia, a qualquer momento, desde que ouvido. Quem impede as fontes de

³¹⁶ABRAMO, Perseu. In NUNES, 1991: 110, apud (PACCOLA, 2003, p.71).

³¹⁷Decisão da juíza substituta, Carla Abrantkoski, da 16ª Vara Cível.

³¹⁸A denominação de precário é de consentimento das entidades de classe do jornalismo. O presidente do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal, Romário Schettino, em entrevista para essa pesquisa, afirma: “nós não reconhecemos o precário porque é precário mesmo. A ação ainda vai ser julgada no mérito pelo Supremo Tribunal Federal. Portanto, precário é precário mesmo. Não aceitamos sindicalização de quem tem precário e não emitimos carteirinha de jornalista”.

³¹⁹Há o exemplo de pessoas que conseguiram a credencial de exercício na atividade, como o Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, sem nem mesmo praticá-la.

³²⁰RISTER, Carla. A decisão da juíza. In FENAJ (Org.) Formação Superior em Jornalismo. Uma exigência que interessa à sociedade. Florianópolis. Imprensa na UFSC. 2005. p.13-17

se manifestar não é nem a exigência do diploma nem a regulamentação, porque é da essência do jornalismo ouvir infinitos setores sociais, de qualquer campo de conhecimento, pensamento e ação, mediante critérios como relevância social, interesse público e outros. Os limites são impostos, na maior parte das vezes, por quem restringe a expressão das fontes seja pelo volume de informações disponível, seja por horário, tamanho, edição (afinal, não cabe tudo), ou por interesses ideológicos, mercadológicos e similares. O problema está, no caso, mais na própria lógica temporal do jornalismo e nos projetos político-editoriais³²¹.

SALVIANO (2006) analisa a especificidade do trabalho jornalístico

A defesa do diploma não é por corporativismo, mas uma tentativa de se evitar absurdos que ocorrem principalmente fora dos grandes centros, onde pessoas sem a menor noção do que realmente é jornalismo abrem um jornal e vendem espaço para publicação de mentiras que, de tão repetidas, viram verdades. Nada há contra um economista fazer um artigo assinado ou ser colaborador e comentar sobre economia do país, no raio ou na TV. Mas ele não vai cobrir rebelião em presídio ou entrevistar populares na rua, certo? Portanto, não é jornalista, e sim comentarista ou colaborador, seja remunerado ou não³²².

SALVIANO (2006) não acha que a obrigatoriedade do diploma deva ser discutida com base no princípio constitucional da liberdade de expressão. Para o autor,

Existe um pouco de preconceito quando se debate a questão, pois se perguntarmos a quem quer que seja sobre a possibilidade de se trabalhar como engenheiro, dentista ou médico sem diploma de ensino superior, todos respondem que não; agora, na questão do jornalista, na qual a graduação ensinará técnicas de redação, ética redacional, entre outras matérias essenciais ao desempenho da profissão, há divisão nas respostas, principalmente em cidade que têm diversos jornais, sem jornalistas formado em suas redações (que responderiam por eles), e de onde mais grassam erros jornalísticos – tais como reportagens sem a objetividade necessária, ou seja, sem ouvir o outro lado, e/ou notícias inverídicas, pois aqueles que se dizem jornalistas não forma checar a realidade dos fatos, entre outros aspectos³²³.

A problemática em torno do diploma está diretamente relacionada à realidade brasileira, principalmente do interior. Os jornalistas provisionados não são apenas figuras dos anos 60 e 70, do processo de transição profissional. Trata-se de um tipo de jornalista com inserção permanente no mercado de trabalho, devido à ausência de escolas de habilitação na área e de oferta da mão-de-obra. De acordo com o Decreto 83.284/1979,

A admissão de provisionado (...) será permitida nos municípios onde não exista curso de jornalismo reconhecido na forma da lei e comprovadamente, não haja jornalista

³²¹COSTA, Beth. Diploma em jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade. Disponível em <http://www.fenaj.org.br/diploma/interesse.htm>. Acessado em 30-11-2007. Sem data de publicação. Utilizaremos a data de acesso como referência.

³²²(SALVIANO, 2006, p. 30)

³²³Ibidem.

domiciliado, associado do sindicato representativo da categoria profissional, disponível para contratação³²⁴.

O fato é que pessoas sem formação universitária são admitidas até hoje como jornalistas, o que contribui para a perpetuação do processo de profissionalização, sem o alcance de consolidação. Desta forma, o argumento de que não é necessário ter o diploma para exercer a profissão torna-se sempre válido.

PACCOLA (2003) ressalta a fragilidade da profissão refletida na realidade empregatícia:

O medo de perder o emprego leva os profissionais a aceitar, muitas vezes, condições que desrespeitam os direitos trabalhistas, deixando os sindicatos falando sozinhos nas denúncias contra os patrões³²⁵.

Segundo MARTINS (2007), existe certa inflexibilidade em relação ao diploma. Para o autor,

A questão do diploma para a prática do jornalismo acabou engendrando radicalismos de todos os lados. A corporação dos próprios jornalistas, embora no estrito cumprimento da lei, em vez de conquistar o direito de regular e regulamentar legalmente as exceções ao diploma, preferiu encastelar-se no clássico argumento da impermeabilidade de outras profissões a incursões externas. Exemplo típico e histórico: advogado podia ser jornalista, mas jornalista não podia ser advogado. Em lugar de atuar para a reformulação da lei, no que ela perdeu em legitimidade, lutou por fazê-la cláusula pétrea³²⁶.

O escritor colombiano Gabriel Garcia Márquez já foi jornalista e, certa vez, discorreu sobre a vocação e a capacitação necessária para exercer a atividade jornalística. Na análise de G.G.MÁRQUEZ (2007),

Há uns cinquenta anos não estavam na moda escolas de jornalismo. Aprendia-se nas redações, nas oficinas, no botequim do outro lado da rua, nas noitadas de sexta-feira. O jornal todo era uma fábrica que formava e informava sem equívocos e gerava opinião num ambiente de participação no qual a moral era conservada em seu lugar. Não haviam sido instituídas as reuniões de pauta, mas às cinco da tarde, sem convocação oficial, todo mundo fazia uma pausa para descansar das tensões do dia e confluía num lugar qualquer da redação para tomar café. Era uma tertúlia aberta em que se discutiam a quente os temas de cada seção e se davam os toques finais na edição do dia seguinte. Os que não aprendiam naquelas cátedras ambulantes e apaixonadas de vinte e quatro horas diárias, ou os que se aborreciam de tanto falar da mesma coisa, era

³²⁴ Artigo 16 do Decreto 83.284, de 13 de março de 1979.

³²⁵ (PACCOLA, 2003, p. 72)

³²⁶ MARTINS, Luiz. Diploma em Xequê: entre o canudo e a carteirinha. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=353DAC001>. Acessado em 01-12-2007. Sem registro de data de publicação. Utilizaremos a data de acesso como referência.

porque queriam ou acreditavam ser jornalistas, mas na realidade não o eram. (...)

A prática da profissão, ela própria, impunha a necessidade de se formar uma base cultural, e o ambiente de trabalho se encarregava de incentivar essa formação. A leitura era um vício profissional. Os autodidatas costumam ser ávidos e rápidos, e os daquele tempo o fomos de sobra para seguir abrindo caminho na vida para a melhor profissão do mundo - como nós a chamávamos. (...)

(...) no caso específico do jornalismo parece que, além disso, a profissão não conseguiu evoluir com a mesma velocidade que seus instrumentos e os jornalistas se extraviaram no labirinto de uma tecnologia disparada sem controle em direção ao futuro.

Quer dizer: as empresas empenharam-se a fundo na concorrência feroz da modernização material e deixaram para depois a formação de sua infantaria e os mecanismos de participação que no passado fortaleciam o espírito profissional. As redações são laboratórios assépticos para navegantes solitários, onde parece mais fácil comunicar-se com os fenômenos siderais do que com o coração dos leitores. A desumanização é galopante (...) ³²⁷.

A obrigatoriedade do diploma polemiza não só a questão da formação universitária em jornalismo, mas os critérios utilizados na definição do que é ser jornalista no Brasil e, também, na existência de uma identidade profissional correspondente a um Ser Jornalístico padrão.

A identidade profissional do jornalista frequentemente é construída a partir do pólo simbólico baseado no Jornalismo Informativo e no processo de profissionalização da atividade (provisionado, profissional ou precário). As representações sociais do jornalista estão diretamente ligadas às condições objetivas de produção da notícia, ao fazer prático, ao habitus³²⁸, às rotinas produtivas, à cultura noticiosa, aos constrangimentos organizacionais e ao relacionamento com as fontes de informação. A seguir, faremos um breve panorama de alguns tópicos que esboçam a identidade profissional do jornalista.

2.4.2 - Identidade Profissional

O conceito de identidade é complexo e incide sobre postulado de diversos saberes das Ciências Humanas: Sociologia, Psicologia, Lingüística e Antropologia. Cada Disciplina problematiza o conceito de uma forma. Na presente pesquisa, faremos

³²⁷MÁRQUEZ, Gabriel Garcia. A melhor profissão do mundo. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/mat2010a.htm>. Acessado em 01-12-2007. Sem registro da data de publicação. Utilizaremos a data de acesso como referência.

³²⁸Conceito de BOURDIEU abordado na seção 2.1.2: O inato e o Habitus.

um panorama abordando apenas alguns tópicos sobre identidade para a compreensão de algumas representações simbólicas sobre quem é o jornalista³²⁹.

Como referência, utilizamos os estudos de HALL (2003) sobre identidade por serem de um paradigma mais atual³³⁰, no qual a ciência entende o indivíduo como sujeito fragmentado e inserido em contextos culturais identitários: em um sistema de representação cultural³³¹. Desta forma, a pesquisa abordará a formação profissional do jornalista no Brasil, tendo em vista o pensamento sociológico de que as instituições constroem as representações sociais e as transferem para um discurso no contexto social (aqui delimitado pelo aspecto de nacionalidade).

Na conceituação de HALL (2003),

As culturas nacionais ao produzir sentidos sobre “nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas.³³²

HALL (2003) entende que a identidade emerge de um imaginário social, vinda de uma representação. Na abordagem da identidade do jornalista, optamos por esse referencial. Assim, a premissa é a de que o entendimento ontológico seja revelado por um discurso social.

CAVALCANTI (2006) afirma que o discurso social sobre identidade, conceituado por HALL, opera como narrativas no meio jornalístico. Para a autora,

As narrativas são, na verdade, textos que circulam na comunidade jornalística, principalmente nos cursos de formação, e são produzidos, em sua maioria, por jornalistas, sejam os teóricos ou os práticos³³³.

³²⁹“Por meio de experiências e elementos ao mesmo tempo antigos e novos, a atualização de uma identidade e das representações sociais que a configuram também é um modo de sua reprodução. Isto é, embora haja o acréscimo de novos elementos identitários, esse processo ocorre sob a força da tradição, o que nos permite observar a continuidade, permanência e certa estabilidade nas representações centrais construídas em torno da definição social do ‘ser jornalista’”(OLIVEIRA, 2005, p. 8)

³³⁰Stuart Hall em A identidade cultural na pós-modernidade classifica os estudos sobre identidade em três períodos: o primeiro seria de um “sujeito centrado da época iluminista”; o segundo de um “sujeito sociológico”; e terceiro de um “sujeito fragmentado, fruto da ‘crise das identidades’”. Embora não se tenha abordado essa nomenclatura, essa evolução dos estudos de identidade podem ser percebidos com a progressão dos estudos de sociologia da profissão tratada anteriormente. Não que haja equivalência, mas os momentos históricos e paradigmas científicos que influenciaram os entendimentos sobre a profissão e a identidade são comuns.

³³¹HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 8. DP&A.2003.p.48-49

³³²(HALL, 2003, p.50-51)

³³³CAVALCANTI, Jauranice. No Mundo dos Jornalistas interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros. Tese (Doutorado em Linguística), UNICAMP. 2006. p 42.

Ressaltamos que não há interesse em estudar a essência do ser jornalista, num sentido ontológico. E, sim, a representação desse ser. O foco é sobre a representação social do jornalista e não sobre o sujeito em si.

M. OLIVEIRA (2005) entende a constituição de um sistema simbólico identitário no jornalismo da seguinte maneira:

A constituição de um sistema simbólico, que remete ao universo das representações sociais, é um fenômeno condicionado de acordo com o contexto cultural e histórico. No campo jornalístico, muitas das representações construídas sobre a atividade e seus atores - as quais serão mapeadas no desenvolvimento desta pesquisa - começaram a ser configuradas durante o desenvolvimento da imprensa enquanto atividade comercial e do nascimento de um novo modelo de jornalismo no século XIX, o chamado Jornalismo Informativo. A partir desse modelo e do processo de profissionalização da atividade, o jornalista se reveste de uma série de valores e representações sobre seu ideal profissional, que dão sentido e orientam o seu papel na sociedade, permitindo a elaboração de uma identidade gratificante.

É por meio das representações sociais que os indivíduos conferem significação às suas ações e ao mundo social que os cercam, constituindo imagens, concepções e idéias a partir de classificações positivas ou negativas, as quais circulam por meio de crenças e valores compartilhados³³⁴.

A construção da representação da identidade do jornalista permite que o grupo possa ter um referencial, e distinção social, de outras classes profissionais. Para TRAQUINA (2004 apud 2005) implica em definir “como ser jornalista e estar na profissão”³³⁵.

A representação da identidade do jornalista é comum à toda categoria profissional. Na concepção de Habitus, de BOURDIEU (1998)³³⁶, é a representação de um grupo social na qual o indivíduo se percebe incluído. A análise de BOURDIEU (1998) incorre na construção dos saberes e legitimação dos fazeres jornalísticos, enquanto classe profissional, que balizam sua imagem social.

F. LOPES (2007) vincula o conceito de Habitus de BOURDIEU (1998) ao fazer jornalístico. Para a autora,

Ao produzir um texto, o profissional, ao mesmo tempo, imprime nele algumas marcas pessoais e reproduz modelos já estruturados pela coletividade. Esse exemplo mostra que os agentes dinamicamente deslocam-se entre as estruturas e as práticas. As pessoas tanto interiorizam a exterioridade quanto exteriorizam a interioridade. É o habitus que faz um elo entre as estruturas externas com as práticas internas a um agente ou grupo. Esse arranjo é que nos permite perceber a configuração de um esquema durável e flexível³³⁷.

³³⁴OLIVEIRA, Michelle. Profissão jornalista um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia. UNESP. 2005. p. 16

³³⁵(TRAQUINA, 2004a, p.42) apud (OLIVEIRA, 2005, p. 17)

³³⁶BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1998.

³³⁷LOPES, Fernanda. Auto-referenciação e construção da identidade jornalística. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ.2007. p.20

Ressaltamos que o conceito de Habitus, de BOURDIEU (1998), traz flexibilidade à análise da identidade jornalística por afastar a visão polarizada de que o profissional seja pleno de consciência e de ação no ambiente de trabalho (autonomia integral), até por ser de cunho construtivista.

A concepção do indivíduo, ou da instituição, como responsável absoluto(a) é resultado de uma visão estruturalista que acredita que as relações sócio-econômicas são principais responsáveis pelas ações sociais. Esclarecemos que o quadro teórico de Habitus implica na percepção e análise sistêmica de ações e responsabilidades.

Para F. LOPES (2007),

Quem pensa exclusivamente de acordo com o primeiro modo [autonomia integral] pode argumentar, por exemplo, que o jornalista tem plena liberdade para construir seu texto e que, se ele quiser, pode desenvolver seu trabalho livre da interferência de outras pessoas. Porém, quem dá demasiada ênfase à capacidade individual, acaba deixando de perceber possíveis influências de outros grupos e culturas, ou negligencia a compreensão de que existem relações de poder que podem submeter o jornalismo a determinadas configurações. Outro problema dessa maneira de entender o agente como portador da totalidade da consciência é que ela também esquece a possibilidade descrita por Freud e outros autores da psicanálise, de haver, por trás de ações e escolhas, a força do inconsciente.

Já quem adota a segunda concepção [sistêmica] para entender o comportamento dos indivíduos, tende a acreditar que todas as ações, valores e crenças do jornalista só existem como uma forma de submissão à estrutura social vigente.³³⁸

Na presente pesquisa, não entendemos o jornalista como um indivíduo fruto da instituição, segundo o paradigma da ciência moderna: estruturalista. A opção é pela abordagem de uma identidade definida, em permanente construção, conforme paradigma pós-moderno: construcionista.

Ainda em BOURDIEU (1998), recorremos ao conceito de Campo para analisar a questão da identidade do jornalista dentro (interioridade) e fora (exterioridade) de seu espaço de autonomia. O Campo é isso: o lugar da especialidade no qual se agrupam indivíduos. Pode ser campo político, econômico, artístico, esportivo. Cada campo tem indivíduos especializados, agrupados exatamente por afinidades que os definem como um grupo.

Os campos se relacionam ou não uns com os outros³³⁹. No campo jornalístico, há regras próprias (apesar de ser cruzado por diversos saberes). Uma regra seria o

³³⁸(LOPES, 2007, p. 19)

³³⁹Exemplo: as universidades como instituições surgiram com o início do capitalismo e tiveram grande crescimento durante a época de ascensão do Protestantismo, que instaurou uma nova visão sobre o trabalho. Pode-se dizer que o campo religioso se relacionava com o científico. O contato com outros campos estabelece um fluxo de referências internas (interioridade) e externas (exterioridade).

acesso ao mercado de trabalho em jornalismo apenas pelo porte de diploma. O lobby de retirada da obrigatoriedade do diploma, outra regra.

Os conflitos internos ao campo mostram certo desentendimento entre os próprios integrantes do grupo social. Tal fato, pode não ocorrer em relação a outros campos. Contudo, um campo vê o outro. E assim, os embates podem ser percebidos por referências externas.

No caso do jornalismo, BOURDIEU (1998) ressalta que

O mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos. Dizer que ele é autônomo, que tem sua própria lei, significa dizer que o que nele se passa não pode ser compreendido de maneira direta a partir de fatores externos³⁴⁰.

A representação da identidade do jornalista não existe só dentro do campo. A representação só existe no ambiente social se for validada e reconhecida pelo outro. M. OLIVEIRA (2005), ao utilizar a conceituação de Campo de BOURDIEU (1998), identifica o ambiente universitário de formação do jornalista e o cotidiano profissional como espaços de socialização do jornalista enquanto construção simbólica da seguinte forma:

Essas representações circulam não apenas no campo profissional, mas também no universo social mais amplo no qual os jornalistas estão inseridos. No entanto, o contato com esse sistema simbólico é reforçado a partir do processo de socialização dos sujeitos no campo jornalístico - que tem início, via de regra, nos cursos universitários -, marcando o indivíduo ao fornecer-lhe uma identidade sociocultural³⁴¹.

De acordo com F. LOPES (2007), que também utiliza a conceituação de Campo de BOURDIEU (1998), quando o jornalista atua na sociedade, por meio de seus textos (impressos, radiofônicos, televisivos ou dos mais diversos formatos), “age para falar do outro e ao outro. Em alguns momentos ele até fala de, e/ou para si mesmo”³⁴². Segundo a autora, a identidade do grupo profissional de jornalistas é “instituída pela especialização do seu fazer³⁴³ jornalístico” e pela “imagem a ser percebida por outros campos”³⁴⁴ da sociedade³⁴⁵. A autora enfatiza que

Muito do que a sociedade percebe da identidade jornalística está relacionado ao

³⁴⁰BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 1997, p.55

³⁴¹(OLIVEIRA, 2005, p. 18)

³⁴²(LOPES, 2007, p. 24-25)

³⁴³Denominado, na presente pesquisa, como Fazer Jornalístico quando abordamos a técnica jornalística como dimensão da formação profissional, na seção 2.3, 2.3.1 e 2.3.2.

³⁴⁴Denominado, na presente pesquisa, como Ser Jornalístico, título desta seção.

³⁴⁵Op. Cit.

reconhecimento do tipo de atividade que os jornalistas exercem. Quando vemos um âncora na televisão, ou um repórter com seu gravador diante de um entrevistado, ou um amontoado de fotógrafos ao redor de um político, supomos que ali estão indivíduos pertencentes ao grupo dos jornalistas. Seus modos de trabalhar são fonte de reconhecimento por parte das outras pessoas, o que caracteriza, portanto, uma delimitação da abrangência de ação de um grupo a partir de julgamentos externos. Internamente, o “savior faire” também organiza fronteiras do grupo profissional. Quando os agentes reúnem-se em torno das práticas típicas do jornalismo, estão, assim, partilhando o Habitus, ou seja, realizando suas ações – individuais ou coletivas – dentro de variadas relações de poder e de estruturas organizantes do espaço que ocupam. O fazer diário da profissão engloba mais que as atividades a serem realizadas cotidianamente, abrangendo também os diversos contextos atrelados a esse fazer³⁴⁶.

Compreendemos, dentre o universo da presente pesquisa, que não é só o Fazer Jornalístico que constrói uma representação identitária. Se assim fosse, a representação da identidade seria a função da atividade e não o significado dela. Na análise de F. LOPES (2007),

A identidade do jornalista não pode ser vista restritamente como resultado de uma prática. Sendo construção de significado, identidade considera os fazeres, mas também engloba os valores, as crenças, os mitos, os saberes, as representações sociais, a história, a memória, as relações de poder, além de outros elementos que são fonte de fortes ligações para os indivíduos que o compõem um grupo³⁴⁷.

TRAVANCAS (1993) em O Mundo dos Jornalistas: um estudo antropológico sobre identidade e carreira em camadas médias mapeou elementos sobre os quais se constroem a identidade do jornalista.³⁴⁸ A representação social da imprensa é diferente da de jornalista. Contudo, as duas se relacionam, especialmente no tocante à função de repórter. A autora, considera essa função paradigmática para a carreira. Em seu entendimento,

O repórter vai para a rua apurar a notícia e volta à redação para escrevê-la. Para o grande público e o senso comum³⁴⁹ é a sua imagem que define o jornalista³⁵⁰.

³⁴⁶(LOPES, 2007, p.29)

³⁴⁷(LOPES, 2007, p. 30)

³⁴⁸A autora trata de uma vocação que os jornalistas atribuem a si próprios um faro jornalístico . Trata-se de uma imagem heróica do profissional que tem o dom de apurar fatos da realidade de acordo com o interesse público e do leitor. Nos EUA, a representação social da imprensa atribui o adjetivo de Watch Dog aos jornalistas. Algo como Cães de Guarda da Democracia.

³⁴⁹Aproveitamos as falas de TRAVANCAS (1993) em relação ao vocábulo “faro jornalístico” e “senso comum”, utilizando a classificação de BOURDIEU (1998), no intuito de fixar melhor os conceitos de Campo e Habitus e esclarecê-los mais uma vez ao leitor, pois são muito importantes nessa seção sendo utilizados por praticamente todos os autores citados. Assim, o “senso comum” do qual a autora fala nada mais é que o constructo social exterior ao Campo, que representa e valida as características representativas do jornalista (como classe). Ao passo que o faro jornalístico, abordado no parágrafo anterior, seria uma especialidade dentro do fazer jornalístico, Habitus, tido como referência interior ao Campo.

³⁵⁰(TRAVANCAS, 1993, p.38)

A sociologia de BOURDIEU (1998) descreve limites objetivos e subjetivos do espaço social. Em relação aos grupos de um Campo há o entendimento que eles tendem a um acordo sobre a forma de se relacionar com a realidade. Para o autor, essas especificidades de cada grupo social marcam simbolicamente a identidade daquele coletivo.

Premissas objetivas que conferem o domínio do grupo (questão do faro jornalístico como Habitus) são reveladas na conceituação de BOURDIEU (1998), além de proposições subjetivas de cada indivíduo (já que nem todos os jornalistas têm esse faro, apesar de ser característica da classe profissional). Desse fluxo, surge o domínio simbólico dos jornalistas.

Ao aplicar a conceituação de BOURDIEU (1998) ao universo jornalístico, F. LOPES (2007) considera que

Pelo discurso jornalístico - cujo formato, regras e gêneros também são fruto de ordenamentos e rearranjos - os jornalistas negociam seu poder, sua credibilidade, sua aceitação e a abrangência de sua atuação no espaço social³⁵¹.

BOURDIEU (1998) chama de Poder Simbólico³⁵² quando há consenso social em relação a uma representação social e sua legitimação.

Depois do panorama de construção das representações sociais do jornalista, passemos ao estudo de tópicos sobre algumas imagens institucionalizadas no meio social da profissão e do profissional de jornalismo.

2.4.3 - Representações Simbólicas

As representações sociais em torno do jornalismo (relativas à imprensa e a outros meios de comunicação) e da profissão jornalista advém da imagem que os indivíduos do grupo têm de si e da que exteriorizam para a sociedade. TRAQUINA (2004) afirmou certa vez que “toda a profissão é sobrecarregada de imagens, mas talvez outra não seja tão rodeada de mitos como a do jornalismo”³⁵³. Sem entrarmos no mérito das representações míticas e as que correspondem à realidade, analisemos essas referências simbólicas que constroem a identidade do jornalista.

³⁵¹(LOPES, 2007, p. 30)

³⁵²“Poder Simbólico é o poder que se legitima a quem está sujeito a uma referenciação simbólica, crendo que ela existe”. (BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p.188)

³⁵³TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. 2.^a reimpressão. São Leopoldo (RS). Editora Unisinos, 2003. p. 65

2.4.3.1 - Artista e intelectual

As representações simbólicas sobre a atividade jornalística e o próprio jornalista estão em permanente construção³⁵⁴. A identidade do jornalista com a significação de Artista e Intelectual vem da fase hegemônica do Jornalismo Opinativo³⁵⁵. Durante o período, parlamentares, escritores, filósofos redigiam textos e os publicavam ou veiculavam na imprensa. Muitos dos redatores eram colaboradores; outros eram empregados do próprio jornal. O fato era que a atividade jornalística e a literária se confundiam. O simples fato de publicar regularmente textos na imprensa servia para considerar o redator como jornalista. A idéia do jornalista como artista, intelectual e profissional letrado permeia o imaginário social até os dias atuais.

Para CAVALCANTI (2006),

O discurso jornalístico, assim como a identidade de seu enunciador, é heterogêneo em relação ao literário, traz em seu interior elementos desse outro. Pensamos que essa relação dialógica constitutiva explica o fato de os sujeitos jornalistas sentirem-se próximos, identificarem-se, ou desejarem ser identificados como homens das letras, isto é, aqueles que escrevem bem, que vivem para a sua arte, para seu “vício”³⁵⁶.

A intelectualidade dos jornalistas, durante o período hegemônico do Jornalismo Opinativo, estava associada não tanto à atividade prática ou técnica que os profissionais desenvolviam, mas às capacidades cognitivas exigidas para exercício da profissão. Para se trabalhar na imprensa de opinião era preciso conhecimento suficiente para formular debates, críticas e opiniões, seja nos veículos de ideais republicanos ou monarquistas.

Um ícone da representação identitária do jornalista como artista e intelectual foi o escritor Euclides da Cunha. As anotações da cobertura jornalística sobre a Guerra de Canudos deram ensejo à criação do livro *Os Sertões*, clássico da literatura brasileira.

F. LOPES (2006) ressalta alguns casos de proximidade entre o ambiente jornalístico e a edição de obras clássicas da literatura brasileira:

A proximidade do jornalismo com a literatura vai além das influências de estilo e das marcas lingüísticas. Em relação a valor simbólico e questões de ordem prática, é

³⁵⁴Segundo o ponto de vista Construcionista, adotado no trabalho.

³⁵⁵ O jornalismo feito até metade do século XX no Brasil era chamado Jornalismo Opinativo. Tal período corresponde à chegada da imprensa no Brasil (1808) até a utilização de técnicas que asseguravam o pressuposto de Objetividade, aderidos pela grande imprensa brasileira a partir da reforma editorial do *Jornal do Brasil* (1960). O tema já foi muito explorado na seção 1.1.2 (Objetividade Contexto Nacional), 2.1.6 (Processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil) 2.2.2.2 (Cursos de Jornalismo) e 2.3.1 (Estágio Universitário em Jornalismo).

³⁵⁶A autora emprega “vício” no sentido de vocação, mas com certo desatino por uma atividade pela qual se tem paixão. (CAVALCANTI, 2006, p. 47)

possível dizer que tanto o jornalismo apoiou-se na autoridade literária quanto a literatura aproveitou-se da mobilidade jornalística para ser mais difundida. Os próprios escritores usavam os jornais com maneiras de ter seus trabalhos publicados. O romance “O Guarani”, de José de Alencar, foi editado pelo Diário do Rio de Janeiro, em 1857. Memória de um sargento de milícias, de Joaquim Manuel de Macedo, foi publicado no Jornal do Commercio, em 1852. De fato, ambas atividades complementavam-se e ajudavam-se mutuamente no seu desenvolvimento.

Além dos escritores e poetas, também trabalhavam em jornais outros agentes da sociedade, tais como médicos, padres, advogados... Quase sempre, os que trabalhavam em jornais exerciam também outra atividade. Não havia escolas de jornalismo, aprendia-se o ofício exclusivamente na lida diária e na experiência adquirida com o tempo e o convívio nos locais de trabalho. Nesse período, não existe uma definição clara do jornalismo como categoria profissional. Não se pode dizer que os homens de imprensa daquela época constituíam um ethos próprio; não havia uma deontologia, não havia nada de muito significativo e diferenciador em termo de valores, práticas e interesses em torno dos quais esses jornalistas se organizassem. Não se podia reconhecer algo estável e duradouro capaz de dar àqueles sujeitos sociais uma identidade profissional específica. Dessa forma, as características dos jornalistas do século XIX e início do XX não eram suficientes para classificá-los como um grupo, bem como não existiam regras próprias e limites bem definidos capazes de dar ao jornalismo o estatuto de campo (no sentido de BOURDIEU³⁵⁷)³⁵⁸.

2.4.3.2 - Cão de Guarda

A representação do jornalista como Cão de Guarda opera uma idéia de profissional executivo, em constante esforço de informar a sociedade e de guardar os preceitos sobre os quais se edificam as Democracias. Por mais que a atividade jornalística esteja imbuída de um caráter privado e empresarial, os jornalistas têm o referencial de que são formados para desempenhar uma missão. A esse respeito, F. LOPES (2006) destaca que a

Representação do jornalista como cão de guarda da sociedade tende a afirmar que o jornalista é aquele profissional cuja missão é descobrir “a verdade”³⁵⁹, seguir pistas para desvendar algo encoberto, ou vai averiguar se outros agentes sociais (um político ou uma instituição, por exemplo) estão agindo corretamente³⁶⁰.

A atividade jornalística ocupa um espaço de mediação na sociedade e se define como sendo de natureza pública e de finalidade social³⁶¹. A credencial de acesso do

³⁵⁷A expressão “no sentido de BOURDIEU”, entre parênteses, está no original e não se confunde a algumas falas de F. LOPES (2006) nas quais fizemos indicações semelhantes sobre o mesmo autor. A autora não colocou o ano da citação de BOURDIEU, mas em sua bibliografia consta ser de 1998. Sendo assim, leia-se: “no sentido de BOURDIEU (1998)”.

³⁵⁸(LOPES, 2007, p. 75)

³⁵⁹A expressão “verdade”, entre parênteses, está no original e tem a conotação de uma verdade absoluta, tida pela autora, como sendo um atributo que a classe de jornalistas e os meios de comunicação reivindicam a sua atividade e trabalhos produzidos.

³⁶⁰(LOPES, 2007, p. 65)

³⁶¹Código de Ética dos Jornalistas

jornalista, durante a apuração da informação, não é estabelecida somente com base na instituição em que trabalha, mas na função social que o profissional desempenha, tida como prestação de um serviço de natureza pública. Por mais que o jornalista trabalhe em organizações privadas, a atividade jornalística se justifica com sendo uma demanda da sociedade e não dos meios de comunicação.

CAVALCANTI (2006) declara que

A idéia de jornalismo enquanto sacerdócio é atraente (...) à ideologia dos padrões pois, quando assimilada, faz com que o profissional “vista a camisa”³⁶² da empresa, torne-se dócil e produtivo. Mas acreditamos que não é só isso. O interesse não se restringe a assegurar que os jornalistas internalizem um Habitus³⁶³, condição necessária para que a prática se realize, mas produzir sentidos para o jornalismo, uma narrativa grandiosa com a qual o sujeito dessa comunidade possa se identificar, construir sua identidade. O jornalismo é assim representado como uma atividade caracterizada pelo desprendimento, pela abnegação e dedicação. E isso é interessante para a própria instituição imprensa, para manter a sua credibilidade³⁶⁴.

No período hegemônico do Jornalismo Opinativo (1808-1960), não havia a representação de Quarto Poder tal qual se conhece atualmente. A representação de Cão de Guarda, fiscal da democracia, emergiu durante o processo de profissionalização do Jornalismo no Brasil.

Para CAVALCANTI (2006), o fato de a atividade jornalística ser entendida como instância fiscalizadora da sociedade “contribuiu para reforçar a imagem do sujeito combativo como importância dada ao chamado Jornalismo Investigativo³⁶⁵ tanto dentro da comunidade (jornalística) como fora dela”³⁶⁶. A autora afirma que

É comum ouvir alunos externarem o desejo de se dedicarem a esse tipo de jornalismo [Jornalismo Investigativo], aquele que desvenda casos insolúveis, que aponta culpados, que faz justiça. Caracterizado pelo trabalho solitário, longe das salas burocráticas das redações, ele representaria a essência da prática, o que explica o fascínio que desperta³⁶⁷.

A identidade do jornalista comunga de status de sacerdócio, dentro do próprio Campo e é validado fora dele. Ainda para F. LOPES (2006),

Sempre que se considerar o jornalista um vigia do poder, a serviço da sociedade, ou sempre que a identidade jornalística for reforçada em torno da importância desse

³⁶²A expressão “vista camisa” é do original e conota, segundo a autora, adesão ao projeto institucional de jornalismo de dada empresa de comunicação.

³⁶³A conceituação de Habitus utilizada pela autora é a mesma da presente pesquisa: BOURDIEU (1998).

³⁶⁴(CAVALCANTI, 2006, p. 68)

³⁶⁵O Jornalismo Investigativo é o ramo do Jornalismo Informativo que investiga as informações secretas, de difícil acesso, que tenham repercussão na vida na sociedade. Sob a égide da fiscalização, a atividade jornalística conquistou um espaço de atuação no meio social.

³⁶⁶(CAVALCANTI, 2006, p. 69)

³⁶⁷Ibidem.

grupo que “desmascara as mazelas do mundo”³⁶⁸, mais força ganha a construção identitária que outorga ao jornalista o título de mediador desejado entre público e mundo dos fatos. E mais do que isso. A representação dos jornalistas como vigias pode levar a uma ampliação da compreensão da imagem desse grupo.

(...) Quando o grupo apresenta-se como vigilantes, sentinelas, cães da guarda da sociedade, na verdade eles não querem ser percebidos como partidários. (...) eles prezam por uma imagem que os identifique com defensores do “interesse público”³⁶⁹. É justamente aí que reside o poder de mediação que o jornalista tenta associar à sua identidade³⁷⁰.

Em suma, a representação social de Cão de Guarda valida o jornalismo como atividade inerente à vida em sociedade em um ambiente democrático.

2.4.3.3 – Verdade: o bem sagrado

O conceito de verdade é inerente ao processo de produção da notícia e valida a atividade jornalística³⁷¹. O produto noticioso é vendável devido ao argumento de que seja expressão da verdade dos fatos³⁷².

Sem entrar na concepção filosófica do que é verdade, COUTINHO (2004) afirma que o jargão “juro dizer a verdade, somente a verdade, nada mais que a verdade”³⁷³ está presente em diversos ambientes. Para a autora, o conceito de verdade é aplicado “nos tribunais e julgamentos públicos do Direito, nas juras de amor entre namorados e, pelo menos no que se refere às expectativas dos seus leitores, no conteúdo oferecido nas páginas de jornal”³⁷⁴.

COUTINHO (2004) ressalta que

O conceito de verdade tem, ao longo dos anos, se apresentado também como um dos problemas centrais da filosofia, tanto na lógica quanto na gnoseologia ou epistemologia. A promessa de relato fiel dos fatos, de reprodução perfeita da realidade objetiva nas notícias também está expressa na concepção dos próprios jornalistas têm de seu ofício³⁷⁵.

³⁶⁸A expressão “desmascara as mazelas do mundo” consta do original e remete à busca da verdade, já relatado em relação à análises da autora.

³⁶⁹A expressão “interesse público” consta do original e é utilizado de forma irônica pela autora em boa parte de sua pesquisa.

³⁷⁰(LOPES, 2007, p. 68)

³⁷¹Existem conceituações diversas de verdade pela Sociologia, Filosofia etc. Não entraremos no mérito conceitual da verdade e utilizaremos o termo apenas para extrair a representação social acerca da veracidade da informação apurada pelo jornalista e meios de comunicação.

³⁷²É o que se pode inferir baseado na definição proposta por Alberto Dines de que os jornais são “instrumento de acesso ao mundo para o cidadão” (DINES, 1976, p.35).

³⁷³COUTINHO, Iluska. O conceito de verdade e sua utilização no Jornalismo. Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo. Ano 1 - nº 1 - (janeiro/junho de 2004). Universidade Federal de Juiz de Fora. p. 2

³⁷⁴Ibidem.

³⁷⁵Ibidem.

O conceito de verdade utilizado na representação da atividade jornalística não seria o de verdade absoluta (aspecto filosófico), mas o de expressão da verdade de uma situação delimitada. As matérias jornalísticas se referem a fatos isolados, muitas vezes descontextualizados, sujeitos a críticas. Tal aspecto afasta a verdade jornalística (apurada num processo de verificação da verdade) da verdade filosófica.

COUTINHO (2004) atribui ao noticiário jornalístico o fato de

O que vemos impresso nos jornais não é a voz dos fatos, mas de pessoas que participaram deles ou ainda que foram espectadoras dos acontecimentos, também uma categoria carregada de julgamentos e intencionalidades.

Apesar da defesa apaixonada por alguns, especialmente aqueles imersos na realidade profissional, da imparcialidade e/ou da Objetividade da informação jornalística, há muito estas duas categorias assumem um outro papel na análise do produto oferecido pelos jornalistas.

Assim, por meio das reflexões do estudiosos da imprensa, cairia um dos alicerces da chamada verdade jornalística³⁷⁶.

O conceito de verdade e a sua busca são pilares da concepção ética jornalística³⁷⁷. A representação de que a ética se confunde com o próprio labor, descritos em vários estudos sobre suas rotinas produtivas³⁷⁸, esconde um mecanismo de validação como mediador credenciado.

Para COUTINHO (2004), na prática, a definição de verdade funciona como o tipo ideal de Max Weber, como referência a ser alcançada. Apesar da impossibilidade de um relato imparcial, os jornais são apresentados e recebidos por significativa parcela de seu público como um instrumento de descrição da realidade, o que oferece status de verdadeiro a seu conteúdo impresso³⁷⁹. A autora explica como funciona esse mecanismo da seguinte forma:

Ao buscar ética no Jornalismo, é interessante refletir como os conceitos de verdade e ética se entrelaçam nas rotinas profissionais. No cotidiano dos jornalistas a verdade poderia ser considerada como o fundamento da realidade, como a confirmação ou checagem dos dados que instituem um fato como verdadeiro ou verídico.

Na filosofia, a reflexão que originou o conceito de Realidade se relaciona a existência do mundo exterior, e surgiu com Descartes. A partir do princípio da primazia das idéias como objeto do conhecimento humano, o filósofo justificou a necessidade de definir a Realidade usando o pressuposto de que Deus não nos iludiria com idéias sem partes

³⁷⁶(COUTINHO, 2004, p. 14)

³⁷⁷"O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação", artigo 4º, do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Como existem inúmeros Códigos de Ética das empresas de comunicação, preferimos não entrar no detalhamento do que é a verdade para cada uma dessas referências. Entretanto, ressaltamos que gozam do mesmo aspecto disposto no CEJ.

³⁷⁸KARAM (1996), BARROS FILHO (2003), BERGER (2002), FRANCISCATO (2002) e GUERRA (2004).

³⁷⁹(COUTINHO, 2004, p. 15)

concretas correspondentes. Confirmada por Kant, a realidade mantém o significado específico do concreto ou coisalidade em contraponto à intuição e a idealização do espaço, e se opõe a aparência e a ilusão.

Assim, ao considerar a verdade jornalística como representação da realidade, estamos estabelecendo uma interpretação, aplicada ao fazer profissional, das categorias filosóficas. E, nestes casos, é importante ressaltar os riscos inerentes de transformação do "desvelamento" em uma distorção dos fatos, especialmente quando, no ritmo industrial de produção das notícias, há problemas na apuração das informações³⁸⁰.

O uso do enunciado jornalístico, com o qual são produzidos os textos publicados nos meios de comunicação, tem inerente a si a tentativa de apagar as marcas do enunciador (jornalista, visto como pessoa), de sua produção (processo de apuração), numa estratégia que traria legitimidade e credibilidade ao discurso jornalístico.

Para COUTINHO (2004), o texto jornalístico é apresentado aos leitores como o relato de uma verdade pragmática e factual, possível de comprovação³⁸¹. Para a autora, a representação social valida o trabalho jornalístico como atividade inerente à vida social é reafirmada como identidade profissional de geração em geração³⁸².

2.4.3.4 – O padrão é a sociedade

O compromisso moral da atividade jornalística com a sociedade não é representado apenas pelo princípio da Liberdade de Imprensa. Se assim fosse, haveria proteção apenas ao trabalho de cobertura das empresas de comunicação. O Direito à informação é um valor social, aplicado a ambientes democráticos, pelo qual a atividade jornalística se torna responsável pela qualidade das informações que divulga, em vista de uma demanda social de o cidadão ser informado.

No Código de Ética do Jornalista Brasileiro, no capítulo do Direito à Informação, é nítida a vinculação do serviço jornalístico a uma demanda da sociedade:

Artigo 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

Artigo 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

³⁸⁰(COUTINHO, 2004, p. 16)

³⁸¹(COUTINHO, 2004, p. 17)

³⁸²Ibidem.

III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, é uma obrigação social.

V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante³⁸³.

O jornalista tem como padrão não só a instituição jornalística para a qual trabalha, mas a própria sociedade. A responsabilidade social da profissão é levada ao limite quando alguns jornalistas ou empresas de comunicação defendem a autonomia do livre acesso à informação (para assegurar Interesse Público), em detrimento a imperativos corporativos ou de mercado. Nesse contexto, a acusação de que o jornalista, no exercício da atividade, visaria outras motivações, que não sejam as de Interesse Público, consta como motivo de ofensa para o profissional.

BARROS (2003 apud 2005) detecta que

Uma das maiores ofensas possíveis a um jornalista é insinuar sua vinculação com outros interesses que não sejam as do interesse público. O “mercado” aparece com frequência como o inimigo a ser combatido.

(...). As razões de mercado são tidas como indignas por boa parte dos jornalistas que condenam a própria existência de uma sociedade de mercado³⁸⁴.

SOLOSKI (1993) destaca a ideologia do profissionalismo em jornalismo respaldada na idéia de serviço para a sociedade com componentes altruístas e postura anti-lucro. O autor lembra que esses componentes (ideologia do profissionalismo e idéia de serviço à sociedade) tendem “a ofuscar a estrita relação entre capitalismo e profissionalismo”³⁸⁵.

2.4.3.5 - Heroísmo

A representação simbólica de Heroísmo está mais presente no discurso dos jornalistas do que nos códigos deontológicos. No campo profissional, a representação explora a imagem de criticidade, aventura e investigação.

³⁸³Código de Ética do Jornalista Brasileiro.

³⁸⁴BARROS FILHO, Clóvis de. Ética na comunicação. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003. p. 23 e 124 apud (OLIVEIRA, 2005, p. 38)

³⁸⁵SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”. 1.ed. Lisboa: Vegas, 1993, p. p.93 apud (OLIVEIRA, 2005, p. 38)

VIEIRA (2002) entende o jornalista como um superhomem, defensor da verdade e compromissado com o público³⁸⁶. O autor denomina de Complexo de Clark Kent³⁸⁷ as diversas aventuras e dilemas profissionais com os quais vivem os jornalistas no cotidiano profissional.

A pesquisadora M. OLIVEIRA (2005) considera como “sintomática”³⁸⁸ a ficção dos jornalistas em alimentar a concepção de Heroísmo sobre o profissional³⁸⁹. A autora considera o vínculo do perfil jornalístico ao de herói a uma atribuição do senso comum^{390 391}.

A representação simbólica de Heroísmo é sedimentada na figura do repórter, considerado o jornalista por excelência, por ter o contato direto com a realidade e com os fatos fora da redação. M. OLIVEIRA (2005) atribui o uso da representação heróica do jornalista, no Brasil, ao fato da sociedade não ter justiça social e os meios de comunicação servirem de tribuna para alguns conflitos³⁹². Para a autora,

A imagem heróica, por vezes, é alimentada pela própria sociedade, ao cobrar do profissional uma função que extrapola os limites do jornalismo e esbarra também no papel da polícia, poder público e tribunais de justiça, especialmente em um país de instituições morosas como o Brasil. No jornal onde realizamos a pesquisa, por exemplo, não são poucas as ligações recebidas de moradores que cobram a ajuda para soluções de problemas que estão distantes do poder de ação dos jornalistas. Mesmo vivenciando na prática profissional limitações para canalizar energias em torno desse ideal heróico e aventureiro, não seria improvável dizer que, seduzidos pela imagem de prestígio e glamour da profissão, alguns jornalistas acreditam mesmo que são seres à parte³⁹³.

A representação simbólica de Heroísmo diz respeito também aos constrangimentos e pressões no cotidiano da atividade jornalística. Para M. OLIVEIRA (2005), a existência de certa imprevisibilidade no cumprimento das tarefas diárias são evidenciadas principalmente em biografias de grandes repórteres, no relato de situações inusitadas no exercício da profissão (especialmente os correspondentes internacionais e de guerra)³⁹⁴.

³⁸⁶VIEIRA, Geraldinho. Complexo de Clark Kent – São super-homens os jornalistas? São Paulo: Summus, 1991

³⁸⁷Ibidem.

³⁸⁸(OLIVEIRA, 2005, p. 47)

³⁸⁹Ibidem.

³⁹⁰(OLIVEIRA, 2005, p. 47)

³⁹¹Entendemos “senso comum” de M. OLIVEIRA como sendo a representação simbólica de Herói, aplicada ao jornalista, e difundida na sociedade.

³⁹²Ibidem.

³⁹³(OLIVEIRA, 2005, p. 46)

³⁹⁴Ibidem.

Para M. OLIVEIRA (2005), a representação simbólica do “repórter vasculhador”³⁹⁵ também pode assumir um caráter negativo. Para a autora, uma das críticas lançadas contra a imprensa é de que alguns jornalistas, no afã de conseguir informações quentes, fazem uso de procedimentos questionáveis, como invadir privacidade alheia, ocultar a sua identidade profissional etc. A representação simbólica, nesse aspecto negativo, é especialmente atribuída aos chamados paparazzi³⁹⁶.

2.4.3.6 - Missionário

O vínculo do jornalista com o trabalho, além da dedicação exigida no cumprimento das tarefas, representa o compromisso do profissional no sentido vocacional³⁹⁷. A representação simbólica da profissão como missão é um dos pilares de reforço da adesão do jornalista ao trabalho. Podemos exemplificar duas implicações da representação do jornalista como missionário: o engajamento profissional e o social.

A partir do engajamento profissional, o jornalista encara o exercício da profissão como sendo o valor máximo de sua conduta. Ser profissional é ter alto grau de profissionalismo, ou seja, grande adesão aos referenciais de Objetividade. Desta forma, a missão jornalística é baseada no cumprimento das tarefas de ordem prática e procedimental no universo da redação. Essa perspectiva valoriza a representação do jornalista como informante da sociedade.

O jornalista engajado profissionalmente, tido como informante da sociedade, com a missão de cumprir especificamente esse papel, incorre no que MEDINA (1982) denomina ser um “office-boy da notícia”³⁹⁸. A terminologia utilizada pela autora trata dos jornalistas gerados com a chegada dos referenciais de Objetividade no Brasil³⁹⁹.

³⁹⁵Os autores costumam utilizar repórter investigativo. O uso da autora é incomum, mas leia-se como sendo o jornalista em apuração investigativa de dada informação.

³⁹⁶Ibidem.

³⁹⁷Exploramos a idéia de missão inerente ao labor nos tópicos de Sociologia das Profissões, nas seções: 2.1.3 (Vocação e trabalho), 2.1.4 (Trabalho Jornalístico: sacerdócio ou negócio) e 2.1.5 (Jornalismo: profissão ou emprego).

³⁹⁸MEDINA, Cremilda. Profissão Jornalista: Responsabilidade Social. Rio de Janeiro. Forense. 1982. p.156

³⁹⁹MEDINA (1982), na obra citada, valoriza o paradigma antigo do jornalismo no qual atuavam pessoas sem diploma universitário, mas com um forte senso de pertencimento à atividade jornalística, tidos como mais vocacionados. LISBOA (1994) critica MEDINA (1982) da seguinte forma: “Possivelmente o fato de Cremilda Medina ter elaborado seu livro no início da década de 80, quando as marcas da Ditadura Militar estavam muito recentes, impediu que percebesse o surgimento de um jornalismo menos “militante” e mais profissional. Os jovens jornalistas não abdicaram de todas as características “arcaicas” da profissão, mas não voltam sua atividade à militância. Preocupam-se com a qualidade do trabalho” (LISBOA, Márcia.

Para a autora, tais profissionais têm a responsabilidade profissional (compromisso com a qualidade do trabalho, sentido executivo) como valor maior que a responsabilidade social (no sentido de intervenção social)⁴⁰⁰.

O jornalista engajado socialmente conduz o exercício da profissão como ator social, responsável por intervenções na realidade. A missão desse jornalista é a de promover transformações no meio em que a notícia é produzida. A perspectiva valoriza a atividade jornalística como ferramenta de melhoria na vida em sociedade, vista com alto grau de responsabilidade social.

M. OLIVEIRA (2005) considera que, para alguns jornalistas, o valor do trabalho repousaria muito mais em recompensas simbólicas do que propriamente em sua recompensa material^{401 402}. Para a autora, os jornalistas têm prazer pela atividade⁴⁰³ e são muito sensíveis a gratificações não financeiras como o testemunho de acontecimentos relevantes; obtenção de informações exclusivas e sigilosas, negadas a leigos; convívio com pessoas poderosas e locais importantes etc⁴⁰⁴.

M. OLIVEIRA (2005) afirma que o reconhecimento dos pares e, em menor medida do público, é outro bem simbólico ao qual os jornalistas são extremamente sensíveis. Para a autora, o elogio a uma matéria, o recebimento de um prêmio jornalístico são manifestações que alimentam o prestígio profissional dos repórteres⁴⁰⁵.

2.4.3.7 - A Velha Guarda

A representação simbólica de Velha Guarda diz respeito à nostalgia, uma idéia de identidade perdida no grupo jornalístico, comungada por alguns membros⁴⁰⁶. A Velha Guarda, os jornalistas oriundos do modelo de Jornalismo Opinativo, mitificam

Jornalista profissão passageiro: as relações de trabalho dos profissionais da notícia na grande imprensa brasileira atual. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UFRJ. 1994. p. 71)

⁴⁰⁰Ibidem.

⁴⁰¹(OLIVEIRA, 2005, p. 55)

⁴⁰²São recompensas simbólicas atribuídas pela autora no texto original: a função social, o prazer pela atividade e a visibilidade conferida pela assinatura das matérias.

⁴⁰³O pensamento de M. OLIVEIRA nessa passagem leva em conta argumento de BREED (1993): "das conversas com os jornalistas, e através da leitura dos seus livros, fica-se com a impressão de que são orgulhosos pelo facto de serem jornalistas. (...) Muitos jornalistas poderiam concorrer a empregos melhor remunerados, na publicidade e nas relações públicas, mas permanecem no jornal" (BREED, Warren. Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: Questões, teorias e "estórias". 1.ed. Lisboa: Vegas, 1993. p.159)

⁴⁰⁴Op cit.

⁴⁰⁵(OLIVEIRA, 2005, p. 55)

⁴⁰⁶Na nota de rodapé nº 391, na qual LISBOA (1994) critica MEDINA (1982), fica claro o posicionamento de gerações em valorizar o perfil profissional de dada época ou modelo de Jornalismo.

certa boemia e capacidade intelectual que deixara de existir com o modelo do Jornalismo Informativo, em virtude do processo de profissionalização do Jornalismo.

M. OLIVEIRA (2005) recupera que

A profissão [de jornalista], certamente, já esteve ancorada em uma visão mais romântica, especialmente até os anos 70 no Brasil, quando os discursos profissionais transbordavam uma aura militante e um desejo de mudar o mundo. Nas últimas décadas, o caráter empresarial e mercadológico da imprensa ganhou maior agressividade e visibilidade. Nesse contexto, amparadas no discurso da exaltação técnica, empresas como a Folha de S. Paulo estimularam a adoção de uma postura a que se convencionou chamar de profissionalismo.

O fato de o jornalismo ter assumido mais agressivamente seu caráter comercial nas últimas décadas não impede que representações mapeadas durante o desenvolvimento dessa pesquisa [de M. OLIVEIRA (2005)] sejam atualizadas nos discursos dos agentes do campo. Em alguns momentos, até contribui para reforçá-las, exaltando, por exemplo, valores identificados com o profissionalismo, como a objetividade⁴⁰⁷.

M. OLIVEIRA (2005) afirma que o jornalista alimenta representações relativas a valores revolucionários, religiosos e românticos e que, por isso, o jornalismo é uma atividade marcada por conflitos e tensões, especialmente para aqueles que desejam defender uma postura de autonomia em relação aos imperativos comerciais⁴⁰⁸
409.

A reflexão do parágrafo anterior, de M. OLIVEIRA (2005), é baseada numa consideração de BOURDIEU (1997) sobre o campo jornalístico.

Assim afirma BOURDIEU (1997):

O jornalismo é uma das profissões em que se encontram mais pessoas inquietas, insatisfeitas, revoltadas ou cinicamente resignadas, em que se exprimem muito comumente (sobretudo ao lado dos dominados, evidentemente) a cólera, o asco ou o desencorajamento diante da realidade de um trabalho que se continua a viver ou a reivindicar como “não como os outros”. Mas se está longe de uma situação em que essas amarguras ou esses repúdios poderiam tomar a forma de uma verdadeira resistência, individual e sobretudo coletiva⁴¹⁰.

M. OLIVEIRA (2005) atribui como um suporte à construção da representação simbólica de Velha Guarda o fato de

O fim das grandes causas e do discurso crítico, que marca o espírito da pós-modernidade a partir da década de 60, enfraqueceu a representação dos jornalistas brasileiros como simpatizantes das causas marxistas, pois o pensamento pós-moderno

⁴⁰⁷(OLIVEIRA, 2005, p. 56)

⁴⁰⁸Ibidem.

⁴⁰⁹O empresário de jornalismo, Otávio Frias, publicador da Folha de São Paulo, defendia que “o sentimento anticapitalista encontra todo tipo de estímulo na atividade jornalística”. (FRIAS FILHO, Otávio. Apresentação. In: LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Mil Dias: os bastidores da revolução em um grande jornal. 1. ed. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988. p. 23) apud (OLIVEIRA, 2005, p. 56)

⁴¹⁰BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. p.53 e 54) apud (OLIVEIRA, 2005, p. 57)

desconfia das metanarrativas ou metateorias (esquemas interpretativos abrangentes tal qual formulado por Marx), por meio das quais supostamente todas as coisas poderiam ser explicadas⁴¹¹.

A representação de uma Velha Guarda mais crítica e competente acontece no jornalismo brasileiro entre seus pares. A questão retoma o preconceito estabelecido entre jornalistas provisionados e profissionais, já exposta em seções anteriores.

2.4.3.8 - Autofiscalização: acima de qualquer suspeita

A representação de Autofiscalização é do campo jornalístico, mas implica em representações simbólicas compartilhadas dentro e fora do próprio campo. Tal fato ocorre quando os meios de comunicação tomam para si a iniciativa de criticar suas práticas profissionais. Os jornalistas contribuem para a representação social de que a denúncia e a ética é um valor tão intrínseco à atividade que faça do campo uma tribuna de julgamento permanente de seus pares.

A idéia de que os membros do próprio campo se fiscalizar é atribuída principalmente ao caráter competitivo do mercado noticioso. M. OLIVEIRA (2005) considera que as denúncias de sensacionalismo e críticas à espetacularização da notícia são feitas em vista da propriedade ou não da conduta ética. Para a autora,

O jornalismo talvez seja um dos universos sociais onde mais se fala sobre princípios éticos e valores profissionais. Arriscamos dizer que poucas profissões têm tantos livros publicados sobre o papel e os deveres de seus agentes, sobre a representação do que seria um bom jornalista, de como ser/estar no exercício da profissão⁴¹².

A crítica dos jornalistas, a seus pares, é freqüente. Contudo, a cultura profissional do jornalismo tem como hábito se adiantar em relação às evidências de um mau jornalismo e foge da real discussão sobre as responsabilidades sociais e corporativas da atividade jornalística. Mostra erros, mas se resguarda por não se expor de forma integral. As falhas apresentadas na autocrítica, na Autofiscalização, são as que o autor da crítica escolhe fazer sobre si⁴¹³.

BARROS (2003) afirma que os jornalistas “mostram as falhas já aparentes e reforçam critérios já consagrados da prática”⁴¹⁴. Para o autor,

⁴¹¹(OLIVEIRA, 2005, p. 56)

⁴¹²(OLIVEIRA, 2005, p. 57)

⁴¹³Na Autofiscalização, há o mascaramento de estruturas inoperantes ou irregulares dentro do campo do jornalismo, como será abordado adiante.

⁴¹⁴(BARROS, 2003, p. 114 e 129) apud (OLIVEIRA, 2005, p. 58)

A autocrítica funciona mais como um mecanismo de legitimação da profissão (a sustentação da imagem de independência e liberdade, por meio do exercício da crítica, alimenta o estatuto do campo), do que propriamente como uma postura reflexiva sobre a realidade objetiva da prática.

Será preciso notar também que, quando se lançam ao exercício da crítica, esses agentes geralmente atribuem as limitações do exercício profissional a fatores externos, como o mercado e os interesses econômicos. Esse movimento, de certo, funciona como “um elemento protetor do campo”, já que os princípios e procedimentos consagrados na profissão, como os rituais de objetividade e os critérios de noticiabilidade, são protegidos de questionamentos⁴¹⁵.

No Brasil, a crítica de mídia⁴¹⁶ feita por entes privados é um mecanismo de autofiscalização das atividades jornalística. Entretanto, o mesmo não acontece com iniciativas ou proposições de controle oriundas do estado.

Proposições como os Conselhos de Fiscalização da Profissão (caso do projeto de lei que propunha o Conselho Federal de Jornalismo) e ordens de classe (projeto de lei que propunha a Ordem dos Jornalistas do Brasil) costumam ser rechaçadas e apontadas como afronte à Liberdade de Imprensa⁴¹⁷. Para VENCESLAU (2002),

“[...] existe uma campanha sistemática das empresas de comunicação contra a organização da categoria [profissional]. E isso não vem de hoje”⁴¹⁸

CANALI (2005) acredita que se existe tal “campanha”⁴¹⁹, não se dispõe de provas documentais sobre ela, embora haja elementos através dos quais se possa interpretar e verificar se, de fato, ela se caracteriza⁴²⁰. Para o autor, no caso do projeto que criaria o Conselho Federal de Jornalismo,

No debate estabelecido sobre o projeto de criação do Conselho Federal de Jornalismo, apesar do destaque oferecido pela imprensa em geral – e pelas revistas semanais em particular –, os cidadãos brasileiros não ficaram adequadamente informados, mas, sim, submetidos aos interesses próprios da imprensa e do seu poder e, assim, prejudicados na formação de juízo, logo sobre um setor que desempenha um papel cada vez mais central

⁴¹⁵Ibidem.

⁴¹⁶Existem exemplos como o Observatório da Imprensa e a Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RENOI) reúne 31 professores/pesquisadores e mais de 220 alunos, bolsistas e voluntários. E está presente em nove estados do país.

⁴¹⁷Há países em que existem conselhos de TV e de cobertura da mídia, formado por cidadãos, que trabalham na linha de crítica de mídia. No Brasil, a crítica é feita por um grupo muito reduzido: os laboratórios universitários de análise de mídia e os observatórios. Em sua maioria, são compostos por profissionais de jornalismo e estudantes.

⁴¹⁸VENCESLAU, Pedro. Nem tudo que reluz é pauta. São Paulo, ano 16, n. 176, p.25-31, out. 2002. apud CANALI, Geraldo Valentei. Ideologia no uso do conceito de liberdade de imprensa - uma análise a luz da hermenêutica da profundidade. Tese (Doutorado em Comunicação), PUCRS. 2005. p. 110

⁴¹⁹Colocamos a palavra campanha entre parênteses tendo em vista o uso aplicado à fala de VENCESLAU (2002) ser acolhida na análise de CANALI (2005), mas não em seu sentido de conspiração.

⁴²⁰(CANALI, 2005, p. 110)

na construção da sociabilidade, muito especialmente na condição contemporânea, que é o setor dos meios de comunicação.

É evidente o uso da estratégia de racionalização, na medida em que, em diferentes momentos, identificamos a construção de uma cadeia de raciocínios para persuadir o público leitor de que o combate ao projeto do conselho Federal de Jornalismo deveria merecer o apoio da sociedade⁴²¹.

CANALI (2003) entende que o campo jornalístico reafirma a auto-criticidade, mas vela a manutenção de um status quo. Para o autor, o conceito de liberdade imprensa é utilizado muitas vezes por “questão de conveniência, ou melhor, de coerência com sentido econômico que nele havia [no mercado noticioso], o de liberdade de mercado, absoluta e sem qualquer controle”⁴²².

2.4.3.9 - Informante fiel: o rito da forma e o mito da isenção

Os critérios de Objetividade e o referencial do que é notícia são influentes na construção da representação simbólica da identidade do jornalista. F. LOPES (2007) ironiza a relação entre esses elementos ao fazer uma analogia à religião⁴²³:

Ela [Objetividade] é um valor que pode ser considerada marca divisória no jornalismo em grande parte do mundo e também no Brasil. É possível até mesmo fazer uma separação: jornalismo A.O. (antes do ideal da objetividade) e jornalismo D. O. (depois do ideal da objetividade)⁴²⁴.

O pressuposto de Objetividade faz parte da dinâmica de trabalho como uma espécie de ritual a ser seguido pelo jornalista na produção da notícia⁴²⁵. Segundo F. LOPES (2007),

O ritual metódico da Objetividade tem a função de neutralizar potenciais ameaças ao trabalho jornalístico, tais como o cumprimento dos prazos, as críticas, as reprimendas dos superiores e os processos de difamação⁴²⁶.

O advento da Objetividade (Jornalismo Informativo) parece romper com o

⁴²¹(CANALI, 2005, p. 208)

⁴²²(CANALI, 2005, p. 213)

⁴²³A analogia em relação à religião é comum: “os jornalistas invocam sua Objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos”. (TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas In: TRAQUINA, Nelson (org.) Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa. Veja. 1993, p. 61).

⁴²⁴(LOPES, 2007, p. 48)

⁴²⁵Tema explorado nas seções 1.1.3 (O conceito gira em torno de limites. Quais limites?) e 1.2 (Manuais de Redação).

⁴²⁶(LOPES, 2007, p. 51)

paradigma anterior (Jornalismo Opinativo), mas na verdade reedita práticas do jornalismo inerentes à atividade jornalística e não ao modelo adotado. CAVALCANTI (2006) atribui a faculdade de dar nomes novos a coisas antigas à “crença”⁴²⁷ e ao “espírito de fazer justiça”⁴²⁸ dos jornalistas.

O fato de alguns sujeitos dessa comunidade rejeitarem a expressão jornalismo investigativo, por considerá-la uma redundância, corrobora o que estamos dizendo, a saber, a crença de que um dos traços definidores de jornalista seria a combatividade, o espírito de fazer justiça. Não se trata da defesa de uma concepção subversiva da profissão, mas de (re)afirmar o que se acredita como sua própria essência, e que, por essa razão, deve ser perpetuado.

A essas qualidades – combatividade, autonomia, habilidade com a escrita, luta por causas justas – que o discurso jornalístico e sua prática reivindicam como elementos constitutivos, vem somar-se outra que, de tão repetida e defendida, cristalizou-se. Trata-se da objetividade⁴²⁹.

F. LOPES (2007) considera que a utilização dos critérios de Objetividade no meio jornalístico cumpre com um rito da forma textual (modelo do Jornalismo Informativo) e com o mito da isenção (evocada pelo mesmo modelo). Para a autora,

Alguns valores e práticas se destacam em relação a outros na história do jornalismo. Ainda que se elaborem contrapontos e contra-argumentos sobre eles, alguns deles passam por um processo de mistificação, tornando-se símbolos para a identidade jornalística. Fora do ambiente acadêmico e das discussões mais aprofundadas, o mito continua vivo no cotidiano do trabalho jornalístico, no senso comum, na percepção que a sociedade tem do jornalista e na auto-imagem que o jornalista sustenta perante seus pares e perante a sociedade.

(...) O jornalista sabe que não consegue alcançar a isenção total ao reportar um fato, seja ele qual for. Impossível manter-se neutro, ou impossível captar a totalidade da experiência e coloca-la no papel ou no vídeo. A construção do texto, a escolha das palavras, o ordenamento dos parágrafos são aspectos de um processo de mediação que não dá conta de refletir a realidade tal qual ela é⁴³⁰.

A adoção dos critérios de Objetividade por grande parte dos meios de comunicação no país não extinguiu o modelo de Jornalismo Opinativo. F. LOPES (2007) entende que os jornalistas, como categoria, tratam o noticiário como integralmente objetivo, sendo que os gêneros não-objetivos também fazem parte do cotidiano e não deixam de ser produtos noticiosos⁴³¹.

Quanto ao mito da isenção, V. OLIVEIRA (1996) considera que o discurso identitário dos jornalistas (como classe) reivindica credibilidade de outros Campos ao vender o noticiário jornalístico como única instância neutra, imparcial e objetiva pela qual se pode conhecer os fatos da vida social. Para o autor, essa representação

⁴²⁷(CAVALCANTI, 2006, p. 69)

⁴²⁸Ibidem.

⁴²⁹Ibidem.

⁴³⁰(LOPES, 2007, p. 57)

⁴³¹Ibidem.

consensual, exterior ao grupo, legitima a atividade como mediadora oficial de assuntos e confere ao jornalista a credencial de acesso e de fala sobre os acontecimentos que incidem sobre a vida em sociedade.

V. OLIVEIRA (1996) declara que

Além desta convivência com a realidade, que resulta em um tipo de consciência do profissional, devemos levar em conta, também, as idéias de missão, de liberdade e de justiça, que constituem a mística jornalística, que funcionam como inspiração, de lastro cultural e ético para o exercício do jornalismo. É através desses ideais que a corporação jornalística se organiza, se justifica socialmente e promove a socialização de seus membros⁴³².

V. OLIVEIRA (1996) afirma que a isenção reivindicada pela adoção dos critérios de Objetividade se presta não só ao mandato do jornalista como informante fiel da sociedade, mas aos interesses privados da instituição na qual trabalha⁴³³. O autor distingue os usos dos pressupostos objetivos da seguinte forma

A questão da liberdade expressão é constantemente evocada pelos jornais, mas apenas enquanto liberdade da empresa e não dos seus profissionais. A tentativa destes em exercê-la, não raras vezes, vêm acompanhadas de sanções, como suspensão do trabalho demissão ou algo semelhante. Ou seja, a liberdade de expressão do jornalista termina imediatamente quando ele transgride as normas, a linha editorial ou os interesses extra-jornalísticos da empresa. A única liberdade a que tem direito é a liberdade de adesão à linha editorial e/ou política da empresa⁴³⁴.

V. OLIVEIRA (1996) afirma que a credencial de mediador da realidade é em razão da atividade e não do profissional, sendo assim, tudo que é publicado no jornal tem a etiqueta de imparcial, neutro e objetivo, seja de natureza informativa ou opinativa⁴³⁵. O autor ressalta que “a maior parte da bibliografia corrente de estudos sobre o jornalismo nos mostra que a imparcialidade e objetividade são peças de ficção, e sem base de sustentação científica”⁴³⁶.

O pressuposto de Objetividade alimenta discussões éticas no jornalismo calcadas nas tensões: tecnicismo versus humanismo; prática versus teoria; interesse público versus privado; e informação versus opinião. Analisemos a seguir a dimensão ética do Ser Jornalístico.

⁴³²OLIVEIRA, Valdir de Castro. Os Moinhos de Papel: Um Estudo sobre a Narrativa Jornalística, o Repórter e a Cidadania na Imprensa Belo-Horizontina. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 1996. p. 16.

⁴³³(OLIVEIRA, 1996, p. 80)

⁴³⁴Ibidem.

⁴³⁵(OLIVEIRA, 1996, p. 73)

⁴³⁶Ibidem.

2.4.4 – Ética Profissional

A ética profissional trata da dimensão do dever-ser. Os valores deontológicos do jornalismo são calcados em funções e representações que identificam o jornalista e o definem como tal.

No quadro de ética jornalística, são referenciais de conduta profissional: a responsabilidade social, o compromisso com a verdade, a pluralidade de opiniões, a função de informar a sociedade, trabalho em prol do interesse público, a Liberdade de Imprensa e a autonomia do jornalista. As organizações jornalísticas também têm um quadro de valores corporativos que fazem parte do cotidiano do jornalista: os critérios de Objetividade e seus efeitos sobre notícia e conduta profissional, a referência da neutralidade, imparcialidade, além do ideal de obtenção da informação em primeira mão.

Na presente pesquisa, consideraremos dois referenciais éticos: o deontológico, que denominaremos Ethos do Jornalista; e o corporativo da organização jornalística, que trataremos de Ethos do Jornalismo⁴³⁷.

O estudo das implicações do dever-ser certamente revela características do Ser Jornalístico, tendo em vista que o ethos do trabalho no campo jornalístico é, conforme GOODWIN (2007), definido como “uma relação dialética entre as possibilidades da ética e as limitações da prática”⁴³⁸.

2.4.4.1 - O jornalista e o referencial teórico da Ética

Os estudos sobre ética são inúmeros. Alguns modelos que fazem o panorama das diferentes concepções sobre o tema são:

⁴³⁷ A terminologia Ethos do Jornalismo é de MEYER (1989) e a utilizaremos na presente pesquisa no com o sentido de conceituar algo, mas de abordagem de alguns conteúdos. Iremos falar a seguir de ética e muitas palavras são comuns a conteúdos diferentes. Para fugirmos da redundância, utilizaremos esse recurso já que a palavra ética, deontologia, jornalista, profissional, dentre outros, se repetem muito a cada período e parágrafo. (MEYER, P. Ética no jornalismo, Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1989:10:38) apud (MARTINO, 2007, p. 3;13)

Ressaltamos que a terminologia Ethos do Jornalismo também é utilizada por outros autores, como L.M. MARTINO (2007). (MARTINO, Luis Mauro Sá. A ética como estratégia no campo jornalístico. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007)

⁴³⁸ GOODWIN, E. Procura-se ética no jornalismo, São Paulo. Nórdica. 1991. p. 23 apud (MARTINO, 2007, p. 2)

1. A Ética Grega – a virtude não obrigatória, exigindo requisitos e apresentando-se de forma distinta em relação a certos papéis sociais, achando-se dissociada do saber. O Mito da Caverna representa a idéia do bem. Alcançar o bem indica atingir o mais alto nível de sabedoria (...)
2. A Ética da Salvação – elaborada durante a Idade Média, assim denominada por ter interpretado a ética Grega de ângulo teológico, dando precedência à vida eterna. Para Aristóteles o fim da moral é a ação dos homens. Para São Tomás de Aquino o fim do homem não se encontra na relação com o homem, mas na pessoa, no sentido de uma natureza espiritual
3. A Ética Social – elaborada nas nações protestantes, na época Moderna, com o propósito de fixar critérios para a incorporação de princípios morais à sociedade, já que a moralidade básica é entendida como sendo individual e dizendo respeito a uma relação com o Criador que não admite mediações.
4. A Ética do Dever – formulado por Kant, que circunscreve o problema ético ao da fundamentação da moral, preconizando uma solução racional, sem recurso à divindade. Separação entre moral e religião. Imperativo categórico: age como se a tua ação se possa transformar numa lei universal (...) O homem é um fim em si mesmo e não pode ser usado como meio.
5. A Ética Eclética – propõe-se a conciliar o racionalismo kantiano com a simultânea admissão de inclinações morais nos homens, adotada pelos neotomistas [adeptos da filosofia de São Tomás de Aquino]
6. A Ética dos Fins Absolutos – “os fins justificam os meios”, que sem abdicar dos pressupostos cientificistas que a fazem renascer na época moderna, veio a ser encampada pelos marxistas [adeptos da luta armada]
7. A Ética de Responsabilidade – proposta por Max Weber, que pretende fazer renascer a tradição kantiana, no que respeita à eliminação da dependência à religião reelaborando-a para abandonar os vínculos porventura tivesse estabelecido com a suposição de uma sociedade racional⁴³⁹

Na presente pesquisa, não temos interesse em trabalhar a significação filosófica, nem científica, das diferentes abordagens e conceituações sobre ética. Tomemos como referencial o pensamento de Kant relativo à Deontologia, postulante de um ethos do dever ser. Até porque entendemos os juízos de valor do jornalista contextualizados num mundo pós-moderno, marcado pela fragmentação do indivíduo, crise da verdade na ciência (com a decadência do empirismo) e ascensão do construtivismo.

A ética, aplicada ao campo jornalístico, é resumida por SILVEIRA (1993) da seguinte forma:

Na mudança do paradigma mecanicista para o novo paradigma holístico, sistêmico ou orgânico, a ética jornalística precisa mudar também (...) passando a se basear na consciência social e não no deslize ou outras formas de sensacionalismo durante o processo de seleção e edição das notícias. A nova ética passa pela responsabilidade no sentido weberiano do termo, ao qual os veículos de comunicação resistem baseados no argumento de que a ética da responsabilidade no jornalismo implicaria num risco de autocensura, uma vez que caberia ao veículo decidir sobre o que é bom ou mal para a opinião pública.

Quando a imprensa coloca todo o seu trabalho em termos de mercado está “marketizando” o espaço público e substituindo o seu produto por imagens. Não é mais

⁴³⁹Instituto Brasileiro de Educação Moral (IBEM), apud SILVA, Luiz Martins da. Ética na Mídia. Brasília. Casa das Musas. 2003. 2 edição. p. 10.

a notícia que chega às bancas, é a “notícia-verdade”, que usa a objetividade e suas derivações para sustentar essa imagem. Com a ética do marketing, os resultados de mercado ganham o patamar de signo, quando deveriam ser considerados um valor⁴⁴⁰.

SILVEIRA (1993) considera que o fato do espaço público passar a ser agenciado por uma lógica de mercado é efeito do referencial de Objetividade e dos valores profissionais, oriundos da cultura organizacional, que circundam o campo do jornalismo⁴⁴¹.

Existem implicações éticas peculiares a cada tipo de juízo valorativo, seja de ordem pessoal ou coletiva. SILVA (2003) as distingue utilizando o seguinte referencial:

Nem sempre as orientações difundidas no meio de uma corporação encontram apoio nas convicções individuais. A Ética da Convicção, portanto, volta-se mais para o indivíduo, enquanto que a Ética da Responsabilidade diz mais respeito às coletividades. A primeira está relacionada aos deveres (deontologia = tratados dos deveres); a segunda, aos fins⁴⁴².

Desde a universidade, a formação de jornalistas tem forte foco na deontologia. Considerando cursos com currículos humanísticos. Muitas vezes, currículos tecnicistas contribuem para a socialização, desde a faculdade, com a ética oriunda da prática jornalística no mercado noticioso.

O conflito ético no campo do jornalismo geralmente reflete a distância entre teoria e prática; universidade e mercado. O referencial deontológico, de implicação pessoal, comungado pela cultura profissional, muitas vezes fica no plano teórico e não é aplicado na prática. Com a influência de valores egressos da realidade cotidiana, subsidiários do mercado de trabalho e da socialização de princípios em dada cultura organizacional, fazem com que os profissionais tenham certa dificuldade nas tomadas de decisão.

Para FITTIPALDI (1998),

Nas redações, o que vemos em geral é que os jornalistas vagam entre um ideal de objetividade e isenção e seu oposto - a interpretação do fato - o que em si também significa tomada de partido, compromisso fechado com a verdade. Diante de um acontecimento, porém, o profissional da imprensa pode processar o fato de duas formas: de maneira redutora e ideológica (ou como se o que ele escreve fosse uma verdade absoluta ou interpretando à sua maneira os fatos) ou, ao contrário, de forma intensiva, aberta, dinâmica.

É claramente a segunda atitude a que, ética e ontologicamente, nos parece coerente com a ética como a entendemos. Através dela, o jornalista reconhece que, ao lidar com um

⁴⁴⁰SILVEIRA, Santa Maria. Ética: esta Lei pega? Apontamentos sobre a moralidade que a imprensa prega e pratica. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 1993. p. 162-163

⁴⁴¹Ibidem.

⁴⁴²(SILVA, 2003, p.12)

acontecimento, mergulha na verdade intensiva, muitas vezes paradoxal ou mesmo contraditória, em que a atuação do jornalismo é sempre um recorte possível, nunca totalmente objetivo, cientificista, como pretendem os clássicos da objetividade⁴⁴³.

ANDRADE (2004) é pedagoga e no estudo O Ensino da Ética Profissional em cursos de graduação diagnosticou as condições nas quais são ministradas as disciplinas de ética em cursos de graduação no sudeste do país. Na amostra do estudo, o curso de jornalismo estava incluso. A autora investigou a dimensão do ethos regulativo (dever ser), além do punitivo (no caso das profissões que têm conselhos) na realidade profissional. O objetivo foi o de verificar a distância entre a teoria e a prática.

ANDRADE (2004) concluiu que existe hipervalorização do ensino de ética na graduação como sendo a única solução para os problemas éticos do cotidiano profissional. Para a autora, o ensino da disciplina produz efeito, mas da forma realizada atualmente, parece não ter o alcance esperado fora dos domínios da universidade.

ANDRADE (2004) conclui que

Podemos citar muitos assuntos que estão ligados à ética, como: liberdade, valores, limites, respeito, responsabilidade, honestidade, mau, bem, felicidade, hedonismo e muitos outros. Com a pesquisa observou-se que o discernimento para todas as questões acima não depende apenas da educação escolar – mesmo porque, muitos relatos nos mostram que o setor educativo está desprovido deste tipo de ensinamento – mas depende muito mais da família, da origem, dos costumes e hábitos desta. É preciso salientar que o ensino, na maioria das vezes, tem boas intenções e vem surtindo resultados positivos, porém, o que se pretende nesta argumentação é deixar registrada a esperança de uma maior colaboração de cursos e escolas em prol da reflexão sobre Ética Profissional⁴⁴⁴.

KARAM (2007) discorda dessa perspectiva defendida por ANDRADE (2004). Em se tratando de formação ética para o jornalista, o autor postula que

O "ideal", para quem propõe um conhecimento tão enciclopédico quanto atualizado seria, para uma "boa" formação jornalística, que o currículo tenha 400 disciplinas, distribuídas em 27.700 horas-aula, o que equivaleria a 40 anos em bancos escolares. O aluno, portanto, ingressaria aos 18 anos e se formaria aos 58 anos, pronto para a aposentadoria, com um amplo conhecimento sem possibilidade de aplicação. Do meu ponto de vista, em primeiro lugar, considero que um currículo de quatro anos em Jornalismo tem mais condições de preparar melhor o profissional para o desempenho de sua atividade⁴⁴⁵.

⁴⁴³FITTIPALDI, Maristela. Ética no Jornalismo - Desafio Cotidiano. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 1998. p.128

⁴⁴⁴ANDRADE, Lucimara. O Ensino da Ética Profissional em Cursos de Graduação. 2004. Dissertação (Mestrado em Educação), UNOESTE. p. 116;119

⁴⁴⁵KARAM, Francisco. Formação e Ética Jornalística. Disponível em www.jornalismo.ufsc.br/. Acessado em 05-12-2007. Sem registro de data. Em virtude disso, faremos a referência com a data de visitação.

A preocupação com a ética na formação jornalística é uma constante, até porque o jornalista se define como um ser ético⁴⁴⁶.

2.4.4.2 – Dever ser como dimensão ontológica

Os discursos deontológicos dominantes sobre o dever ser⁴⁴⁷ jornalístico estão sedimentados por um conjunto de valores referenciais da profissão, como: o caráter de responsabilidade social, a busca da verdade e a missão de esclarecer à sociedade sobre os fatos que têm relevância pública. Tais elementos da dimensão da ética jornalística têm influência sobre a representação social e identitária do jornalista.

M. OLIVEIRA (2007) considera que o jornalista seria “uma espécie de representante da sociedade, da voz popular, defensor dos valores democráticos e do direito social à informação”⁴⁴⁸. Para a autora, os jornalistas como

Herdeiros de postulados iluministas, levam a crer que o profissional da imprensa, ao fazer uso de critérios objetivos, seria capaz de revelar cotidianamente a verdade dos fatos, sem a prevalência de interesses de qualquer ordem, que não os do próprio público. Assim, por meio da mediação dos jornalistas, a imprensa refletiria a realidade imediata, cobrindo os acontecimentos dotados de relevância social⁴⁴⁹.

M. OLIVEIRA (2007) declara que

Em decorrência disso [posicionamento como porta-voz da sociedade], podemos considerar que os jornalistas constroem seu discurso identitário estabelecendo um sentido de vinculação com a profissão a partir do compromisso com um nobre mandato, uma missão social. De certa forma, essa visão idealizada confere ganhos simbólicos aos agentes dessa atividade e legitima o lugar diferenciador dos profissionais da imprensa no conjunto social. Nesse sentido, os jornalistas vivem e continuam a reivindicar o status de um trabalho que seria dono de uma aura particular, “não como os outros”⁴⁵⁰.

O jornalista considera que seu referencial ético é o mesmo do cidadão.

Para ABRAMO (1997),

⁴⁴⁶Ibidem.

⁴⁴⁷Não encontramos registros que explicassem a aplicação da grafia de dever ser, com ou sem hífen, e com os quais justificaríamos a grafia na presente pesquisa. Em vista da nossa bibliografia, a maior parte da literatura sobre Ética em Comunicação utiliza a expressão sem o hífen.

⁴⁴⁸OLIVEIRA, Michelle. Discursos sobre o Dever-Ser Jornalístico: Construindo um Capital Simbólico. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2007. p. 1

⁴⁴⁹Ibidem.

⁴⁵⁰Ibidem.

O jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista⁴⁵¹.

M. OLIVEIRA (2007) afirma que o fato de vincular a ética profissional à ética cidadã “coloca a atividade jornalística como um ato desinteressado de sua natureza econômica e interessado na função social da profissão, cujo compromisso com o interesse público lhe atribuiria uma espécie de nobre mandato”⁴⁵². A autora conclui que

Os códigos de ética, manuais de redação e livros sobre jornalismo, que reiteram os valores idealizados da profissão, atuam, em muitos momentos, como operadores de sentido na transfiguração do caráter econômico da atividade jornalística. Nesse contexto, o jornalismo é exaltado não como um bem econômico (o que não é dito), mas como um bem simbólico (o que é dito), no qual o profissional é reconhecido e tem recompensas simbólicas, entre elas, ter uma função social nobre na sociedade, ser o representante da verdade, mediador do interesse público, etc, e todo o status decorrente dessas imagens.

Muitos valores legitimados no campo profissional jornalístico, a partir de postulados, princípios deontológicos, e discursos idealizados, contribuem para um processo de mitificação da atividade. M. OLIVEIRA (2007) acha “desnecessário dizer que esses valores [princípios deontológicos e discursos idealizados] estão recheados de ambigüidades e incongruências, as quais só reforçam sua fragilidade”⁴⁵³. Para a autora, ao não interrogar e reproduzir discursivamente as incongruências legitimadas pelos princípios dominantes do ideário jornalístico, “os agentes sociais desse campo só fazem eximir-se da reflexão moral necessária para que se possa agir de outra forma, encontrar soluções para o jornalismo que hoje é praticado”⁴⁵⁴. E essa postura “acaba reduzindo as discussões sobre a prática profissional em propostas de boas intenções”⁴⁵⁵.

A seguir, abordaremos o surgimento dos códigos deontológicos em jornalismo como codificadores dos princípios éticos do jornalista. Temos como intuito, analisar o processo de construção de um domínio ético especializado, de um campo; e de construção de uma identidade, um Ser Jornalístico, comungada pelos membros deste campo.

⁴⁵¹ABRAMO, Cláudio. Observadores de Carteirinha. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatordaimprensa.com.br.

⁴⁵²(OLIVEIRA, 2007, p. 3)

⁴⁵³(OLIVEIRA, 2007, p. 11)

⁴⁵⁴Ibidem.

⁴⁵⁵Ibidem.

2.4.4.3 - Códigos Deontológicos - norte do Ethos do Jornalista⁴⁵⁶

No fim do século XVIII, os movimentos libertários na França e nos Estados Unidos, além da Revolução Industrial, provocaram uma reviravolta na relação entre a imprensa, censura e interesse público⁴⁵⁷. Três fatores foram muito importantes quanto às mudanças: os avanços tecnológicos passaram a permitir a produção em larga escala de jornais e publicações, a Liberdade de Expressão e a Liberdade de Imprensa garantida constitucionalmente. Para NOGUEIRA (2001), o resultado das mudanças ocorridas no sistema político-econômico, no Ocidente, foi a emergência de uma imprensa comercial, mais voltada para a informação do que para a opinião⁴⁵⁸.

Nos EUA, a partir de 1840 até o início do século XX, o aperfeiçoamento das técnicas de impressão, o acirramento da concorrência entre as empresas e o descompromisso ideológico acabaram levando a um processo de “trivialização e sensacionalização”⁴⁵⁹ do conteúdo do noticiário. O estilo de jornal (ao qual se convencionou chamar de popular) era caracterizado pela falta de veracidade nos relatos e irresponsabilidade social. NOGUEIRA (2001) afirma que

O clima de “vale tudo” teve um saldo que se costuma considerar positivo: o surgimento dos códigos de ética da área de jornalismo. Temendo que os limites fossem imposto pelo Estado (com caráter restritivo), os empresários do setor decidiram estipular eles próprios suas regras de conduta. É curioso notar que essa normatização de princípios foi muito mais movida pela força das circunstâncias do que por uma demanda espontânea⁴⁶⁰.

Segundo NOGUEIRA (2001), o primeiro código foi intitulado Cânones do Jornalismo⁴⁶¹. Para a autora, a partir da edição do documento, foram criadas as bases para a noção de Objetividade, a ser desenvolvida posteriormente.

⁴⁵⁶Nesta seção, não é objetivo da presente pesquisa desenvolver a discussão de situações que sejam éticas ou anti-éticas. O intuito é de recuperar a os códigos deontológicos na busca da um referencial identitário da profissão de jornalista e de organização do próprio campo jornalístico, como dimensão do Ser Jornalístico.

⁴⁵⁷A censura imposta à imprensa até então era validade por questões pessoais da nobreza e de determinados grupos político-econômicos, em detrimento da sociedade em geral. A noção de interesse público emergiu com o Iluminismo e Revolução Industrial. A censura ainda seria imposta à imprensa, mas de outra forma, já que posteriormente a imprensa estaria vinculada à burguesia.

⁴⁵⁸Ibidem.

⁴⁵⁹Ibidem.

⁴⁶⁰Ibidem.

⁴⁶¹“Este primeiro código trata da responsabilidade para com o bem estar público; de sinceridade, veracidade e exatidão, como ingredientes indispensáveis ao ‘jornalismo digno’; da imparcialidade, uma ‘clara distinção’ entre notícias e opiniões assinadas; da equidade, ou o direito que todo acusado tem de ser ouvido e de ter sua defesa publicada; da decência, como a consciência que o veículo deve ter para colocar em prática o que está sendo recomendado pelo código; e, obviamente, da liberdade de imprensa, ‘direito vital do gênero humano’” (ibidem).

NOGUEIRA (2001) considera que

Em grande parte, essa noção [de codificação ética] decorreu da estratégia dos empresários de transformar o jornal em produto vendável, despindo-o de conteúdos ideológicos – a aparência de completa neutralidade garante o status de porta-voz do interesse público, que se queria (e se quer até hoje) atribuir à imprensa⁴⁶².

Em 1926, esforços empresariais no campo jornalístico no sentido de organizar entidades de representação tiveram como resultado a fundação da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP). O trabalho da instituição foi o de formalizar princípios relativos ao direito à informação, liberdade de opinião e de expressão tal qual disposto no artigo 19, da Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948.

No Brasil, os Códigos de Ética começaram a ser editados pelas organizações jornalísticas e pelos próprios jornalistas (como categoria profissional). Para NOGUEIRA (2001), o contexto era o seguinte:

Não apenas os profissionais preocupavam-se em determinar códigos morais e éticos. As empresas também tomaram esta iniciativa. Por um lado, como forma de manter autonomia sobre a questão, com vistas a evitar uma ingerência direta do Estado – de qualquer forma, no Brasil é realizado um controle externo também, já que existem leis que disciplinam a atuação tanto das empresas, quanto dos profissionais (o chamado sistema misto)⁴⁶³.

O primeiro Código de Ética dos Jornalistas⁴⁶⁴ data de 1949, como resultado do II Congresso Nacional de Jornalistas. O texto sofreu alterações em outros congressos da categoria realizados em 1968, 1986 e 2007⁴⁶⁵.

Para NOGUEIRA (2001), a codificação deontológica em jornalismo melhorou as condições de trabalho na área (perspectiva dos jornalistas) e a gestão do mercado noticioso (perspectiva dos empresários de comunicação). A autora afirma que os membros do campo jornalístico assumiram o compromisso com a veracidade dos fatos e com a responsabilidade dos relatos, tendo em vista a importância da informação na vida em sociedade⁴⁶⁶.

⁴⁶²Ibidem.

⁴⁶³(NOGUEIRA, 2001, p. 74)

⁴⁶⁴O primeiro código chamava-se Código de Ética dos Jornalistas.

⁴⁶⁵Durante o período, vários códigos corporativos, de associações de empresas de comunicação, também foram editados. Em 1964, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) elaborou seu primeiro código de ética no II Congresso Brasileiro de Radiodifusão. O texto foi reformulado em 1991. A Associação Nacional de Jornais (ANJ) elaborou seu código de ética, em 1979, numa assembléia geral com mais de cem empresas filiadas. Emendaram o texto em 1991. Ressalta-se que não entramos no mérito desses códigos corporativos por serem específicos das “n” associações que os editam. A análise proposta na presente pesquisa abordará de forma integral somente os códigos dos jornalistas por serem comuns a toda classe profissional.

⁴⁶⁶Ibidem.

NOGUEIRA (2001) declara que existe “uma verdadeira edição”⁴⁶⁷ de códigos sem implicação prática⁴⁶⁸. A crítica da autora é a de que

De um lado, segue-se à risca recomendações que interessam imediatamente às empresas e não custam muito esforço. Entre elas, as óbvias: lutar pela liberdade de imprensa, defender a livre iniciativa e garantir a autonomia econômica dos veículos. De outro, relega-se pontos que, aparentemente, são incompatíveis com a lógica predominante, que é a de mercado. Os jornalistas, por sua vez, invocam a deontologia para, por exemplo, resguardar o sigilo das fontes, mas ignoram-na completamente quando convém a seus interesses próprios⁴⁶⁹.

NOGUEIRA (2001) constata certa dependência dos jornalistas em relação às empresas de comunicação na demarcação de território ético junto ao público⁴⁷⁰. Para a autora, a excessiva preocupação com o vínculo empregatício gera descompromisso ético, perceptível, por exemplo, na “naturalização de condutas contrárias ao que postulam os documentos de princípios elaborado pelas próprias categorias”⁴⁷¹. Nesse aspecto, a autora afirma que

Um dos reflexos deste estado de coisas [cumprimento de tarefas anti-éticas para assegurar o emprego] é a criação de um círculo vicioso: com medo de perder a autonomia sobre suas ações, veículos e profissionais elaboram regras morais; forçados pelas características do mercado, abrem mão desses preceitos; exageram na dose e sofrem ameaça de censura; então, reassumem formalmente compromissos éticos que, muitas vezes, não estão dispostos a cumprir.

Por outro lado, a história da filosofia nos mostra que as questões éticas e os dilemas morais não são privilégios da sociedade contemporânea. Desde tempos remotos, a busca da felicidade e o dever. Em diferentes contextos históricos – alguns tão complexos quanto o nosso – filósofos, com Kant, desenvolveram teorias voltadas exatamente par essa questão. Mas, de forma alguma, o assunto foi dado por encerrado⁴⁷².

A limitante prática (de ordem corporativa), em relação aos princípios deontológicos, estabelece um conflito nas tomadas de decisões na área. NOGUEIRA (2001) afirma que as empresas de comunicação estão mais interessadas em pessoas bem treinadas, com “visão de mercado, flexíveis, versáteis e cheias de iniciativa, do que em indivíduos dispostos a cumprir o que estipulam os princípios de conduta profissional”⁴⁷³.

⁴⁶⁷(NOGUEIRA, 2001, p. 81)

⁴⁶⁸A autora faz essa afirmação englobando todo o processo de edição de códigos, no Brasil, desde 1949 aos dias atuais. A afirmação dela sobre a edição de códigos que não têm eficácia prática é realmente genérica como proposto no enunciado.

⁴⁶⁹(NOGUEIRA, 2001, p. 81-82)

⁴⁷⁰Ibidem.

⁴⁷¹(NOGUEIRA, 2001, p. 81)

⁴⁷²(NOGUEIRA, 2001, p. 82)

⁴⁷³(NOGUEIRA, 2001, p. 78)

FITTIPALDI (1998) entende que a postura ética advém de um juízo pessoal não-escrito⁴⁷⁴. Para a autora,

Transformada apenas em código, a ética deixa de ser ética: não passa de uma tentativa (ainda que bem intencionada), uma idealização, uma moral travestida de ética. Se códigos de ética podem informar alguns preceitos, não podem nem devem barrar a autonomia pessoal, o valor particular e ético da ação. Se um código pode ser um ponto de partida para reflexão, nunca é nem deve ser um fim em si mesmo. Isto não significa que eles não tenham utilidade. Padrões éticos estabelecidos nos códigos são importantes para comunicar princípios e orientações proclamados por profissionais de uma área e estabelecer alguns parâmetros para a atuação. Eles podem até servir como referência objetiva, mas de uma ética que se dá, efetivamente, na subjetividade das relações.

Nem só de códigos formais escritos, porém, vive a imprensa. Além deles, o jornalismo comporta outro tipo de código, não-escrito, oculto muitas vezes da consciência dos próprios jornalistas, composto por procedimentos muitas vezes não mencionados, mas bastante evidentes. Por ser freqüentemente inconsciente, este é mais difícil de descrever e analisar, mas é importante demais para não ser considerado. Regras não-escritas podem tornar-se profundamente enraizadas na cultura de uma redação e influenciar a maneira pela qual o discurso jornalístico é produzido e forma como a questão ética é percebida.

Nestes códigos não-escritos incluem-se práticas que podemos identificar graças à experiência, como a resistência dos jornais a reconhecer erros, a tendência de muitos profissionais da imprensa a se eximirem da responsabilidade do que publicam porque as declarações estão na boca de outras pessoas e a arrogância comum aos jornalistas de acharem que são os “donos da verdade” e que estão acima do bem e do mal⁴⁷⁵.

FITTIPALDI (1998) acredita que escrever novos princípios para os códigos de ética não inibe transgressões. Para a autora, a codificação formal fornece apenas um horizonte ideal no campo ético. Além do que, as transformações éticas não podem se resumir à punição dos que transgridem códigos (“há muito mais em jogo”)⁴⁷⁶:

FITTIPALDI (1998) esclarece que

A passagem ao ético - que é muito mais que o reconhecimento das normas - é ao mesmo tempo cultural, política e ontológica. Ela demanda uma nova imersão na vida, um mergulho diferente no real. Se a única limitação é a que impomos a nós mesmos, é preciso maior auto-análise, compreensão e reflexão sobre o papel, as práticas e o discurso jornalístico e sobre o comportamento ético do agente da mídia numa sociedade que dele exige cada vez mais em capacitação técnica e consciência profissional⁴⁷⁷.

Visto o contexto de surgimento dos códigos de ética, abordaremos a seguir o Ethos do Jornalista. Consideremos o Código de Ética do Jornalista Profissional (edição

⁴⁷⁴O que nos faz concluir que a existência de códigos de ética não garante adesão aos princípios.

⁴⁷⁵FITTIPALDI, Maristela. Ética no Jornalismo - Desafio Cotidiano. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 1998. p.50

⁴⁷⁶(FITTIPALDI, 1998, p. 153)

⁴⁷⁷Ibidem.

de 1987) como norte (em relação ao jornalista) e foquemos as implicações éticas dos valores pregados (dimensão dever-ser) e praticados⁴⁷⁸.

2.4.4.4 - Cotidiano profissional - emergência do Ethos do Jornalismo⁴⁷⁹

V. OLIVEIRA (1996) afirma que a questão ética está relacionada com a competência, o apuro profissional e o espírito da independência individual do jornalista que não ocorre sem levar em conta a aceitação da “regra do jogo”⁴⁸⁰, isto é, da produção da notícia como resultado de atividades realizadas dentro de uma estrutura hierárquica profissional e de uma empresa jornalística⁴⁸¹. Para o autor, embora o jornalista preste um serviço público, a atividade jornalística não deixa de ser vinculada a empreendimentos comerciais que impõem aos profissionais parâmetros para sua atuação⁴⁸².

Consideramos que os princípios deontológicos (Ethos do Jornalista) podem entrar em conflito com exigências empresariais e interesses corporativos (Ethos do Jornalismo). Nesse aspecto, L.M.MARTINO (2007) postula que “ter uma atitude ética ou não é uma decisão baseada na vontade do jornalista, mas no contexto em que isso for possível”⁴⁸³.

Consideramos o referencial ético obtido pelo jornalista no processo de formação universitária perde espaço para valores de ordem prática da cultura organizacional, devido a um processo natural de socialização do profissional na instituição⁴⁸⁴.

SILVEIRA (1992) considera “efeito de contaminação”⁴⁸⁵ da ética da formação universitária pelos valores corporativos da empresa de comunicação da seguinte forma:

⁴⁷⁸Esclarecemos que não é possível entrar no detalhamento dos códigos de ética aos quais estão vinculadas as instituições nas quais os jornalistas das referências citadas mais à frente pelos autores. Assim, o único detalhamento que possa ocorrer será o relação em jornalista. Ressaltamos que todas as referências são de publicações e autores que se reportam ao Código de Ética dos Jornalistas, antes de agosto de 2007.

⁴⁷⁹Ver justificativa para emprego da terminologia Ethos do Jornalismo na nota número 432, da seção 2.4.4 (Ética Profissional).

⁴⁸⁰(OLIVEIRA, 1996, p. 73)

⁴⁸¹Ibidem.

⁴⁸²Ibidem.

⁴⁸³MARTINO, Luis Mauro Sá. A ética como estratégia no campo jornalístico. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em www.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007. Adaptado.

⁴⁸⁴A dimensão de socialização será explicada, de forma detalhada, a partir da abordagem de estudos de Newsmaking, tema do capítulo 4.

⁴⁸⁵(SILVEIRA, 1992, p. 163)

O jornalista, ator individual que enfrenta dilemas morais no cotidiano de seu trabalho, sofre com a razão monológica das empresas jornalísticas, contextos sociais estruturados, que tiram de suas mãos a escolha e a concepção final sobre as notícias publicadas. Mas, ao jornalista não cabe se acomodar numa posição de simples componente da máquina de produção, isento de toda responsabilidade dentro da empresa e diante da sociedade.

A física quântica abriu dois caminhos para os cientistas – o que leva a Buda e o que leva à bomba, enfatizando que os cientistas são responsáveis por suas pesquisas, não só no campo intelectual, como no moral. Quando se abandonou a divisão cartesiana, caiu com ela a descrição objetiva da natureza e a ciência isenta de valores. Portanto, os valores do cientista “contaminam” seu trabalho. A mesma regra pode ser aplicada ao jornalismo, embora ainda escondido sob a venda de técnicas cartesianas, que consolidam éticas pouco democráticas⁴⁸⁶.

SILVEIRA (1992) afirma que exista um cartesianismo ético que opere no cotidiano das redações. Para a autora, apesar da formação humanística balizada pela ética deontológica, os jornalistas profissionais não fazem uso apenas desse referencial na rotina de trabalho⁴⁸⁷.

O conflito ético, segundo SILVEIRA (1992), se estabelece do seguinte modo:

A partir de tudo isso constrói-se uma ética iluminista, sempre atualizável pelo processo comunicativo e voltada para todos. Mas, esse legado iluminista na imprensa brasileira é parcial e insípido porque o jornalista tem sua razão tutelada por um poder tão obscurantista como a religião. As práticas autoritárias do jornalismo, expressas em conceitos como ao objetividade e suas derivações, quer limitar o jornalista enquanto sujeito que exerce um trabalho que envolve aprendizado, reflexão e ação moral. É uma tentativa de alijá-lo de um projeto ético de humanização de significados, levando-as à práxis reducionista, que vê o mundo a partir do ângulo de procedimentos técnicos. É uma ética cientifista que exclui o subjetivo, o emocional e as paixões e que são as responsáveis pela vivificação do mundo moral⁴⁸⁸.

Consideramos que o fato seja o de que a dimensão dever ser, apenas como princípio, não impõe sanções ao mau jornalista no exercício da profissão. As punições seriam aplicadas pelas entidades reguladoras do exercício da profissão, como os Conselhos de Profissão, se no jornalismo brasileiro fosse formalizado esse tipo de controle sobre as atividades dos profissionais.

As transgressões éticas no campo do jornalismo são muitas. Para SILVEIRA (1992), os procedimentos antiéticos mais comuns:

Assessoria Pirata – trata-se de um jornalista que atua na redação como um assessor dos interesses de seu outro emprego. Por exemplo, trabalha numa editora e escreve sobre livros no jornal.

Campanha – o veículo usa de seu poder de persuasão para convencer um administrador público ou empresário a endossar um projeto comercial.

⁴⁸⁶(SILVEIRA, 1992, p. 163-164)

⁴⁸⁷Op. Cit.

⁴⁸⁸(SILVEIRA, 1992, p. 165-166)

Chantagem – similar ao anterior, só que o argumento é um dossiê negativo que possui contra o administrador ou empresário e que ameaça publicar.
Emprego público – o jornalista completa o salário trabalhando num órgão público, o que compromete sua independência.
Mordomias – concessão de viagens, almoços, ingresso grátis etc.
Presentes – também chamados de “jabás”, vão de simples (geralmente aceitos) até valiosos (que podem causar constrangimentos a quem recebe).
Plantação de notícias – o jornalista recebe da fonte para publicar determinada matéria.
Publicidade oficial – aumenta na mesma proporção que a cobertura de determinada administração pública.⁴⁸⁹

SILVEIRA (1992) acredita que os jornalistas estão vinculados mais ao Ethos que emerge da prática num ambiente organizacional do que ao deontológico. Para a autora, “o entendimento se faz durante o processo”⁴⁹⁰.

SILVEIRA (1992) afirma que os jornalistas acreditam que os juízos de valor acontecem no exercício da profissão, na dimensão prática⁴⁹¹. E não nos bancos escolares, na dimensão teórica⁴⁹².

Consideramos que entender o juízo de valor ético pertencente apenas à dimensão prática faz com que o jornalista esteja vinculado ao Ethos do Jornalismo, socializado pelos valores organizacionais, subsidiários de uma realidade de mercado. Entretanto, nem todos os profissionais entendem os preceitos éticos dessa forma (pragmática).

Percebemos que a influência do Ethos do Jornalismo, dos valores corporativos da empresa de comunicação, é maior sobre os jornalistas sem convicção da dimensão ética do seu trabalho. Muitos jornalistas confundem valores da cultura profissional com a da cultura organizacional.

O vínculo de emprego do jornalista com dada instituição promove a sujeição a valores compartilhados naquele ambiente. O profissional que não tem consciência do seu trabalho e da dimensão ética dele está mais suscetível à adesão de princípios em conformidade com as demandas do empregador e da prática do labor.

SILVEIRA (1992) fez uma compilação das falas sobre ética de jornalistas renomados: Danton Jobim, Barbosa Lima Sobrinho, Carlos Lacerda, Cláudio Abramo e

⁴⁸⁹(SILVEIRA, 1992, p. 94-95)

⁴⁹⁰(SILVEIRA, 1992, p. 90)

⁴⁹¹“Nem sempre essa estrutura normativa de um ethos jornalístico, isto é, de um padrão de conduta, tem como objeto a prática. Definir uma ética pressupõe um critério valorativo para a escolha entre duas ou mais ações possíveis, dentre as quais uma é superior a todas as demais. Assim, qualquer ética está vinculada ao processo de escolha na prática” (Herrscher, 2002:281) apud (MARTINO, 2007, p. 2).

⁴⁹²Op cit.

Alberto Dines⁴⁹³. Nessa amostra de famosos jornalistas, a autora quis evidenciar a falta de um referencial comum do que é ética. Não houve o intuito de sugerir que esses profissionais não soubessem o que é ética. Longe disso. O foco era o de dimensionar a disparidade, em suas falas⁴⁹⁴, do que é ética.

No estudo de SILVEIRA (1992), Danton Jobim (1992) considera que a ética no jornalismo é definida pela vinculação do jornalista à verdade (sua patroa):

“O que se pode pedir do jornalista é que não use de má-fé com seu público, induzindo-o a erro em matéria de fato, seja pela falsificação das notícias, seja pela sua omissão”⁴⁹⁵.

Barbosa Lima Sobrinho (1992) alerta para o conhecimento integral do papel social do jornalista (sua finalidade maior). E ironiza quanto à regulação dos preceitos deontológicos:

“No dia em que o jornalista tiver a noção completa de sua responsabilidade e de sua atuação social, provavelmente se sujeitará a normas escrupulosas de ética”⁴⁹⁶.

Carlos Lacerda (1992) ataca o sensacionalismo e reivindica o interesse público:

“Aqui não é apenas a tecla do sensacionalismo que estamos ferindo, mas a da irresponsabilidade na imprensa. Há jornalistas, que nunca conseguiram compreender a responsabilidade de sua função – e cuidam que o jornal que têm nas mãos se fez par a impingir ao público os seus amigos e denegrir, aos olhos desse mesmo público, por todos os modos, em todos os terrenos, sob todas as formas, os seus desafetos”⁴⁹⁷.

Cláudio Abramo (1992) evoca a cidadania, em vista da natureza pública e finalidade social da atividade:

“Não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão. Onde entra a ética? O que o jornalista não deve fazer que o cidadão comum não deva fazer? O

⁴⁹³A autora não sistematizou o vínculo comum entre os jornalistas da amostra e os agrupou por um critério de proeminência, sob o aspecto de serem grandes nomes do jornalismo e influentes no meio jornalístico a gerações. A pesquisa de SILVEIRA (1992), orientada por Cremilda Medina (USP), é de 1992 e, naquela data, somente Danton Jobim estava morto (faleceu em 26 de fevereiro de 1978). Os outros jornalistas participavam de vários debates sobre ética, sendo que a pesquisa de SILVEIRA versava sobre ética jornalística no tratamento de assuntos do Governo Collor.

⁴⁹⁴As falas dos jornalistas não têm o registro de ano exato no qual foram proferidas e nem se foi em entrevista, publicação ou citação de um terceiro. Apesar da autora ter tido a intenção de construir um mosaico de falas, consideramos que faltou certo posicionamento da retirada e cruzamento das citações. Utilizaremos todas as falas com a indicação do ano de 1992, remetendo à pesquisa de SILVEIRA.

⁴⁹⁵(SILVEIRA, 1992, p. 90)

⁴⁹⁶Ibidem.

⁴⁹⁷Ibidem.

cidadão não pode trair a palavra dada, não pode abusar da confiança do outro, não pode mentir”⁴⁹⁸.

E Alberto Dines (1992) defende a preparação profissional, pois gera convicção e ética no trabalho:

“No jornalismo a ética faz parte da técnica. O chefe de Reportagem exige que se ouçam os dois lados, mas só o treinamento na escola, sem as pressões cotidianas, permite que a regra torne-se convicção. É conhecido o caso de um famoso editor de revista que escrevia a declaração de alguém famoso e depois mandava o repórter extrair do entrevistado aquela frase. Textos nota dez, ética nota zero”⁴⁹⁹.

Consideremos os relatos enunciados por SILVEIRA (1992) como fruto de inúmeras tensões, ambigüidades e contraposições inerentes ao campo jornalístico que não são vividas apenas por essas personalidades, mas pelos jornalistas em geral. Na realidade profissional não é diferente. A quantidade de concepções pessoais do que é ética, seja ela oriunda da codificação profissional ou organizacional, faz com os juízos éticos no campo do jornalismo sejam entrelaçados por vários elementos.

V. OLIVEIRA acredita no molde de um “comportamento esperado”⁵⁰⁰ dos jornalistas. Para o autor,

O fato do jornalismo se localizar predominantemente na esfera pública faz com que os jornais e os jornalistas vivam incontáveis situações provocadas pelos fatos sociais e políticos, onde estão presentes pessoas, empresas, organizações políticas da sociedade civil. A convivência, daí resultante, pode gerar diferentes posturas éticas e profissionais, expressivas da solidariedade e da adesão, ou de repulsa ou de indiferença, por parte de jornais e jornalistas, em relação aos acontecimentos e seus respectivos protagonistas. Em conseqüência, o profissional pode ser induzido a um momento oscilatório, nem sempre voluntário, que concorre para aguçá-lo a sua submissão ou conformismo, às diferentes formas de poder na sociedade.

Além desta convivência com a realidade, que resulta em um tipo de consciência do profissional, devemos levar em conta, também as idéias de missão, de liberdade e de justiça, que constituem a mística jornalística, que funcionam como inspiração, de lastro cultural e ético para o exercício do jornalismo. É através desses ideais que a corporação jornalística se organiza, se justifica socialmente e promove a socialização de seus membros. Os valores, daí decorrentes, serão responsáveis por moldar e sinalizar um tipo, ou modelo de comportamento, esperado dos profissionais diante dos acontecimentos que presencia, registra e dá publicidade⁵⁰¹.

⁴⁹⁸Ibidem.

⁴⁹⁹(SILVEIRA, 1992, p. 90-91)

⁵⁰⁰(OLIVEIRA, 1996, p. 15)

⁵⁰¹(OLIVEIRA, 1996, p. 15-16)

A dissiparidade de referenciais éticos pode afetar a noção de limite e aplicação dos princípios deontológicos⁵⁰². HERNANDES (2005) pontua que

O ethos de uma mídia aparece como consequência de uma intrincada relação com outros sujeitos que também têm um ethos⁵⁰³.

Consideramos, na presente pesquisa, que a indefinição de um limite ético ou a percepção falha da aplicação de princípios deontológicos, por parte do jornalista, colabora para que os profissionais de jornalismo⁵⁰⁴ sejam socializados por um ethos comum ao das empresas na qual trabalham⁵⁰⁵.

L.M.MARTINO (2007) postula que um princípio ético só tem valor quando tende a um máximo de aplicações. Para o autor, “um ethos orientado exclusivamente de acordo com as circunstâncias imediatas é contraditório em si, exceto se este ethos for compreendido como o único princípio universal, agir de acordo com os interesses do momento”⁵⁰⁶. Na análise de L.M.MARTINO (2007), é “possível ser médico e militante de um partido sem que as paixões políticas interfiram no momento de operar alguém. Da mesma maneira, o alfaiate evangélico cose tão bem quanto seu correlato umbandista”⁵⁰⁷.

Consideramos que, no caso do jornalismo, exista para muitos jornalistas quase que um mosaico ético devido à nuance da ética jornalística ser imbuída de valores de ordem social. Nesta linha de pensamento, L.M.MARTINO (2007) declara que

Tanto o “peão de redação” quanto o “editor-todo-poderoso” são elementos de um mesmo campo, regido pelos mesmos critérios, diferenciando-se por uma apropriação momentânea desigual do capital simbólico referente ao cargo e necessário para a

⁵⁰²Não quisemos colocar o comentário de MELO (2005) no corpo do texto para não criar “n” citações sobre o mesmo ponto. Entretanto, compartilhamos o pensamento da autora, devido a sua relevância: “as tensões éticas mais freqüentes no jornalismo circundam os conflitos entre: linguagem parcial versus linguagem imparcial; modelo jornalístico anti-informativo versus modelo jornalístico informativo; e textos opinativos versus textos noticiosos” (MELO, 2005, p. 123).

⁵⁰³HERNANDES, Nilton. Jornais e Ethos: como a marca vira um “ser” que discursa. Estudos Lingüísticos XXXIV, p. 780-785, 2005. [780 / 785]

⁵⁰⁴Jornalistas profissionais e não outros profissionais do campo jornalístico (radialistas, webdesigners, diagramadores, cartunistas).

⁵⁰⁵O Furo Jornalístico é um exemplo. Dar a notícia antes do concorrente é um valor do mercado noticioso, não dos profissionais, enquanto categoria. MARTINS (2007) considera o denunciismo e achismo como valores do mercado noticioso. A autora afirma serem inúmeras as determinações referentes à postura a ser adotada pelos profissionais de comunicação – em especial os jornalistas – no que diz respeito à ética. Porém, o que se observa na prática é que, mesmo com os espaços abertos para tratamento do tema, é infinitamente maior a incidência dos casos de desrespeito às fontes, às personalidades e à sociedade, de maneira que o “denunciismo” e o “achismo” converteram-se em práticas constantes, quase inerentes à profissão. (MARTINS, Sibeles. “Denunciismo” e “Achismo”: A ética no jornalismo. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acessado em 05-12-2007.)

⁵⁰⁶(MARTINO, 2007, p. 3)

⁵⁰⁷Ibidem.

formação de redes de relações e capitalização de contatos da mesma maneira, mas em um nível diferente de qualquer foca⁵⁰⁸.

As condições do vínculo duplo no jornalismo armam-se em virtude de sua própria existência. Não é à toa a preocupação constante com os elementos éticos dentro do jornalismo: eles não existem como categoria específica, mas reproduzem-se diretamente, quase como uma cópia, dos parâmetros sociais⁵⁰⁹.

L.M.MARTINO (2007) acredita que a conduta aprovada como ética em um determinado cenário apresenta-se à apreensão sincrônica como a resultante de uma série de interesses específicos voltados para um equilíbrio de interesses comuns⁵¹⁰. Para o autor, o princípio da ação garante uma possível igualdade de condições nas práticas cotidianas, pois a normatização de um preceito ético é a objetivação dessa igualdade, ressaltada a cada momento pelas denúncias de quebra ou de interesse⁵¹¹.

MEYER (1989) afirma que

Os jornalistas, portanto, estão no perigo constante de oscilar entre, por um lado, a perseguição incansável de um estreito auto-interesse e, por outro, de estarem paralisados em inação por medo de serem julgados não-éticos.

No Ethos do Jornalismo⁵¹², há dois tipos de código. Um tipo é escrito por uma comissão, é tornado público e representa com bastante honestidade como os jornalistas pensam que deveriam agir. O outro tipo não é escrito, oculto às vezes da consciência dos próprios jornalistas. Por ser frequentemente inconsciente, este último código é mais difícil de descrever e analisar. Mas é o mais poderoso de ambos⁵¹³.

A existência de códigos escritos e não-escritos, segundo MEYER (1989), incorre em dois tipos de ethos (Ethos do Jornalista e Ethos do Jornalismo), no qual o Ethos do Jornalista (ao qual o autor faz referência) seria um esforço de resistência em relação ao ambiente institucional⁵¹⁴.

L.M.MARTINO (2007) considera que os valores éticos da empresa jornalística não são arranhados pela sintonia com o mercado, mas os do jornalista sim⁵¹⁵. Para o autor, dessa relação resulta o Ethos do Jornalista como contraponto à instituição, quando evidenciado na convicção de princípios deontológicos; do contrário, o jornalista

⁵⁰⁸Foca quer dizer jornalista iniciante, recém-formado, trainee.

⁵⁰⁹(MARTINO, 2007, p. 10)

⁵¹⁰Ibidem.

⁵¹¹Ibidem.

⁵¹²MEYER (1989) também utiliza a terminologia Ethos do Jornalismo. No processo de construção deste capítulo, tivemos muita dificuldade em arranjar terminologias que trabalhassem os conceitos abordados, mas que não incorressem na repetição de palavras. Em toda a pesquisa, as palavras trabalho, jornalista, profissão, dentre outras, são utilizadas frequentemente e tornam difícil a composição de um texto que não seja redundante. Note-se que utilizamos palavras pouco comuns como ofício e labor (como esQUIVA da repetição da palavra trabalho), profissional de jornalismo (para fugir da repetição de jornalistas) e Ethos (para driblar a repetição da palavra ética e deontologia).

⁵¹³(MEYER, P. Ética no jornalismo, Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1989:10: 38)

⁵¹⁴(MARTINO, 2007, p. 13)

⁵¹⁵Ibidem.

tende a explicar a adesão ao Ethos do Jornalismo⁵¹⁶ utilizando-se de argumentos baseados na prática profissional, contextualizada pela realidade de mercado⁵¹⁷.

KARAM (2004)⁵¹⁸ trabalha a especificidade ética do jornalismo na universalidade humana⁵¹⁹, além do que chama de retórica e cinismo ético em discursos empresariais jornalísticos⁵²⁰. O autor afirma⁵²¹ que a lógica ética no jornalismo opera da seguinte forma:

Quando se afirma a validade universal de determinados valores, por uma retórica convincente que não corresponde a uma prática social, surgem dois perigos imediatos: o discurso tornar-se prática social dominante e reforçar os comportamentos narcísicos e cínicos em geral e, ao mesmo tempo, cimentar a apropriação particular dos valores consagrados como patrimônio da humanidade.

Certamente, o discurso empresarial jornalístico, ao tornar códigos “trapos de papel”, ao privatizar o uso da esfera pública e de conceitos correspondentes, contribui para o cinismo avance⁵²².

Desenvolvemos, nesta seção, a discussão da construção de um Ser Jornalístico a partir de princípios éticos da atividade. Em todo o capítulo, tomamos a opção de discorrer sobre o processo de formação profissional do jornalista abordando elementos e trajetórias comuns, aos jornalistas em formação, que influenciam a construção de um Saber Jornalístico (dimensão do conhecimento), de um referencial de Fazer Jornalístico (dimensão da aplicação técnica do conhecimento) e de um Ser Jornalístico (dimensão identitária e representativa de quem é o jornalista).

Na próxima seção, abordaremos o universo do Terceiro Setor, ambiente no qual a ANDI opera estratégias de agendamento de temas na mídia por meio do projeto e premiação Jornalista Amigo da Criança.

⁵¹⁶L.M.MARTINO utiliza a terminologia Ethos do Jornalismo, de MEYER (1989).

⁵¹⁷Op. Cit.

⁵¹⁸A marcação temporal de KARAM utilizada na citação é de 2004, tendo em vista edição do livro lançado com as conclusões de sua pesquisa de 1999, citada na nota abaixo. (KARAM, Francisco. A ética jornalística e o interesse público. Summus. 2004)

⁵¹⁹KARAM, Francisco. A especificidade ética do Jornalismo na Universalidade Humana. Dissertação (Mestrado em Comunicação, USP). 1993

⁵²⁰KARAM, Francisco. Retórica e Cinismo Ético em discursos empresariais jornalísticos. Tese (Doutorado em Comunicação, USP). 1999

⁵²¹KARAM utiliza as categorias cultura profissional, cinismo e instrumentalização ético-deontológica para fazer tal afirmação. Tais itens são explorados de forma substancial em sua tese e não cabe à presente pesquisa entrar no mérito de cada um deles.

⁵²²(KARAM, 2004. p. 129)

■ Terceiro
Setor

3 – Terceiro Setor

O exercício do jornalismo, na concepção iluminista, presume um Estado Democrático de Direito, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa. No Brasil, o jornalista profissional trabalha em prol dos princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, além de defender os direitos individuais e coletivos do cidadão garantidos pela Constituição Federal. A partir desse contexto, abordaremos nesse capítulo as estratégias, de organismos do Terceiro Setor, de agendamento de notícias na mídia⁵²³.

No decorrer do capítulo, a pesquisa discorrerá sobre o conceito de cidadania, valor inerente à atividade jornalística. A Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) trabalha a pauta da infância e da adolescência no espaço midiático com o agendamento de notícias. Abordaremos o prêmio Jornalista Amigo da Criança como estratégia de mobilização da ANDI em relação aos jornalistas na promoção da pauta da infância e da adolescência. Ressaltamos que os conceitos de Agendamento, Contra-Agendamento, Lobby e a modalidade propositiva de Advocacy serão analisados neste capítulo por serem fundamentais na compreensão desse quadro teórico proposto a partir desta seção.

3.1.1 - Por uma definição: quanto a recursos e à finalidade

Terceiro Setor é um termo de conceituação precisa, mas comumente utilizado de forma errônea. Na verdade, o seu uso é feito como termo guarda-chuva no sentido de englobar tudo que não é considerado nem Primeiro e nem Segundo Setor.

PERUZZO (2003) afirma que

O conceito de Terceiro Setor é comumente usado com bastante simplicidade e clareza, mas há um debate acadêmico em torno de sua imprecisão e o real sentido para a sociedade⁵²⁴.

O termo Terceiro Setor é utilizado para designar organizações não governamentais - ONGs⁵²⁵, organizações da Sociedade Civil de Interesse Público -

⁵²³ No primeiro capítulo falávamos muito em imprensa e meios de comunicação. Utilizamos, a partir de agora, a terminologia mídia tendo em vista a aplicação recente da palavra, quando os avanços tecnológicos permitiram que vários meios de comunicação se fundissem.

⁵²⁴PERUZZO, Cicilia. Comunicação e Terceiro Setor. p. 155 in PERUZZO, Cicilia Maria Krohling e FERREIRA DE ALMEIDA, Fernando (org). Comunicação para a cidadania. São Paulo, Intercom; UNEB, 2003.

OSCIPs⁵²⁶, fundações, entidades beneficentes, fundos comunitários, entidades sem fins lucrativos, empresas com responsabilidade social, empresas parceiras de ongs, entidades filantrópicas, associações, cooperativas e até empresas universitárias juniores⁵²⁷.

FERNANDES (1994) teoriza que o Primeiro Setor (o ente público, o governo) faz investimentos em questões sociais. O Segundo Setor (o ente privado, o mercado) direciona fundos para questões corporativas. E o Terceiro Setor aplica recursos na geração de serviços de caráter público e social. Para o autor, este último setor por ter características dos outros Setores, organiza-se numa estrutura desburocratizada e trabalho em prol de uma finalidade que não se esgota em si.

FERNANDES (1994) conceitua o Terceiro Setor como um agente privado com finalidade pública. Assim, na classificação do autor:

Recursos públicos para fins públicos = Estado
Recursos privados para fins privados = Mercado
Recursos privados para fins públicos = Terceiro Setor
Recursos públicos para fins privados = Corrupção⁵²⁸

O Terceiro Setor é fruto da organização dos cidadãos⁵²⁹ em ONGs na intervenção social em prol de um benefício comum. A associação é voluntária e motivada pelo alcance de um bem comum não efetivado pelo Estado e nem pelo Mercado.

Consideremos uma peculiaridade na conceituação de Terceiro Setor: o termo Organização Não-Governamental denota uma negativa ao Estado. Assim, o Terceiro Setor se define como tudo aquilo que não é Primeiro e nem Segundo Setor. Tal fato constitui outra negativa⁵³⁰.

⁵²⁵O termo vem do inglês e não tem uma acepção precisa. Sua conotação é dada apenas pela negação ao Primeiro Setor, o Estado, no sentido político, governamental. O termo foi usado pela Organização das Nações Unidas (ONU) para designar entidades civis sem fins lucrativos, de direito privado, com finalidade pública de reconstrução dos países, devido às conseqüências do mundo político-econômico da Guerra Fria.

⁵²⁶Qualificação decorrente da lei 9.790 de 23/03/99, Leis das OSCIPs, que usa critérios de avaliação sobre os trabalhos de ONGs, no sentido de conceder apoio governamental não para suas atividades. É apenas um termo jurídico, da era FHC, instituído pela legislação.

⁵²⁷Não entraremos no mérito do uso e da distinção de cada termo. Tomemos como referência apenas aqueles utilizados para classificar a ANDI e sua rede de colaboradores, a serem explicados no decorrer da exposição.

⁵²⁸FERNANDES, Rubem César. Privado Porém Público: O Terceiro Setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994. p. 21

⁵²⁹O indivíduo em exercício dos direitos civis e políticos de garantias constitucionais. Ser cidadão ou não conoto o grau de gozo dos ideais democráticos na vida social.

⁵³⁰Anotações de aula proferida pelo Professor Drº. Luiz Martins na Faculdade de Comunicação Social da Universidade de Brasília (FAC/UNB), em abril de 2006.

ROSSY (2006) segue a linha de pensamento sobre a constituição do termo Terceiro Setor na ênfase de uma negativa. A autora explica que

Na literatura sobre Terceiro Setor, este se forma imediatamente, em contraposição, portanto, aos outros espaços sociais, o Estado e o mercado. Dessa forma, o Terceiro Setor se define pela negativa: não tem atribuições próprias ao Estado e não está organizado em função da produção e comercialização de bens. Em contraponto ao mercado e seus agentes, sobretudo, as organizações próprias do Terceiro Setor não têm finalidade de lucro.

Do ponto de vista positivo, o Terceiro Setor seria aquele que realiza funções sociais relevantes para a sociedade sem o objetivo de produzir lucros. Por isso, é composto por organizações de direito privado sem fins lucrativos, mas, com finalidades que são públicas ou de interesse público⁵³¹.

Outra problemática em torno dos conceitos a serem abordados neste capítulo do trabalho está relacionada ao conceito de Sociedade Civil⁵³². O uso errôneo do termo (e até freqüente) associa Sociedade Civil ao coletivo de ONGs⁵³³, tal qual Terceiro Setor, como se ambos fossem sujeitos.

ROSSY (2006) distingue o uso dos termos Sociedade Civil e Terceiro Setor:

A distinção entre Sociedade Civil e Terceiro Setor é mais de forma e de origem conceitual do que propriamente substantiva. A literatura que utiliza o primeiro termo situa-se mais no mundo da ciência e da filosofia política e tem uma longa tradição no debate da filosofia política, desde o século XVIII, quando Hegel elegeu Sociedade Civil como expressão máxima do desenvolvimento social.

A expressão Terceiro Setor, por sua vez, situa-se mais no âmbito das ciências administrativas, do planejamento organizacional e das teorias organizacionais.

Se a primeira expressão faz contraponto ao Estado, como espaço da gestão do bem comum, a segunda se refere mais a um contraponto, simultaneamente, ao Estado e ao mercado. Entendido aquele como primeiro setor e este como segundo setor. Assim, as organizações que não constituem o Estado e não são agentes econômicos formariam o Terceiro Setor⁵³⁴.

Consideramos, na presente pesquisa, que o conceito de Terceiro Setor é aplicado à organização administrativa e funcional da ANDI. Já o conceito de Sociedade Civil denomina luta política em prol da infância e da adolescência, feita por outras

⁵³¹ROSSY, Elizena. Mídia e Terceiro Setor - como as ongs promovem a Cultura de Paz. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB.2006. p. 49

⁵³²Na época da sociologia de Auguste Comte, por exemplo, positivista por excelência, acreditava-se que as estruturas sociais explicavam plenamente os fenômenos sociais. Uma idéia cartesiana de causa e efeito baseada na hipervalorização do método empírico. Já na fase de Durkheim o entendimento era mais sistêmico com designação mais precisa e diferenciada dos atores sociais e das estruturas (idéia do fato social). E no período pós-Weber, a sociologia conseguiu enxergar mais o indivíduo. O pensamento de Weber que aponta para a Sociedade Civil é o de organização da sociedade na esfera política, econômica e social.

⁵³³Olhar para as ONGs, sob o referencial de Terceiro Setor, implica no parâmetro de não ter fins lucrativos. Olhar para as ONGs, pelo referencial de Sociedade Civil, implica num sentido de luta social por direitos e garantias. Ambos se relacionam com o conceito de cidadania, dentro de estado democrático. Entretanto, Terceiro Setor conota organização administrativa de instituições, filantropia. Sociedade Civil conota luta político-social, militância ideológica.

⁵³⁴(ROSSY, 2006, p. 48)

organizações que não são objeto de nosso estudo, mas serão comentadas mais à frente⁵³⁵.

3.1.2 - Atuação das ONGs no Brasil

As primeiras ONGs a se estruturar no Brasil chegaram na década de 50. Eram estrangeiras e tinham um perfil de fomento ao desenvolvimento do chamado Terceiro Mundo (durante a Guerra Fria)⁵³⁶. Não tiveram grande atuação durante o período mais enérgico do Governo Militar.

Com a abertura política do Governo Militar (1979), surgiram ONGs que defendiam os presos políticos, que lutavam contra torturas, além das campanhas das famílias de desaparecidos. O cenário social era tomado pelos Movimentos Sociais⁵³⁷.

Os Movimentos Sociais dos anos 60 e 70 reivindicavam identidade social e visibilidade para suas causas: a questão do feminismo, do divórcio e da liberação sexual são exemplos. Durante o período mais autoritário do Regime Militar (1968-1979), a ênfase das reivindicações não podia ser política. A efervescência social durante o período era tanta que influenciou até religião: a Igreja Católica criou a Teologia da Libertação⁵³⁸, que dava apoio a muitas iniciativas que esboçavam acender como reivindicações de classe social.

Com a Constituição de 1988, apelidada pelo parlamentar Ulisses Guimarães de Constituição Cidadã, o cenário de efervescência social mudou. Muitas organizações, oriundas de discursos ativistas dos movimentos sociais (perspectiva de Sociedade Civil), foram institucionalizadas em organismos executivos (perspectiva Terceiro Setor).

⁵³⁵As ONGs da esfera político-social reivindicam direitos e garantias individuais e coletivas. Durante a Ditadura Militar, no Brasil, não havia grande atuação nesse sentido. A cidadania não tinha espaço na vida em sociedade, durante o regime militar. Como não havia liberdade de expressão, pluripartidarismo, contestação política, não havia ONGs.

⁵³⁶A luta político-econômica entre os sistemas Capitalista e Socialista, no século XX, polarizou o mundo em dois eixos. Durante o período, a classificação de Primeiro Mundo, Segundo Mundo e Terceiro Mundo era utilizada pelo eixo capitalista como índice de desenvolvimento dos países.

⁵³⁷Os principais movimentos sociais eram os estudantis, de lutas pelos direitos civis, pacifistas, contra o racismo, de afirmação positiva, associações de moradores, de bairros, de mães, de contracultura, etc.

⁵³⁸No Brasil, a Teologia da Libertação é um termo de Leonardo Boff que aliava a missão de salvação cristã da Igreja Católica à situação social humana. A chamada fé pelas obras. Uma idéia franciscana de libertação do homem das mazelas da vida: fome, pobreza, doença. E, somente assim, ele estaria livre para a vida devocional. Em miúdos, preferia abrir orfanatos e ajudar em ações sociais do que evangelizar. Considerava que ajudar ao próximo em relação às demandas sociais era uma forma de revelar o amor de Deus por aquele necessitado. É como se o foco saísse do templo de adoração e fosse para as Santas Casas de Misericórdia, para as Pastorais de amparo social. Havia o termo entidades eclesiais de base para designar frentes de ação.

Depois da promulgação da Constituição de 1988, com o contexto de volta da Democracia no Brasil, o processo de institucionalização das ONGs conferiu uma conotação mais executiva aos organismos sociais. Desta forma, o referencial de militância social passou a ser visto como superado.

REBECHI (2002) recupera esse período na seguinte análise:

As ONGs militantes são, consideradas, aquelas que nasceram nos anos 70 e 80, provenientes de ações participativas, uma vez que faziam parte dos bastidores dos movimentos sociais populares urbanos, proporcionando a participação da sociedade civil na queda do Regime Militar e para retomada do processo democrático no país. Um dos alicerces das ONGs militantes foi a conquista de direitos relacionado à justiça social. As ONGs que herdaram estas características são aquelas que trabalham com questões relativas ao meio ambiente, à saúde, ao lazer, às deficiências físicas e mentais, ao vírus da AIDS etc. Isto é, atuam com temas da coletividade e com enfoques específicos. Estas ONGs ficaram conhecidas como ONGs militantes/cidadãs, porque juntamente com os movimentos sociais inseriram o conceito e a cultura de cidadania, algo que, na época, era inovador, porque a sociedade brasileira vinha de uma ditadura militar, onde a tradição do país era centralizadora, autoritária, patrimonial e clientelista. Estas atitudes possibilitaram uma abertura política, principalmente nos espaços urbanos das cidades. As ONGs militantes, que até então tinham como tradição ser contra o Estado, após a promulgação da nova Constituição em 1988, mudaram o seu foco de atuação⁵³⁹.

GOHN (1998) ressalta que a mudança de perfil⁵⁴⁰ de muitos organismos sociais coincide com a homologação legal de reivindicações: como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)⁵⁴¹, a Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS)⁵⁴², a Reforma Sanitária e o Sistema Único de Saúde⁵⁴³.

REBECHI (2002) afirma que na trilha da institucionalização do Terceiro Setor, no Brasil, surgiram entidades de vários gêneros como: as Câmaras de Construção Civil, Câmara dos Usuários de Transportes Coletivos e da Indústria Automobilística. A autora considera temas dos movimentos sociais, como feminismo, foram institucionalizados nos Conselhos de Direitos da Mulher; e, mais tarde, na criação das Delegacias da Mulher^{544 545}.

Na década de 90, surgiram as ONGs de perfil executivo. As organizações

⁵³⁹REBECHI, Mônica. Agência de Notícias dos Direitos da Infância ANDI - Um Estudo Preliminar de uma Organização do Terceiro Setor. Dissertação (Mestrado em História), Mackenzie. 2002. p.12

⁵⁴⁰A autora trata de uma mudança de perfil que consideramos ser da perspectiva de Sociedade Civil para a de Terceiro Setor,

⁵⁴¹Lei 8.069 de 13 de julho de 1990

⁵⁴²Lei 8.742 de 07 de dezembro de 1993

⁵⁴³GOHN, Maria. Mídia, Terceiro Setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo. 1998. p. 64, apud (REBECHI, 2002, p. 13)

⁵⁴⁴Ibidem.

⁵⁴⁵O ganho no Estado de uma autarquia com atribuição especializada de um tema reivindicado pela sociedade civil, a Delegacia da Mulher, evidencia um momento político favorável aos temas político-sociais.

tinham parceiros empresariais, relacionavam-se com grupos econômicos e promoviam ações com personalidades artísticas esportivas. REBECHI (2002) entende sobre o período que

As novas ONGs [depois da Constituição de 1988] não gostavam de ser confundidas com as militantes [antes da Constituição de 1988] e, por esta razão, autodenominavam-se simplesmente como Terceiro Setor. O grau de profissionalismo era alto: técnicas empresariais de organização, gestão administrativa de mercado, estratégia de marketing, uso de mídia, divulgação de planos e resultados⁵⁴⁶.

REBECHI (2002) afirma que o compromisso profissional das ONGs, depois da Constituição de 1988, teve como base a capitalização de recursos. Para a autora, por mais que as ONGs fossem sem fins lucrativos, não podiam desperdiçar dinheiro de parceiros e financiadores⁵⁴⁷.

REBECHI (2002) considera o planejamento estratégico em comunicação e administração de empresas como eixos sobre os quais se estruturaram a gestão das ONGs. Para a autora, o impacto desse perfil logístico foi o da instauração de uma lógica de lucro, de bons indicadores, de prazos, de resultados e até de competitividade no Terceiro Setor.

REBECHI (2002) declara que alguns funcionários de ONGs trabalhavam a rendimentos, em alguns casos, melhores do que da iniciativa privada⁵⁴⁸. A autora relembra que o período teve também a institucionalização de trabalho voluntário.

REBECHI (2002) reforça a condição empregatícia favorável no Terceiro Setor, nos anos 90, em justificativa à “crise do emprego gerada pelo enxugamento das empresas e pela informatização dos procedimentos favoreceu para que as ONGs recebessem profissionais qualificados”⁵⁴⁹. Para a autora, durante o período, o Estado brasileiro passou por uma fase de enxugamento de suas responsabilidades⁵⁵⁰ e de

⁵⁴⁶(REBECHI, 2002, p. 13)

⁵⁴⁷Ibidem.

⁵⁴⁸Consideramos que as ONGs também são iniciativas privadas e, por isso, esclarecemos que a afirmação da autora é a de que os trabalhadores das ONGs começaram a ter um salário até mais alto que o das empresas de iniciativa privada.

⁵⁴⁹A informatização da qual fala a autora é aplicada à onda de demissões com a chegada da tecnologia em informática às médias e pequenas empresas, ou seja, a revolução dos PCs (Personal Computers) nas empresas e escritórios, nos anos 90, que proporcionaram otimização das rotinas de trabalho e enxugamento de pessoal em diversas áreas.

⁵⁵⁰A desresponsabilização do Estado não é item problematização da pesquisa, mas é importante destacar que existem teóricos que dizem que esse conceito de Terceiro Setor seja uma manobra neoliberal para desarticulação da Sociedade Civil, em seu sentido político. MONTAÑO afirma que o Terceiro Setor opera em favor da ideologia Neoliberal no sentido de justificar e legitimar o processo de desestruturação da Seguridade Social e desresponsabilização do Estado na intervenção social, desonerar o capital da

regulação em relação às ONGs⁵⁵¹ que criaram canais para injeção de recursos em organizações credenciadas.

3.2 - A Cidadania e a Comunicação Social

A noção de Cidadania, em seu sentido ideal e normativo, implica o estabelecimento de regras sociais igualitárias e universais relativas ao papel social do indivíduo. Todos os cidadãos têm os mesmos direitos, sendo baseados em princípios de igualdade e justiça em qualquer espaço social. O conceito elaborado por MARSHALL (1967) refere-se ao processo histórico de conquista e expansão os direitos⁵⁵².

Após 21 anos e autoritarismo pelo Governo Militar (1964 - 1985), no Brasil, o processo de redemocratização da sociedade e do Estado colocou em pauta a questão da Cidadania. A Constituição de 1988 apresentou mudanças no plano político-institucional, expandiu o rol de direitos (civis, coletivos, sociais e políticos) e ampliou canais de participação e de representação.

Consideramos que, por vezes, a Cidadania é vivida e validada pela atividade profissional do jornalista, tendo em vista a mediação simbólica exercida pelo jornalismo no espaço público.

SANTOS (2007) declara que

As organizações do Terceiro Setor, originárias da Sociedade Civil, institucionalizaram-se numa década marcada pela profissionalização deste setor. No momento seguinte, se vêem com dois grandes desafios: buscar visibilidade midiática a fim de legitimar suas lutas e dominar as técnicas de comunicação para convencer seus públicos e seus investidores. Nessa busca de novos conceitos, passando da comunicação alternativa para a institucionalizada e na caminhada pela profissionalização das práticas comunicacionais o papel do jornalista torna-se decisivo como ponte e diversas organizações, também do terceiro setor, surgem para oferecer suporte na construção dessa ponte⁵⁵³.

responsabilidade de co-financiar as respostas às refrações da questão social mediante políticas sociais estatais, despolitizar os conflitos sociais dissipando-os e pulverizando-os, e transformar as lutas contra a reforma do Estado em parceria com o Estado, cria a cultura/ideologia do “possibilismo” (como se toda reivindicação social toma-se a conotação de mera rebeldia, ilegítima) e a trivialização da questão social e a auto-responsabilização pelas respostas às suas seqüelas (algo como colocar o necessitado como responsável pelo seu fracasso social e que pode pedir ajuda a uma iniciativa voluntariada que está sempre disponível, mobilizada em seu favor. Diferente do contexto de exigência de providências do Estado, numa visão na qual o Governo é responsável por esse fracasso e, assim, tem que se mobilizar para reverter a situação). (MONTAÑO, Carlos. Terceiro Setor e Questão Social: Crítica ao padrão emergente de intervenção Social. São Paulo: Cortez, 2002, p. 233-240)

⁵⁵¹Vide Lei das OSCIPs (1998), já citada.

⁵⁵²MARSHALL, T. H. Cidadania, classe social e status. Rio de Janeiro, Zahar, 1967.

⁵⁵³SANTOS, Ana. A questão do conhecimento na cobertura sobre infância e adolescência. Disponível em www.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007. Sem registro de publicação. Utilizaremos a data de acesso do texto.

Faremos a análise, na próxima seção, do conceito de Comunicação Pública e Jornalismo Público tendo em vista ser nesse ambiente que muitos organismos do Terceiro Setor atuam na sociedade (como é o caso da Agência de Notícias dos Direitos da Infância - ANDI).

3.2.1 - Comunicação Pública

A Comunicação Pública é um fluxo comunicativo na Esfera Pública⁵⁵⁴ entre o Estado, o Governo e a Sociedade⁵⁵⁵. O Espaço Público⁵⁵⁶ é onde ocorre o encontro de interesses relevantes a diversas facções de poder. Não se trata de uma enunciação no sentido de comunicado público (de natureza oficiosa, estatal, governamental)⁵⁵⁷.

ZÉMOR (1995) afirma que a Esfera Pública acompanha a aplicação das normas e regras, o desenvolvimento de procedimentos, enfim, a tomada de decisão pública. Para o autor,

As mensagens são, em princípio, emitidas, recebidas, tratadas pelas instituições públicas ‘em nome do povo’, da mesma forma como são votadas as leis ou pronunciados os julgamentos⁵⁵⁸.

A Comunicação Pública é pública porque tem efeito na vida em sociedade. É um tipo de comunicação de domínio público. Pertence ao indivíduo.

SILVA (2003) acredita que haja certa tautologia no termo Comunicação Pública, tendo em vista que todo processo de Comunicação de Massa é, por natureza, público⁵⁵⁹. Para o autor, trata-se de um fenômeno recente relacionado à Sociedade Civil

⁵⁵⁴Conceito de HABERMAS pelo qual se entende o domínio da sociedade onde a opinião pública é formada e fundada.

⁵⁵⁵Temos falado muito em Estado, Mercado, Sociedade Civil e Terceiro Setor. Para evitar confusão, esclarecemos que a relação abordada é entre o Estado em si, entendido como Governo, mandatário desse Estado.

⁵⁵⁶Conceito de HABERMAS que designa a esfera das pessoas privadas reunidas em dado público. Entende-se que o acesso ao espaço público deva ser amplo, pois ele é onde ocorrem as construções culturais de sentidos em sociedade.

⁵⁵⁷O conceito de Esfera Pública não será abordado na problematização da presente pesquisa. Sendo assim, preferimos não utilizar as conceituações de Habermas, de seus originais, tendo em vista não ser de nosso interesse explorar o conceito em sua origem teórica, na sua discussão e utilização conceitual.

⁵⁵⁸ZÉMOR, Pierre. La Communication Publique. PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995. Tradução resumida do livro pela Prof. Dra. Elizabeth Brandão, da Universidade Católica de Brasília. Disponível em www.ucb.br/comsocial/mba. Acessado em 10-12-2007.

⁵⁵⁹SILVA, Luiz Martins (Org.); MATTOS, Heloiza; BRANDÃO, Elisabeth. Comunicação Pública. 1. ed. Brasília: Casa das Musas, 2003. p.33

e a Vida Pública. Segundo SILVA (2003), a onda neoliberal e redução da intervenção do Estado por meio das privatizações estão diretamente ligadas a esse contexto⁵⁶⁰.

SILVA (2003) declara que a Comunicação Pública enfatiza o fluxo livre da informação pública no Espaço Público⁵⁶¹. Na análise de autor,

Tal fenômeno caracteriza a redefinição do público através da sociedade, o que Rubem César Fernandes qualificou de privado, porém público (e sem fins lucrativos), ou seja, algo inverso ao que ocorreu nos primórdios da constituição da chamada sociedade civil burguesa (Hegel) e da esfera pública burguesa (Habermas) quando uma classe – a burguesia mercantil – determinava os fatores predominantes de uma vida pública e que eram: a liberdade de mercado e a liberdade de opinião.

Originalmente, a vida pública está associada ao surgimento do espaço público representado pelo advento da polis grega, em contraposição ao espaço privado da oikos, mais tarde, domus, para os romanos (referente à vida doméstica). Os homens livres reuniam-se na agora para deliberar sobre as questões do interesse [público] coletivo. Corresponda a agora ao paço, ao terreiro, a área que em alguns municípios brasileiros ainda é destinada à feira, geralmente, situada em frente ao Mercado Municipal⁵⁶².

Consideramos o conceito de Comunicação Pública como operante dentro do constructo conceitual de Esfera Pública, no sentido de discursos que se relacionam e estabelecem discussões. O conceito de Comunicação Pública é muito utilizado, na área da Comunicação Social, quando o tema é a prestação de contas governamentais à sociedade, em um contexto de Estado Democrático.

GRAU (1998) propõe a redefinição do público pela sociedade. Para a autora,

A sociedade é a principal responsável pela sua própria organização e pela provisão de suas necessidades, não o Estado. E é a dissolução desta separação rígida que os tempos de hoje estão trazendo, com novas relações entre a sociedade civil e a esfera pública, ou melhor, com um novo nível de atuação da sociedade civil que, por consequência, amplia (ou invade, segundo críticos conservadores) a esfera pública⁵⁶³.

SILVA (2003) ressalta que a Comunicação Pública se distingue da Comunicação Governamental porque não pratica a publicidade legal (publicação de leis, decretos, portarias e instruções normativas), nem publicidade mercadológica (lançamento de produtos e serviços), nem publicidade institucional (informação sobre ações políticas, obras)⁵⁶⁴. Para o autor, o conceito de Comunicação Pública está vinculado à comunicação de utilidade pública (campanhas de saúde, de educação, direitos e garantias individuais constitucionais, temas cívicos, de cidadania)⁵⁶⁵.

⁵⁶⁰Ibidem.

⁵⁶¹Ibidem.

⁵⁶²Op. cit.

⁵⁶³GRAU, Nuria. Repensando o público através da sociedade. Revan/ENAP, Rio/Brasília, 1998.

⁵⁶⁴Op. Cit.

⁵⁶⁵Op. Cit.

SILVA (2003) afirma que a prestação de contas dos atos do governo à sociedade, sentido de dar transparência à gestão pública, também está associada ao contexto da Comunicação Pública⁵⁶⁶. Para o autor, esse Accountability⁵⁶⁷ não se confunde com boletins emitidos pelas assessorias de imprensa do governo⁵⁶⁸.

SILVA (2003) declara que o maior impacto do livre fluxo de informações na Comunicação Pública é o acesso do cidadão aos temas cívicos. Segundo o autor,

Por incrível que pareça, um dos papéis da comunicação pública é o de fazer chegar ao conhecimento do público as boas notícias do seu interesse, já que as más notícias têm sua própria dinâmica, alimentada constantemente pela denúncia, seja por parte dos consumidores e cidadão (na sua insatisfação e indignação) seja por parte da imprensa, no seu papel de poder fiscalizador⁵⁶⁹

Em *Jornalismo da Boa Notícia: Cidadania e Noticiabilidade*, VIDAL (2003) considera que os veículos de comunicação são instituições sociais que prestam serviços à sociedade e que têm também uma responsabilidade social e, por isso, devem estar atentos às notícias de interesse público em sentido amplo⁵⁷⁰. Para a autora, se essa premissa for seguida, haverá a promoção do que ela conceitua como *Jornalismo da Boa Notícia*⁵⁷¹: informações que visam não só o conhecimento da realidade, mas o bem-estar social. É a notícia que não se esgota no fato, mas apresenta uma referência de cidadania e serviço⁵⁷².

VIDAL (2003) afirma que o público leitor⁵⁷³ tem a necessidade de um noticiário menos marcado pelo denunciismo e males da realidade em relação aos problemas sociais⁵⁷⁴. A proposta da autora é oposta ao velho jargão jornalístico americano: *the bad news is good news*⁵⁷⁵.

Segundo VIDAL (2003),

Na visão dos cidadãos, foi considerado por 66% dos entrevistados que o dever da imprensa em relação aos problemas sociais é “combinar as denúncias com os exemplos de políticas ou projetos bem sucedidos, mesmo que esses sejam realizados por empresas privadas”. Note-se que apenas 18% julgaram como dever “denunciar os problemas”.

⁵⁶⁶Op. Cit.

⁵⁶⁷Termo em inglês que significa prestação de contas.

⁵⁶⁸Op. Cit.

⁵⁶⁹Op cit.

⁵⁷⁰VIDAL, Délcia. *Jornalismo da Boa Notícia Cidadania e Noticiabilidade*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2003. p.107

⁵⁷¹(VIDAL, 2003. p. 13)

⁵⁷²Ibidem.

⁵⁷³Esse público leitor é o de mídia impressa.

⁵⁷⁴Op. Cit.

⁵⁷⁵Jargão do meio jornalístico americano que sugere ser a tragicidade um critério de noticiabilidade e um valor-notícia.

Afinal, “the bad news is good news” para quem? Para o jornalismo ou para a sociedade? Se a resposta for para a última, esse dito jornalístico tem de ser transformado⁵⁷⁶.

A partir dessa perspectiva da boa-notícia, ou da notícia cívica, podemos associar o conceito de Comunicação Pública ao de Jornalismo Público. Vejamos na próxima seção como eles se relacionam.

3.2.2 - Jornalismo Público

O Jornalismo Público é um modelo de jornalismo que resgata os princípios de Cidadania e ação social do jornalista⁵⁷⁷. O termo brasileiro, Jornalismo Público⁵⁷⁸, é adaptado inglês Civic Journalism.

O modelo de Jornalismo Público resgata o contato entre o jornalista e o mundo social, mais especificamente a comunidade na qual está inserida a notícia a ser veiculada pelos meios de comunicação. A perspectiva é a de que o jornalista participe de discussões dos temas de interesse público, mais do que dos temas de interesse corporativo (de um mercado noticioso ou da empresa jornalística na qual atua).

Nos EUA, durante os anos 60, o relato pessoal do jornalista nos textos jornalísticos foi recuperado quando os americanos Norman Mailer, Truman Capote⁵⁷⁹ e Gay Talese criaram o New Journalism. Tal modalidade de se fazer jornalismo resgatava a influência da literatura nas reportagens.

Dado esse contexto do New Journalism (de ênfase no relato do jornalista), nos ano de 1990, o editor Davis Merritt publicou no jornal The Wichita Eagle, no estado do Kansas (EUA), um artigo que confrontava a cobertura midiática sobre a campanha presidencial de 1988 (que elegeu George Bush). BUSTOS (2007) recupera o texto literal desse evento:

⁵⁷⁶(VIDAL, 2003. p. 110)

⁵⁷⁷O conceito de Jornalismo Público é considerado recente, no Brasil e no mundo, pois tem aproximadamente 20 anos. A perspectiva jornalística revelada por esse modelo de jornalismo é uma das grandes revoluções recentes no campo jornalístico. Depois do advento do modelo de Jornalismo Informativo (critérios de Objetividade), o New Journalism e o Civic Journalism (Jornalismo Público) se impõem como os modelos mais influentes de jornalismo.

⁵⁷⁸A acepção de público do conceito em nada tem a ver com o governo. O significado é de civismo.

⁵⁷⁹O livro A sangue frio, de 1965, publicado por Truman Capote é resultado de uma apropriação de uma cobertura jornalística combinada com elementos de literatura: o chamado romance de não-ficção. Em 2005, foi lançado o filme Capote, que é a biografia do autor, indicado a 5 oscars. O protagonista ganhou o prêmio Globo de Ouro de Melhor Ator Dramático e ainda o Oscar de Melhor Ator em 2006.

“Cremos que os eleitores têm o direito de que os candidatos abordem os temas em profundidade... (e os leitores terão) a oportunidade de compreender, em detalhes, os pontos de vista dos candidatos acerca dos assuntos de maior importância para o Estado do Kansas”⁵⁸⁰.

ROSSY (2006) resgata o contexto histórico da seguinte forma:

A abordagem adotada pelos veículos de comunicação dava ênfase a questões secundárias, em detrimento de questões relevantes, privilegiando a superficialidade de um debate que tirava o foco de temas importantes, que influenciavam a vida das pessoas, para tratar de assuntos banais.

Uma das maiores críticas ao jornalismo e aos meios de comunicação, de maneira geral, seria a ênfase em valores mercadológicos. Os valores-notícias estariam inteiramente subjugados à lógica do mercado, da superexposição midiática, da falta de ética, da busca desenfreada pelo insólito e exposição da privacidade alheia, principalmente de pessoas influentes ou celebridades⁵⁸¹.

Dada essa publicação, o editor Davis Merritt publicou no jornal *The Wichita Eagle*, temas cívicos como voto consciente e violência urbana foram valorizados no noticiário do estado de Kansas. Tal contexto oportunizou a experimentação de um novo modelo de jornalismo: o *Civic Journalism*⁵⁸².

SILVA (2004) considera essa fase do Kansas como um momento em que o *Jornalismo Público*⁵⁸³ era entendido como gênero e não como modalidade jornalística⁵⁸⁴.

O modelo de *Jornalismo Público*, além de colocar o jornalista em contato com a comunidade, traz as reivindicações do cidadão para o noticiário midiático. Tal fato contribui para a alteração dos valores-notícia. SILVA (2004) ressalta que

Sua intenção [do *Jornalismo Público*] é a de não apenas se servir dos fatos sociais no que eles apresentam de dramático, mas agregar aos valores/notícias tradicionais elementos de análise e de orientação ao público quanto a soluções dos problemas⁵⁸⁵.

Consideramos que o modelo de *Jornalismo Público* recupera o aspecto positivo

⁵⁸⁰BUSTOS, Sérgio. "La hora del periodismo cívico", en *Pulso del Periodismo*. Disponível, em 11-12-2007, no endereço www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm. Sem registro de publicação. Utilizaremos a data de acesso como referência.

⁵⁸¹(ROSSY, 2006, p.101)

⁵⁸²Já citado nesta seção.

⁵⁸³SILVA (2004) fala em termos de *Jornalismo Público* no Kansas, mas no sentido de *Civic Journalism*, uma vez que nos EUA o modelo existente era o C.J. e o J.P. só é uma denominação em português do modelo.

⁵⁸⁴ SILVA, Luiz Martins. *Jornalismo público: o social como valor-notícia*. Acessado em 11-12-2007. Disponível www.ucb.br/comsocial/mba

⁵⁸⁵(SILVA, 2004, p. 23)

e construtivo da notícia⁵⁸⁶. Entretanto, muitos realizadores do Jornalismo Público não estão nas redações tradicionais.

SILVA (2004) considera a Agência de Notícias dos Direitos da Infância o melhor exemplo brasileiro de experiência nessa modalidade⁵⁸⁷. Para o autor,

A ANDI, com apoio do UNICEF e de outras parcerias mantém na capital do país uma das maiores redações produzindo notícias que são enviadas para todos os veículos brasileiros de comunicação, além de estar permanentemente realizando pesquisas, publicando estudos e relatórios, bem como treinando jornalistas para a compreensão e cobertura do Estatuto da Criança e do Adolescente, sua principal razão de existir⁵⁸⁸.

SILVA (2004) considera o modelo de Jornalismo Público vocacionado para a mudança “para o qual a notícia e as informações que lhes são acrescidas são constitutivas de uma práxis”⁵⁸⁹.

Consideramos que os temas cívicos necessitam ser compartilhados simbolicamente no Espaço Público. No caso da ANDI, ela agencia notícias da infância e da adolescência numa prática jornalística sem fins corporativos, mas sociais.

O modelo Jornalismo Público confere visibilidade aos temas da infância e da adolescência por meio da notícia. A seguir, abordaremos as pautas jornalísticas que produzem esse tipo de notícia.

3.3 - A Pauta da Infância e da Adolescência

O relato jornalístico sobre a infância e a adolescência está baseado na representação social da criança e do adolescente. A notícia encontra na pauta a sua formação inicial⁵⁹⁰.

LUZ (2005) teoriza que a pauta funciona como pivô na trama da notícia no todo do campo jornalístico (que se multiplica em revistas semanais generalistas, publicações segmentadas, documentários, telejornais, mesas redondas, internet, rádio, etc). Para a autora, a pauta é o elemento que serve ao controle da chefia de reportagem (e portanto

⁵⁸⁶O modelo de Jornalismo Informativo, dos critérios de Objetividade, posicionava o jornalismo como Quarto Poder, o Cão de Guarda vigia da democracia (Watchdog). A partir da adoção dessa perspectiva, os jornalistas passaram a estar em estado permanente de alerta e crítica às instituições públicas. Uma idéia quase militante de oposicionismo. A postura jornalística de contestação e contra-argumentação se tornou hegemônica. Com isso, o noticiário não teve mais abertura para os temas cívicos.

⁵⁸⁷(SILVA, 2003, p. 35)

⁵⁸⁸Ibidem.

⁵⁸⁹(SILVA, 2004. p. 8)

⁵⁹⁰LUZ, Cristina. A pauta jornalística e suas mediações. Tese (Doutorado em Comunicação), UFRJ. 2005. p. 6

ao Editor, ao Diretor de Jornalismo e à empresa), sendo guia, ampliadora ou restritiva, do repórter. Segundo a autora, a pauta denuncia, ao serem identificadas suas fontes, o afastamento do jornalista de seu objeto, o do que deveria ser seu objeto: a realidade que o cerca para além da Redação⁵⁹¹.

A análise desta seção será feita especificamente sobre a pauta da infância e da adolescência. Para tanto, desenvolveremos as representações da infância e da adolescência e, a seguir, um mapeamento no qual expomos enquadramentos da pauta da criança e do adolescente em categorias de notícia, frequentemente adotadas no meio jornalístico.

3.3.1 – Imagem da Infância na Sociedade

A imagem da criança e do adolescente como pessoas necessitadas de proteção é recente. Na Idade Média, não existia uma denominação para essa faixa etária. SOUZA (1999) ressalta o fato de que

Até o século XIX, o bebê era ignorado e as pessoas acreditavam que ele não tinha alma ou ela se confundia com a da mãe. A própria origem do latim da palavra infante, significa ausência de fala. O prefixo *in* indica negação e *fante* é o participio presente do verbo latino *fari*, que significa falar, dizer⁵⁹².

SOUZA (1999) afirma que o infanticídio era comum, na Idade Média, devido à “precarização da vida social, jornadas longas de trabalho e a escassa geração de recursos”⁵⁹³. Segundo a autora, matar crianças não era prática condenada pela Igreja Católica. Na época, o entendimento era o de que as crianças não eram seres humanos. Em sua análise, “só eram dignas de um tratamento humano quando começavam a falar”⁵⁹⁴.

SOUZA (1999) destaca que a expectativa de vida, na Idade Média, era por volta dos 40 anos. Como as pessoas viviam pouco, a infância era curta. Com 11 anos, meninos podiam pertencer à força militar. Na França, aos 14 anos, já podiam ser

⁵⁹¹(LUZ, 2005, p. 4)

⁵⁹²SOUZA, Marina. Infância de papel: análise do discurso jornalístico sobre a infância na imprensa brasileira. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 1999. p. 5

⁵⁹³Ibidem.

⁵⁹⁴Ibidem.

tenentes. Segundo a autora, em 1429, Joana D'arc, padroeira da França, , com apenas 17 anos, já comandava um exército de 4.000 homens⁵⁹⁵.

Já no período capitalista, no século XVIII, emergiram as questões de saúde e saneamento. SOUZA (1999) afirma que foi nesta fase que surgiram as maternidades e os hospitais infantis. Segundo a autora, até esse período, a medicina ignorava as mulheres e as crianças⁵⁹⁶.

SOUZA (1999) afirma que as mulheres e as crianças eram aproveitadas como mão-de-obra remunerada no núcleo rural, quando não eram escravizadas. A autora ressalta que as mães acompanhavam as crianças nos seus afazeres até a idade de 7 ou 8 anos, início da atividade servil^{597 598}. Em sua análise,

Crianças de apenas cinco anos trabalharam no início da indústria têxtil, vestuário, fósforos, fumo, alimentos, fundições, oficinas mecânicas, fábrica de imóveis, serrarias, tipografias e olarias, em máquinas precárias, do início da industrialização⁵⁹⁹.

SOUZA (1999) identifica que a criança passou a existir como consumidora de bens mais tarde no período industrial, quando surgiu a idéia de brinquedo. A autora destaca que já existiam brincadeiras e ocupações para as crianças, mas só a partir dessa fase é que surgem os estabelecimentos especializados em criar e vender produtos para entretenimento⁶⁰⁰.

A partir do século XVIII, a Igreja Católica reconheceu a criança e suas necessidades. SOUZA (1999) afirma que, neste período, foi criada a Primeira Comunhão e a figura do Anjo da Guarda⁶⁰¹, com efeitos sobre a concepção da criança como: “inocente, morada de Deus e símbolo de pureza”⁶⁰².

SOUZA (1999) afirma que, nesta época de influência da Igreja Católica, os pais passaram a se trancar em seus quartos para a realização do ato sexual e exigiam que as crianças passassem a dormir em outro recinto. Segundo a autora,

No que se refere à assistência às crianças e aos jovens até meados do século XIX, o Estado não se sentia responsável pelo problema. Cabiam ao Estado somente as questões administrativas e econômicas que envolvessem a nação. Desta forma, a assistência social era feita por grupos, associações leigas ou através de iniciativas individuais, dando à assistência social um caráter paternalista. Nesse período, as Câmaras

⁵⁹⁵ www.e-biografias.net/biografias/joana_darc.php, visitado em 12-12-2007.

⁵⁹⁶ (SOUZA, 1999, p. 8)

⁵⁹⁷ (SOUZA, 1999, p. 11)

⁵⁹⁸ As crianças continuavam nessa condição até os 21 anos.

⁵⁹⁹ (SOUZA, 1999, p. 12)

⁶⁰⁰ O público consumidor não era o mesmo do trabalho servil, tampouco os escravizados.

⁶⁰¹ (SOUZA, 1999, p. 17)

⁶⁰² Ibidem.

Municipais eram responsáveis pela infância e pela juventude abandonada, sendo as Casas de Misericórdia as que atuavam efetivamente por meio de acordos junto às primeiras. Somente no Império as Casas de Misericórdia passaram a ser de responsabilidade do Estado e, assim, os programas de assistência deixaram de pertencer ao campo da caridade, fazendo com que a filantropia começasse a surgir com todos os controles e fiscalização do Governo⁶⁰³.

O Brasil não teve a mesma representação de infância enunciada.

Os historiadores utilizam tão somente o Código Penal Brasileiro (CPB), de 1820, como marco sobre a questão da imagem da infância no país. O CPB tratava do jovem delinqüente. No período, muitos jovens fugiam de seus senhores⁶⁰⁴; outros eram abandonados, ainda crianças, por suas famílias devido ao custo de vida que demandavam. O resultado era uma infinidade de jovens perambulando pelas cidades sem amparo social. Destes, boa parte se envolvia em delitos⁶⁰⁵.

SOUZA (1999) destaca que, durante esse período, a jornada de trabalho dos jovens foi reduzida e foi criada a primeira noção etária de infância e de adolescência. Para a autora, o enquadramento de faixa etária ocorria apenas no sentido jurídico⁶⁰⁶ e o Estado passou a dar mais proteção e a reconhecer a fragilidade da criança e o adolescente, em virtude da lei vigente. Segundo SOUZA (1999), tal fato influenciou a percepção da sociedade em relação à criança principalmente porque

No final do século XIX ocorreu a diferenciação entre as crianças da classe abastada daquelas menos favorecidas, ou seja, criança era o indivíduo pertencente à elite e menor era o indivíduo que estava nas classes desfavorecidas⁶⁰⁷.

A legislação se tornou mais específica em relação à criança com o Código do Menor, de 1927⁶⁰⁸. Essa legislação foi reeditada no período militar⁶⁰⁹.

No século XX, os ganhos jurídicos e sociais em relação à criança e ao adolescente são fruto de esforços políticos internacionais relativos à adoção da Declaração Universal de Direitos Humanos pela Assembléia Geral das Nações Unidas,

⁶⁰³(REBECHI, 2002, p. 16-17)

⁶⁰⁴Senhores de café, principalmente do estado de São Paulo.

⁶⁰⁵O CPB isentava da criminalidade os menores de 14 anos e previa o recolhimento em casas de correção aos infratores até os 17 anos. (SOUZA, 1999, p. 13)

⁶⁰⁶No sentido clínico, só aconteceria com a influência da Psicologia, no século XX.

⁶⁰⁷(REBECHI, 2002, p.17)

⁶⁰⁸A visão sobre a criança e o adolescente como meros infratores é baseada no período de 1820 (Código Penal Brasileiro) a 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente). O Código do Menor foi responsável pelo efeito pejorativo ao termo “menor” com sinônimo de delinqüentes. Por outro lado, durante o período de vigência do Código do Menor, o infanticídio, a pedofilia e a pederastia passaram a ser crimes. Apesar de sempre terem ocorrido, foi a primeira vez que a legislação coibiu esse tipo de agressão à criança.

⁶⁰⁹Lei n. 6.698, de 10 de outubro de 1979.

em 1948. Até porque esse marco desenvolve a idéia contemporânea de direitos humanos. SOUZA (1999) resgata esse histórico da seguinte forma:

A Organização das Nações Unidas, ONU, cria o Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF, em 1946, para socorrer os órfãos da guerra. A data 4 de junho é declarada Dia Internacional Contra Agressão às Crianças. Em 1950 é criado o Children's International Summer Village, hoje presente em 93 países. No Brasil ela foi criada em 1970. Em 1959, aparece a Declaração Mundial dos Direitos da Criança defendendo em seu artigo quinto que “a criança gozará de proteção contra quaisquer formas de negligência, crueldade ou exploração”⁶¹⁰.

SOUZA (1999) considera que, a partir da DUDH, a família se desligou da influência da igreja e do médico da família. Com isso, os pais mudaram a forma de encarar os filhos. Antes eles eram criados para a função de “servirem de bengalas na velhice e sustentar seus pais”⁶¹¹. A autora é bem enfática ao dizer que “com os direitos de aposentadoria e pensão esta função desaparece na família”^{612 613}.

O contexto remete ao Estado Mínimo de Necessidade (Welfare State)⁶¹⁴. Sobre as mudanças sociais que tiveram implicação sobre a inserção da criança na sociedade REBECHI (2002) considera que

Em paralelo a estas questões que envolveram o Estado na tentativa de estabelecer uma política de Bem-Estar Social, vamos encontrar na sociedade outros fatores marcantes que foram, e ainda são, as transformações no seio familiar. Numa breve visão, podemos afirmar que inicialmente, as famílias eram essencialmente patriarcais, onde o homem, chefe da família, provinha o sustento material, e a mulher, senhora do lar, cuidava da educação dos filhos e do bem-estar geral da família. Após a Primeira Guerra Mundial, com o impulso da industrialização, a mulher passou a compor o mercado de trabalho e, muitas vezes, tornou-se a principal provedora da família, além de continuar desempenhando as antigas funções de dona do lar. A mão de obra feminina aumentou no mercado de trabalho, exigindo, cada vez, mais um maior número de creches. Somente a partir dos anos 60 é que as preocupações pedagógicas passaram a nortear as creches, pois, até então, eram consideradas como ‘depósitos de crianças’. As creches passaram a adotar uma posição educacional, dando às crianças de baixa renda uma espécie de reforço à escolaridade⁶¹⁵.

⁶¹⁰(SOUZA, 1999, p. 14)

⁶¹¹Ibidem.

⁶¹²Ibidem.

⁶¹³Função de cuidar dos filhos para que os sustentem na velhice.

⁶¹⁴Conceito de Economia que responsabiliza o Estado a garantir serviços públicos e proteção à população (assistência social, saúde, educação, trabalho). Também é chamado de Estado de Bem-estar Social ou Estado-providência. O nome Estado Mínimo de Necessidade é mais usado por conotar o marco da criação do salário mínimo e de direitos trabalhistas como férias, décimo terceiro salário, repouso semanal remunerado e limitação da jornada de trabalho. Também trabalha o conceito de cidadania, mas não no sentido neoliberal de desresponsabilização como visto neste trabalho.

⁶¹⁵(REBECHI, 2002, p. 20)

Em 1990, o Código do Menor foi substituído pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, marco jurídico que tirou o estigma de “menor” da infância e da adolescência. SANTOS (2007) atribui

A maior contribuição do Estatuto: o rompimento com a doutrina da legislação tutelar e da situação irregular (que tinham como base a idéia de que a lei deveria dirigir-se somente àqueles inseridos em um quadro de patologia social) para a adoção da doutrina da proteção integral, ocupando-se dos direitos da infância e da adolescência de modo cada vez mais amplo⁶¹⁶.

O contexto influenciou o jornalismo, no tocante à pauta da infância e da adolescência. DIAS (2002) comenta que

Os direitos inscritos nela [DUDH] constituem um conjunto de direitos individuais e coletivos, civis, políticos, econômicos, sociais e culturais, sem os quais a dignidade da pessoa humana não se realiza por completo. A Declaração transformou-se numa fonte de inspiração para a elaboração de diversas cartas constitucionais e tratados internacionais voltados à proteção dos direitos humanos. O documento tornou-se um autêntico paradigma ético a partir do qual se pode medir e contestar legitimidade das questões deontológicas, legislativas e de cidadania. Não é possível a existência do jornalismo fora do pacto social desenhado pela DUDH. Ou todos os valores expressos valem igualmente ou nada vale. É o caso do direito ao livre pensamento e livre expressão do jornalismo⁶¹⁷.

A pauta da infância e da adolescência se consolidou no jornalismo a partir do marco do Estatuto da Criança e do Adolescente. Com isso, a criança e o adolescente ganharam uma nova representação no noticiário, o que incorreu em um maior espaço editorial dedicado ao tema dado o valor social obtido. O foco tutelar herdado da legislação anterior foi substituído pela “doutrina proteção integral”⁶¹⁸.

3.3.2 - Imagem da Adolescência na Sociedade

O conceito de adolescência surgiu no início do século XX. Até então, no sentido político e econômico, só existiam crianças e adultos. A legislação trabalhista trouxe como ganhos: a redução da jornada de trabalho, limitação do trabalho noturno somente aos adultos e orientação da infância e da adolescência para atividades de educação nas salas de aula. Em razão das capacidades pedagógicas e psíquicas,

⁶¹⁶SANTOS, Ana. A questão do conhecimento na cobertura sobre infância e adolescência. Disponível em www.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007.

⁶¹⁷DIAS, Robson. Violência infanto-juvenil na mídia do Distrito Federal: questões éticas e de direitos humanos. Monografia (Graduação em Jornalismo), UCB. 2002. p. 29

⁶¹⁸A doutrina da proteção integral é um termo utilizado em direito para designar os tratados de direito internacional estabelecidos pela ONU e UNICEF que foram influentes no mundo inteiro na criação de aparatos legais de amparo à criança.

surgiram duas faixas etárias: os que não tinham consciência e desenvolvimento pleno (crianças) e os que já tinham moderada maturação desses fatores, mas que ainda não podiam assumir a vida adulta (adolescentes).

ZIONI (1993) recupera esse histórico:

Até o Século XVIII, a escola organizava-se de maneira bastante diferente da atual: significava mais abrigo de estudantes pobres do que instituições de ensino. Contudo, as exigências do Século XVIII inspiraram um movimento disciplinador, cuja extensão transformou a escola da época em um colégio encarregado do ensino, da vigilância e enquadramento da juventude. O primeiro passo desse movimento foi separar as crianças menores das mais velhas, permitindo a identificação de uma fase cronologicamente posterior à infância, de preparação à vida adulta: a adolescência. Processo semelhante ao da escola ocorreu entre os oficiais no exército do Século XVIII. Para as hierarquias inferiores, a situação somente seria revertida após a Primeira Guerra Mundial. Daí em diante, a adolescência se expandiria, empurrando a infância para trás e a maturidade para frente. Assim, a adolescência, figura do Século XIX e do início do Século XX, teve na escola e no exército seus elementos concretos de formação. De maneira mais precisa, foi através da observação das experiências dessas duas instituições que a sociedade moderna pôde compor uma nova realidade psicológica, a adolescência⁶¹⁹.

A infância e as mulheres só foram vistas como grupos sociais distintos quando a saúde pública organizou as maternidades, creches e os hospitais infantis⁶²⁰.

Os estudos em Psicologia, ao longo do século XX, foram responsáveis pela especialização das prerrogativas, capacidades e responsabilidades de cada faixa etária. A classificação psíquica dos indivíduos influenciou a medicina. Dessa forma, crianças e adolescentes foram considerados homens em formação pela Psicologia e pelas áreas de saúde.

Ainda no início do século XX, o termo criança passou a ser utilizado para indicar o homem em formação (estágio inicial). E o termo adolescente para o jovem em estágio mais avançado de maturação (estágio parcial).

Há quem diga que o surgimento da adolescência se deva um fator mais cultural do que biológico e psíquico. ZIONI (1993) compartilha dessa perspectiva:

A antropologia social vem, desde os anos 30, oferecendo contribuições significativas à saúde ao centrar na sociedade o princípio de explicação do indivíduo. Em linhas gerais, ela afirma que, quando são poucas as divergências entre o conjunto de normas sociais impostas às crianças e aos adultos, a passagem para a vida adulta ocorre sem atropelos. No caso de sociedades onde a cada grupo etário correspondem papéis diferenciados, essa passagem será marcada por períodos de transição mais ou menos nítidos que poderão implicar ritos de passagem, dramatização episódicas, conflitos intra e interindividuais. Ao questionar a leitura "naturalizada" da etapa conhecida como adolescência, a antropologia considera que essa fase corresponderia mais a um

⁶¹⁹ZIONI, Alberto; REIS, Fabiola. O lugar do feminino na construção do conceito de adolescência. Revista Saúde Pública, volume 27, número 6. São Paulo. 1993. Acessado em 12-10-2007. Disponível em www.scielo.br/scielo.php.

⁶²⁰Conforme visto na seção anterior, 3.3.1: Imagem da Infância na Sociedade.

fenômeno cultural do que a uma inevitabilidade biológica. Em outras palavras, os comportamentos considerados como "naturais" na adolescência estariam mais ligados aos padrões culturais do que a determinadas condições fisiológicas⁶²¹.

A influência dos estudos em Psicologia sobre adolescência, e no campo da saúde medicinal, incentivou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a classificar a faixa etária da puberdade à consolidação das mudanças secundárias como um período em que

- a) o indivíduo passa do ponto do aparecimento inicial dos caracteres sexuais secundários para a maturidade sexual;
- b) os processos psicológicos do indivíduo e as formas de identificação evoluem da fase infantil para a adulta;
- c) a transição do estado de dependência econômica total passa a outro de relativa independência⁶²².

A OMS entende que a classificação não “impõe limites específicos à adolescência, e que este termo corresponde a uma classificação social que varia tanto em sua composição como em suas implicações”⁶²³.

Para a OMS, adolescente é o indivíduo que se encontra entre os 10 aos 20 anos de idade. No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente estabelece outra faixa: dos 11 aos 18 anos.

A despeito das classificações da OMS, ZIONI (1993) entende que

A cultura ocidental moderna - muito embora registre, de maneira manifesta, um padrão de graduação de idades - não forjou ritos e/ou procedimentos culturais explícitos e formais que marcassem as mudanças de "papel" e "status" sociais em função da idade. Provavelmente, nesse caso, tais ritos foram substituídos por dramatizações psicológicas, vividas individualmente, capazes de levar o sujeito a um processo de redefinição pessoal em função das exigências sociais.

A adolescência pode ainda ser, em certas sociedades, ignorada ou, ao contrário, em outras, ser valorizada a ponto de mobilizar e catalisar em torno de si vastos setores dos comportamentos organizados do conjunto da sociedade. Decorre daí, ainda, que os eventos da puberdade podem ser tratados, em nível social, de maneira bastante diferenciada pelas cerimônias ritualistas que celebram, em última instância, a adolescência⁶²⁴.

Feito o estudo da imagem da criança e do adolescente na sociedade, passemos ao enquadramento noticioso da pauta da infância e da adolescência.

3.3.3 – Representação da Infância e da Adolescência no Jornalismo

⁶²¹Ibidem.

⁶²²Segundo ZIONI (1993), a OMS definiu conceito de adolescência na Reunião sobre Gravidez e Aborto na Adolescência, em 1974, na Suíça.

⁶²³Op. Cit.

⁶²⁴Op. Cit.

A imagem da criança e do adolescente no jornalismo é codificada em enquadramentos temáticos de acordo com os padrões estabelecidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente⁶²⁵. SOUZA (1999)⁶²⁶ afirma que

O sentimento da infância identificado no jornalismo é a estrutura fundamental do discurso, sua organização principal, as relações mínimas produtoras de sentido, as idéias que orientam todo o relato, que são retomadas em todos os momentos do discurso. Os argumentos principais de sustentação, do discurso jornalístico são os sentimentos de proteção e riscos, mito da infância feliz inocência e infância perdida⁶²⁷.

Na classificação de SOUZA (1999), a pauta Proteção e Riscos, a mídia⁶²⁸ se coloca como adulto tendo um olhar de que a criança está sempre em risco. Para a autora, desta forma, o jovem sempre está na iminência de sofrer acidentes, abuso sexual, seqüestro, maus tratos, vícios, doenças e violência.

SOUZA (1999) considera que no cotidiano jornalístico exista “ampliação da pessoa infanto-juvenil no enquadramento dos assuntos no noticiário”⁶²⁹. Na pauta jornalística, de enquadramento Proteção e Riscos, “as crianças estão expostas a terem doenças antes consideradas somente dos adultos, como stress, depressão, hipertensão, obesidade, diabetes, AIDS e câncer”⁶³⁰.

Segundo SOUZA (1999), o jornalista se posiciona como um adulto que olha para a criança. Ele (o jornalista) a vê (criança) como “plenamente feliz no seu estado infantil, lúdico, dependente”⁶³¹. A autora considera que “algumas lembranças relatadas da infância são fantasias adultas”⁶³².

SOUZA (1999) afirma que existe a pauta do Mito da Infância Feliz no noticiário. Baseada no conceito de “Amnésia Infantil”⁶³³, da Psicanálise, a autora identifica um fenômeno comum ao noticiário jornalístico⁶³⁴:

⁶²⁵A mudança do enquadramento da criança e do adolescente com o ECA fez com que os jornalistas mudassem algumas enunciações do noticiário: o termo “prostituição de menores” ou “prostituição infantil” (tidos com pejorativos por enquadrar a criança e o adolescente como agentes de prostituição) foi substituído por “exploração sexual de crianças e adolescentes” em grande parte da mídia (conotação mais branda e passiva que conota injustiça imposta à criança e ao adolescente).

⁶²⁶SOUZA (1999) fez um estudo que analisava o discurso sobre a pauta da infância em 482 matérias jornalísticas durante 730 dias em jornais (O Globo, Jornal do Brasil, O Dia, Folha de São Paulo, Tribuna de Minas). E 96 semanas em revistas (Isto é e Veja). A autora trabalha algumas classificações relativas à pauta que usaremos no nosso estudo.

⁶²⁷(SOUZA, 1999, p. 33)

⁶²⁸A autora usa o vocábulo mídia, de forma ampla, mas sua análise foi feita apenas na mídia impressa.

⁶²⁹(SOUZA, 1999, p. 33)

⁶³⁰Ibidem.

⁶³¹(SOUZA, 1999, p. 40)

⁶³²Ibidem.

⁶³³(SOUZA, 1999, p.40)

Os relatos trazem uma esfera de conto de fadas interrompido para as histórias pessoais retratadas na notícia. Tal fato gera oferta de matérias que tratem da perda da inocência e da própria infância apoiadas numa justificativa viciosa (...)

A falta de infância é também usada como justificativa para desvios no comportamento de adolescentes e adultos. Menores infratores, criminosos e viciados, normalmente são descritos pelos meios de comunicação, como pessoas que não tiveram infância. A falta de infância marca para sempre a vida do adulto⁶³⁵.

SOUZA (1999) acredita que a pauta da infância e da adolescência mostre os personagens frequentemente no papel de vítimas e de forma prodigiosa. “O aspecto pródigo aparece em notícias que valorizam o espetacular e um talento precoce das crianças”^{636 637}.

2.3.4 – Tematização

O tratamento adequado do noticiário acerca do universo infanto-juvenil valida os preceitos do Estatuto da Criança e do Adolescente. A abordagem temática no noticiário promove a consolidação de um sistema de garantias de direitos implementada pelo ECA.

SANTOS (2007) prescreve que

Conforme consta na Constituição Brasileira, a mídia tem, enquanto parte da sociedade e em conjunto com a família e o Estado, o dever de assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência⁶³⁸.

⁶³⁴O conceito de “Amnésia Infantil” trata de fenômeno que afeta a vida adulta. O adulto acha que a infância é um período mais feliz. A pessoa acredita que a criança é mais feliz por não ter sofrimentos e responsabilidades. O que seria um engano, pois a percepção dos problemas não era aguçada na infância. SOUZA acredita que o jornalista gera um mito de que a infância é mais feliz que a vida adulta e retrata a criança com problemas sociais como vítima.

⁶³⁵(SOUZA, 1999, p.45)

⁶³⁶O aspecto pródigo, do qual trata SOUSA (1999), não recebe exemplos em sua pesquisa. Consideramos que sejam notícias como esta: “Criança de três anos compra carro em ebay”. Trata-se do caso de um garoto inglês, Jack, de três anos que aproveitou um descuido da sua mãe e comprou um carro de US\$ 17 mil no site de leilões eBay. Este exemplo é de notícia internacional. Não é objeto de análise de SOUZA (1999), mas serve de ilustração para a conotação do termo “talento precoce” dado o ineditismo da matéria e falta de exemplos no texto original. (Notícia veiculada em 02-10-2006. Fonte: www.estadao.com.br)

⁶³⁷A título de ilustração, em virtude das crianças em efeitos pródigos tratada por SOUSA (1999), citamos outra notícia do gênero exposto pela autora: “Garoto vestido de homem-aranha salva bebê em Santa Catarina”. Trata-se do caso de um garoto, Riquelme dos Santos, de apenas 5 anos, que fantasiado de Homem-Aranha, entrou em uma casa no meio de um incêndio para salvar um bebê, de 1 ano e 10 meses. Novamente, esclarecemos que as notícia expostas aqui são a título de ilustração e não fazem parte do original de SOUSA (1999). (Notícia veiculada 10-11-2007. Fonte: www.estadao.com.br)

⁶³⁸Op. Cit.

O guia *Media The and Children's Rights*, cartilha editada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e pela Federação Internacional de Jornalistas (FIJ), convencionou a cobertura jornalística em tópicos:

- 1) crianças com deficiências;
- 2) discriminação;
- 3) crianças na família;
- 4) trabalho infantil;
- 5) crianças e conflitos armados;
- 6) cuidados de saúde e bem-estar;
- 7) questões de identidade;
- 8) opiniões e liberdades civis;
- 9) serviços de assistência pública;
- 10) crianças e mídia;
- 11) crianças nos meios;
- 12) educação;
- 13) crianças e crime;
- 14) abuso sexual e exploração;
- 15) responsabilidades do Estado⁶³⁹.

O guia tem influência em países ocidentais. As diretrizes temáticas da cobertura da infância e da adolescência chegam às redações diretamente pela via da FIJ ou pelo agendamento de notícias feito pelas ONGs que trabalham com a criança e o adolescente. Apesar dos quinze tópicos do documento, para SOUZA (1999), eles aparecem enquadrados no noticiário em cinco temas: saúde, moral, educação, sexualidade e violência infantil.

Na tema de Saúde, para SOUZA (1999), o discurso jornalístico se refere às ciências aplicadas, principalmente medicina, deixando de lado as ciências humanas⁶⁴⁰. O foco do noticiário é o de crianças enfermas com doenças graves, como: diabetes, hipertensão, stress e depressão. A autora considera um equívoco jornalístico tratar as crianças e adolescentes enquadrados apenas nesses tipos de enfermidades. A crítica de SOUZA (1999) é a de que: “o noticiário esquece a realidade do Brasil das crianças que morrem de diarreia e fome”⁶⁴².

No tema da Educação, SOUZA (1999) não identifica “grandes problemas”⁶⁴³. A autora reconhece como eixos da cobertura: a educação escolar formal e a educação

⁶³⁹PONTE, Cristina. Crianças como matéria jornalística in *Crianças em notícia: a construção da infância pelo discurso jornalístico*. Lisboa. ICS. Imprensa de Ciências Sociais, 2005. p.38

⁶⁴⁰(SOUZA, 1999, p.66)

⁶⁴¹O noticiário em Saúde, sobre crianças e adolescentes, não costuma ter abordagens sociológicas sobre epidemias, psicológicas sobre o perfil dos enfermos. Os dados utilizados no noticiário costumam ser majoritariamente os da medicina: posologia, erradicação, tratamento etc.

⁶⁴²Ibidem.

⁶⁴³A autora critica arduamente a tematização utilizada no noticiário e considera que os erros encontrados na abordagem de Educação não sejam expressivos.

familiar. Segundo SOUZA (1999), “as orientações domésticas de como criar os filhos são mais freqüentes do que as matérias de cunho colegial”.

O tema da sexualidade, para SOUZA (1999), ainda é tabu. A autora considera que a abordagem no noticiário acontece somente em relação à erotização infantil, à exploração sexual de crianças e adolescentes, à pedofilia na internet, à iniciação e à educação sexual infanto-juvenil^{644 645}.

SOUZA (1999) considera a tematização da pauta da infância e da adolescência operacionalizada por três funções distintas de abordagem: Informativa, Denuncista e Didática.

A Função Informativa trata de temas dos filhos em relação aos pais. Para SOUZA (1999), esse tipo de cobertura oferece grande volume de informações: “um jornalismo enciclopédia, volumoso, explicativo e variado onde o jornalismo opinativo, interpretativo ou investigativo são raros”⁶⁴⁶.

O gênero textual mais usado na abordagem de Função Informativa é o da notícia. Tem espaço nas editorias de política e economia. Os relatos têm perfil de denúncia, mas não são resultado de investigação jornalística.⁶⁴⁷ SOUZA (1999) avalia que

Muitas matérias com caras de investigativas, mas estão simplesmente reproduzindo as investigações e denúncias de algum grupo ou instituição⁶⁴⁸. Tal fato, faz dos veículos meros “porta vozes”⁶⁴⁹.

A Função Denuncista aborda a criança e o adolescente como vítima de exploração sexual, trabalho infanto-juvenil, analfabetismo e violência. SOUZA (1999) esclarece que a fonte de informação para as denúncias costuma ser relatórios da ONU, do UNICEF e da OMS. A autora afirma que existe um fluxo de informação oriunda das ONGs que trabalhem com o tema^{650 651}.

⁶⁴⁴Somam-se temas de cunho moral no noticiário relacionados à moral, ao aborto, estupro, vício, suicídio, problemas amorosos e medidas sócio-corretivas para infratores.

⁶⁴⁵A autora não classificou metodicamente quais tipos de abordagem não são feitas no noticiário, o que indicaria a resistência “tabu” de não cobri-los. SOUZA (1999) só relata dois :notícias sobre incesto e estupro no ambiente familiar.

⁶⁴⁶Ibidem.

⁶⁴⁷Denúncias de entidades recebem tratamento noticioso, pela Função Informativa de abordagem da pauta, com leve conotação de denúncia: "Unicef alerta para risco de morte de 90 mil crianças na Somália" e "85% de crianças sofrem violência".

⁶⁴⁸Ibidem.

⁶⁴⁹(SOUZA, 1999, p 107)

⁶⁵⁰Ibidem.

⁶⁵¹Por terem como base estudos e relatórios de entidades, as denúncias no noticiário costumam ser contextualizadas com tabelas, infografias, imagens, dados estatísticos e todo tipo de recurso.

Na Função Denuncista, as notícias não levam em conta o trabalho investigativo do Ministério Público, Conselhos Tutelares e IBGE. SOUZA (1999) acredita que essas entidades são citadas em relação a medidas a serem adotadas para resolução de problemas e não como fonte de denúncia sobre o problema. Para a autora, “o noticiário retoma a denúncia, passado algum tempo, ao verificar se houve soluções”⁶⁵².

A Função Didática é a mais comum no noticiário. Na avaliação de SOUZA (1999), costuma ser bem contextualizada. O uso de aspas de especialistas é freqüente, pois “dá legitimidade ao discurso jornalístico e um aspecto científico”⁶⁵³. A autora identifica uma “intenção moralizadora, isto é, a tentativa de induzir um comportamento social”⁶⁵⁴.

SOUZA (1999) considera na Função Didática uma já gasta fórmula de noticiar temas introduzindo-os com o chavão “para entender... sempre usado nas abordagens”⁶⁵⁵. Para a autora, esse recurso serve para explicar termos técnicos, relação cronológica dos fatos, abordar fatos históricos que contribuíram para a situação, causas, conseqüências, como agir, como identificar situações, como procurar ajuda, endereços úteis de serviços, estatísticas, depoimento de personalidade⁶⁵⁶.

Para SOUZA (1999), nas três funções (Informativa, Denuncista e Didática), há “clara vitimização da criança e do adolescente”⁶⁵⁷. Para a autora, trata-se de um fenômeno comum à mídia brasileira, dos anos 90, de reposicionamento da infância e da adolescência. Na sua avaliação:

O discurso jornalístico se vale ainda dos três recursos da retórica de Aristóteles: o logos (argumento lógico), quando usa teorias e a ciência para explicar o mundo infantil; o pathos (apelo à emoção) e o ethos (caráter do retor), quando utiliza a palavra de especialistas para conferir legitimidade. O discurso da imprensa também se transforma em ato retórico quando utiliza a linguagem para convencer e levar a uma mudança de comportamento, como no caso da função didática⁶⁵⁸.

SOUZA (1999) avalia que a dramatização da notícia e a descrição de personagens no noticiário, mesmo com o apelo feito em torno do perfil psicológico da

⁶⁵²Ibidem.

⁶⁵³Ibidem.

⁶⁵⁴Ibidem.

⁶⁵⁵(SOUZA, 1999, p 108)

⁶⁵⁶Ibidem.

⁶⁵⁷(SOUZA, 1999, p 125)

⁶⁵⁸Ibidem.

criança e do adolescente, não incorre em sensacionalismo⁶⁵⁹. Para a autora, trata-se de um relato de adulto sobre a criança⁶⁶⁰.

Consideramos que a infância e adolescência tiveram inserção no noticiário, dos anos 90, como protegidas integralmente⁶⁶¹. Diferentemente da idéia histórica de infratores, a criança e o adolescente passaram a ter espaço próprio no noticiário com a instauração de uma pauta especializada. O jornalista como defensor dos direitos humanos e, em especial dos direitos e garantias da criança e do adolescente⁶⁶², trabalha em prol da nova imagem da criança e do adolescente instituída pelo ECA.

3.4 - Agência de Notícias dos Direitos da Infância – ANDI

Os organismos do Terceiro Setor institucionalizaram-se, no Brasil, numa década marcada pela profissionalização deste setor. As ONGs tiveram dois grandes desafios: a busca de visibilidade midiática para suas causas; e o domínio das técnicas de comunicação para convencer públicos e investidores de seu trabalho. Tal contexto tornou decisivo o papel do jornalista como mediador entre o Terceiro Setor e a sociedade.

A ANDI é considerada pioneira na questão dos direitos da infância e da adolescência, como organismo do Terceiro Setor. Abordaremos o seu processo de institucionalização.

3.4.1 - Histórico

O advento do Estatuto da Criança e do Adolescente proporcionou a oportunidade de diversos discursos sociais se organizarem na defesa dos direitos e garantias sociais. Para RAPOSO (2005), o ECA era

Considerado uma das mais modernas leis de seu tempo, o Estatuto passou a requerer não apenas um domínio técnico por parte dos operadores do Direito, mas uma parceria com outros sujeitos e instituições para ser completamente implementado. Os propósitos dessa nova lei seria tratar a criança e o adolescente como sujeitos de direitos, banindo a imagem de “sujeitos com cheiro de marginalidade”. Essa mudança de paradigma

⁶⁵⁹Op. Cit.

⁶⁶⁰A autora diz ser comum os vocativos: “garotada”, “criançada”, “pimpolho”, “pequenos”, “kids”, e “pequenininhos” nos relatos jornalísticos. (op.cit)

⁶⁶¹O ECA evoca a proteção integral à criança e ao adolescente.

⁶⁶²CEJ (2007)

significaria, resumidamente, mudar o enfoque punitivo para o da prevenção, proteção e assistência⁶⁶³.

O ECA é de 1990. Em 1992, em Brasília, surgiu a Agência de Notícias dos Direitos da Infância. A instituição foi fundada pelos jornalistas Âmbar de Barros e Gilberto Dimenstein⁶⁶⁴. Segundo a ANDI, o propósito era “formar uma cultura jornalística que investigasse a situação de crianças e jovens brasileiros em situação de exclusão social, sobre a ótica de seus direitos da criança e do adolescente”⁶⁶⁵. A ANDI tomou o ECA como cartilha para si e para o jornalista.

Para a ANDI, as mudanças de paradigma sobre a criança e o adolescente (constantes do ECA) deveriam influenciar a pauta jornalística. A organização via no jornalismo uma forma estratégica de promover o desenvolvimento humano e informação socialmente responsável, de qualidade⁶⁶⁶. Até então, a pauta jornalística só inseria a criança e adolescente nas coberturas sobre violência e delinquência⁶⁶⁷.

REBECHI (2002) avalia que, no panorama do Terceiro Setor, a ANDI firmou-se como ONG propositiva, ou seja, de trabalho executivo capaz de contribuir na formulação das políticas públicas e de receber recursos para a realização de tarefas sociais que o governo não consegue prover. Para a autora,

As ONGs dos anos 80 mantinham acordos de cooperação internacional, ou seja, as ONGs do chamado Primeiro Mundo ajudava as ONGs do Terceiro Mundo, sendo que estas sobreviviam de financiamentos fornecidos por causa destas parcerias.

As ONGs dos anos 90 estabeleceram outras parcerias e formas de cooperação, muitas passaram a ter forte vínculo com os governos locais e, assim, passaram a integrar as políticas de empréstimo do país, causando uma mudança no quadro econômico e político.⁶⁶⁸

Ressaltamos que a ANDI teve muita visibilidade quando Gilberto Dimenstein (fundador da ONG) lançou o livro-reportagem Guerra dos Meninos: Assassinatos de

⁶⁶³RAPOSO, Maria. Comunicação virtual entre ONGs e construção do conhecimento - o caso da rede ANDI Brasil. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFPE.2005. p.24

⁶⁶⁴Âmbar de Barros e Gilberto Dimenstein eram casados.

⁶⁶⁵Fonte: www.andi.org.br

⁶⁶⁶A Fundação ABRINQ, MacArthur e o UNICEF são parceiros desde a fundação.

⁶⁶⁷Âmbar de Barros, em entrevista à REBECHI (2002): “Aquilo ia me dando um baixo astral, uma sensação de impotência. E aí eu disse: Não, a gente precisa começar a montar um banco de êxitos. A gente precisa dar visibilidade para quem está fazendo e encontrando soluções. Porque, se eu, que sou uma militante, estou totalmente desmotivada, porque parece tudo tão ruim, imagine as pessoas normais. Nós temos que começar a trabalhar com o lado positivo. E isso foi uma percepção que eu tive: as boas práticas, os êxitos, o positivo...” (REBECHI, 2002, p. 14)

⁶⁶⁸(REBECHI, 2002, p. 15)

Menores no Brasil⁶⁶⁹. O livro teve grande repercussão, pois havia comoção social relativa ao fato recente da Chacina da Candelária⁶⁷⁰. Em seguida, Meninas da Noite: a Prostituição Meninas-Escravas⁶⁷¹ foi lançado e teve grande procura.

BRASILIENSE (2006) relembra três fatos que marcaram aquela época:

Não se pode esquecer que a “chacina da Candelária” ocorreu em julho de 1993, nove meses depois de um outro acontecimento, o “massacre do Carandiru”, que, pelas questões da violência e dos direitos humanos, costuma lhe ser associado. Da mesma maneira que ambos os fatos seriam associados a um outro, ocorrido apenas um mês após o da Candelária, a “chacina de Vigário Geral”. Os três fatos, ocorridos entre 1992 e 1993, voltaram os olhos do mundo para o Brasil, chamando atenção para a falta de segurança, despreparo policial e abuso de poder. Apesar de as vítimas transitarem todas no espaço do que se costuma chamar de “marginalidade”, o tom de denúncia ganhou lugar nas narrativas da imprensa sobre esses fatos, muitas vezes invertendo a máxima comum de que “bandido bom é bandido morto”⁶⁷².

Podemos dizer que a ANDI nasceu num momento político-social muito importante de discussão do tema a criança e adolescente no Brasil: no ano da Chacina da Candelária⁶⁷³.

Âmbar e Dimenstein estiveram na ANDI até 1996, quando foram convidados para trabalhar em Nova York, para outra organização.

REBECHI (2002) lembra que a equipe da ANDI era de apenas quatro pessoas e que eles cogitaram encerrar as atividades, pois com a saída do casal, só restariam duas pessoas na organização.

No mesmo ano, 1996, o jornalista Geraldinho Vieira⁶⁷⁴ assumiu a direção da ONG⁶⁷⁵. Foi durante a sua gestão que a metodologia de monitoramento de mídia⁶⁷⁶ da

⁶⁶⁹DIMENSTEIN, Gilberto. A guerra dos meninos – Assassinatos de menores no Brasil, São Paulo, Brasiliense, 1990. O livro trata de grupos de extermínio de crianças que torturam e maltratam meninos de rua das grandes cidades com o objetivo de diminuir a delinquência juvenil, mediante assassinatos.

⁶⁷⁰Nome midiático. Esse evento foi um extermínio de nove meninos de rua, em 23 de julho de 1993, na Igreja da Candelária, no centro da cidade do Rio de Janeiro. A sociedade brasileira ficou muito comovida e a mídia cobriu muito o tema. O livro rapidamente se tornou uma referência sobre esse universo de crueldade urbana. Segundo CAMPOS, na época, o senador Fernando Henrique Cardoso propôs uma CPI para investigar os grupos de extermínio, após a publicação (CAMPOS, Celso. Sala de Aula: a reportagem parte 2. Acessado em em 12-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br)

⁶⁷¹Compilação de série de reportagens de Gilberto Dimenstein feitas entre 1985 e 1995 sobre prostituição infantil, publicadas na Folha de São Paulo, jornal no qual trabalhava.

⁶⁷²BRASILIENSE, Danielle. Tessituras narrativas de O Globo e o acontecimento “Chacina da Candelária”. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFF. 2006. p. 59

⁶⁷³REBECHI (2002) alerta para uma curiosidade em relação à fundação da ANDI: “a ata de criação da ANDI como organização, como personalidade jurídica, é datada de maior de 1992, no entanto, só foi registrada em cartório em 1993, ou seja, oficialmente, a ANDI foi criada em 1993”. (REBECHI, 2002, p. 46)

⁶⁷⁴Nome profissional frequentemente utilizado no diminutivo.

⁶⁷⁵Segundo REBECHI (2002), Geraldinho tinha vasta experiência jornalística e executiva (tinha trabalhado no governo). (REBECHI, 2002, p. 34)

⁶⁷⁶(REBECHI, 2002, p. 47-48)

ANDI foi criada. Esse referencial de trabalho trouxe status e a legitimação de parcerias no meio governamental e jornalístico. Para PEREIRA (2005),

Os anos 90, por sua vez, demonstraram um quadro composto pelo enxugamento do Estado, corte de gastos públicos, privatizações, liberalização dos preços, e a ampla regulamentação jurídica das atividades das ONGs (Lei das Organizações Sociais, em 1998; Lei da Filantropia, em 1998; Lei das Oscips, em 1999). Se o número de ONGs aumentou, cresceu igualmente a concorrência entre elas pelos financiamentos – essas organizações sobrevivem ora do financiamento estatal, ora do privado, ora de organismos internacionais ou de ambos. Na década de 90, foi crescente a publicação pelos jornais das atividades das ONGs ligadas às questões da infância e da adolescência⁶⁷⁷.

RAPOSO (2005) afirma que na gestão de Geraldinho Vieira, o discurso da ANDI tomou corpo principalmente nos seguintes produtos institucionais:

- (1) A pesquisa anual Infância na Mídia que traz o resultado da análise das notícias relativas à criança e ao adolescente publicadas em 50 jornais de maior circulação do país e que é divulgada anualmente.
- (2) O clipping de mesmo nome, Infância na Mídia, distribuído diariamente por e-mail.
- (3) O boletim Radicais Livres, mensal, que reúne as notícias publicadas por veículos produzidos por jovens ou dedicados a jovens.
- (4) A pesquisa A mídia dos Jovens, publicação anual resultado da investigação dos temas mais abordados pela mídia mais atuante em matérias de relevância social.
- (5) O Banco de Fontes que exhibe, na homepage da organização, uma relação de projetos e organizações que trabalham na área da infância e da adolescência.
- (6) A Rádio pela Infância, publicação impressa e mensal, cujo objetivo é levar aos profissionais de rádio informações pertinentes ao universo infanto-juvenil⁶⁷⁸.

REBECHI (2002) pontua que o escritório da ANDI, em Brasília, tornou-se uma grande redação com a produção de matérias propositivas, dentro da perspectiva denominada por Geraldinho Vieira como “investigação de soluções”⁶⁷⁹. A autora relembra que o quadro de pessoal foi ampliado e houve departamentalização dos projetos que conseguiam se estabelecer com mais financiamentos e colaboradores⁶⁸⁰.

⁶⁷⁷“A expressão busca de soluções, entendida também como “matéria propositiva” ou “investigação de soluções”, foi criada pelo jornalista Geraldinho Vieira” (PEREIRA, Fabiana. Formas recentes da prática jornalística: reflexões sobre imprensa, ONGs, infância e Adolescência. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acessado em 12-12-2007)

⁶⁷⁸(RAPOSO, 2005, p. 23)

⁶⁷⁹“A expressão busca de soluções, entendida também como “matéria propositiva” ou “investigação de soluções”, foi criada pelo jornalista Geraldinho Vieira” (REBECHI, 2002, p. 46)
REBECHI (2002) não deixa claro porque “matéria propositiva”, em seu texto, tem aspas. Esse termo é comum no universo do Terceiro Setor. Entretanto, percebe-se claramente no trecho que o termo “investigação de soluções” foi cunhado por Geraldinho Vieira, ao menos na aplicação no âmbito da ANDI.

⁶⁸⁰Instituto Ayrton Senna, Fundação Kellogg, AVINA, ORSA, UNESCO, EMBRATUR, BNDES, dentre outros (quase 15 parceiros). Os colaboradores, sejam de apoio ou patrocínio, costumam fechar parcerias para projetos específicos dentre os quais trabalha a ONG. (Op. Cit.)

REBECHI (2002) percebe que o trabalho executivo foi “plenamente incorporado ao cotidiano com a sistematização dos trabalhos, controle contábil, produção de relatórios, planos estratégicos, reuniões de pauta, produção de boletins”⁶⁸¹, durante a gestão de Geraldinho Vieira. A autora argumenta que a atividade que proporcionou mais visibilidade à instituição foi a publicação de análises da cobertura midiática sobre o tema da infância e da adolescência⁶⁸².

Em 2000, a Rede ANDI Brasil foi criada⁶⁸³. A estratégia da ANDI era a de passar sua metodologia para outras ONGs que pudessem atuar focadas em temas da infância e da adolescência, , no âmbito estadual e municipal, em todo o país.

RAPOSO (2005) informa que a rede foi formada com quatro organizações⁶⁸⁴ e chegou a formar um grupo de onze instituições. A autora recorda que a idéia original da Rede ANDI Brasil nasceu em 1997, em decorrência de uma palestra para estudantes de jornalismo na PUCPR. Depois desse evento, estudantes iniciaram um trabalho batizado de Ciranda (sigla para Central de Notícias dos Direitos da Infância e Adolescência)⁶⁸⁵.

RAPOSO (2005) avalia que

No que se refere ao chamado movimento pela infância, parece ter havido nos anos recentes uma espécie de apropriação e atualização do discurso dos movimentos sociais por algumas ONGs. Possuidoras de estrutura empresarial de produção de informação e a partir da associação de sua imagem a valores “positivos” (desenvolvimento humano, proteção à criança, solução de problemas), conseguiram relativa hegemonia por meio, entre outros, do abastecimento dos jornais com notícias sobre o tema, alicerçadas em grandes e estruturadas assessorias de comunicação, com produção ininterrupta de amplo material de divulgação (releases eletrônicos, prêmios, cafés da manhã, brochuras, campanhas publicitárias, anúncios, entrevistas coletivas, viagens). Com roupagem menos conflitiva e combativa que os movimentos sociais anteriores e com um tema de apelo altamente emocional e simbólico, essas organizações têm conseguido manter a discussão da infância e da adolescência dentro dos jornais⁶⁸⁶.

RAPOSO (2005) qualifica que cada membro da Rede ANDI Brasil tem sua missão institucional. Para a autora, a rede se consolida em vista da missão comum a

⁶⁸¹Op. Cit.

⁶⁸²Op. Cit.

⁶⁸³Importante ressaltar que os parceiros da Rede ANDI Brasil não necessariamente são os mesmos da ANDI. Os da Rede são UNICEF, Fundação W.K. KELLOGG, AVINA, União Européia e NOVIB.

⁶⁸⁴A Rede ANDI Brasil foi formada inicialmente por pela Andi, a ONG Cipó (BA), Auçuba Comunicação e Educação (PE), além da Agência Uga-Uga de Comunicação (AM). No mesmo ano, ingressam no quadro a Ciranda (PR) e a Oficina de Imagens Comunicação e Educação (MG). Atualmente, também integram Agência de Notícias da Infância Matraca (MA), Catavento Comunicação e Educação (CE), Instituto Terramar (RN), Instituto Recriando (SE), e Girassolidário – Agência de Notícias em Defesa da Infância (MS).

⁶⁸⁵(RAPOSO, 2005, p.17)

⁶⁸⁶Op. Cit.

temas de comunicação e educação voltados para a pauta da infância e da adolescência⁶⁸⁷.

JEMPSON (2002 apud 2004) afirma que as estratégias de envolvimento da mídia em campanhas pelos direitos das crianças e dos adolescentes têm se multiplicado nos últimos anos. Para o autor, jornalistas são convidados e sessões especiais são organizadas para acolhê-los em eventos representativos^{688 689}.

A seguir, abordemos um breve panorama das premiações para jornalistas no contexto de organismos do Terceiro Setor.

3.4.2 – Panorama das premiações em Jornalismo

Há vários tipos de premiações, oriundas do Terceiro Setor, que versam sobre o campo do jornalismo. Os prêmios são aplicados a empresas, a profissionais e a matérias jornalísticas.

As premiações oriundas do Terceiro Setor promovem o ideal de consciência ou de responsabilidade social⁶⁹⁰. O intuito é o de tornar a pauta, dos temas promovidos por cada organismo, presentes no espaço público por meio da construção de uma agenda na mídia.

PEREIRA (2005) declara que

Os prêmios para jornalistas parecem operar como um incentivo positivo aos profissionais de redação. Lidam com a vaidade dos jornalistas: reconhecem o trabalho que às vezes eles não sentem reconhecido por seus chefes dentro das redações. Ao premiá-los, essas organizações talvez operem com o imaginário do jornalista na sua condição de divulgador da “boa-nova”, mensageiro da mudança e missionário de uma causa – no caso, a da infância e adolescência –, ressaltando, assim, sua condição de agente transformador da realidade⁶⁹¹.

⁶⁸⁷Op. Cit.

⁶⁸⁸JEMPSON, Mike & NOVIS, Bill. A informação e os direitos da criança: o desafio do engajamento da mídia. In: A criança e a mídia: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez, Brasília, DF: UNESCO, p.489-506, 2002. apud FREITAS, Rosângela. O tema trabalho infanto-juvenil na mídia: uma interpretação ideológica. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social). PUCSP. 2004, p. 113

⁶⁸⁹Os eventos representativos, dos quais o autor fala, são os eventos institucionais que visam pautar a mídia.

⁶⁹⁰Outras premiações importantes na área de jornalismo oriundas do Terceiro Setor, Governo e de empresas são os prêmios de jornalismo: Aberje, Abrange, Abrelpe, Amb, Antf, Bovespa, Biodiversidade da Mata Atlântica, Citigroup, CNT, Comunique-se, CPFL, Docol/Ministério do Meio Ambiente, Dom Hélder Câmara, Embrapa, Embratel, Eppo, Ethos, FEAC Firjan, Intercom, José Reis, Líbero Badaró, Lorenzo Natali Mídia da Paz, Opinião Pública, Personalidade da Comunicação, Procel, Ricardo Bueno, Santos Dumont, SENAI, Sincoptero, Unisys e Wladimir Herzog. Fonte: www.comunique-se.com.br

⁶⁹¹Op cit.

PEREIRA (2005) declara que os prêmios em jornalismo⁶⁹² instauram um tipo de meritocracia, como efeito da premiação a jornalistas. Em sua análise:

Ao mesmo tempo em que esses prêmios são um estímulo para a produção de textos sobre o tema, também são uma forma de dar um certificado de “bom” ou “mau” jornalista, pois atribuem uma espécie de selo e de qualificação ao profissional (ter o título de Jaca é diferenciar-se na redação), contribuindo para a formação das “grifes” de jornalistas. São uma categorização e uma medida de eficiência e eficácia do profissional, mencionado por essas organizações como um divulgador, ou seja, aquele que dissemina as iniciativas que contribuem para a solução de problemas sociais. O termo divulgador é recorrente nos comunicados das organizações citadas [ANDI e Instituto Ayrton Senna]. Às vezes, o jornalista também é tratado pelo termo fonte disseminadora, o que provoca um certo deslocamento de papéis: posiciona-se a fonte como “repórter” e o jornalista como “fonte”. Por fim, além da característica simbólica forte, a premiação possui um componente concreto: a premiação em dinheiro⁶⁹³.

Consideramos, na presente pesquisa, que os prêmios, em jornalismo, oriundos do Terceiro Setor tendem a ter dois objetivos: o ganho de visibilidade institucional na mídia e agendamento de temas no noticiário.

FREITAS (2004) cita as principais premiações de infância e de adolescência na área da comunicação:

Prêmio Fundação da World Summit on Media for Children Foundation
Prix Jeunesse International – Unicef/Unesco/BMW
Prêmio ANDI – Cinema pela Infância
Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo
Prêmio Ibero-Americano de Comunicação pelos Direitos da Infância
Prêmio Unicef/EFE (agência de notícias espanhola)
Prêmio Itaú-Unicef
Prêmio Ethos de Jornalismo – Empresas e Responsabilidade Social - Ethos
Prêmio Mídia da Paz – UNESCO/Associação Brasileira de Imprensa
Concurso Rede ANDI para Projetos em Comunicação
Prêmio Jornalista Amigo da Criança
Prêmio Tim Lopes
Prix Jeunesse Latino-americano⁶⁹⁴

Na presente pesquisa, entendemos que o bônus⁶⁹⁵ em relação aos prêmios, oriundos do Terceiro Setor, é o de reconhecimento do jornalista a seus pares, no campo jornalístico. Entretanto, nem todo o grupo profissional vê com bons olhos o mérito

⁶⁹²PEREIRA quando se reporta aos prêmios em jornalismo fala exclusivamente dos elaborados no âmbito do Terceiro Setor. A autora produziu uma pesquisa sobre a ANDI e Fundação ABRINQ na construção do noticiário. A bibliografia de seu trabalho é: PEREIRA, Fabiana. Em nome da criança e do adolescente - ONGs e imprensa na construção do noticiário. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2005

⁶⁹³Op cit.

⁶⁹⁴(FREITAS, 2004. p. 117). Adaptado.

⁶⁹⁵Aspecto da Interioridade do Campo, em BOURDIEU (1998), já relatado no capítulo 1 (processo de formação profissional do jornalista).

dessas titulações, tendo em vista serem de fundo estratégico (na perspectiva de agendamento de notícias) ⁶⁹⁶.

DINES (2007) critica as premiações da seguinte forma:

Qualquer estudante de marketing conhece o recurso: se o cliente não quer gastar muito, mas deseja tornar sua marca mais visível, com mais exposição na mídia, basta criar um concurso de jornalismo com o seu nome no título. Os veículos abrem espaços antes, durante e depois da premiação, seduzidos pela oportunidade da autopromoção ⁶⁹⁷.

PEREIRA (2005) declara que há pelo menos duas ONGs que vêm assumindo a função de organizar intelectualmente os jornalistas sobre a agenda da infância e da adolescência: o Instituto Ayrton Senna e a ANDI. Para a autora,

Ao mesmo tempo em que formam os jornalistas, essas organizações também os cerceiam, os restringem e os influenciam de diferentes maneiras. No Brasil hoje é possível observar pelo menos duas estratégias claras dessas organizações para sensibilizar jornalistas para sua causa e formar uma rede produtora de informações sobre esse tema, principalmente repórteres. São elas: a rede Jornalista Amigo da Criança e o GP Ayrton Senna de Jornalismo ⁶⁹⁸.

Consideramos que há muita crítica no meio jornalístico em relação aos prêmios, seus objetivos e instrumentos de aferição de premiados. A polêmica incide principalmente sobre os prêmios que titulam jornalistas a partir de critérios corporativos. Existe maior aceitação às premiações do tipo concurso, na qual o jornalista inscreve seu trabalho.

BRICKMAN (2006) já protestou sobre os prêmios da seguinte forma:

Prêmio de jornalismo não pode ser sinônimo de jabá; não pode ser (ou não deveria ser) vinculado a um determinado tema. A vinculação o transforma em pura e simples compra de reportagens. E tudo quase de graça, baratinho, muito mais barato do que um anúncio comum, com a vantagem de que as matérias elogiosas saem em vários lugares e só é preciso pagar em um deles ⁶⁹⁹.

⁶⁹⁶No caso da ANDI, há premiações direcionadas ao jornalista com a entrega do título e convite para participação de uma rede de colaboradores: Jornalista Amigo da Criança. E o prêmio Tim Lopes que premia em dinheiro pautas de cobertura investigativa sobre a infância a adolescência. O prêmio Tim Lopes é um concurso que premia pautas de jornalismo investigativo sobre criança e adolescente. Os vencedores recebem apoio financeiro e técnico para produzir reportagens sobre as coberturas sugeridas.

⁶⁹⁷DINES, Alberto. Jabá institucional: o que se esconde atrás dos prêmios de jornalismo. 08-01-2001. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br.

⁶⁹⁸PEREIRA, Fabiana. Formas recentes da prática jornalística: reflexões sobre imprensa, ONGs, infância e Adolescência. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acessado em 12-12-2007.

⁶⁹⁹BRICKMAN, Carlos. Prêmios de Jornalismo - ler, gostar, pagar. 26-02-2006. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br.

DINES (2002)⁷⁰⁰ é crítico dos prêmios e os considera “mimetismo marqueteiro”⁷⁰¹. Em sua análise:

O número de prêmios nacionais de jornalismo é enorme. Difícil de precisar porque não há um controle sobre eles, seus critérios, procedimentos e mesmo resultados. A Fenaj ou a ABI, naturalmente indicadas para disciplinar essa enxurrada, não fazem o acompanhamento. Raros são os certames que escapam dos arranjos e combinações informais onde todos levam alguma coisa e ninguém reclama.

No ano de 2001, este Observatório foi procurado por quatro grandes empresas multinacionais para organizar diferentes premiações de jornalismo. Algumas efetivamente meritórias. Recusou todas. Se aceitasse, estaria simplesmente oferecendo um aval para uma mera jogada de marketing. Além disso eram prêmios em dinheiro⁷⁰².

O debate em torno dos prêmios vai longe. DINES (2002) já teceu críticas diretas à premiação GP Ayrton Senna de Jornalismo⁷⁰³ (relativo à infância e adolescência), do Instituto Ayrton Senna. A crítica se aplicava nos seguintes termos:

O recurso barato de promover uma entidade através de concursos de reportagem e prêmios de jornalismo – apelação fácil adotada por qualquer empresa de terceira categoria que precisa chamar a atenção da mídia – já foi incorporada por alguns institutos do Terceiro Setor.

Agora, um deles – cujo trabalho junto a crianças e adolescentes é meritório – foi adiante e criou duas novas categorias no seu prêmio de jornalismo: vai escolher o melhor jornalista político e o melhor jornalista econômico.

Distribuiu para 300 "formadores de opinião" um luxuoso estojo com uma cédula contendo cinco candidatos para cada categoria. O que nos leva a formular as seguintes perguntas:

- Qual o fórum ou critérios usados para selecionar estes esplêndidos e impecáveis candidatos?
- Que atributos técnicos tem o colégio eleitoral dos formadores de opinião para escolher entre eles o melhor do setor?
- Por que estes e não outros?
- Por que outros e não estes?
- Por que política e economia e não meio-ambiente e educação?
- Por que vedetes e não os iniciantes?⁷⁰⁴

O tema dos prêmios é muito discutido no campo jornalístico, mas pouco pesquisado⁷⁰⁵. São escassos textos e publicações científicas específicas sobre o tema⁷⁰⁶.

⁷⁰⁰DINES (2002) é idealizador do Observatório da Imprensa, site de análise sobre o jornalismo como profissão e o campo.

⁷⁰¹DINES, Alberto. Prêmios & Galardões - Terceiro Setor tropeça nos vícios dos demais. 13-02-2002. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br.

⁷⁰²Ibidem.

⁷⁰³O Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo premia personalidades engajadas na defesa dos direitos da criança e do adolescente. Alguns apoiadores do prêmio são ANJ (Associação Nacional dos Jornais), Aner (Associação Nacional dos Editores de Revistas), Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas), Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância) e Andi (Agência de Notícias dos Direitos da Infância). Cada uma dessas entidades é representada anualmente, na Comissão Julgadora de cada edição.

⁷⁰⁴Op. Cit.

DINES (2002) contribui para um maior referencial sobre o panorama das premiações em jornalismo no Brasil. Em sua análise, os prêmios são legítimos e aplicáveis ao jornalismo quando:

- A instituição patrocinadora não tem interesses comerciais ou promocionais;
- Os juizes foram escolhidos de forma legítima e não representam veículos, corporações e grupos de interesse;
- Não há candidatos, isto é, todos são candidatos.

Em vista desses requisitos, DINES (2002) conclui que

No Brasil, nenhuma premiação conhecida preenche tais exigências. Este Observador sempre manifestou-se contra as premiações jornalísticas que seguem interesses promocionais, mercadológicos e desvirtuam os verdadeiros níveis de aferição da qualidade do jornalismo brasileiro.

Quem confere excelência em jornalismo são os destinatários – leitores, telespectadores, internautas e ouvintes. E o prêmio que distribuem é o da credibilidade e confiança. O resto é pura badalação⁷⁰⁷.

Os prêmios em jornalismo, oriundos do Terceiro Setor, tentam criar campanhas humanitárias no campo do jornalismo com base nas causas que cada organização defende⁷⁰⁸.

ANDRADE (2001) entende a campanha humanitária como um tipo de “cruzada moral”⁷⁰⁹ na qual profissionais de reconhecimento e prestígio social “se transformam em verdadeiras grifes”⁷¹⁰. Para o autor,

As cruzadas morais, ao se revestirem de um espírito humanitário, esperam que as normas defendidas por elas sejam seguidas, pois elas buscam promover o bem daqueles que são objeto da atenção de seus cruzados. Além do mais, a legitimidade dos agentes

⁷⁰⁵ O próprio Observatório da Imprensa que se propõe ao monitoramento da mídia ainda não contribuiu muito para o debate. Dos 7 textos disponíveis, 3 são do Alberto Dines. E não são de análise, com o rigor da palavra. Todos, inclusive dos outros autores, são provocativos em relação a desfechos tomados por premiações. Só evidenciam o desconforto. Não refletem sobre as propriedades e impropriedades do contexto.

⁷⁰⁶ A julgar pelo panorama bibliográfico da presente pesquisa que teve como fontes diretas de obtenção de dados até março de 2008: bibliotecas virtuais (USP, UNICAMP, UNB, UFF, UFRJ, UFPE, UESP, PUCSP, PUCCampinas, UCB, UFBA, UFSC, UFS, IBICT, CAPES, Universia, Domínio Público), bibliotecas físicas (UNB, UniCEUB, UCB), comutação bibliografia e internet. Nossa bibliografia tem 20 páginas.

⁷⁰⁷ DINES, Alberto. Terceiro Setor imita os outros: Prêmios não garantem excelência em jornalismo. 20-02-2002. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br.

⁷⁰⁸ A falta de referencial teórico sobre prêmios em jornalismo dificulta a abordagem proposta nesta seção. Tradicionalmente, existem muitas publicações sobre o Prêmio Esso de Jornalismo. Entretanto, ele é um prêmio da iniciativa privada (aspecto Segundo Setor) voltado para matérias e jornalistas. No tocante a premiações do Terceiro Setor, consideramos os registros e reflexões críticas como ínfimos.

⁷⁰⁹ O aspecto de “cruzado moral”, entendido pelo autor, é de que os prêmios criem um clima de cooperação para com os direitos humanos.

⁷¹⁰ ANDRADE, Leandro. Prostituição infanto-juvenil na mídia: estigmatização e ideologia. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – PUCSP. São Paulo, 2001. p. 28

de uma cruzada está associada à sua posição moral (uma vez que agem em nome do bem) e à sua posição superior na hierarquia social. São aspectos importantes também que os cruzados se interessam menos pelos meios que aos fins e que as cruzadas morais podem angariar adesão de interesseiros em busca de vantagens⁷¹¹.

FREITAS (2004) estuda a crescente associação entre setores empresariais, organizações não governamentais e governamentais cuja ação vincula-se à defesa dos direitos da criança e do adolescente⁷¹². Para a autora, as cruzadas morais⁷¹³ e humanitárias assumem formas distintas e agregam setores conforme alcem suas bandeiras em favor do bem⁷¹⁴. Em sua análise:

Tais associações ganham maior visibilidade particularmente quando empresas do setor midiático compõem a cruzada moral. Esta tem sido a estratégia atualmente buscada por ONGs, organizações multilaterais e governos para ampliar o raio de difusão e penetração de diversas campanhas, muitas delas denominadas de “interesse público”. Por outro lado, a mídia (empresa e profissionais) encontra interesses em participar nessas campanhas.

Assim, ao mesmo tempo em que a veiculação de temas e campanhas humanitárias facilita o fluxo de notícias ao público leitor divulgando a causa, reforça a credibilidade do veículo e de seus profissionais. Portanto, os idealizadores e adeptos das campanhas (individuais e institucionais), os próprios ideais e símbolos das campanhas e empresários e profissionais da mídia saem fortalecidos⁷¹⁵.

ANDRADE (2001) afirma que há a instituição de uma grife com a titulação feita pelos prêmios⁷¹⁶. Segundo o autor, o profissional conquista espaço e prestígio no mercado profissional, advindo não apenas de sua remuneração, mas do valor simbólico associado a seu nome, ou seja, uma “matéria sobre determinado tema ganha destaque quando publicada sob a grife de jornalista de renome”⁷¹⁷.

⁷¹¹(ANDRADE, 2001, p. 28)

⁷¹²FREITAS, Rosângela. O tema trabalho infanto-juvenil na mídia: uma interpretação ideológica. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social). PUCSP. 2004. p. 112

⁷¹³Não utilizamos “cruzadas morais”, presente na fala de ANDRADE (2001) e de FREITAS (2004), como conceito de análise deste trabalho. O termo é construído levando em conta a Ideologia como valor. Utilizamos o termo em citações cujo intuito é o de contextualizar a investida do Terceiro Setor em relação às premiações com a palavra devido a sua acepção de cruzada, campanha e promoção. Ressaltamos que não há qualquer intenção de fundamentar teoricamente o trabalho dessa forma, pelo viés da Ideologia.

ANDRADE construiu o termo “cruzadas morais”, ao buscar em THOMPSON (1998) a tradução das formas simbólicas em objeto de valor. O conceito submete elementos à valorização simbólica e econômica. Para THOMPSON, a valorização é consciente, pois os indivíduos aumentam ou diminuem o valor simbólico ou econômico dos elementos. A “valorização cruzada” (1998, p. 206) é a estratégia dos indivíduos para conquistar um reconhecimento profissional para converter seu prestígio em determinado campo em um emprego mais lucrativo.

⁷¹⁴(FREITAS, 2004, p. 112)

⁷¹⁵Ibidem.

⁷¹⁶A instituição de grife, tida pelo autor, é no campo da comunicação, especificamente no jornalismo. A sua tese foi produzida pela área de conhecimento da Psicologia Social, mas versando sobre a questão da ideologia e estigmatização da prostituição infanto-juvenil na mídia.

⁷¹⁷(ANDRADE, 2004, p. 138)

ANDRADE (2001) fez um estudo de caso sobre a prostituição infanto-juvenil em relação à estigmatização da figura da criança e do adolescente e à ideologia utilizadas presente na cobertura midiática. O autor concluiu que a inserção da infância e da adolescência como tema na Folha de São Paulo, nos anos 90, em vista da estratégias da ANDI de agendamento, ocorreu muito devido ao fato de o jornalista Gilberto Dimenstein, fundador da ANDI, ter grande proeminência no meio jornalístico⁷¹⁸.

FREITAS (2004) tem a mesma linha de pensamento de ANDRADE (2001)⁷¹⁹, mas desenvolveu um estudo abordando o trabalho infanto-juvenil⁷²⁰. A autora entende que a valorização simbólica no universo de premiações e relacionamento entre o Terceiro Setor e o campo do jornalismo se dá em dois planos⁷²¹. Segundo FREITAS (2004),

No plano institucional ocorre de modo similar, simultâneo e recíproco ao observado no plano dos profissionais. Na década de 1990 foram criadas instituições (ONGs) por personalidades de prestígio, como atletas profissionais (Ayrton Senna, Raí, Guga) ou empresários e profissionais de outros setores, como Oded Grajew (Abrinq, Ethos e assessoria do Governo Federal em 2003), Gilberto Dimenstein (ANDI, Projeto Aprendiz e Folha de S.Paulo), ou por instituições do setor econômico/financeiro que emprestaram seu prestígio criando fundações ou institutos (Banco Itaú, Unibanco, Monsanto, Telesp Celular e outros). Tais instituições ganharam prestígio com ações sociais humanitárias, associando-se a ONGs e aos organismos internacionais (Unicef, Unesco, OIT, e outros) que, por sua vez, ampliaram o prestígio daqueles que a constituíram ou que lá ocuparam cargos⁷²².

Em vista da breve contextualização dos prêmios e de sua receptividade no meio jornalístico, tratados nesta seção, propomos a abordagem específica do prêmio Jornalista Amigo da Criança, sobre o qual problematiza a presente pesquisa.

3.4.3 - Prêmio Jornalista Amigo da Criança

⁷¹⁸Dimenstein é autor dos livros Guerra dos Meninos: Assassinatos de Menores no Brasil (Op. Cit.) e Meninas da Noite: a Prostituição Meninas-Escravas (Op. Cit.), citados na retrospectiva histórica de fundação e desenvolvimento da ANDI, seção 3.4.1.

⁷¹⁹A abordagem dos autores sobre o tema da criança e do adolescente na mídia leva em conta o conceito de Ideologia, com o qual não trabalhamos na presente pesquisa. Utilizamos um arcabouço teórico mais ligado ao aspecto simbólico e representativo do tema. Entretanto, as falas de ANDRADE (2001) e FREITAS (2004) nos ajuda a dimensionar como os prêmios em jornalismo operam e como se aplicam as finalidades estratégicas dos organismos do Terceiro Setor que gestam tais premiações.

⁷²⁰Ambos, FREITAS (2004) e ANDRADE (2001), pesquisam temas da infância e da adolescência, à luz da Psicologia Social, na PUCSP. FREITAS (2004) estudou a questão ideológica do trabalho infanto-juvenil na mídia e ANDRADE (2001) a questão ideológica da prostituição infanto-juvenil na mídia.

⁷²¹Sempre relacionada à responsabilidade social

⁷²²(FREITAS, 2004, p. 114-115)

O projeto Jornalista Amigo da Criança tem como aspecto mais importante as oportunidades de aperfeiçoamento, treinamento e capacitação oferecidas em relação aos temas sociais da infância e da adolescência. ANDI o entende como uma iniciativa do que chama pedagogia social⁷²³. A seguir, analisemos as características dessa estratégia.

3.4.3.1 – Estratégia: como Projeto e como Prêmio

A estratégia Jornalista Amigo da Criança⁷²⁴ ora é apresentada pela ANDI como prêmio, ora como projeto. Nas notícias veiculadas pela mídia, aparece como prêmio. No site da ANDI, é identificado como projeto.

A matéria “ANDI entrega prêmio Jornalista Amigo da Criança a 20 profissionais”⁷²⁵, veiculada no Portal Imprensa, faz inserções da ação como prêmio e como projeto. Na primeira enunciação, aborda a estratégia como projeto:

“Em dez anos de existência, o projeto Jornalista Amigo da Criança já premiou (...)”⁷²⁶.

Na mesma matéria, na segunda enunciação, aborda a estratégia como prêmio:

“Segundo a assessoria da Agência, o prêmio, criado há 10 anos, é uma forma de reconhecimento ao trabalho de jornalistas comprometidos com os temas da área social”⁷²⁷.

Não há uniformidade na divulgação da ANDI em relação à denominação “prêmio” ou “projeto”⁷²⁸, ao menos no âmbito exterior à ANDI. Entretanto, percebe-se que dentro da ANDI o termo utilizado seja “projeto”, o que indica uma ação mobilizadora e não um instrumento mobilizador⁷²⁹.

⁷²³Perspectiva, na qual, organismos do Terceiro Setor ensinam a mídia como reportar dado tema. Fonte: www.andi.org.br

⁷²⁴O primeiro financiador do projeto foi a EMBRATUR, logo na criação em 1997. Depois, a Petrobrás assumiu o patrocínio e está na parceria há quase 10 anos. O apoio é do UNICEF.

⁷²⁵Na notícia do Portal Imprensa: “Andi entrega prêmio 'Jornalista Amigo da Criança' a 20 profissionais”, reproduzida em www.direitoacomunicacao.org.br, disponível ainda em 12-12-2007.

⁷²⁶Ibidem.

⁷²⁷Ibidem.

⁷²⁸No próprio site da ANDI há duas orientações. Uma com o termo “título” e outra com “projeto” nas passagens “os profissionais que irão receber o título são” e “Criado em 1997, o projeto reconhece profissionais de comunicação”. Op cit.

⁷²⁹Consideramos que, fora da ANDI, o comum é que seja denominado por “prêmio”, em vista do título ser concedido a dado jornalista (perspectiva de instrumento mobilizador).

Na presente pesquisa, entenderemos o Jornalista Amigo da Criança como prêmio quanto ao rito simbólico de titular dado jornalista; e como projeto quanto à estratégia mobilizadora da ANDI⁷³⁰.

3.4.3.2 - Objetivos do projeto Jornalista Amigo da Criança

O prêmio Jornalista Amigo da Criança concedido ao jornalista invoca maior compromisso social⁷³¹ do titulado com a promoção da pauta da criança e da adolescência. A ANDI não usa o termo “certificação”⁷³² para o rito de entrega dos títulos aos jornalistas⁷³³.

Consideramos o bônus como de ordem simbólica: do reconhecimento por serem éticos ou cumprirem o papel de responsabilidade social do jornalismo⁷³⁴.

Os diplomados recebem prêmio Jornalista Amigo da Criança em reconhecimento de sua consciência na defesa dos direitos infanto-juvenis⁷³⁵. A ANDI denomina os jornalistas selecionados pelo projeto, e que recebem o prêmio, não como jornalistas “certificados”, mas como “diplomados”.

Na presente pesquisa, entendemos que a idéia de diplomação implica na idéia que os jornalistas estejam preparados para algo e sejam reconhecidos com a outorga de aptos a dada atividade (no caso a promoção dos direitos da infância e da adolescência)⁷³⁶.

O objetivo da ação Jornalista Amigo da Criança como prêmio é o de

⁷³⁰O nome do projeto, no aspecto departamental de ANDI, é Núcleo de Mobilização, tendo em vista existem vários projetos de mobilização (muitos com financiadores e parceiros distintos).

⁷³¹Não à toa, os critérios de avaliação do jornalista para diplomação como Jornalista Amigo da Criança levam em conta o compromisso do jornalista com a agenda social e o tema da infância e da adolescência. Os procedimentos de análise dos futuros diplomados serão abordados na seção 3.4.6: Evolução dos Critérios de Seleção.

⁷³²A bibliografia em Administração de Empresas, quando reporta prêmios e certificações oriundas do Terceiro Setor, utiliza a expressão certificação. O termo é tributário da idéia de Certificado de Qualidade e é aplicado a serviços e produtos. No caso da ANDI, o termo não é utilizado em relação aos jornalistas tendo em vista o objetivo do prêmio não ser estritamente o de reconhecer qualidade de trabalhos ou funções desempenhadas.

⁷³³Os jornalistas selecionados não recebem premiação em dinheiro.

⁷³⁴Perspectiva construcionista e na linha de dimensão simbólica, influenciada principalmente por BOURDIEU (1998).

⁷³⁵Na presente pesquisa, consideramos que o título também leve em conta a proeminência profissional do jornalista, a ser tratada mais especificamente na seção 3.4.6: Evolução dos Critérios de Seleção.

⁷³⁶Há a idéia de outorga, reconhecimento por habilidades, com o convite posterior feito pela ANDI para a mobilização dos jornalistas, nos remete à questão de diferenciação entre a defesa dos direitos da criança e do adolescente e a promoção desses direitos. No CEJ (1987), o preceito de dever do jornalista de “defender os princípios expressos na DUDH” (Art 6º, alínea XI), a rigor, não é o mesmo que o do CEJ (2007) “defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes” (Art. 6º, alínea XI).

Reconhecer profissionais de comunicação cujo trabalho é pautado pelo compromisso com a agenda social e os direitos da criança e do adolescente⁷³⁷.

Já o objetivo da ação Jornalista Amigo da Criança como projeto é o de

Favorecer a especialização dos profissionais, o que caracteriza o projeto como uma ação de capacitação profissional, além de ampliar, a rede de Jornalistas Amigos das Crianças, reconhecendo o trabalho de qualidade de jornalistas na cobertura dos temas relativos à infância e à adolescência, através de diplomação pública⁷³⁸.

Identificamos um processo de institucionalização do jornalista como colaborador da ANDI através do rito de diplomação pública⁷³⁹.

RAPOSO (2005) considera as redes de colaboração uma característica de legitimação do Terceiro Setor. Segundo a autora,

Historicamente, as organizações não-governamentais trazem a característica e o valor de se trabalhar coletivamente.

As redes de organizações se consolidaram e criaram um campo de identidade comum.

A teia de relações das ONGs ultrapassa a esfera local a qual pertencem e estabelece relações globais. A relação das ONGs com a sua capacidade de interagir em diversas direções com diversos sujeitos faz parte de sua natureza⁷⁴⁰.

Consideramos que a rede de colaboradores da ANDI carrega em si uma questão identitária que incorre na socialização de seus membros. Identificamos, nas entrevistas com o pessoal da ANDI para a presente pesquisa, certa expectativa de que o Jornalista Amigo da Criança influencie sua redação com os referenciais do Jornalismo Público aplicados à pauta da infância e da adolescência.

SILVA (2004) qualifica o papel da ANDI relativo ao engajamento dos profissionais da seguinte forma:

A ANDI, com apoio do Unicef e de outras parcerias, destacando-se o Instituto Ayrton Senna, entre elas, mantém na capital do país uma das maiores redações (embora com um percentual elevado de estagiários) produzindo notícias que são enviadas para todos os veículos brasileiros de comunicação, além de estar permanentemente realizando pesquisas, publicando estudos e relatórios, bem como treinando jornalistas para a compreensão e cobertura do Estatuto da Criança e do Adolescente, sua principal razão de existir.

Na verdade, trata-se de um jornalismo engajado e esta expressão talvez fosse a que melhor traduzisse no Brasil o espírito do jornalismo público norte-americano,

⁷³⁷ www.andi.org.br, visitado em 12-12-2007.

⁷³⁸ Ibidem.

⁷³⁹ O esforço mobilizador da ANDI se concretiza na diplomação do profissional como Jornalista Amigo da Criança.

⁷⁴⁰ (RAPOSO, 2005, p. 38)

ressalvando-se que, hoje, tal ‘engajamento’ difere imensamente dos tempos em que o jornalismo engajado significava o jornalismo de combate à ditadura⁷⁴¹.

REBECHI (2002) afirma que a ANDI media a relação entre o jornalista e a realidade social da criança e do adolescente. Para a autora, a organização facilita esse encontro, ao aplicar “uma certa cientificidade ao diálogo”^{742 743}.

REBECHI (2002) declara que o intuito da ANDI é o de formar um “espaço de diálogo ético, profissional e transparente, onde cada um desempenha o seu papel”⁷⁴⁴. Para a autora,

A ANDI não deseja formar jornalistas engajados e militantes pela causa dos direitos da infância, e sim jornalistas que assumam a responsabilidade de fazer um jornalismo melhor, um jornalismo plural, que ouça todas as vozes, que seja independente e crítico(...) uma vez que é uma agência formada por jornalistas e não por militantes sociais querendo obrigar a imprensa a divulgar os seus conceitos. Esta postura dá credibilidade ao trabalho, pois a ANDI defende um bom jornalismo para que possa alcançar a defesa dos direitos da criança⁷⁴⁵

Consideramos na presente pesquisa que a ANDI tem uma clara função executiva e trabalha o engajamento do jornalista como processo de difusão do Jornalismo Público como cultura profissional⁷⁴⁶. A missão da ANDI é a de resgatar a discussão dos valores sociais da criança e do adolescente no espaço público e atuar na proposição de políticas públicas. A organização não está interessada em organizar passeatas e nem manifestações. Não tem como objetivo performances simbólicas como as promovidas pelo Green Peace⁷⁴⁷.

Avaliamos que a estratégia da ANDI tem uma grande peculiaridade: tira a mobilização social de dentro da organização e a desloca para o campo jornalístico. O engajamento é baseado no argumento de que o jornalismo como atividade profissional se define como de natureza pública e de finalidade social.

⁷⁴¹(SILVA, 2004, p. 32)

⁷⁴²(REBECHI, 2002, p. 54)

⁷⁴³Essa cientificidade proposta pela autora nada mais é que o convencimento racional do profissional sobre o método jornalístico objetivo e sem responsabilidade social como um equívoco.

⁷⁴⁴(REBECHI, 2002, p. 55)

⁷⁴⁵(REBECHI, 2002, p. 55)

⁷⁴⁶O jornalista tem o papel social de promoção dos direitos da infância e da adolescência, já que a atividade jornalística se definia como defensora dos direitos humanos (CEJ, 1987) e, atualmente, como defensora e também promotora desses direitos (CEJ, 2007).

⁷⁴⁷Os ambientalistas do Green Peace trajaram-se de mestre cuja num protesto contra o plantio de transgênicos nas proximidades de reservas ambientais. Distribuía pamonhas aos jornalistas que faziam a cobertura do Congresso e gritavam: "salvem a nossa polenta"! Tal performance simbólica se deve ao fato o presidente Lulla já havia dito que seu prato predileto era rabada com polenta. Além disso, a organização mandou cestas de café da manhã para a primeira-dama com produtos derivados do milho, como broas, pamonhas e tal polenta.

SILVA (2007) retrata os principais objetivos de iniciativa de ação social relativos ao agendamento de notícias na mídia:

É preciso destacar que, em geral, grandes “ações sociais” demandam, para além do agendamento das estratégias nos planos das políticas sociais e das políticas públicas, um agendamento específico com relação à mídia, de forma a se obter junto à mesma três tipos de respostas:

- a publicação de notícias;
- a publicação de notícias, acrescidas de serviços: informações de utilidade pública e instruções quanto a procedimentos a serem adotados pelos públicos;
- o estabelecimento de parcerias com a mídia, o que, por vezes, implica em alguma coisa a mais do que a simples sensibilização⁷⁴⁸.

O quadro, proposto por SILVA (2007), apresenta pressupostos teóricos referentes às Teorias do Agendamento e Contra-Agendamento⁷⁴⁹. ROSSY (2006) trabalha na mesma perspectiva e afirma que

Um processo de mobilização social deve contemplar prioritariamente a adesão da mídia⁷⁵⁰ para que esta lhe confira legitimidade e possibilite a adesão de outros atores sociais. Essa legitimidade, por sua vez, irá permitir a inserção do tema na arena pública de discussão e debate⁷⁵¹.

A Teoria do Agenda-Setting trata do fluxo de agendamento no sentido: “mídia sociedade”⁷⁵². Nessa perspectiva, ROSSY (2006) afirma que a mídia detém o monopólio de pautar, de acordo com seus interesses e conveniências, as várias agendas: governamentais, políticas ou sociais. Entretanto, a perspectiva do Contra-Agendamento contempla um outro paradigma: um agendamento produzido a partir da sociedade para a mídia, mudando assim uma histórica relação verticalizada e de mão única para uma relação horizontal e de mão dupla^{753 754}.

⁷⁴⁸SILVA, Luiz Martins da. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 1 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

⁷⁴⁹Nesse sentido, quando a ANDI institui a rede Jornalista Amigo da Criança institucionaliza colaboradores dentro das redações (Newsmaking). Uma vez no processo produtivo, há a configuração da pauta da infância e da adolescência efetivamente em notícia e discussão pública, objetivo maior da organização.

⁷⁵⁰Na presente pesquisa, entendemos a “adesão da mídia”, proposta pela autora, aplicada agora ao caso do Jornalista Amigo da Criança, como sendo feita pelos jornalistas diplomados: aqueles que aderem à defesa e promoção dos direitos da infância e da adolescência.

⁷⁵¹ROSSY, Elizena. Contra-agendamento o Terceiro Setor pautando a mídia. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.fafich.ufmg.br

⁷⁵²A seta indica um fluxo de informações e é utilizada pelo professor SILVA (2004) em aulas na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UNB).

⁷⁵³Ibidem.

⁷⁵⁴Na seção 3.4.8 (Agendamento e Contra-Agendamento) analisaremos esses conceitos. Por hora, continuemos com a seqüência de descrição das estratégias da ANDI no campo do Jornalismo.

A seguir, abordaremos os critérios de seleção dos jornalistas diplomados como Jornalista Amigo da Criança.

3.4.6 - Evolução dos Critérios de Seleção

O prêmio Jornalista Amigo da Criança existe há 10 anos e teve 10 edições. Consideramos, na presente pesquisa, duas fases distintas: a de busca de visibilidade e a de ênfase na mobilização de jornalistas compromissados⁷⁵⁵.

Caracterizamos, na presente pesquisa, a gestão do jornalista Geraldinho Vieira (1997 a 2002) como de ênfase na busca de visibilidade do projeto Jornalista Amigo da Criança. Durante esse período, muitos jornalistas foram diplomados tendo como um dos requisitos o status como pessoa pública, ou seja, a proeminência profissional⁷⁵⁶. Os jornalistas, Boris Casoy e Pedro Bial, receberam o título de Jornalista Amigo da Criança nessa época⁷⁵⁷. Entretanto, tais profissionais não se aproximaram efetivamente da pauta da infância e da adolescência⁷⁵⁸.

ANDI considera que os critérios de seleção levam em conta⁷⁵⁹:

- Produção freqüente de matérias de qualidade na cobertura de temas relevantes à defesa dos direitos de crianças e adolescentes.
- Interferência qualitativa e quantitativa na criação de pautas e linhas editoriais que priorizem essa temática.
- Contribuição para a construção de novos valores, buscando uma mudança de comportamento em seus públicos-alvos no que diz respeito aos direitos infanto-juvenis.
- Estímulo à participação das próprias crianças e adolescentes na construção de políticas públicas que assegurem seus direitos, ao ouvi-los e permitir que expressem suas opiniões através da mídia.
- Ética no exercício da profissão.
- Atuação com grande responsabilidade social enquanto formador de opinião⁷⁶⁰.

⁷⁵⁵Nenhum autor tratou dessa forma antes, mas optamos por essa categorização no intuito de vislumbrar momentos diferentes da ação Jornalista Amigo da Criança (como projeto e como prêmio). Tais informações foram obtidas em entrevistas com a equipe da ANDI, do Núcleo de Mobilização, no escritório da sede, em Brasília (realizadas em julho de 2007, novembro de 2007 e abril de 2008).

⁷⁵⁶Esse tipo de constatação foi feita pelo grupo de ex-funcionários e ex-estagiários da ANDI entrevistados, além da equipe atual do Núcleo de Mobilização.

⁷⁵⁷O requisito mínimo para a diplomação como Jornalista Amigo da Criança era do jornalista trabalhar em redação do meio impresso, de rádio, TV ou internet. Ficaram de fora os profissionais que lecionavam em faculdades de jornalismo e os jornalistas que atuassem em assessoria de imprensa. É fato que algumas premiações titularam profissionais que trabalhavam em organismos do Terceiro Setor.

⁷⁵⁸Informação apurada nas entrevistas com ex-funcionário, ex-estagiários e equipe atual do Núcleo de Mobilização

⁷⁵⁹Os critérios são praticamente os mesmos, desde o início do projeto, até o período de entrevistas para a presente pesquisa (segundo informação dos entrevistados).

⁷⁶⁰www.andi.org.br

A partir das entrevistas de coleta de dados, categorizamos a faixa temporal de 2002 até 2007, gestão do jornalista Veet Vivarta, com a investida da ação Jornalista Amigo da Criança (como projeto e como prêmio) focada em jornalistas mais engajados com os temas da infância e da adolescência, ainda que menos proeminentes.

Nos relatos, a maioria dos entrevistados enfatizou que para a ANDI, na gestão de Veet Vivarta, o compromisso de um Jornalista Amigo da Criança com a pauta da criança e do adolescente passou a ser entendida como subsidiária ao acatamento dos preceitos do Estatuto da Criança e do Adolescente. Tal mudança de postura foi consequência de eventos constrangedores para a organização, como o caso do jornalista Boris Casoy (Jornalista Amigo da Criança) que criticava publicamente o ECA⁷⁶¹.

Avaliamos, a partir das entrevistas que, no período de gestão de Veet Vivarta, a ANDI já tinha a sua atuação consolidada e reconhecida no campo jornalístico e no do Terceiro Setor⁷⁶². Tanto que, nesta fase, a Rede ANDI Brasil foi criada⁷⁶³.

Nesse período, as ligações de jornalistas interessados em obter a diplomação Jornalista Amigo da Criança para o escritório da ANDI eram freqüentes⁷⁶⁴. O prêmio já tinha visibilidade no meio jornalístico. O trabalho do Núcleo de Mobilização passou a ser o de fazer uma investigação mais criteriosa das indicações de possíveis diplomados (feita por financiadores e parceiros do projeto) e do real compromisso dos jornalistas com a causa da infância e da adolescência, em conformidade com o ECA.

Os trabalhos do Núcleo de Mobilização de checagem tinham até então quatro parâmetros de identificação dos jornalistas: nome; pessoa ou organização que o indica⁷⁶⁵; justificativa e a existência ou não de outro Jornalista Amigo da Criança no mesmo veículo⁷⁶⁶.

⁷⁶¹Casos, como o de Boris Casoy, não são isolados e levaram a ANDI a repensar a diplomação de profissionais como Jornalista Amigo da Criança em vista da proeminência. O cuidado com a seleção passou a focar mais diretamente à adesão e acatamento de preceitos do ECA pelos jornalistas.

⁷⁶²Já existia um significativo número de profissionais diplomados como Jornalista Amigo da Criança (mais de duzentos).

⁷⁶³Consideramos o crescimento e consolidação da atuação de ANDI no meio jornalístico e no do Terceiro Setor não pelo êxito nas atividades do projeto Jornalista Amigo da Criança. Mas pelo conjunto de estratégias que conseguiram grande êxito no campo editorial, de monitoramento das atividades jornalísticas e de mobilização.

⁷⁶⁴Os jornalistas que ligavam mostravam disponibilidade e interesse em serem diplomados como Jornalista Amigo da Criança. Não confundir com ligações para busca de informações, fontes.

⁷⁶⁵Os próprios jornalistas diplomados como Jornalista Amigo da Criança, parceiros e financiadores do projeto fazem as indicações.

⁷⁶⁶As entrevistas foram feitas com dois grupos: o primeiro, de 12 ex-funcionários e ex-estagiários da ANDI. Todos trabalharam na organização, durante o período de 1998 a 2007, em diferentes núcleos: Monitoramento, Mobilização e Relações Acadêmicas. O nome de nenhum deles será citado tendo em vista possíveis constrangimentos em virtude de alguma fala ou informação concedida. Os depoimentos foram feitos baseados no compromisso desta pesquisa de tratar a cada ex-funcionário ou ex-estagiário

O Núcleo de Mobilização tinha como estratégia de chegada ligar para as redações dos indicados ao prêmio e fazer perguntas-chaves sobre a conformidade da opinião dos jornalistas e o ECA. O trabalho era feito por amostragem. O núcleo trabalhava com no máximo cinco funcionários e não conseguia abarcar todo o universo de indicações⁷⁶⁷.

Em 2007, o total de jornalistas diplomados como Jornalista Amigo da Criança chegou ao patamar de 346 profissionais. Segundo o Núcleo de Mobilização, não há um número fixo de diplomados por ano, mas a média é de 30 nomes a cada edição do prêmio⁷⁶⁸.

Devido ao grande universo de mobilização criado pelo projeto Jornalista Amigo da Criança, o Núcleo de Mobilização sempre teve dificuldade para atender a todos os jornalistas⁷⁶⁹. A verificação integral das indicações também era problemática. Por isso, a chegada era feita por amostragem⁷⁷⁰.

As indicações para o processo de seleção de Jornalista Amigo da Criança costumam ser feitas pela diretoria e funcionários da ANDI, pelo UNICEF, Fundação Abrinq, outras ONGs (que trabalham com o tema da criança e do adolescente) e pelos próprios jornalistas já diplomados com o título.

Tivemos acesso a alguns quadros de indicações, utilizados nos processos de seleção de algumas edições⁷⁷¹, nesse período de 10 anos de atuação do prêmio⁷⁷². Ao analisar os quadros de indicações, percebe-se que os critérios de seleção do Jornalista Amigo da Criança não mudaram muito nos últimos 10 anos. Identificamos que os

com sigilo, tendo em vista o mercado de trabalho (em jornalismo e no Terceiro Setor, de Brasília) ser pequeno e estes entrevistados serem preservados de retaliações ou constrangimentos por parte da ANDI ou novos empregadores em relação à indicação de vagas de trabalho, processos seletivos.

⁷⁶⁷Informação coletada, dentre o grupo de entrevistas, com os 12 ex-funcionários e ex-estagiários da ANDI (realizadas no período de janeiro de 2006 a março de 2008).

⁷⁶⁸Informação coletada no grupo de entrevistas com Núcleo de Mobilização (realizadas em julho de 2007, novembro de 2007 e abril de 2008).

⁷⁶⁹Ressaltamos que o Núcleo de Mobilização tem outros projetos em andamento e não somente o Jornalista Amigo da Criança.

⁷⁷⁰Informação coletada, dentre o grupo de entrevistas, com os 12 ex-funcionários e ex-estagiários da ANDI (realizadas no período de janeiro de 2006 a março de 2008).

⁷⁷¹Tivemos acesso aos quadros de indicações (com nome, pessoa ou organização que indica, justificativa e a existência ou não de outro Jornalista Amigo da Criança no mesmo veículo) de três edições do prêmio. Tal informação não será revelada no texto da pesquisa, no intuito de preservar as fontes dessas informações. Contudo, a banca examinadora, no dia da defesa, pode ter acesso a esses dados.

⁷⁷²O pesquisador conta com o depoimento coletado para essa dissertação de 12 ex-funcionários da ANDI (dentes estes, alguns eram estagiários). Todos trabalharam, ou ainda trabalham, na organização, em diferentes núcleos: Monitoramento, Mobilização e Relações Acadêmicas. Os depoimentos deles são relativos ao período de 1998 a 2008, período em que estiveram na ONG. O nome de nenhum deles será citado tendo em vista possíveis constrangimentos em virtude de alguma fala ou informação concedida. Os depoimentos foram feitos baseados no compromisso deste trabalho tratar a cada (ex-)funcionário ou (ex-)estagiário com sigilo.

objetivos das indicações, sim, é que sofreram alteração devido ao fator de busca de visibilidade institucional (gestão Geraldinho Vieira) e ênfase na diplomação de jornalistas mais compromissados com a pauta da criança e do adolescente em conformidade com o ECA (gestão Veet Vivarta).

Por mais que essas etapas sejam cumpridas de acordo com os critérios de seleção, a validação das indicações para premiação só é deferida mediante crivo da diretoria da ANDI e, muitas vezes, de seus parceiros e apoiadores, segundo relata a própria instituição.

3.4.7 - Amigo é para essas coisas - redes de amparo à criança

O universo dos amigos da criança é vasto: a rede Hospital Amigo da Criança, o projeto Presidente Amigo da Criança, o Prefeito Amigo da Criança, o Site Amigo da Criança (campanha do Ministério Público contra a pedofilia) e uma infinidade de experiências e iniciativas sobre o tema. Os projetos, programas e instituições costumam ter como objetivo: a promoção, proteção e apoio à criança e ao adolescente⁷⁷³. Trata-se de um esforço da agenda internacional de cidadania promovida pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância, UNICEF⁷⁷⁴.

Os preceitos de proteção à criança e ao adolescente se instalam no âmbito governamental principalmente pela assinatura de tratados e convenções. Posteriormente, são absorvidos por empresas e ONGs pela via das políticas públicas, baseadas nesses princípios.

MENDES (2006) estuda os efeitos jurídicos da doutrina da proteção integral à criança e ao adolescente⁷⁷⁵. Segundo o autor,

Muitos foram os documentos que consignaram os esforços da ONU no sentido da efetivação nas legislações nacionais dos Estados a ela filiados da nova doutrina da proteção integral à população infanto-juvenil, produzindo, em consequência, a regulamentação do assunto nos instrumentos pertinentes das Agências especializadas, oficiais e organizações não governamentais.

(...)

⁷⁷³O objetivo costuma ser praticamente o mesmo, tendo em vista os projetos e ações serem muitas vezes apoiados e até financiados pelo UNICEF. A unidade em relação às redes de amparo a criança é curiosa até mesmo nas cartas de objetivos de cada iniciativa que costumam ter praticamente o mesmo texto.

⁷⁷⁴Um marco na agenda da criança foi a criação do Dia Universal da Criança pela Organização das Nações Unidas, ONU. A data é o 20 de novembro de 1950 quando vários países aprovaram a Declaração dos Direitos das Crianças. O Brasil instaurou a comemoração em 1924. Só em 1960 o 12 de outubro se tornou comemorativo no país devido a campanhas de fábricas de brinquedo como a Estrela.

⁷⁷⁵Já explicado na seção 3.3.1: Imagem da Infância na Sociedade.

Salientamos, ainda que, gradativamente, os esforços apresentados pelo direito internacional através dos tratados, declarações e convenções, acabaram surtindo efeito, mesmo que de forma tímida, o que resultou na reforma de várias Constituições do mundo contemporâneo, de diversos países, incluindo-se ali direitos e garantias constitucionais à Criança e ao Adolescente. Vejamos alguns exemplos: Alemanha, Angola, Bulgária, Cabo Verde, Coréia, Costa Rica, China, Cuba, Dinamarca, Espanha, Filipinas, Hungria, Itália, Moçambique, Nicarágua, Polônia, Paraguai, Peru, Portugal, Romênia, Suíça, Suriname, Tcheco e Eslovaca, Iugoslávia, Uruguai e Venezuela⁷⁷⁶.

Entendemos, na presente pesquisa, que a terminologia “amigo da criança” não seja oriunda apenas desse âmbito de causas sociais motivadas pelo UNICEF. Senão, incorreria em dizer que apenas o Terceiro Setor seria responsável por atividades de amparo à criança e ao adolescente. Acreditamos que a denominação “amigo da criança” tenha influência de organizações da Sociedade Civil, principalmente aquelas ligadas ao amparo de menores abandonados e crianças com algum problema de saúde. Não é raro ter associações de mães e amigos das crianças, como: a Associação dos Amigos da Criança (AMIC), a Associação de Mães e Amigos da Criança Adolescente em Risco (AMAR), a Associação dos Amigos das Crianças com Câncer (AACC/MS), Associação dos Amigos da Criança Autista (AUMA) e a Associação Nacional Amigos da Pastoral da Criança (AAPAC)⁷⁷⁷.

A Declaração dos Direitos da Criança, aprovada pelo ONU, em 1959, prescreve que

6º Princípio – A criança tem direito ao amor e à compreensão, e deve crescer, sempre que possível, sob a proteção dos pais, num ambiente de afeto e de segurança moral e material para desenvolver a sua personalidade. A sociedade e as autoridades públicas devem propiciar cuidados especiais às crianças sem família e àquelas que carecem de meios adequados de subsistência. É desejável a prestação de ajuda oficial e de outra natureza em prol da manutenção dos filhos de famílias numerosas.
(...)

⁷⁷⁶MENDES, Moacyr. A doutrina da proteção integral da criança e do adolescente. Dissertação (Mestrado em Direito), USP. 2006. p. 18;21

⁷⁷⁷Consideramos que o termo “amigo da criança” é tributário da influência de várias áreas: Jurídica, Medicinal, de Serviço Social e da Psicologia. É o que percebemos nas pesquisas de SOUZA (1999), REBECHI (2002), SANTOS (2007), ZIONI (1993), PONTE (2005) e da Organização Mundial da Saúde (OMS), utilizadas para construção da seção 3.3.1 (Imagem da Infância na Sociedade) e 3.3.2 (Imagem da Adolescência na Sociedade).

A construção semântica em torno de um grupo de amigos de apoio à criança é feita em vista dos meninos de rua e menores abandonados. Muitas vezes, tais crianças não tinham pais ou familiares. A experiência de abrigo impregnou a idéia de tuteladores ou cuidadores a esse universo. Essa denominação de “amigo da criança” começou a ser feita em relação a pessoas que ajudam as crianças no processo de socialização das casas de amparo ao menor. J. SILVA (2007) afirma que a ausência materna, paterna e parental (de irmãos, avós, tios) incorria num vazio afetivo parcialmente preenchido nas relações com o grupo de amigos. (SILVA, Josenilta. Violência sexual e doméstica contra crianças e adolescentes na imprensa. Dissertação (Mestrado em Serviço Social), UFPE. 2007)

10 ° Princípio – A criança deve ser criada num ambiente de compreensão, de tolerância, de amizade entre os povos, de paz e de fraternidade universal e em plena consciência que seu esforço e aptidão devem ser postos a serviço de seus semelhantes⁷⁷⁸.

A questão emocional e de socialização da criança não é item apenas das abordagens de Serviço Social e da Psicologia. O Direito Internacional, por meio da Declaração dos Direitos da Criança e convenções posteriores, tem influenciado a aceção de “amigo da criança” principalmente em relação a medidas tutelares de proteção à infância e à adolescência⁷⁷⁹. Como o termo “amigo da criança” consta do aparato jurídico à criança e ao adolescente, acaba sendo aplicado em projetos e campanhas a respeito do tema.

3.4.8 - Agendamento e Contra-Agendamento

A mobilização social faz parte dos contextos em que há luta da Sociedade Civil na construção da cidadania, sendo constituída pela adesão voluntária de membros, além do posicionamento de uma fala articulada nos espaços públicos.

Os organismos do Terceiro Setor trabalham de modo propositivo dando visibilidade a suas causas com o objetivo de implementar políticas públicas. A ANDI trabalha o debate sobre a criança e o adolescente no campo jornalístico neste sentido.

GRAU (1998) considera como “uma convicção básica”⁷⁸⁰ o fato das ONGs fomentarem o debate público de suas causas. Segundo a autora,

A convicção básica é que através do enriquecimento do debate público, no âmago da sociedade, esta pode pressionar o Estado⁷⁸¹.

ROSSY (2006) entende o processo de luta pela visibilidade no espaço público de uma causa social da seguinte forma:

Ao dar voz e visibilidade à sociedade civil organizada e contribuir na promoção de mudanças sociais, os meios de comunicação, como mediadores no processo de construção social da realidade, têm a oportunidade de exercer ativamente sua função precípua: servir ao cidadão e à sociedade.

⁷⁷⁸UNICEF. Declaração Universal dos Direitos das Crianças. 1924. Adotada pela Assembléia das Nações Unidas de 20 de novembro de 1959.

⁷⁷⁹Muitos relatórios elaborados por profissionais de Serviço Social e de Psicologia trazem a marca emocional do termo “amigo da criança”. E estes documentos são citados nas convenções e nas legislações a respeito da criança e do adolescente. Em virtude disso, é comum encontrar o termo “amigo da criança” tanto na legislação como em campanhas, projetos e iniciativas sobre o tema da infância e da adolescência.

⁷⁸⁰(GRAU, 1998, p. 151)

⁷⁸¹Ibidem.

Essa tendência vem configurando-se como uma nova forma de jornalismo, o chamado Civic Journalism ou Jornalismo Público. A essência, porém, do jornalismo público vai além do desprendimento e benemerência em oferecer o precioso espaço do jornal, da televisão ou do rádio às causas sociais. Seu objetivo é servir à sociedade, produzindo informações relevantes e de qualidade, comprometidas com o desenvolvimento social e o fortalecimento da democracia⁷⁸².

A perspectiva de agendamento de temas relativos à infância e à adolescência é feita num contexto diferente. A lógica da agenda social não é a mesma da agenda política, econômica, pessoal. ROSSY (2006) esclarece que

A histórica relação verticalizada entre mídia e sociedade vem alternando-se com uma relação horizontal, em que a sociedade vem paulatinamente assumindo um papel mais ativo. Isso não significa, entretanto, uma mudança efetiva nos velhos padrões de atuação de um sistema de comunicação historicamente voltado aos interesses do capital. Significa, sim, o início de um processo de democratização do acesso a ferramentas que possibilitem à sociedade inserir-se como co-partícipe no debate público de questões voltadas ao interesse social.

Essa mudança de comportamento vem possibilitando que alguns temas, até então relegados a um segundo plano pela grande mídia, se revistam de uma nova roupagem e se transformem em temas atrativos e passíveis de integrar o discurso midiático⁷⁸³.

Seguimos a mesma linha de pensamento de ROSSY (2006)⁷⁸⁴. E consideramos que a inversão do fluxo de agendamento de notícias na mídia parte do pressuposto de que em uma sociedade democrática, com organizações atuantes na reivindicação de temas cívicos, haveria grande número de pautas a serem cobertas pelos jornalistas. A oferta desses temas como notícia não seria feita de forma estratégica e corporativa, como acontece no caso do Primeiro e Segundo Setor em relação ao material enviado pelas assessorias de imprensa às redações. No caso do Terceiro Setor, e mais especificamente da nossa pesquisa, o jornalista diplomado como Jornalista Amigo da Criança pela ANDI assume um lugar de fala como ator social em defesa dos direitos da infância e da adolescência (instância Newsmaking, produção da notícia)⁷⁸⁵.

ROSSY (2006) enfatiza que

O contra-agendamento parte do pressuposto de que o agendamento também pode partir da sociedade para a mídia, uma perspectiva diferente da até então adotada e que privilegiava a produção de efeitos a partir de um emissor sobre uma audiência massiva. Essa nova perspectiva supõe que em uma sociedade democrática e plural há também uma constelação de sujeitos coletivos e de respectivos lugares de fala, não isolados ou

⁷⁸²Op cit.

⁷⁸³Op cit.

⁷⁸⁴ROSSY (2006) e SILVA (2004) têm em comum o mesmo referencial de argumentação sobre Agendamento e Contra-Agendamento.

⁷⁸⁵O próximo capítulo trata exclusivamente de Newsmaking, teoria pela qual abordaremos o fenômeno do prêmio Jornalista Amigo da Criança.

encastelados em nichos corporativos, mas intersujeitos argumentativos, promotores e advogados de direitos e causas.

Isso significa, na verdade, promover o empoderamento de atores sociais empenhados em movimentos ou organizações da sociedade civil, com o objetivo de beneficiar a sociedade como um todo. Está diretamente relacionado com o poder que esses atores adquirem de promover a inclusão dos temas que advogam na esfera pública, a partir de suas próprias ações e potencialidades e não mais por uma concessão de um poder midiático superior.

Esse contexto sobre o qual ROSSY (2006) trata é teorizado com o nome de Contra-Agendamento. SILVA (2004)⁷⁸⁶ trabalha o conceito há anos e o define da seguinte forma:

O contra-agendamento compreende um conjunto de atuações que passam estrategicamente pela publicação de conteúdos na mídia e depende, para seu êxito, da forma como o tema-objeto-de-advocacia foi tratado pela mídia, tanto em termos de espaço, quanto em termos de sentido produzido. Pode-se então afirmar que o Contra-Agendamento de um tema pode ser parte de uma mobilização social ou parte de um plano de enfrentamento de um problema, corporativo ou coletivo⁷⁸⁷.

Em suma, entendemos que o Contra-Agendamento rompe com fluxo de um emissor (a mídia) que produz efeitos sobre o receptor (público leitor, comunidade, sociedade). Tal fato vai de encontro ao que PERUZZO (2003) considera ser o acesso do cidadão ao espaço público e à participação nas instâncias de produção de conteúdos comunicativos.

Na análise de PERUZZO (2003):

A questão da liberdade de acesso aos meios de comunicação não se refere apenas ao alcance dos meios a que o cidadão tem direito – o que quer dizer poder receber as mensagens transmitidas pela mídia, mas também à sua participação ativa como sujeito em todas as fases do processo de comunicação⁷⁸⁸.

O Contra-Agendamento é embasado na Teoria da Ação Comunicativa⁷⁸⁹, de HABERMAS⁷⁹⁰. O conceito postula que o indivíduo em sociedade ocupe lugares de

⁷⁸⁶Op cit..

⁷⁸⁷(SILVA, 2005, p. 2)

⁷⁸⁸(PERUZZO, 2003, p.251)

⁷⁸⁹Os sujeitos examinam quais são os direitos que eles deveriam conceder uns aos outros, bem como os próprios procedimentos de formação da opinião e da vontade. Da Teoria do Discurso vem a idéia de intersubjetividade de processos de entendimento, os quais se realizam através de procedimentos democráticos, na rede comunicacional de esferas públicas, que chamamos de espaço público. Assim, a racionalidade comunicativa, no sentido da Teoria da Ação Comunicativa, produz um agir comunicativo, proposto por Habermas. O conceito trabalha as questões humanas passíveis de argumentações e as integrações sociais através dos processos de entendimento e do indicativo da inclusão social. O que na realidade do Terceiro Setor seria o debate público sobre um tema de cidadania.

⁷⁹⁰Não vamos entrar no detalhamento de Teoria da Ação Comunicativa com citações de HABERMAS, tendo em vista esse tema ser pano de fundo para a pesquisa.

fala e que, de forma sistêmica, promova o diálogo de sua fala com a de outras pessoas. É uma idéia de cooperação entre sujeitos (razão comunicativa) e não de estratégia corporativa (razão instrumental).

Por se tratar de um fluxo de falas nos debates feitos no espaço público, com argumentação e defesa de pontos de vista, entende-se que os participantes do diálogo sejam promotores ou advogados de direitos e causas.

3.4.9 - Estratégia da ANDI no Plano de Enfrentamento

Analisaremos a estratégia de ANDI, no contexto de Contra-Agendamento. Faremos um breve mapeamento pela classificação de SILVA (2007), Plano de Enfrentamento, com sete itens sobre os quais opera o Contra-Agendamento. A cada ponto, enquadramos as ações da ANDI.

Os sete pontos do Plano de Enfrentamento, segundo SILVA (2007) são:

- 1) a seleção de um ou mais temas que devem ser oferecidos à mídia, para publicação;
- 2) a elaboração de produtos (midiáticos) que devem ser oferecidos aos diversos meios, para publicação;
- 3) o planejamento e a execução de ações de advocacy junto à mídia, ou seja, tentativas de estabelecimento de relações de troca entre as organizações e as redações, de forma que se construa um relacionamento mútuo de ‘fontes’ (a primeira, de informação; a segunda, de publicação);
- 4) a tentativa de influência junto às instâncias de decisão sobre o que é notícia e sobre o que deve ser publicado;
- 5) o monitoramento e a análise das informações publicadas;
- 6) o re-planejamento de novas ações de advocacia, de modo a se otimizarem quantidade e qualidade dos conteúdos publicados acerca dos temas objeto de advocacia;
- 7) o melhor aproveitamento dos espaços midiáticos conquistados em ações de sensibilização e de mobilização social (e do qual o clipping pode ser um instrumento para mensuração e análise das respostas a uma estratégia de contra-agendamento)⁷⁹¹.

Dentre as atividades da ANDI, o boletim Direto ao Assunto enviado ao Jornalista Amigo da Criança pode ser considerado o ponto número 1, do Plano de Enfrentamento. O informativo é mensal e trata de um tema específico da pauta da infância e adolescência, além de ter conformidade com a premissa de SILVA (2007) de seleção de um ou mais temas que devem ser oferecidos à mídia, para publicação⁷⁹².

A ANDI considera que, a partir do boletim Direto ao Assunto,

“Os ângulos que ainda não foram explorados pela mídia, relato de ações importantes, dados estatísticos e pluralidade de fontes são alguns dos elementos presentes no texto,

⁷⁹¹SILVA, Luiz Martins da. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 1 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

⁷⁹²Ibidem.

que tem como objetivo estimular a imprensa a ampliar sua cobertura dos diferentes aspectos relacionados aos direitos de crianças e adolescentes”⁷⁹³.

Nessa linha, há também o boletim *Conversa Afiada* que traz os temas da pauta da ANDI com a indicação de fontes para a cobertura.

Relativo ao item 2, teorizado por SILVA (2007), o Banco de Pautas pode ser considerado atividade de elaboração de produtos (midiáticos) que devem ser oferecidos aos diversos meios, para publicação⁷⁹⁴. A ANDI oferece clippings diários aos jornalistas⁷⁹⁵. O *Jornalista Amigo da Criança* é informado do que está em pauta no dia e como seus concorrentes estão dando a notícia⁷⁹⁶.

O Banco de Pautas pode subsidiar ao jornalista o que se chama no jargão jornalístico de “cozinha”⁷⁹⁷, ou seja, a reescritura (adaptação, atualização e condensação) de notícias dados por concorrentes. Ocorre quando um veículo da internet, rádio ou TV já deu a notícia e o jornalista da empresa concorrente não tem tempo de apurar⁷⁹⁸.

O item 3, no plano de SILVA (2007), do planejamento e a execução de ações de advocacy junto à mídia e do relacionamento mútuo de fontes⁷⁹⁹, é institucionalizado na ANDI exatamente no projeto *Jornalista Amigo da Criança* que se propõe a: mobilização de jornalistas e a formação de uma rede cooperação entre a instituição e esses jornalistas⁸⁰⁰.

Os seminários corporativos da ANDI para a rede *Jornalista Amigo da Criança* demonstram muito o relacionamento mútuo de fontes, previsto no plano de SILVA (2007). Nos encontros promovidos pela ANDI, há esforço para a capacitação dos

⁷⁹³ www.andi.org.br

⁷⁹⁴ Op cit.

⁷⁹⁵ Serviço de levantamento, coleção e fornecimento de recortes de jornais e revistas ou cópias de emissões de televisão ou rádio. O clipping é muito usado pelas organizações em assessoria de imprensa para saber como está sua imagem na mídia ou o que está na pauta midiática do seu ramo de atividade. Em geral, é feito por empresas especializadas e vendido para essas organizações. No caso da ANDI, ela faz e entrega para o repórter.

⁷⁹⁶ Há o “*Infância na Mídia Hoje*” que é diário; o “*Análise do Clipping*” que é semanal; e o “*Radicais Livres*”, também semanal, mas que compila tudo o que foi publicado sobre o tema em suplementos (cadernos especiais).

⁷⁹⁷ PORCHAT, M.E. Manual de radiojornalismo Jovem Pan. São Paulo: Ática, 1989. p. 172

⁷⁹⁸ Para os repórteres, é comum no trabalho de apuração receber ligações dos chefes de redação informando qual a informação quente e como os concorrentes estão tratando-a no noticiário. Caso o repórter não tenha tempo de apurar, ele pode fazer a “cozinha” que nada mais é do que ler a notícia do concorrente e escrevê-la uma versão para a empresa na qual trabalha. A conduta, eticamente aceitável, é a de que o concorrente informa ao leitor a origem da informação em primeira mão.

⁷⁹⁹ Op cit.

⁸⁰⁰ Informação coletada no grupo de entrevistas com Núcleo de Mobilização (realizadas em julho de 2007, novembro de 2007 e abril de 2008).

jornalistas e a instauração de uma agenda, uma rede de contatos entre os profissionais em si, além de fundações, ONGs, dentre outros organismos do Terceiro Setor.

A cultura de cooperação entre os diplomados como Jornalista Amigo da Criança é um dos objetivos do projeto⁸⁰¹. Nesse aspecto, a ANDI afirma que a “instauração de um grupo de fontes privilegiadas de informação, personalidades e experiências bem-sucedidas de promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente”⁸⁰² como meta.

O item 4, no plano de SILVA (2007), da tentativa de influência junto às instâncias de decisão sobre o que é notícia e sobre o que deve ser publicado⁸⁰³ é o foco objetivo principal com a mobilização dos profissionais no papel de Jornalista Amigo da Criança. No processo produtivo é que acontece a modalidade propositiva de Advocacy, pois a defesa da pauta da infância e da adolescência começa na redação.

O item 5, do monitoramento e a análise das informações publicadas⁸⁰⁴, é operacionalizado na ANDI nas atividades de editoria. A equipe de Monitoramento de Mídia e Estatística analisa a cobertura jornalística, no aspecto quantitativo e qualitativo, e publica as informações coletadas em pesquisas, desenvolvidas com a metodologia da própria organização. As publicações costumam ser sobre: a mídia e mobilização social, análises de mídia, análises temáticas, além de manuais e guias de cobertura.

A pesquisa A Mídia dos Jovens⁸⁰⁵ faz um panorama do desempenho dos cadernos especializados em adolescência; e a Infância na Mídia⁸⁰⁶ traz estudo do desempenho qualitativo e quantitativo de revistas e jornais nacionais sobre questões da infância. Já a Remoto Controle analisa dez programas da TV nacionais de público jovem sobre o enfoque dos direitos da infância e adolescência⁸⁰⁷.

O item 6 de re-planejamento de novas ações de advocacia, de modo a se otimizarem quantidade e qualidade dos conteúdos publicados acerca dos temas objeto

⁸⁰¹ Informação coletada no grupo de entrevistas com Núcleo de Mobilização (realizadas em julho de 2007, novembro de 2007 e abril de 2008).

⁸⁰² www.andi.org.br

⁸⁰³ Ibidem.

⁸⁰⁴ Ibidem.

⁸⁰⁵ ANDI. A Mídia dos Jovens. Relatório 2002/2003/2004

⁸⁰⁶ ANDI. Infância na Mídia.

⁸⁰⁷ Segundo a ANDI, outras publicações institucionais são: Saúde em pauta que discute questões da saúde da criança, qualidade de vida, responsabilidades do Poder público; Cidadania antes dos 7 anos que traz as questões educacionais relativas ao período de desenvolvimento infantil de zero a seis anos; Equilíbrio distante que alude o consumo das chamadas drogas lícitas (fumo, bebida); Que país é este? uma visão sobre modelos de desenvolvimento; O grito dos inocentes que aborda a violência sexual contra crianças e adolescentes; Crianças invisíveis que trata da exploração da mão-de-obra de ifnanto-juvenil.

de advocacia⁸⁰⁸ entra num plano mais estratégico da ANDI departamentalizado no Núcleo de Qualificação e Relações Acadêmicas que teve grande visibilidade na discussão recente da classificação indicativa sobre os conteúdos de TV no Ministério da Justiça.

Por último, o item 7 diz respeito a uma integração entre as ações mobilizadoras e as de mensura de impacto e influência dos trabalhos das pesquisas e relatórios. A infra-estrutura departamentalizada no núcleo de Mobilização, Relações Acadêmicas e Monitoramento de Mídia trabalham em esforço conjunto para o melhor aproveitamento dos espaços midiáticos conquistados em ações de sensibilização e de mobilização social (e do qual o clipping pode ser um instrumento para mensuração e análise das respostas a uma estratégia de Contra-Agendamento)⁸⁰⁹.

O entendimento da dimensão do caráter mobilizador da ANDI, no contexto de Jornalismo Público e Contra-Agendamento, por meio do projeto Jornalista Amigo da Criança é fundamental para a presente pesquisa.

A seguir, analisaremos a modalidade propositiva de Advocacy, em relação ao engajamento⁸¹⁰ dos jornalistas na defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente.

3.4.10 - Engajamento propositivo pela Advocacy

O termo Advocacy foi criado pelo Fundo de População das Nações Unidas

⁸⁰⁸Ibidem.

⁸⁰⁹Ibidem.

⁸¹⁰Preferimos utilizar na pesquisa o termo engajamento, ao invés de mobilização. Entendemos que Mobilização Social seja o envolvimento ativo do cidadão nos rumos e acontecimentos em nossa sociedade. Entretanto, consideramos que esse tipo de participação tem uma carga semântica muito ligada ao conceito de Sociedade Civil. Optamos pelo termo engajamento tendo em vista que a literatura a respeito da modalidade propositiva de Advocacy utiliza mais essa denominação. Além do que, a termo mobilização, na nossa bibliografia, é mais aplicado à sociedade e não a indivíduos. Reconhecemos o envolvimento em causas sociais, de entidades do Terceiro Setor, como ação individual em prol de um grupo comum. Tanto que, os organismos do Terceiro Setor costumam não promover tantas paradas, desfiles e passeatas como as organizações classificadas como de ação da Sociedade Civil. Lembramos também que a bandeira do Terceiro Setor é a do trabalho voluntário; o engajamento em campanhas públicas; a formação de associações, grupos e redes de interesse; o engajamento da empresa na responsabilidade social; e a participação e realização de eventos de agendamento midiático e de captação de recursos no intuito de intervir na realidade social de forma propositiva e institucionalizada e relacionada entre o Primeiro Setor, o Segundo Setor e o Terceiro Setor. Sem relacionamento com a militância e ações de intervenção da Sociedade Civil.

O departamento da ANDI que gesta o projeto Jornalista Amigo da Criança se chama Núcleo de Mobilização. Não achamos o nome incorreto, mas já que na presente pesquisa nos reportamos a “n” arcabouços teóricos, preferimos o termo engajamento por ser mais utilizado nas abordagens sobre o Terceiro Setor.

(FNUAP) para denominar um tipo de modalidade propositiva. LIMA (2005) resgata esse histórico da seguinte maneira:

Os esforços de Advocacy do FNUAP incluem a promoção da saúde reprodutiva no âmbito dos direitos humanos e, por outro lado, o fortalecimento das parcerias com os governos e a sociedade no sentido da mobilização de recursos. Sua prática de Advocacy se concretiza em encontros com gestores públicos, treinamentos em mídia, palestras, pesquisas, conferências, seminários, publicações, conferências, documentários e campanhas. Também financia e celebra parcerias com governos, ONGs, e organizações da sociedade civil que desejam apoiar sua causa. Já para a Câmara Americana de Comércio, Advocacy é o suscitar de temas em fóruns públicos, oferecendo informação a um amplo leque de formadores de opinião ou responsáveis pela tomada de decisões⁸¹¹.

Advocacy⁸¹² em nada tem a ver com lobby. Segundo ROSSY (2006),

Ao dedicar-se ao contra-agendamento de temas de interesse público, o Terceiro Setor busca, na verdade, o apoio da sociedade, dos operadores de políticas públicas e dos tomadores de decisão para os temas que advoga. O advocacy, nesse caso, está intrinsecamente relacionado ao contra-agendamento.

As ações de advocacy são desenvolvidas principalmente com o objetivo de pressionar o poder público na elaboração e implementação de políticas públicas nas diversas áreas, além de serem utilizadas também na defesa dos direitos de segmentos ou públicos específicos.

É importante ter em mente que, apesar de eventualmente serem utilizados como sinônimos, lobby e advocacy diferem fundamentalmente, em função do objetivo principal deste estar voltado ao interesse público, enquanto aquele pauta suas ações e atividades na busca pela satisfação de interesses privados⁸¹³.

O termo Advocacy geralmente é confundido com Lobby. Esclarecemos que a atuação dos lobistas está relacionada à influência direta sobre a elaboração de políticas públicas. O termo Advocacy significa a busca de apoio para os direitos de causa social, por meio de uma modalidade propositiva de promoção de direitos (na busca da

⁸¹¹(LIMA, Inês Maria. Impacto da agenda social no jornalismo brasileiro: ANDI uma experiência exemplar de jornalismo público. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília. 2005. p. 70)

⁸¹²Advocacy designa a argumentação baseada na racionalidade de se propor fatos e evidências em favor de uma questão. Não se confunde com ideologia; nem com lobby. O termo é muito usado quando aplicado ao Terceiro Setor por trazer a carga semântica de “advocacia”, dos profissionais de Direito, até porque são profissionais que defendem ou advogam causas de forma racional, baseados em argumentação, na tentativa de convencer o magistrado do seu ponto de vista. No caso do Terceiro Setor, sua postura mais executiva e seu plano de trabalho mais vinculado ao espaço público (mídia) e espaço político (parlamento). O tribuna desse debate é o espaço público. Ressalta-se que o termo também procura desvincular a ação das ONGs propositivas da antiga conotação de militância e de ideologia, termos mais empregados em contextos que se usa a denominação Sociedade Civil, até por terem a adesão das massas. O termo lobby, por exemplo, tem uma acepção mais instrumental de grupos de pressão política mobilizados nos bastidores do poder. Uma prática considerada ilegal em alguns países, até por se valer de métodos duvidosos para obter os fins aos quais se propõe. Tamanha a sua influência que, já houve sugestões ao parlamento brasileiro de regulamentação da prática do lobby disciplinando o que é de bom ou mau tom nesse tipo de ação argumentativa.

⁸¹³(ROSSY, 2006, p. 80)

ampliação de direitos já conquistados) e de defesa de direitos (quando há violação ou a não observância de preceitos).

A modalidade *Advocacy*, tanto quanto a modalidade *Lobby*, são utilizadas como instrumentos para a reivindicação de alguma causa ou interesse junto ao Estado. Entretanto, a atividade de lobista tem um caráter mais ostensivo, estratégico e obscuro⁸¹⁴.

ROLDÃO (2005) analisa a representação do lobista e do preconceito em torno de sua imagem:

Apesar da legitimidade em outros países e busca da legalização da sua atuação; no Brasil, a atividade é ainda encarada com muito preconceito. Geralmente, o lobista é confundido como o agente das empresas e associações o qual oferece suborno para os governantes, tanto no Executivo como no Legislativo. E, nesse processo, a mídia desempenha um papel de reforço desse imaginário da população, porque as informações veiculadas pelos meios de comunicação sobre corrupção na política sempre são trabalhadas como se a corrupção fosse inerente ao exercício da atividade do lobista⁸¹⁵.

ROLDÃO (2005) entende que a atividade de Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Marketing cuidam da imagem da empresa ou associação. Já a atividade do *Lobby* trata de contatos com o setor público quando visa a influenciar na tomada das decisões a favor dos interesses da sua empresa ou associação⁸¹⁶.

Distinguimos as fronteiras entre *Advocacy* e *Lobby* no intuito de trabalhar a finalidade a qual cada modalidade é empregada: se é cooperativa ou estratégica. Essa dimensão implica no enquadramento do *Contra-Agendamento* que pressupõe razão comunicativa do fluxo de argumentação de uma causa, em detrimento da razão estratégica⁸¹⁷.

A prática da modalidade propositiva de *Advocacy* tem um sentido público, embora não seja diretamente vinculada ao Estado. Quanto a isso, SILVA (2002) é enfático quanto às finalidades as quais são utilizadas as modalidades de *Advocacy* e de

⁸¹⁴A atividade não acontece somente às claras, nos saguões onde há parlamentares e autoridades governamentais. Também acontece também nas ante-salas, no jargão jornalístico, nos bastidores do poder. O termo *Advocacy* geralmente é confundido com *Lobby*. Esclarecemos que a atuação dos lobistas está relacionada à influência direta sobre a elaboração de políticas públicas.

⁸¹⁵ROLDÃO, Carlos. Conselho de Comunicação Social um instrumento para a democratização da comunicação. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Metodista de São Paulo. 2005. p.50

⁸¹⁶*Ibidem*.

⁸¹⁷Há toda uma argumentação sobre o conceito de Razão Comunicativa e Razão Estratégica, em HABERMAS, que é utilizada para justificar o fluxo de *Contra-Agendamento*. Não entraremos nesse detalhamento tendo em vista ser uma nuance pouco necessária para a problematização do conteúdo proposto na presente pesquisa.

Lobby:

Quando uma causa é pública, não faz sentido falar em Lobby, mas em Advocacy, campo necessariamente associado à defesa de idéias emancipatórias e a causas de interesses público. Enquanto o Lobby proporciona dividendos materiais e políticos privados, a Advocacy gera ganhos quantitativos e qualitativos para o bem-estar coletivo, para sociedade como um todo⁸¹⁸.

A advocacia de temas cívicos tem o caráter de ação coletiva e política, fundada em valores e racionalidades (Razão Comunicativa⁸¹⁹). SILVA (2004) integra a modalidade propositiva de Advocacy às ações do Terceiro Setor em vista da atitude propositiva e de caráter público das Organizações Não-Governamentais:

Embora na sua origem a atividade de Advocacy por vezes seja tomada por sinônimo de Lobby, entendemos que em se tratando de Terceiro Setor e, portanto, de causas públicas, o correto é falar-se de fato em Advocacy e não de Lobby, pois não faz sentido referir-se, por exemplo, ao Lobby da amamentação, ou Lobby da não-violência, ao Lobby dos portadores de necessidades especiais, ou ao Lobby dos direitos humanos, em geral. Já com relação ao leite em pó, ou aos fabricantes de armas, não seria apropriado referir-se a Advocacy, mas a Lobby mesmo. Entendemos que, em se tratando de causas públicas, o retorno é coletivo, enquanto o Lobby, em geral, pressupõe retorno particularizado. Atividades e ações diretas, como as do Greenpeace, por mais que incorporem técnicas de lobistas e de grupos de pressão, advogam razões universalistas, no caso, ambientalistas e, portanto, de cidadania planetária. E por mais que os resultados obtidos agreguem prestígio à instituição, a finalidade última não é a ONG em si, mas uma causa que interessa a toda a Humanidade⁸²⁰.

LIMA (2005)⁸²¹ afirma que a prática do Jornalismo Público, centrada no cidadão, caminha lado a lado com a prática da modalidade propositiva de Advocacy. Segundo a autora, trata-se de “uma espécie de lobby social ou lobby positivo, em favor de causas sociais”⁸²².

Entendemos que a modalidade propositiva de Advocacy operacionaliza o Jornalismo Público no âmbito do Terceiro Setor. A informação cidadã não trabalha apenas com elementos sociais. Há ênfase na dimensão política com a fiscalização do Estado com a cobrança da prestação de contas (accountability).

LIMA (2005) acrescenta que a

[A modalidade propositiva de] Advocacy pode ser entendida como uma ferramenta de

⁸¹⁸MARTINS, Luiz. Civic Journalism - Um gênero que o Brasil começa a conhecer. 29-05-2002. Acessado em 12-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br

⁸¹⁹Conceito explorado anteriormente.

⁸²⁰(SILVA, 2004, p. 26)

⁸²¹LIMA (2005) e SILVA (2004) têm o mesmo referencial quanto aos assuntos tratados, sendo que chegaram a desenvolver pesquisas juntos.

⁸²²(LIMA, 2005. p. 66)

controle social, que permite à sociedade civil organizada exercer uma ascendência sobre as ações do Estado, essencialmente do poder Executivo. Esse controle passa, por exemplo, pelo acompanhamento e fiscalização de políticas públicas implementadas por diversos níveis de governo, notadamente no que tange ao gerenciamento dos recursos públicos. Realizado por representações da sociedade civil, como as ONGs, traduz a existência de uma gestão social que ultrapassa as fronteiras do Estado e do Governo e se respalda na constituição e no próprio funcionamento de instâncias apropriadas, como os Conselhos da Criança e do Adolescente – órgãos governamentais formados com a participação da Sociedade Civil.

Esses Conselhos, além de exercerem funções deliberativas, consultivas e de cunho fiscalizador, trabalham também na formulação de diretrizes. Neste sentido, advocacy e controle social são conceitos que caminham na mesma direção, embora o primeiro possa ser considerado mais abrangente, uma vez que está aberto à reflexão e à própria gestação de legislação e de políticas públicas⁸²³.

Entendemos, no universo estudado na presente pesquisa, que o Jornalista Amigo da Criança faz a ponte entre o Terceiro Setor e a Sociedade no espaço público. A relação da ANDI com o Jornalista Amigo da Criança é de natureza social relativa à prática da modalidade propositiva de Advocacy. E não de ação política, como o Lobby. Ela incorre numa terceira via, como pontua LIMA (2005):

Apesar de dirigida essencialmente ao Estado, enquanto instância privilegiada na implementação de políticas de bem estar social, a ação de Advocacy está voltada igualmente aos partidos políticos, como formações que fazem a ponte entre o Estado e sociedade, e às organizações da sociedade civil. Ou seja, ela estimula o protagonismo de atores da esfera não estatal. E se, por um lado, quando exercida junto aos poderes do Estado tem por objetivo provocar a intervenção desses poderes na sociedade, já quando seu alvo é a sociedade civil, propõe-se construir ou fortalecer alianças de modo a provocar as mudanças sociais que entende como necessárias. A legislação e as políticas públicas são consideradas vias privilegiadas a caminho dessas mudanças e, nas sociedades democráticas, são cada vez mais compartilhadas com os movimentos sociais e as organizações não-governamentais.

Além delas, outra via merece destaque: a da comunicação através da mídia. Ao atingir vastos segmentos populacionais, dá visibilidade às ações em pauta e permite massificar informações, opiniões, interlocuções, articulações, obstáculos e resultados. Em suma, permite transpor o micro universo das relações entre as organizações da sociedade civil e o Estado⁸²⁴.

A ANDI defende os princípios do Estatuto da Criança e do Adolescente de forma integral. Quando o Jornalista Amigo da Criança por alguma convicção pessoal se opõe a um dispositivo específico da lei, ocorre um grande desgaste institucional⁸²⁵.

No tema da maioria penal, para ANDI, é inadmissível a redução da faixa de 18 anos. Manter a faixa de responsabilização criminal preserva o adolescente maior de 16 anos por ele continuar a ser inimputável, penalmente. Entretanto, há Jornalista Amigo

⁸²³(LIMA, 2004, p. 67)

⁸²⁴(LIMA, 2004, p. 67-68)

⁸²⁵A modalidade propositiva de Advocacy ocorre de forma voluntariada e num fluxo de comunicação cooperativo. Entretanto, alguns conflitos entre a ANDI e o Jornalista Amigo da Criança eram até comuns, citado anteriormente sobre o caso do jornalista Boris Casoy que criticava publicamente o ECA, mesmo sendo diplomado pela organização.

da Criança que discorde de forma veemente.

O jornalista Boris Casoy chegou a criticar publicamente o ECA, mesmo sendo Jornalista Amigo da Criança. Tal fato é constrangedor para a ANDI porque alimenta um contra-senso.

A situação é agravada pelo fato da diplomação como Jornalista Amigo da Criança ser considerada pela ANDI como vitalícia. Desta forma, o jornalista pode se tornar contrário a algum item do ECA, ou ao texto integral, e continuar com o título. Tal fato torna questionáveis a vitaliciedade do título, além dos critérios utilizados para mobilizar profissionais que não estejam tão dispostos a proteger de forma integral⁸²⁶ a criança e o adolescente, conforme prevê a lei.

3.4.11 - Política internacional, Ideologia e Infância: um tabu

Saindo do aspecto histórico e ingressando em uma leitura crítica, consideramos que deve ser observado com atenção as premiações oriundas do Terceiro Setor para os jornalistas, além das atividades das ONGs que trabalham com o tema da criança e do adolescente. Percebemos que a Advocacy dos temas da infância e da adolescência podem estar imbuídos de ideologias políticas sob o manto da defesa dos Direitos Humanos.

Uma análise atenta das normas internacionais dos direitos da pessoa humana, o aspecto estratégico do aparato da ONU (assinatura de acordos internacionais com vistas à entrada na legislação infraconstitucional dos países signatários da DUDH) mostra que algumas idéias e atitudes de setores de ONGs são impositivas, autoritárias e ideológicas. Tal discussão é um tanto tabu, pois nos acostumamos com a idéia de que apenas organismos da Sociedade Civil têm objetivos ideológicos.

Fundamentadas em idéias democráticas, algumas ONGs que premiam e atuam com direitos infanto-juvenis visando influenciar o campo jornalístico acabam promovendo a discussão sobre distanciamento ou intervenção social do jornalista. Nesse tipo de debate (ao qual não faltam fóruns e eventos do gênero) fala-se sobre os limites do engajamento profissional, social e organizacional do profissional de jornalismo. Mas pouco se fala sobre os “limites de engajamento estratégico”.

⁸²⁶Flexão do título do ECA que dispõe sobre proteção integral à criança e ao adolescente.

Chamamos de “limites de engajamento estratégico” à questão de adesão do jornalista à modalidade propositiva de Advocacy. Muitas vezes, o trabalho em Advocacy é processualmente controlado e estrategicamente financiado: com aparato de publicações, contatos e planos de argumentação. Tal contexto acontece em relação aos jornalistas em relação à oferta de banco de pautas, banco de fontes e a instituição de uma rede VIP de cooperação entre jornalistas de um dado grupo social ou profissional.

Quando a ANDI institui uma rede de Jornalista Amigo da Criança estaria ela dizendo, ainda que implicitamente, que existam Jornalistas Inimigos da Criança, já que o protocolo para ser “amigo da criança” é vinculado à Advocacy do tema?⁸²⁷. Vimos na seção Redes de Amparo à Criança todo o aparato ligado ao UNICEF e à UNESCO relativa à inserção da política internacional de tratamento e amparo infanto-juvenil.

No caso do prêmio Jornalista Amigo da Criança, é óbvia a imposição de receitas prontas de como se promover a “busca de soluções” em torno da imagem da criança e do adolescente na mídia. Contudo, a “busca de soluções” não é tão cooperativa assim e se impõe mais como “aplicação de soluções”, ou seja, soluções propostas por ANDI sobre as quais os diplomados não têm muita influência. Em suma, a modalidade propositiva de Advocacy⁸²⁸ esconde um teor impositivo de “proposições” ao jornalista.

O esquema fechado de como abordar, quais terminologias utilizar (exceto as justificadas para os casos de preconceito lingüístico) e todo o arcabouço de facilidades da ANDI mimetiza a questão ideológica desse contexto⁸²⁹, pois o tabu em relação à defesa e promoção dos direitos da infância e da adolescência é o da imposição de regras importadas e politicamente corretas formuladas pelos associados ao UNICEF e à

⁸²⁷A questão ideológica aparece em temas de direitos humanos que tentam ganhar a legislação ordinária, além dos acordos internacionais. A Lei de combate à Homofobia é um caso exemplar. Algumas ONGs propositivas da causa homossexual repudiam completamente qualquer iniciativa pública ou privada que aborde a homossexualidade fora dos princípios e valores ideológicos do Movimento Homossexual. Assim, tudo que não estiver dentro do “politicamente correto” é ditatorialmente banido ou ridicularizado. O exaspero da investida anti-homofobia acontece em uma linha ideológica. Claro que no tema da criança e do adolescente não acontece o mesmo, no sentido fóbico, mas o contexto é praticamente o mesmo.

⁸²⁸O próprio conceito de Contra-Agendamento é muito combatido no meio acadêmico tendo em vista a suspeita de ser uma sofisticação da Advocacy, mas no postulado teórico da Administração, Ciência Política, Relações Internacionais, Direito e Comunicação Social. Os críticos em Teoria da Comunicação dizem que o Contra-Agendamento seria uma inversão de fluxo que colocaria a Opinião Pública como principal pautadora da mídia, quase no sentido impositivo. Tal argumento procede. Tanto que o conceito de Contra-Agendamento ainda não é amplamente aceito e nem utilizado no meio acadêmico.

Uma crítica direta em relação à ANDI e o Contra-Agendamento é direcionada ao prêmio Tim Lopes que premia pautas. A crítica reside no fato do prêmio gratificar pautas que defendem a criança e o adolescente, mas podem ser financiados por organizações que sequer dizem respeito a esse universo, como a indústria do tabaco, da bebida e por aí vai.

⁸²⁹

UNESCO. A mobilização⁸³⁰ da Sociedade Civil parece existir ou, ao menos, se esconder atrás do termo “engajamento”, muito utilizado na literatura, nas publicações de ONGs e outros organismos do Terceiro Setor.

A ANDI pretende aplicar premiações relativas ao Jornalista Amigo da Criança a estudantes de jornalismo, logo na graduação, e aos professores desses profissionais em formação. Até o fechamento deste trabalho, não havia um posicionamento formal sobre a medida. Contudo, o projeto pode versar sobre um tipo de educação direcionada de focas (jornalistas recém-formados) feita mediante adesão escolas generalistas de DUDH ou ainda da perspectiva, da própria ANDI, de “pedagogia social”. Se tal iniciativa um dia for implementada, talvez crie uma cultura de defesa e promoção dos direitos infanto-juvenis logo no bojo da formação jornalística, o que é benéfico. Mas não seria proveitoso se essa cooperação se desse exclusivamente pela metodologia da ANDI, alargando a sua influência institucional no sentido de se firmar como um agente de formação em Advocacy dos direitos da criança e do jornalista no campo do jornalismo.

Sobre a bitolação ideológica em torno da criança e da adolescência, podemos citar notícia MEC pede explicação à faculdade que aprovou menina de 14 anos, veiculada no dia 26-06-2008, pela Folha de São Paulo, que falava do ministério averiguar fraudes nos vestibulares de algumas universidades particulares pela ótica de direitos da infância e não pela da educação. Detalhe: nenhuma medida em relação ao processo de avaliação (com viés pedagógico e educacional) foi utilizada na argumentação pelo jornalista; os argumentos no relato foram feitos levando em conta apenas em relação à criança e ao adolescente. Mesmo em se tratando do MEC, pasta governamental de Educação, o enquadramento da mídia foi feito apenas pelos direitos humanos, sendo que não houve qualquer contestação ao fato do olhar “especializado” do MEC dever ser de gestão e políticas de educação; e não de direitos humanos. Tal fato é só um exemplo da contaminação ideológica da qual a imprensa já padece, patologicamente, mas sobre a qual que é proibido se falar sobre⁸³¹, a pena de ser taxado

⁸³⁰O termo mobilização é, de modo geral, evitado dentre os organismos do Terceiro Setor, tendo em vista à carga ideológica que carrega, o que remete ao contexto panfletário de ação da Sociedade Civil. No contexto de Terceiro Setor, termos amenos como “engajamento”, “propositura” e “Advocacy” são mais utilizados na tentativa de se esconder o caráter ideológico das ações.

⁸³¹Logicamente, não consideramos a ANDI responsável por eventos como esses. Mas temos em mente que o universo propositivo do Terceiro Setor, em se tratando de ONGs como a ANDI, que trabalham com o tema da criança e do adolescente, tenham certa influência sobre esse tipo de evento.

de “contra causas nobres”, “pouco politicamente correto” ou até “inimigo da criança”. Um verdadeiro tabu!

3.4.12 - Ritos de Instituição

Consideramos que a diplomação do Jornalista Amigo da Criança pela ANDI visa à formalização do engajamento do jornalista em defesa da pauta da criança e do adolescente, ou seja, da adesão a doutrina da proteção integral⁸³², postulada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente. O rito da diplomação, ainda mais em caráter público, formaliza o compromisso com o projeto Jornalista Amigo da Criança e reforça a parceria estabelecida entre ANDI e o diplomado. Enquadramos esse processo, teoricamente, na perspectiva antropológica de VAN GENNEP (1978) e de BOURDIEU (1997) conforme desenvolveremos a seguir.

VAN GENNEP (1978) foi um antropólogo francês que fez o primeiro estudo sistematizado sobre ritos e rituais no clássico Ritos de Passagem⁸³³. Para o autor, a sociedade seria uma casa dividida em diversos cômodos e corredores. Os Ritos de Passagem seriam as instâncias onde acontecem os deslocamentos (gravidez e parto, nascimento, infância, puberdade, noivado, casamento funerais e estações) na vida do indivíduo⁸³⁴.

A partir dessa idéia inicial, VAN GENNEP (1978) identificou que os Ritos de Passagem tinham elementos comuns à vida dos indivíduos: separação, liminaridade (separação) e agregação. Para o autor, o limiar é o que provoca a distinção entre o antes e o depois.

VAN GENNEP (1978) postula que o indivíduo prepara-se para sair do estado em que se encontra: solteiro, jovem, aprendiz (preparação), passa por determinadas provas ou procedimentos (liminaridade) e depois se integra a uma nova posição: casado, adulto ou profissional (agregação)⁸³⁵.

⁸³²Termo amplamente aceito nas ciências jurídicas em referência ao ECA.

⁸³³VAN GENNEP, Arnold. Os ritos de passagem: estudo sistemático dos ritos da porta e da soleira, da hospitalidade, da adoção, gravidez e parto, nascimento, infância, puberdade, iniciação, ordenação, coroação, noivado, casamento funerais, estações, etc.. Petrópolis: Vozes, 1978.

⁸³⁴Esclarecemos que a conceituação Ritos de Passagem, de VAN GENNEP, é muito utilizada na Antropologia para estudo de ritos/rituais dos povos como forma de mudança de status em dada comunidade, sempre celebradas com cerimônias e rituais. Os Ritos de Passagem são solenidades que precisam de mestres de cerimônia (dotados de algum reconhecimento e poder) que fazem discursos legitimadores e autorizados. A solenidade serve como transferência de uma série de valores, conteúdo e hierarquia.

⁸³⁵(VAN GENNEP, 1978, p. 43)

Acreditamos que o Jornalista Amigo da Criança recebe o título em uma cerimônia de caráter público (evento de diplomação) na qual a ANDI institui o jornalista como membro da rede de profissionais mobilizados⁸³⁶. Enxergamos nesse fenômeno, a partir da concepção de VAN GENNEP, a aplicação do conceito de Rito de Passagem⁸³⁷.

Em vista da significação do termo diplomação e de sua proximidade com a diplomação escolar e universitária, fazemos uma consideração em relação a estudos de investidas simbólicas⁸³⁸ utilizando um estudo de PAVAN (1996).

PAVAN (1996) estudou o cerimonial de formatura como representação simbólica do sucesso escolar⁸³⁹. Baseada em VAN GENNEP e BOURDIEU a autora argumenta sobre as diplomações escolares o seguinte:

Um diploma confere aos agentes uma espécie de nomeação oficial legítima. Essa nomeação oficial, ato de imposição simbólica, tem por um lado toda a força do coletivo, do consenso e do senso comum; e por outro lado, age como reforçadora das diferenças no momento em que a obtém e passa a ser diferenciado em relação ao que não obteve. O ritual de formatura na sua forma complexa serve para legitimar, todo aquele direito garantido obtido pelo diploma, quer pela repetição de coisas e relações, quer pelo poder dos poderosos ou pela concretude do Estado. O importante é que ele se repita em tempo marcado, fazendo com que as pessoas incorporem, por meio da repetição. O ritual não pode mudar, é sempre o mesmo nas suas seqüências. Nas relações sociais em que ocorre é possível observar entre os participantes uma relação de poder⁸⁴⁰.

Não temos interesse em explorar a cerimônia de diplomação do Jornalista Amigo da Criança, a fundo, segundo o quadro teórico de VAN GENNEP, devido à problemática conceitual entre rito/ritual que não nos interessa muito. Preferimos assumir uma análise que compreenda os efeitos da diplomação⁸⁴¹ na dimensão

⁸³⁶Entendemos o conceito de VAN GENNEP (1978), aplicado universo do prêmio Jornalista Amigo da Criança, que a diplomação representa a transição do jornalista, profissionalmente responsável com a pauta da criança e do adolescente, para um estado de socialmente responsável. Identificamos que, no âmbito da presente pesquisa, a ANDI represente o discurso oficializado, dos direitos da criança e do adolescente e que a organização consolida um conjunto de valores e princípios pelos quais se orienta como instituição, se estrutura como organismo do Terceiro Setor e atua no campo jornalístico.

⁸³⁷Associamos Ritos de Passagem, de VAN GENNEP (1978), à ANDI e à diplomação do Jornalista Amigo da Criança principalmente em relação à conotação pedagógica relativa à titulação, que recebe o nome de diplomação. O comum, entre os organismos do Terceiro Setor, é utilizar o termo certificação. Percebemos, a partir do conceito citado, a concessão e passagem do jornalista para um outro status profissional. Aliás, esta percepção que nos levou a propor a presente pesquisa.

⁸³⁸Esse domínio das investidas simbólicas é amplamente estudado por BOURDIEU. Aliás, o conceito de Ritos de Instituição foi desenvolvido pelo autor para trabalhar questões não comportadas pelo conceito de VAN GENNEP de Ritos de Passagem.

⁸³⁹PAVAN, Diva. Cerimonial de formatura representação simbólica do sucesso escolar. Dissertação (Mestrado em Educação), UNICAMP. 1996

⁸⁴⁰(PAVAN, 1996. p. 32)

⁸⁴¹Consideramos que a diplomação do profissional como Jornalista Amigo da Criança tem uma dimensão simbólica. O nome da cerimônia de titulação poderia ser de investitura, certificação, nomeação,

simbólica do universo *Jornalista Amigo da Criança* utilizando o arcabouço teórico de BOURDIEU (1997) no tocante aos Ritos de Instituição.

Os Ritos de Instituição vão além dos efeitos dos Ritos de Passagem. Para BOURDIEU (1997), a função deste último é "separar aqueles que já passaram por ele daqueles que ainda não o fizeram, e, assim, instituir uma diferença duradoura entre os que foram e os que não foram afetados"⁸⁴².

Podemos dizer que os Ritos de Passagem têm mais a função cerimonial de distinção no meio social. Interessa-nos os processos de investidura simbólica, entendidos pelo conceito Ritos de Instituição.

Para BOURDIEU (1996) a abrangência dos Ritos de Instituição é maior que dos Ritos de Passagem, em aspecto simbólico, pois além

[...] de separar aqueles que já passaram por ele daqueles que ainda não o fizeram e, assim, instituir uma diferença duradoura entre os que foram e os que não foram afetados. Eis porque em lugar da expressão ritos de passagem talvez fosse mais apropriado dizer ritos de consagração, ritos de legitimação, ou simplesmente, ritos de instituição⁸⁴³.

De acordo com a fundamentação teórica de BOURDIEU (1997) em *A Economia das Trocas Simbólicas* o conceito de Ritos de Instituição fala da investidura de status com representações munidas de eficácia simbólica. Para o autor, é necessário para que ocorra a instituição de um significado um rito promovido por uma instituição autorizada simbolicamente, investida de autoridade e que possa construir uma (re)significação de um dado sujeito⁸⁴⁴.

BOURDIEU (1997) afirma que as representações simbólicas constituem uma espécie de capital social⁸⁴⁵. A partir desse argumento, compreendemos que o ato diplomar o jornalista seria a transmissão de um conjunto de recursos simbólicos, pois quando o jornalista recebe o título significa que ele toma posse de um universo simbólico do qual começa a fazer parte⁸⁴⁶.

consagração, ordenação, iniciação, coroação etc. Entretanto, chama-se diplomação e se vincula ao paradigma proposto por ANDI de pedagogia social (comentado anteriormente na seção 3.4.3: prêmio *Jornalista Amigo da Criança*). Entendemos que nesse rito exista a investidura do jornalista com um status social.

⁸⁴²BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1997. p. 97

⁸⁴³BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas lingüísticas: O que falar quer dizer*. São Paulo: EDUSP, 1996, p. 92

⁸⁴⁴Ibidem.

⁸⁴⁵Ibidem.

⁸⁴⁶Depois da diplomação, o *Jornalista Amigo da Criança* é inserido em uma rede de relações institucionalizadas na qual estão outros agentes que compartilham desse status, ou seja, já são

BOURDIEU (1997) afirma que o trabalho da imprensa e as produções simbólicas devem suas propriedades mais específicas às condições sociais de produção, situando a posição do produtor do campo desta produção, bem como do próprio consumidor⁸⁴⁷. Para o autor, os bens simbólicos são produzidos, reproduzidos e comercializados numa relação de mercado onde produtos e consumidores estão sujeitos ao estabelecimento de preços à obtenção de lucro⁸⁴⁸.

BOURDIEU (1997) afirma que as relações entre os discursos e o mercado envolvem tensões constitutivas determinadas pelas posições dos sujeitos, pelo capital simbólico que cada um carrega, pela situação oficial ou não em que estas relações são estabelecidas e pelos habitus que ambos carregam consigo⁸⁴⁹. Segundo o autor, tudo isso produz as relações de força que vão garantir a eficácia ou não dos discursos e formas simbólicas⁸⁵⁰.

Consideramos que o convite feito pela ANDI ao jornalista para engajar-se no projeto *Jornalista Amigo da Criança* pode ser entendido como um “chamamento oficial”⁸⁵¹, do qual trata BOURDIEU (1997).

BOURDIEU (1997) declara que os chamamentos são convocações para ritos ou processos de investidura simbólica⁸⁵². Neles, o sujeito é dotado de um status social, investido de um modo simbólico que impregna sua identidade na comunidade⁸⁵³.

BOURDIEU (1997) afirma que o indivíduo investido no Rito de Instituição recebe o status, acredita nele e introjeta o mecanismo de poder simbólico. Tal fenômeno figura como “magia performativa”⁸⁵⁴ ⁸⁵⁵. Para o autor, os Ritos de Instituição consagram a diferença e a naturalizam no meio social⁸⁵⁶.

institucionalizados. Na comunidade de diplomados, os sujeitos se reconhecem como pares ou como vinculados à dada instituição. No caso, a ANDI.

⁸⁴⁷(BOURDIEU, 1997, p. 133)

⁸⁴⁸Quando as formas simbólicas colocadas em jogo conseguem obter a eficácia desejada.

⁸⁴⁹(BOURDIEU, 1997, p. 67)

⁸⁵⁰Dessa forma, qualquer tipo de discurso, idéia ou representação projetada pela imprensa no mercado será aceita, produzirá sentido ou algum tipo de efeito se houver neste mercado algumas condições de aceitabilidade, de admissão.

⁸⁵¹(BOURDIEU, 1997, p. 66)

⁸⁵²O efeito é o de adesão profissional, e a admissão do jornalista pela ANDI, além do reconhecimento introjetado pelo jornalista com o bônus de ser distinto no campo jornalístico.

⁸⁵³(BOURDIEU, 1997, p. 66)

⁸⁵⁴(BOURDIEU, 1997, p. 68)

⁸⁵⁵Podemos dizer que o contexto de diplomação do *Jornalista Amigo da Criança* seja um momento de encontro entre o rito (solenidade de entrega do título) e o mito (magia performativa de BOURDIEU). E que ser *Jornalista Amigo da Criança* também tem uma dimensão no Habitus. A rede de diplomados é distinta dos demais jornalistas.

⁸⁵⁶Op. Cit.

Nesse aspecto, entendemos que a investidura simbólica torna a distinção do Jornalista Amigo da Criança conhecida e reconhecida no campo da ANDI e no campo jornalístico. Ressaltamos, a partir do postulado de BOURDIEU (1997), que o jornalista não pode investir a si mesmo com a mesma eficácia simbólica, ou seja, ele se autodeclarar Jornalista Amigo da Criança sem o condão de consagração ritualizado pela ANDI na diplomação⁸⁵⁷.

BOURDIEU (1997) afirma que a crença nos valores da instituição faz com que os indivíduos assumam “a essência social que lhes é atribuída através de nomes, títulos, diplomas, postos, honrarias e coisas similares”^{858 859}.

Consideramos que o rito da diplomação constrói uma mitologia simbólica que dá distinção à rede de Jornalista Amigo da Criança. Ao receber o título, o jornalista entra na arena do poder, do poder simbólico sobre o que é ser socialmente responsável pela criança e pelo adolescente, dentro das atribuições de cunho jornalístico do profissional.

Por fim, trabalhamos a diplomação ritualizada por ANDI em analogia à diplomação escolar. PAVAN (1996) faz uma distinção, no ambiente escolar, entre alunos diplomados e não-diplomados no meio social⁸⁶⁰. Para a autora,

O fato de instituir socialmente um indivíduo faz transparecer a constituição de uma diferença pré-existente e sanciona um estado de coisas e uma ordem estabelecida que passa despercebida aos olhos de todos.

No meu entender, partindo da premissa acima, a escola, ao conferir um diploma, consagra ou sanciona ao indivíduo a condição de “saber mais” (em relação àquele que não sabe que não conseguiu abraçar o saber, ou que, por alguma razão, evadiu-se do sistema escolar) e, com isso, faz-se existir uma diferença conhecida e reconhecida pelo agente investido e pelos outros.

Em consequência disso, pode-se entender porque as pessoas estendem e intensificam a crença no valor dos títulos sociais, especificamente o título escolar⁸⁶¹.

Pode parecer bobo esse tipo de analogia do fenômeno escolar estudado por PAVAN (1996) e o da diplomação da ANDI em relação ao Jornalista Amigo da Criança. Entretanto, ressaltamos que a própria ANDI denomina sua atividade fazendo

⁸⁵⁷É comum jornalistas ligarem no escritório da ANDI se oferecendo para indicação do prêmio. Para que ocorra a eficácia simbólica, a autoridade simbólica é imprescindível, pois é necessário o reconhecimento do outro e dos pares.

⁸⁵⁸(BOURDIEU, 1997, p.10)

⁸⁵⁹Ao aplicarmos esse argumento ao universo da presente pesquisa, podemos dizer que, no caso do Jornalista Amigo da Criança, os diplomados se identificam com a identidade produzida simbolicamente com o Rito de Instituição.

⁸⁶⁰Como já citado, a autora utiliza o arcabouço teórico de VAN GENNEP (1978) e BOURDIEU (1997) como base de sua pesquisa.

⁸⁶¹(PAVAN, 1996, p. 40)

referência ao universo escolar ao utilizar o termo pedagogia social⁸⁶² para qualificar seu tipo de atuação.

O profissional que é Jornalista Amigo da Criança pode ser reconhecido no campo jornalístico como alguém que obteve o reconhecimento profissional, ao menos na pauta social, no tocante à criança e ao adolescente. Pode ser considerado um indivíduo que tenha uma distinção na dimensão do saber, do fazer e do ser. O efeito maior do Rito de Instituição operado no ato de diplomar está no fato de chamar o jornalista para a “transparecer a constituição de uma diferença pré-existente”⁸⁶³, conforme citação de PAVAN (1996). O que nos leva crer que uma faculdade, uma orientação do jornalista não reconhecida no meio jornalístico, nas palavras de PAVAN (1996), “que passa despercebida aos olhos de todos”⁸⁶⁴, seja percebida e reconhecida pela ANDI com a diplomação e posterior engajamento no projeto Jornalista Amigo da Criança.

⁸⁶²Fonte: www.andi.org.br . Acessado em 11-12-2007.

⁸⁶³Op. Cit.

⁸⁶⁴Op. Cit.

■ Ambiente de Trabalho

1

4 - Newsmaking

A presente pesquisa recorreu aos estudos de Sociologia quando abordou o tema da profissão e identidade. Entretanto, a dissertação aborda o fenômeno com outro aparato teórico, do campo da Comunicação Social. O referencial é o da Teoria da Notícia, relativa aos estudos de Newsmaking⁸⁶⁵.

O Newsmaking é do ramo da Sociologia dos Emissores, como propõe WOLF (2003)⁸⁶⁶. Estas serão as lentes pelas quais enxergaremos o jornalista no cotidiano profissional onde o Jornalista Amigo da Criança defende e promove a pauta da infância e da adolescência.

Como abordagem sociológica, o Newsmaking insere-se no campo da Sociologia do Conhecimento no tema da construção da realidade, a qual estabelece uma tensão entre fato (acontecimento) e fato jornalístico (notícia). A Teoria explora a realidade que os meios de comunicação reportam à sociedade, as exigências cotidianas no processo de produção da notícia, além da influência dos relatos jornalísticos sobre a imagem que o leitor faz do mundo.

No Newsmaking há também a influência da Sociologia das Profissões em dois aspectos: o primeiro é o de que as normas profissionais superariam as distorções subjetivas do indivíduo; e o segundo é voltado para a análise da lógica dos processos de produção da notícia e o tipo de organização do trabalho no jornalismo. Para HOHLFELDT (2001), o Newsmaking está mais para uma Teoria do Jornalismo do que propriamente da Comunicação⁸⁶⁷.

⁸⁶⁵Os autores americanos chamam de Newsmaking; os europeus, de Teoria Organizacional. Segundo MOREIRA (2006, p.14-15), as pesquisas em comunicação sistematizam as teorias em três formas: quanto ao objeto jornalístico escolhido, quanto à metodologia utilizada e quanto à escola de pensamento dos autores. TRAQUINA (2004) organiza a pesquisa em jornalismo, ao longo do século XX, nas seguintes teorias: Teoria do Espelho, Teoria da Ação Pessoal (ou do Gatekeeper), Teoria Organizacional, Teoria de Ação Política e Teoria Construcionista (que inclui as Teorias Estruturalista e Interacionista). SOUSA (2002) sistematiza os diversos estudos de acordo com os níveis de influência sobre as notícias. Elas seriam resultado da Ação Individual, Ação Social, Ação Ideológica, Ação Cultural, Ação do meio físico e Tecnológico e Ação Histórica. Já WOLF (1999) reuniu e comentou trabalhos da Sociologia da produção de notícias (sociologia dos emissores ou Newsmaking). WOLF não inclui os textos da primeira metade do século XX e também não se detém unicamente no jornalismo, como fazem TRAQUINA e SOUSA.

Neste trabalho, utilizaremos as terminologias de classificação de WOLF (2003) predominantemente, a exceção de algumas falas de TRAQUINA (2004), SOUSA (2002) e HOHLFELDT (2001) que podem usar outras designações.

⁸⁶⁶WOLF, Mauro. Teorias das Comunicações de Massa. São Paulo: MARTINS Fontes, 2003.

⁸⁶⁷HOHLFELDT; L. Martino; V. França (orgs). Teorias da Comunicação. Vozes. Petrópolis, 2001. p. 203

4.1 – Contornos da fábrica de notícias

As notícias reportam realidades. Nem todos os acontecimentos da realidade são relatados no noticiário. No campo do Jornalismo existem critérios de avaliação dos fatos da vida cotidiana que possam ser de interesse público e reportados à sociedade⁸⁶⁸.

Os estudos de Newsmaking chamam o processo cotidiano de se fazer notícia como rotina produtiva. A estruturação do espaço de produção noticiosa é feita em três níveis, segundo HALL (1993):

- a) a organização burocrática das empresas (as rotinas produtivas);
- b) os valores-notícia socialmente construídos (por exemplo: eventos singulares, inesperados, extraordinários ou trágicos; que tenham conseqüências - negativas - para uma população; a sua possibilidade de personalização e dramatização; o envolvimento de “pessoas da elite” etc);
- c) a construção da notícia como um processo de inserção e identificação das ocorrências dentro de um contexto social significativamente compreensível (um acontecimento só faz sentido se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais)⁸⁶⁹.

Apesar de trabalhar na linha de produção da notícia, o jornalista não é apenas um operário. Uma máquina não faria o seu trabalho. HALL (1993) não aceita a definição de notícia como uma construção. Para o autor,

E quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas (...)⁸⁷⁰.

A notícia é construída a partir de sua percepção como fato jornalístico, pela aplicação de técnicas profissionais e pela narração dos fatos de acordo com os gêneros textuais do jornalismo. Há o elemento subjetivo na produção da notícia no tocante ao jornalista.

SOLOSKI (1993) classifica as atribuições necessárias para ser um jornalista profissional. Todas se relacionam com a informação, na perspectiva de se fazer notícia. Segundo ao autor, é ao necessário profissional:

⁸⁶⁸A notícia faz parte de uma construção social da realidade. Trata-se de um bem capital, fabricável. Existe um mercado noticioso que produz notícias e as comercializada. O jornalista é o principal responsável pela produção da notícia. Se a empresa jornalística pode ser comparada a uma Fábrica de Notícias, com linha de montagem de produção de notícias (Newsmaking), o jornalista seria o operário desse negócio.

⁸⁶⁹HALL et al, Stuart. A produção social das notícias: O mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.) Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”. Lisboa: Vega, 1993, p. 224-226.

⁸⁷⁰Ibidem.

- 1) ter um saber de reconhecimento, isto é, possuir a capacidade de reconhecer o que é notícia;
- 2) ter um saber de procedimento, ou seja, saber recolher informações; e
- 3) ter um saber de narração, isto é, ser capaz de contar a história⁸⁷¹.

O referencial da presente pesquisa é o da produção da notícia na perspectiva construcionista ou construtivista, ou seja, entendemos que o jornalista tem influência sobre a representação da realidade. O processo produtivo é concebido por modelos distintos: norte-americano, europeu e até mesmo latino-americano⁸⁷².

FRANCISCATO (1998) resgata as concepções acerca da perspectiva construtivista da notícia:

Historicamente, tem ocorrido também uma profunda transformação na forma de definir e produzir notícias. No século passado, a ideologia positivista estimulou a criação de um modelo de jornalismo informativo baseado na separação entre ‘fatos’ e ‘opiniões’, na definição do papel do jornalista como observador neutro (TRAQUINA, 1993) e na constituição de uma ideologia da objetividade e a elaboração de regras e procedimentos adequados para a sua busca (SCHUDSON, 1978).

Tal modelo evoluiu para a formulação do que se convencionou chamar de Teoria do Espelho, que percebe o jornalista agindo como um espectador encarregado de produzir um retrato fiel da realidade. Neste caso, a notícia seria uma reprodução da estrutura social vigente, na medida em que os jornalistas, como participantes desta sociedade, produziriam notícias conforme critérios considerados socialmente relevantes ou interessantes. A notícia apresentaria um espelho de seus assuntos e interesses⁸⁷³.

Optamos por uma abordagem interpretativa da notícia que se opõe à idéia de espelho da realidade, “posto que no processo de descrever um evento a notícia define e dá forma a esse evento”⁸⁷⁴, conforme define TUCHMAN (1983).

Entendemos a notícia como representação da realidade, sendo o relato jornalístico um “fenômeno social compartilhado”⁸⁷⁵, ou seja, em construção. Desta forma, considera-se o jornalista um ser social e não uma peça no ambiente da redação (mero operário transmissor de dados).

FRANCISCATO (1998) avalia a perspectiva construcionista aplicada ao fenômeno de produção da notícia da seguinte forma:

⁸⁷¹SOLOSKI, John (1993). O jornalismo e o profissionalismo: Alguns constrangimentos ao trabalho jornalístico. In N. TRAQUINA (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.

⁸⁷²Os grandes modelos de jornalismo são americanos e europeus, mas com a aplicação destes no Brasil e, também pela experimentação prática e estudo acadêmico, considera-se que exista um modelo intermediário de jornalismo que seja latino-americano, pois nem todos os preceitos do jornalismo estrangeiros são aplicáveis na realidade profissional do país. Um exemplo clássico é o fato do jornalista poder trabalhar em assessorias de imprensa, no Brasil, sem prejuízo a sua identidade profissional e acessibilidade a cargos e empregos na grande mídia.

⁸⁷³(FRANCISCATO, 1998, p. 38)

⁸⁷⁴(TUCHMAN, 1983, p. 197-198)

⁸⁷⁵Ibidem.

Tomado em seu extremo, essa perspectiva construcionista da notícia poderia levar à idéia de que o sentido de um acontecimento jornalístico estaria sempre dependente da definição momentânea e circunstancial de um quadro de significação para possibilitar a sua completa leitura, estando a própria notícia a participar dessa construção. Essa hipótese secundarizaria o fato de que o repertório cultural de uma sociedade é gradativa e solidamente construído em uma multiplicidade de anteriores processos e construções sociais, o qual fornece chaves interpretativas e princípios para a ação social. A construção da notícia se processa a partir de noções comuns já incorporadas e partilhadas entre repórteres, fontes de informação e público. O trabalho do jornalista será entrar em interação com outros atores para, num processo coletivo, colher, questionar e reelaborar informações e impressões com uma rede de atores sociais para construir um relato jornalístico. O produto noticioso terá sempre essa convergência entre princípios e valores internalizados pelo jornalista e princípios presentes no ambiente social em que esta produção é construída⁸⁷⁶.

Consideramos que na organização jornalística cada jornalista tem uma característica pessoal que o distingue dos demais colegas de trabalho. E que no processo de produção da notícia há a relação da cultura profissional com a organizacional.

TRAQUINA (2004) afirma que “as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística”⁸⁷⁷.

Na presente pesquisa, identificamos como os principais fatores que influenciam o contexto de interpretação e o ambiente de construção da notícia são: os elementos externos à divisão do trabalho (formação profissional do jornalista, características sócio-culturais a que estão submetidos); os elementos internos à divisão do trabalho (fatores organizacionais, burocráticos ligados à estruturação dos processos produtivos, rotinas produtivas); a seleção (as referências implícitas ao grupo de colegas e ao sistema das fontes que predominem sobre as referências implícitas ao próprio público); fonte de expectativas, orientações e valores profissionais vinda do público ou do grupo de referência constituído pelos colegas ou pelos superiores; a linha editorial e política dos veículos de comunicação; e a adesão do jornalista a ideais sociais e/ou profissionais, além dos valores no nível pragmático da organização.

A ação do jornalista e sua percepção de mundo estão ligadas ao Habitus profissional⁸⁷⁸. BOURDIEU (1997) afirma que “os jornalistas têm óculos especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado”⁸⁷⁹.

⁸⁷⁶(FRANCISCATO, 1998, p. 39)

⁸⁷⁷TRAQUINA, Nelson (Org.). Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis. Insular. 2004. p. 157-158

⁸⁷⁸A produção da notícia está condicionada à bagagem cultural do jornalista, sua capacidade profissional, além dos valores organizacionais dos quais comunga.

⁸⁷⁹BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. p. 53

M. OLIVEIRA (2005) identifica certa resistência no campo jornalístico em admitir as notícias como fruto de uma construção. Para a autora, conceber a notícia como uma narrativa torna a atividade jornalística significativamente mais complexa, já que representa admitir que o processo de construção de um acontecimento pode ter inúmeras abordagens e produzir efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização)⁸⁸⁰.

A valoração e a hierarquização dos fatos no noticiário dependem de escolhas dos jornalistas⁸⁸¹. Analisaremos a Teoria do Gatekeeper e sua dimensão de ação pessoal.

O Gatekeeper é o selecionador e faz a filtragem do conteúdo noticioso.

4.2 - Gatekeeper

O termo Gatekeeper significa filtro, porteiro. Foi criado pelo psicólogo social LEWIN (1947). Para o autor, ao se observar os comportamentos expostos num determinado canal a um tema específico, é possível notar que existem zonas que funcionam como cancelas. As zonas filtro são controladas por sistemas objetivos de regras ou pelos Gatekeepers, no caso, a pessoa ou grupo de pessoas que decidem se deixam ou não passar a informação. O estudo de LEWIN (1947) tinha como tema a modificação de hábitos alimentares. Ainda não tinha aplicação direta ao campo do Jornalismo.

O conceito de Gatekeeper foi aplicado ao campo do Jornalismo a partir da pesquisa de WHITE (1950). O estudo é considerado a primeira produção acadêmica sobre o Jornalismo.

O WHITE tinha como personagem o que ele chama de Mr. Gatekeeper, um editor telegráfico, com 25 anos de profissão, que trabalhava num jornal de uma cidade americana do interior. O trabalho na organização consistia em selecionar despachos de agências telegráficas que seriam publicados no noticiário. O autor concluiu que a comunicação de notícias é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do Gatekeeper⁸⁸². Para o autor,

⁸⁸⁰(OLIVEIRA, 2005, p. 65)

⁸⁸¹Os jornalistas fazem escolhas subjetivas frente a preceitos hierarquizados de valoração do que é notícia. Veremos este assunto mais adiante na seção 4.3 (critérios de noticiabilidade) e 4.4 (valores-notícia).

⁸⁸²WHITE, David Manning. O gatekeeper. Uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org). Jornalismo: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Veja. 1993. p. 145

É um fato bem conhecido da psicologia individual que as pessoas tendem a ter como verdade somente aqueles happenings que se adaptam às suas próprias convicções relativamente ao que é provável acontecer. Começa a dar a sensação (partindo do princípio de que o Mr. Gatekeeper é representativo da sua classe) que, na sua posição de Gatekeeper, o editor do jornal providencia (apesar de poder nunca estar consciente desse fato) para que a comunidade ouça como fato somente aqueles acontecimentos que o jornalista, como o representante da sua cultura, acredita serem verdade⁸⁸³.

A classificação de Gatekeeper, vinda da Psicologia, e aplicada ao Jornalismo possibilitou precisar as instâncias de decisão nas organizações jornalísticas.

O Gatekeeper também recebe o nome de Teoria da Ação Pessoal por dar ênfase aos juízos de valor do editor na seleção da notícia. Contudo, a crítica à Teoria é baseada exatamente neste aspecto: o pessoal.

O Gatekeeper enfatiza a dimensão pessoal das escolhas do editor e ignora a estrutura da organização na qual se dá a escolha e a socialização do indivíduo. Em vista disso, o estudo de WHITE (1950) foi posteriormente ampliado pelo sociólogo BREED (1955) com a publicação de Controle Social da redação: uma análise funcional, em uma revista científica americana chamada Social Force.

A análise de BREED (1955) vinculou o papel de Gatekeeper à produção da notícia e à estruturação do trabalho na organização na qual está inserido. O autor sublinhou o peso dos constrangimentos organizacionais no trabalho e a importância do fator econômico no jornalismo, visto como um negócio. O Newsmaking, ou Teoria Organizacional, foi sistematizada a partir desse marco. Em suma, a Teoria do Gatekeeper vincula a perspectiva dos emissores aos processos produtivos

Para LOPES (2004), os estudos sobre os Gatekeepers associavam o conteúdo dos jornais ao trabalho de seleção das notícias, executadas pelos editores ou instituições⁸⁸⁴. Havia a idéia da construção da notícia baseada apenas na questão de poder, definida pelo porteiro ou editor. Tal pensamento implicava na seguinte concepção: as notícias são o que são por causa da atuação de pessoas localizadas estrategicamente nos postos de poder do jornalismo, as zonas filtro⁸⁸⁵.

O caráter individual do Gatekeeper foi superado. Entretanto, a teoria contribui com a idéia de seleção para os estudos de Noticiabilidade.

⁸⁸³(WHITE, 1993, p. 151)

⁸⁸⁴LOPES, Paulo. Negociando sentidos, articulando lugares - modelo semiológico-discursivo nas Teorias da Comunicação e do Jornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação), UFRJ. 2004. p. 128

⁸⁸⁵Ibidem.

4.3 - Critérios de Noticiabilidade⁸⁸⁶

WOLF (2003) classificou a Noticiabilidade como um conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias⁸⁸⁷.

Os critérios de Noticiabilidade servem para distinguir fatos cotidianos dos jornalísticos. O ranqueamento dos fatos da realidade a partir de linhas-guia permite a transformação do acontecimento, matéria-prima da notícia, em produto noticioso.

VIZEU (1997) declara que

Na produção de notícias, temos, por um lado, a cultura profissional; e, por outro, as restrições ligadas à organização do trabalho sobre as quais são criadas convenções profissionais que definem a notícia e legitimam o processo produtivo, desde a captação do acontecimento, passando pela produção, edição até a apresentação. Resultado: estabelece-se assim um conjunto de critérios de relevância que definem a Noticiabilidade de cada acontecimento. Ou seja, a sua capacidade para ser transformado em notícia. Em outras palavras, a Noticiabilidade está diretamente relacionada com os processos de rotinização e standardização das práticas produtivas. Logo, trata-se de introduzir práticas produtivas estáveis, numa "matéria-prima" (os fatos que acontecem no mundo), que é por natureza muito variável e difícil de se prever⁸⁸⁸.

A Noticiabilidade é o conjunto de critérios práticos relativos ao conhecimento profissional do jornalista para identificar fatos jornalísticos. Já os valores-notícia representam apenas um dos grupos de critérios que compõem a Noticiabilidade e estão profundamente enraizados na cultura jornalística. Para WOLF, “os valores-notícia são componentes da Noticiabilidade”⁸⁸⁹.

Ressaltamos que há uma sutil diferença em se valorar os fatos a partir dos critérios de Noticiabilidade e dos valores-notícia. MOREIRA (2006) esclarece que

Em geral, os autores que trabalham com critérios de Noticiabilidade tendem a uma visão mais objetiva do processo produtivo da notícia, como se fosse possível uma nítida separação entre fato e jornalista. O jornalista, distanciado do fato, observa-o e o recolhe da realidade, retratando-o através do texto. Logo, o relato jornalístico seria um espelho da realidade.

Já os autores que tratam a seleção de notícias a partir da noção de valor-notícia tendem a admitir o pertencimento mútuo entre jornalista e fato, tratando o relato como um texto que poderá vir a ser até mesmo bastante ficcional, uma verdadeira

⁸⁸⁶Na bibliografia, alguns autores utilizam a denominação “Noticiabilidade” e outros “Critérios de Noticiabilidade”.

⁸⁸⁷(WOLF, 2003, p.196)

⁸⁸⁸VIZEU, Alfredo. As rotinas produtivas dos editores de texto do RJTV1: construindo a notícia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), PUCRS. 1997 p. 102

⁸⁸⁹(WOLF, 2003, p. 202)

“estória”⁸⁹⁰.

A mediação a que se propõe o jornalismo exige relevância dos fatos cobertos. A Noticiabilidade existe exatamente para isso. Os jornalistas fazem a valoração dos acontecimentos que podem ou não virar notícia, além das informações coletadas que farão parte do relato jornalístico. Nesse sentido, GUERRA (2003) destaca que a mediação entre os indivíduos e a realidade operada pela atividade jornalística é formada por dois aspectos, complementares entre si: a função e o uso da informação⁸⁹¹. Para o autor, a função seria o próprio processo de mediação. O uso da informação estaria associado diretamente à noção de relevância com a qual as organizações trabalham⁸⁹².

GUERRA (2003) declara que

O fundamental, porém, a se destacar no conceito de relevância para o processo de mediação jornalística, é que enquanto o conceito de verdade torna-se essencial para validar a mediação cognitiva entre a audiência e os fatos reais, a relevância é um conceito essencial para a constituição do vínculo que irá unir produtores e receptores numa mesma “sintonia” de comunicação referente a temas e discursos, sem a qual, inclusive, o processo de mediação não se sustentaria⁸⁹³.

A Noticiabilidade é influenciada por fatores econômicos, ideológicos e culturais. E é definida pelos proprietários dos veículos (definidores da política editorial), pelos jornalistas, pelas fontes (promotores de notícias) e pelo público. A justificativa de cada critério está nas características inerentes a cada tipo de acontecimento.

Em suma, a Noticiabilidade é o conjunto de critérios sobre a produção da notícia que controlam e administram os fatos que podem se tornar jornalísticos. Tal fato serve de base para a seleção de notícias, um processo posterior no qual o que já é considerado notícia passa por um tratamento de hierarquização dentro do noticiário⁸⁹⁴. Para TUCHMAN (1993), “a Noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas: que necessitam ser estáveis para lidar com natureza extremamente variável e impossível de prever”⁸⁹⁵.

⁸⁹⁰MOREIRA, Fabiane. Os Valores Notícia no jornalismo impresso - análise das características substantivas na Folha de São Paulo, Estadão e Globo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRGS. 2006. p. 14

⁸⁹¹GUERRA, Josenildo. O percurso interpretativo na produção da notícia. Tese (Doutorado em Comunicação), UFBA. 2003. p. 40

⁸⁹²Ibidem.

⁸⁹³(GUERRA, 2003, p. 109)

⁸⁹⁴A noticiabilidade diz o que é ou não notícia. Parte da premissa que nem todo fato é jornalístico. O valor-notícia hierarquiza o que se considera notícia.

⁸⁹⁵(TUCHMAN, 1993, p. 160)

4.4 - Valor-notícia

A atividade jornalística recorre a parâmetros de relevância para distinguir o que é notícia e para hierarquizar o noticiário. O valor-notícia se respalda na linha editorial da organização jornalística para valorar o que é ou não um fato jornalístico⁸⁹⁶.

Os valores-notícia funcionam como linhas-guia na representação do que deve ser enfatizado, omitido e prioritário na notícia. VIZEU (1997) tem um entendimento bem prático a esse respeito:

Os valores/notícia contribuem para tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico. São contextualizados no processo produtivo onde adquirem o seu significado, desempenham a sua função e se revestem daquela aparência que os torna elementos dados como certo. É o chamado "senso comum" das redações⁸⁹⁷.

MOREIRA (2006) critica a lógica de valoração do jornalismo, pois muitas vezes o interesse público não é levado em conta no noticiário. Para a autora, muitas vezes, o interesse do público é que influencia o valor-notícia, até porque o jornalismo não escreve só para a sociedade, mas para o público leitor⁸⁹⁸.

MOREIRA (2006) avalia que

O jornalismo atua tanto sobre os princípios do serviço público quanto sobre os interesses do negócio. Quando valoriza as notícias de importância social, está atuando como serviço público, oferecendo aquilo que o leitor precisa saber. Já as notícias com grande dose de "interesse" têm a função de satisfazer a curiosidade, preenchendo a necessidade de "diversão" do público. Nesse caso, o jornalismo valoriza aquilo que o público está ávido em saber, mas não o que é útil ou importante para a sua vida em sociedade. É nesse espaço que pode atuar o aspecto do negócio, procurando atender ao "interesse do público" em vez do "interesse público".

O que vemos na capa de um jornal, por exemplo, podem ser tanto os valores que os jornalistas realmente enxergaram nos fatos como aqueles que os fatos não têm, mas que os profissionais desejariam que tivessem e que, no texto, acabarão presentes, através do realce ou omissão de certos aspectos dos acontecimentos.

Essa relação entre o jornalista-observador e o fato observado influi na concepção de valor-notícia, pois o "valor" de que falamos está relacionado a um juízo subjetivo. Ao mesmo tempo, ele é tratado pela maioria dos autores como algo objetivo⁸⁹⁹.

WOLF (2003) considera que os valores-notícia derivam de admissões implícitas ou de considerações relativas aos seguintes fatores:

- caracteres substantivos das notícias, ao seu conteúdo (de um fato comum virar fato jornalístico);

⁸⁹⁶O valor-notícia estabelece o que é noticiável ou não, dentro de um determinado espaço de atuação do jornal e em relação ao público leitor. Operacionaliza o trabalho permitindo ao jornalista publicar as notícias de maior interesse público.

⁸⁹⁷(VIZEU, 1997, p. 104)

⁸⁹⁸(MOREIRA, 2006, p. 36)

⁸⁹⁹Ibidem.

- à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo (relativos aos processos de produção);
- ao público (como o jornalista vê o seu leitor); e
- à concorrência (relacionamento entre as instituições de um mercado noticioso)⁹⁰⁰.

WOLF (2003) considera que os valores-notícia, de critérios substantivos, apresentam-se como requisitos que aumentam o grau de Noticiabilidade de um fato:

- o grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável;
- o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; a quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou parcialmente) envolve;
- a relevância do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação⁹⁰¹.

De acordo com o quadro de WOLF (2003), podemos dizer que relatos de pessoas humildes, privacidade de famosos e feitos heróicos têm alta valoração no noticiário. O autor faz um detalhamento sobre os tipos de critérios.

A partir da concepção de WOLF (2003), os critérios relativos ao produto tratam do investimento na cobertura do fato e o retorno em notícia e em tiragem do jornal. Custos com locomoção, diárias, alimentação, credenciais, dentre outros⁹⁰². Já os critérios relativos ao Meio de Comunicação (uma pauta que não tem imagem não tem valor para a TV, mas pode ser interessante para o impresso), ao Público (notícias de serviço, como semana de vacinação, oferta de empregos na cidade) e à Concorrência (se é furo jornalístico, ou seja, se a organização dá a notícia em primeira mão)⁹⁰³.

Os valores-notícia podem perpassar todo o processo de produção. E são influentes em dois eixos: o primeiro é da natureza da informação noticiosa, levando em conta a proeminência de quem se fala na notícia, o impacto desse relato, o interesse do público por tal tema, se tem desdobramentos e repercussão; o segundo é relativo aos critérios organizacionais de disponibilidade da informação, checagem com fontes, viabilidade da composição (fotos, infografias, apuração por telefone, presencial) e publicação/transmissão.

FRANCISCATO (1998) afirma que os valores-notícia permitem uma rotinização da produção do noticiário, ao definir princípios funcionais de tipificação,

⁹⁰⁰(WOLF, 2003, p. 207)

⁹⁰¹(WOLF, 2003, p. 208-214)

⁹⁰²(WOLF, 2003, p. 215-218)

⁹⁰³(WOLF, 2003, p. 219-228)

classificação e hierarquização dos acontecimentos⁹⁰⁴. Para o autor, tal fato consiste em um aparato organizacional que limita a subjetividade no relato dos fatos⁹⁰⁵.

Na concepção de TUCHMAN (1983), o valor-notícia consiste no esforço operacional no sentido de checar o que é de interesse público frente à oferta de fatos noticiáveis⁹⁰⁶, tendo como principal efeito a redução da realidade a uma representação, matéria-prima do processo produtivo. Segundo a autora,

Transformar os eventos idiossincrásicos do mundo cotidiano em matérias-primas que podem ser submetidas a um processamento de rotina e a sua disseminação. As tipificações impõem ordem sobre a matéria-prima das notícias e, desta maneira, reduzem a variabilidade (idiossincrasia) da superabundância de eventos⁹⁰⁷.

Embora a presença da subjetividade na valoração da notícia seja mais visível no noticiário informativo, ela não deixa de ocorrer também nas reportagens. Daí a importância do papel individual do jornalista, a quem cabe discernir as pressões que concorrem na produção das notícias e decidir de que forma vai cumprir sua tarefa de relatar os fatos.

MOREIRA (2006) conclui que

Os valores-notícia não são naturais, mas fruto da cultura jornalística e de uma intenção prévia, e esta pode originar-se em um nível pessoal, organizacional, social, econômico etc. Tanto os sujeitos como as rotinas e também certos segmentos sociais, por exemplo, são agentes de valoração e construção das notícias. Em determinadas ocasiões, o que chamamos de “fatos jornalísticos” podem nos dizer pouquíssimo sobre a sociedade em que vivemos⁹⁰⁸.

Por vezes, as condições organizacionais não permitem que dada pauta seja coberta. Há as variáveis do custo, deslocamento dentre os aspectos que já estudamos relativos ao produto e substantivos da própria notícia. Entretanto, no cotidiano profissional ocorre das próprias fontes procurarem o jornalista e a equipe da redação levando material para facilitar a apuração do tema⁹⁰⁹.

⁹⁰⁴FRANCISCATO, Carlos. A construção da notícia política nos jornais de Sergipe - uma análise dos constrangimentos e influências na produção jornalística. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFS. 1998. p. 37

⁹⁰⁵Ibidem.

⁹⁰⁶TUCHMAN, Gaye. La producción de la noticia - Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983. p. 71

⁹⁰⁷Ibidem.

⁹⁰⁸(MOREIRA, 2006, p. 40)

⁹⁰⁹Chamamos a atenção para o fato do valor-notícia ser um alvo do Jornalista Amigo da Criança quando ele pratica Advocacy da pauta da infância e da adolescência. A construção da notícia é compartilhada. O profissional participa de reuniões de pauta com a equipe da redação e sugere temas a serem cobertos. Os temas com mais capacidade de serem cobertos (infra-estrutura, alto grau de interesse público, grande valor-notícia) costumam ser apurados e noticiados.

4.5 – As Fontes

O encontro entre jornalistas e fontes pode ser conflituoso ou cooperativo. O interesse comum é o de colocar temas na agenda pública. Entretanto, as fontes têm estratégias específicas para alcançar espaço no noticiário. Os promotores da notícia e os definidores primários são classificações utilizadas na Teoria do Jornalismo.

Analisaremos alguns aspectos das fontes que revelam nuances do processo produtivo.

4.5.1 - Promotores da notícia

MOLOTCH e LESTER (1993) formularam uma classificação para agentes do processo de produção da notícia: os promotores de notícia (news promoters); os jornalistas (news assemblers); e os consumidores da notícia (news consumers)^{910 911}.

MOLOTCH e LESTER (1993) afirmam que o processo produtivo da notícia nasce da relação entre fontes e jornalistas⁹¹². A partir da concepção dos autores, entendemos que os promotores da notícia preparam material noticioso para os jornalistas em vista dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia com os quais o jornalista transforma fatos em notícia e posiciona a informação no noticiário⁹¹³.

A classificação de MOLOTCH e LESTER (1993) é tributária dos estudos de agendamento⁹¹⁴. As agendas política, econômica, social, dentre outras, atuam com promotores da notícia para que integrem a agenda pública⁹¹⁵.

⁹¹⁰MOLOTCH, H. e LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos: In TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993. p. 34-51.

⁹¹¹As fontes são consideradas os promotores da notícia.

⁹¹²Ibidem.

⁹¹³Frequentemente, as fontes sabem que os jornalistas não dispõem de tempo para apuração e trabalham em prol disso. Os jornalistas buscam informações de qualidade que possam ser apuradas de modo rápido, em vista do tempo cronometrado para fechamento de edições, além da suspeita de perda da notícia em primeira mão para a concorrência. As fontes tentam transformar, por interesse corporativo, um fato em acontecimento público. Ao passo que, impedem que fatos que não sejam do interesse institucional não cheguem ao jornalista. Os promotores da notícia têm influência sobre o processo produtivo, mas sua eficácia está sujeita ao trabalho do jornalista.

⁹¹⁴O Agendamento foi formulado por pelos americanos MCCOMBS e SHAW (1970). Tem como marcos iniciais os estudos de LIPPMANN (1922) e COHEN (1963).

⁹¹⁵“Os estudiosos da comunicação e jornalismo são quase unânimes em afirmar a necessidade de um melhor entendimento sobre o funcionamento da agenda dos meios de comunicação como o caminho para o desenvolvimento da teoria de Agenda-setting. Contribuições importantes das pesquisas de

Segundo MOLOTCH e LESTER (1993), os promotores da notícia produzem fatos jornalísticos do tipo “acontecimentos de rotina”⁹¹⁶, sendo que tais eventos têm “procedimento intencional”⁹¹⁷. Para os autores,

A maioria das notícias são “acontecimentos” de rotinas que os detentores dos poderes políticos e burocráticos promovem: as necessidades de acontecimentos de promotores de notícias (fontes políticas ou burocráticas) e dos jornalistas são complementares⁹¹⁸.

Consideramos, a partir da classificação de MOLOTCH e LESTER (1993), que a maioria dos promotores da notícia busca colocar temas corporativos na agenda pública. Trata-se de um trabalho especializado e estratégico de pautar a mídia.

4.5.2 - Definidores Primários

HALL et al. (1993) conceituaram as fontes como definidores primários (primary definers) e secundários (secondary definers) no processo de produção da notícia⁹¹⁹. Para os autores, as notícias não são criadas na organização jornalística. Dependem do fornecimento de informações de fontes institucionais regulares e credíveis⁹²⁰.

Essa classificação de HALL et al. é muito aplicada a fontes oficiais que não precisam procurar o jornalista para promover a notícia⁹²¹. Para os autores, o fluxo informativo é baseado na fonte e a considera como referencial em todo o processo produtivo⁹²².

HALL et al. (1993) analisam que

O importante da relação estrutural entre os media e os definidores primários institucionais é que permite aos definidores institucionais estabelecer a definição ou interpretação primária do tópico em questão. Então esta interpretação ‘comanda a ação’ em todo o tratamento subsequente e impõe os termos de referência que nortearão todas as futuras coberturas ou debates⁹²³.

Newsmaking e Gatekeepers auxiliam na construção de um estudo consistente sobre o tema.” FORMIGA, Fábio. A evolução da hipótese de agenda-setting. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2006. p. 53

⁹¹⁶(TRAQUINA, 1993, p. 34)

⁹¹⁷Ibidem.

⁹¹⁸(TRAQUINA, 1993, p. 109)

⁹¹⁹HALL et al. A produção das notícias: os ‘mugging’ nos media. In: TRAQUINA, Nelson.(org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa : Vega, 1993. p. 224-248

⁹²⁰Ibidem.

⁹²¹O que incorre num comportamento das fontes além do que propõem MOLOTCH e LESTER (1993).

⁹²²Ao contrário dos promotores da notícia, não há necessidade de convencer o jornalista da importância da informação.

⁹²³(TRAQUINA, 1993, p. 230)

Em suma, HALL et al. (1993) delegam aos jornalistas o papel secundário da classificação. A fonte primária é a primeira definidora da notícia e subordina o jornalista em todo o processo produtivo.

SCHLESINGER (1993) afirma que, embora a idéia dos jornalistas transmitirem a informação das fontes ao público sugira um processo linear, de fato o processo é “circular, complicado, posteriormente, por um grande número de efeitos circulares de retorno”⁹²⁴. O autor acrescenta que

As fontes, o jornalista e o público coexistem dentro de um sistema que se assemelha mais ao jogo da corda do que a um organismo funcional inter-relacionado. E que, no entanto, os jogos da corda são decididos pela força; e as notícias são, entre outras coisas, o exercício do poder sobre a interpretação da realidade⁹²⁵.

Avaliamos que seja comum que haja certa oposição entre a lógica das fontes classificadas como promotores da notícia e a dos definidores primários. Entretanto, há um estudo de caso de que propõe a coexistência das duas classificações em relação à pauta da infância e da adolescência.

BONFIM (2005) estudou o papel das fontes na construção da notícia o agendamento do tema trabalho infantil doméstico no jornalismo impresso brasileiro no ano de 2003. Concluiu que “é possível corroborar o poder que exercem os news promoters/ primary definers no agendamento e enquadramento de temas”⁹²⁶.

Óbvio que não podemos fazer generalizações a partir desse estudo de caso de BONFIM (2005), mas algumas considerações interessantes, nesse contexto das fontes, feitas pelo autor são:

O caso colocado em questão, o agendamento do tema Trabalho Infantil Doméstico na mídia em geral e no jornalismo impresso em particular, permite apontar a existência de uma amigável cooperação entre news promoters/primary definers e gatekeepers no

⁹²⁴“SCHLESINGER tratou da competitividade entre as fontes, no que se refere ao acesso aos meios jornalísticos. Nessa questão, elas desenvolvem estratégias que envolvem: a criação e manutenção de um ambiente capaz de garantir o sucesso da comunicação, cativando e sensibilizando os jornalistas; a seleção apropriada dos meios-alvo; e o fornecimento de mensagens que correspondam aos critérios de noticiabilidade e às técnicas profissionais de redação”. (SOUSA, Jorge Pedro. As notícias e os seus efeitos as “Teorias” do Jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. Universidade Fernando Pessoa. 1999). Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acessado em 05-05-2007.

⁹²⁵SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (org.) Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa. Veja. 1993. p. 177

⁹²⁶BONFIM, William. O papel das fontes na construção da notícia o agendamento do tema trabalho infantil doméstico no jornalismo impresso brasileiro, no ano de 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Unb. 2005. p.

processo de produção da notícia, com aqueles exercendo, em alguns casos, o poder de determinar o enfoque e o conteúdo das matérias, conforme seus interesses⁹²⁷.

Esse resultado verificado por BONFIM (2005) foi obtido com fontes altamente profissionalizadas do Terceiro Setor, no Brasil. Os esforços de promoção da notícia na busca de institucionalização como fonte regular e credível fez das ONGs analisadas definidoras primárias.

BONFIM (2005) conclui que

O trabalho de organizações do Terceiro Setor tem desenvolvido “nova” sensibilidade nos editores para escolha e seleção de pautas menos factuais e com maior relevância e horizonte social. O que revelaria uma redefinição dos valores-notícia, baseados não na efemeridade da informação, mas na relevância social de temas que apontam para a cidadania e para a idéia, ainda que vaga, a respeito de desenvolvimento social e humano, apontando ainda, prováveis soluções para os problemas levantados nas matérias.

O jornalismo, como campo social onde atuam diversos, e muitas vezes contraditórios, interesses, por sua vez, não sendo detentor do conhecimento especializado produzido pelas organizações do Terceiro Setor e vivendo sob a ditadura do fator tempo na produção da notícia, em alguns casos, acaba se tornando um refém do enquadramento feito pelas ONGs, que tanto influenciam na escolha da pauta, quanto no tratamento, enfoque e abordagem dos assuntos⁹²⁸.

Em vista do panorama sobre fontes, promoção da notícia, definidores primários, façamos o estudo das constituintes do processo de produção da notícia, da teoria de Newsmaking.

4.6 – Linha de montagem: o processo de produção da notícia

WOLF (2003) classifica em três partes a processo de produção da notícia: a coleta, a seleção e apresentação das notícias⁹²⁹. Cada instância tem implicações específicas sobre o formato final da notícia.

Analisaremos cada instância em seus aspectos mais significativos em relação à produção da notícia e a construção da própria notícia como representação da realidade.

4.6.1 - Rotinas produtivas⁹³⁰

⁹²⁷BONFIM, William. O papel das fontes na construção da notícia o agendamento do tema trabalho infantil doméstico no jornalismo impresso brasileiro, no ano de 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2005. p. 125

⁹²⁸(BONFIM, 2005, p. 124)

⁹²⁹(WOLF, 2003, p. 229)

A primeira fase do processo de produção da notícia é a Coleta dos Dados⁹³¹. O trabalho começa com a reunião de pauta do jornal. A equipe da redação se reúne e determina a cobertura do dia, hierarquizando eventos prioritários.

Com o fechamento da pauta, o repórter apura as informações por meio de fontes e pesquisa em documentos.

A relação entre jornalista e fonte se dá na esquematização da notícia mediante a oferta de informações e apuração do repórter. HOHFELDT (2001) afirma que nem sempre é o jornalista quem procura as fontes.

Antigamente, dizia-se que o jornalista saía à caça de informações e a figura do enviado especial e, sobretudo, do correspondente de guerra contribuía para uma certa visão mítica do jornalismo, aventureiro e audacioso. Hoje em dia, de modo geral, a informação chega à redação sem maior esforço do profissional que deve, sobretudo, distinguir e selecionar do conjunto aquele rol de informações a serem transformadas efetivamente em noticiário. Tecnologias como o telefone ajudaram muito a estas modificações. De modo geral, é por meio de um telefone, efetivamente, e de um telefone celular, hoje em dia, que o jornalista constrói sua matéria⁹³².

A fonte pode ser procurada pelo jornalista (fonte passiva)⁹³³ ou ir à procura dele (fonte ativa)⁹³⁴. Em ambas as orientações, o encontro entre fonte e jornalista se impõe como força motriz do processo de produção da notícia. Da troca e da busca de dados emanam as informações a serem utilizadas no relato noticioso^{935 936}.

⁹³⁰WOLF (2003) e HOHFELDT (2001) classificam as rotinas produtivas e etapas do processo produtivo com nomes diferentes, ainda que sejam a mesma coisa, como fenômeno. Quanto às três fases do processo produtivo da notícia, utilizaremos as denominações empregadas por WOLF (2003) por serem utilizadas pela maior parte dos estudos em comunicação. Contudo, faremos alguns comentários dessas categorias de WOLF (2003) a partir de algumas argumentações pertinentes de HOHFELDT (2001).

⁹³¹(WOLF, 2003, p. 229)

⁹³²(HOHFELDT, 2001, p. 215)

⁹³³Classificação citada por HOHFELDT (2001, p. 216). No fundo, trata-se de uma classificação diferente para promotores da notícia (MOLOTCH e LESTER, 1993) e definidores primários (HALL, 1993).

⁹³⁴Ibidem.

⁹³⁵Muitas vezes, a agenda de contatos do repórter é a mesma da ANDI. A organização oferece um Banco de Fontes aos jornalistas para facilitar a coleta de informações sobre a infância e a adolescência. O serviço trata de uma rede de especialistas que podem ser entrevistados (ONGs, médicos, advogados, parlamentares, pesquisadores). Já como agência de notícias especializada no tema da infância e da adolescência, a ANDI trabalha mais com pautas do que com notícias prontas. A organização oferece o Banco de Pautas ao jornalista. O serviço consiste em ofertar diversas publicações de apoio à cobertura (releases, tabelas, gráficos, artigos). Em suma, a classificação fonte passiva, procurada pelos jornalistas, se aplica à ANDI. Assim como, a de fonte ativa, a que procura o jornalista e promove a notícia. A organização se impõe como definidora primária da agenda dos temas da infância e da adolescência. E tem como objetivo oferecer material para publicação, além de estrutura operacional para que a coleta da informação seja facilitada: Banco de Pautas e Banco de Fontes.

⁹³⁶Já na classificação de WOLF (2003), as informações das fontes como oriundas da agenda de contatos do jornalista ou das agências de notícias (WOLF, 2003, p. 233). No nosso estudo, do Jornalista Amigo da Criança, há uma peculiaridade: a ANDI se impõe como fonte e como agência de notícia.

HOHLFELDT (2001) afirma que a questão do relacionamento da fonte, institucional ou individual, com o jornalista, tem sido “constantemente debatida, sobretudo no campo da ética profissional”⁹³⁷.

A agenda de um jornalista é extremamente valorizada, tanto que ela baliza a sua contratação por uma empresa de comunicação. Os veículos exigem que a agenda seja propriedade do veículo e não do profissional. O que acarreta a discussão que, segundo HOHLFELDT (2001)

O acesso à fonte determina a informação em off e a possibilidade de o profissional ou o órgão de comunicação antecipar informações com uma certa margem de segurança aos informantes e aos próprios profissionais e veículos. No entanto, esta prática tem sido questionada sob a perspectiva da ética jornalística, porque assim como o profissional desenvolve uma prática de informação em off, dependendo da confiabilidade que tenha da fonte, uma fonte poderá manipular o profissional, plantando determinada informação que lhe interesse, atrás do off. Além do mais, o jornalista fica dependente da fonte, de modo que passa a haver uma relatividade em toda a informação que venha a ser por ele divulgada, sendo difícil distinguir entre aquelas que interessam, de fato, ao receptor ou, ao contrário, ao jornalista ou ao público⁹³⁸.

A Apuração da Notícia⁹³⁹ constitui a segunda fase da produção de notícia. A pauta sugere contatos e desencadeia um processo de investigação por meio de entrevistas e pesquisa documental. As falas e as informações coletadas são checadas pelo repórter para serem coordenadas numa narração noticiosa. Esta instância do processo produtivo representa a transposição da seqüência de dados da realidade para o relato jornalístico, além da checagem da veracidade dos fatos.

Quando o relato está centrado no fato em si, sem contextualização sobre suas origens e conseqüências, há limitação da notícia no seu aspecto social. Trata-se de uma cobertura jornalística marcada pela factualidade que, muitas vezes, “contribui para descontextualizar ou para remover um acontecimento do contexto em que se verificou, para poder recontextualizá-lo dentro das dimensões do noticiário”⁹⁴⁰, segundo WOLF (2003)⁹⁴¹.

⁹³⁷(HOHLFELDT, 2001, p. 217)

⁹³⁸(HOHLFELDT, 2001, p. 215-216)

⁹³⁹(WOLF, 2003, p. 229)

⁹⁴⁰(WOLF, 2003, p. 231)

⁹⁴¹O esforço da ANDI em relação ao Jornalista Amigo da Criança está na promoção de uma cultura profissional de jornalistas que façam a representação da criança e do adolescente no noticiário de forma socialmente responsável. Nas notícias factuais, relativas a delitos, a ANDI (2001) identifica problema a “ausência do histórico, o ‘pré’ da causa – que ajuda a explicar os motivos da violência, e o ‘pós’ da solução. Raramente é cobrada a presença do Poder Público ou denunciada a ausência de políticas públicas. O fato violento é visto como descrição de delito, desfocado da conflitualidade que o engendrou” (ANDI. Balas Perdidas – um olhar sobre o comportamento da imprensa brasileira quando a criança e o adolescente estão na pauta da violência. 2001. p. 10)

Como última fase do processo de produtivo, temos a Divulgação da Informação. A interpretação e o relato do fato jornalístico estão subordinados ao repórter, dentro dos limites organizacionais de valoração da notícia e enquadramento na linha editorial. ADGHIRNI (1997) declara que

As notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal. Este assunto raramente é explicitado, visto que parte do modus operandi dos jornalistas é que as coisas acontecem “lá fora” e eles limitam-se simplesmente a relatá-las⁹⁴².

A fase de divulgação leva em conta a formatação nos parâmetros editoriais, além de acordo com uma linguagem comum ao público. Para WOLF (2003), a realidade fragmentada na coleta de dados é reconstruída em suas nuances durante a apuração e formatada em notícia, de acordo com a linha editorial da organização^{943 944}.

4.6.2 – Rituais Estratégicos

TUCHMAN (1993) conceituou o mecanismo de defesa utilizado pelos jornalistas como Rituais Estratégicos. Trata-se de um protocolo de regras que visam assegurar o pressuposto de Objetividade. A autora afirma que os profissionais acreditam poder reduzir as pressões da rotina produtiva do jornalismo, em relação a prazos e ameaças de processos judiciais, com a simples “argumentação de que o seu trabalho é objetivo”⁹⁴⁵.

Os Rituais Estratégicos acontecem relacionados a três fatores: a forma da notícia, o conteúdo do relato e as relações organizacionais. Para TUCHMAN (1993), as rotinas produtivas do trabalho jornalístico reivindicam os pressupostos de Objetividade⁹⁴⁶. A autora acredita que o ritual sirva como forma de proteção aos riscos

Muitas abordagens do noticiário factual são feitas com responsabilidade profissional, mas sem responsabilidade social. O fato de o repórter ter a capacidade de controlar algumas variáveis do processo de produção da notícia, não quer dizer que cumpra com os preceitos da atividade jornalística, em vista de sua natureza pública e finalidade social.

⁹⁴²ADGHIRNI, Zélia Leal, Routines produtivas do jornalismo em Brasília. In PORTO, Sérgio (Org.), O Jornal: da Forma ao Sentido. Brasília. 1997, p. 449-468.

⁹⁴³(WOLF, 2003, p. 259)

⁹⁴⁴Quando há questionamentos sobre a cobertura jornalística o discurso do profissionalismo sempre é invocado. Os profissionais se apóiam em certas regras e técnicas como cumprimento de atributos formais na produção das notícias, os rituais estratégicos. O contraditório (ouvir os dois lados de um conflito), checagem de informações, texto impessoal e as aspás são utilizadas para incorporação dos pressupostos de objetividade e para proteger os jornalistas das críticas vindas do público leitor e das fontes.

⁹⁴⁵(TUCHMAN, 1993, p. 74)

⁹⁴⁶Ibidem.

inerente à atividade⁹⁴⁷.

TUCHMAN (1993) postula que os principais procedimentos jornalísticos conceituados como Rituais Estratégicos são: o contraditório (apurar os dois lados de um conflito dando direito de fala a cada pessoa envolvida na notícia), a citação de provas e documentos (sistema perito⁹⁴⁸) e uso de aspas (citações).

Sobre o uso de aspas, proposto em TUCHMAN (1993), M. OLIVEIRA (2005) faz a seguinte observação:

Ao colocar “na boca” do entrevistado a informação transmitida, o jornalista supostamente permitiria ao leitor avaliar quem está dizendo a verdade, transferindo para as fontes a responsabilidade pelo que está sendo apresentado. As expressões “segundo x”, “de acordo com y”, “na opinião de w” são recorrentes no texto jornalístico. A estratégia é buscar afirmações que respaldem a informação transmitida, como prova suplementar do que está sendo sustentado no texto⁹⁴⁹.

A notícia jornalística presume a busca da verdade, sendo que as falas utilizadas nos relatos, além das informações prestadas, devem ser credíveis⁹⁵⁰. Nesse sentido, TUCHMAN (1993) prescreve quatro situações relativas aos Rituais Estratégicos: apresentação de possibilidades conflituais, apresentação de provas auxiliares uso judicioso das aspas e estruturação da informação numa seqüência apropriada.

A primeira medida a ser tomada pelo jornalista, em vista dos Rituais Estratégicos, é o de checagem das falas. Uma fonte pode dizer algo que não há como ser comprovado. Ouvir o outro lado estabelece o contraponto, além do crivo se a informação procede ou não. Essa ressalva poupa o jornalista de críticas quanto a existência ou não de contraditório, pois ele media os dois lados do conflito.

A citação de provas e documentos que justifiquem os enunciados do relato jornalístico também estão no rol dos Rituais Estratégicos. Sobre esse aspecto, BRIXIUS (2006) faz uma reflexão pertinente:

⁹⁴⁷Ibidem.

⁹⁴⁸“Um sistema perito (ou especialista) é fruto do aumento da complexidade da vida nas sociedades contemporâneas”. Diante dos saberes sofisticados que regem o nosso dia-a-dia, diante da dificuldade de nos posicionarmos criticamente face a eles, crescentemente recorreremos aos sistemas peritos, depositando neles nossa confiança no seu funcionamento. O exemplo clássico é que, apesar de termos apenas uma vaga idéia de como funciona um avião – se tanto –, confiamos naqueles que se encarregam de sua operação (e segurança). O mesmo se dá, para citar outro exemplo desgastado, quando nos submetemos a uma intervenção médica. De novo, confiamos (...) Sistemas peritos, portanto, têm como característica a autonomia de que gozam em relação aos que deles se servem. (FREIRE, Alexandre. Conselho Federal de Jornalismo: O jornalismo como sistema perito e a proposta da FENAJ. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acessado em 11-02-2008)

⁹⁴⁹(OLIVEIRA, 2005, p.)

⁹⁵⁰Conforme visto nas seções 2.4.3 (Representações Simbólicas) e 2.4.4 (Ética Profissional).

Tem grande valor a apresentação de provas auxiliares. A prática prevê a citação de fatos suplementares, aceitos como verdadeiros. A crença de que os fatos falam por si exige uma distinção entre os fatos em si e o que o jornalista fala sobre o fato. Como o que se lê nos jornais é o que o jornalista fala sobre os fatos e é ponto de discussão se os fatos falam por si, a pesquisadora questiona a legitimidade do jornalista ao afirmar-se objetivo⁹⁵¹.

Identificamos, no jornalismo, o uso das aspas quase como um frame, pois os sinais gráficos fazem o limite entre a fala do jornalista e da fonte. Nesse sentido, TUCHMAN (1993) declara que “ao inserir a opinião de alguém, eles acham que deixam de participar na notícia e deixam os fatos falar”⁹⁵².

A questão das aspas e da utilização de critérios de Objetividade, no Jornalismo, motiva pesquisas em áreas como a Lingüística. BENITES (2002) afirma que a “propalada objetividade no relato de falas não passa de uma ilusão”⁹⁵³. Para a autora, “o aspeamento nunca é neutro”⁹⁵⁴ até mesmo porque

Aspear uma palavra é, simultaneamente, mencioná-la e fazer um comentário implícito, emitir um julgamento sobre o que ela representa e sobre a fonte que a utiliza, seja com nota de ironia, discordância, seja de respeito, fidelidade, seja mesmo de desconfiança ou descomprometimento. O emprego de aspas não confere ao texto o caráter de objetividade que comumente se julga inerente a elas, mas, ao contrário, imprime à manifestação discursiva um alto grau de subjetividade.

(...)

O aspeamento que acompanha o processo de citação assume uma relevância especial, uma vez que imprime à manifestação discursiva um alto grau de subjetividade, expressando um juízo do locutor sobre o dito, sobre seu autor ou sobre ambos. Dessa forma, o aspeamento não se apresenta apenas como importante para estabelecer a delimitação do discurso-fonte, mas revela muito da posição do jornalista face à matéria relatada, podendo expressar conotações como ironia, fidelidade, isenção de responsabilidade, descrédito, autoridade⁹⁵⁵.

BENITES (2002) acredita que o uso de aspas é um efeito de Objetividade, um recurso altamente argumentativo, utilizado para persuadir, “atingir a vontade, buscar adesão do leitor, envolvendo, basicamente, a subjetividade”⁹⁵⁶. Para autora,

Ora, a subjetividade, como antônimo de objetividade, sentido atribuído ao termo pelos profissionais da imprensa, é exatamente a característica que o discursos jornalístico mais parece procurar evitar, já que o requisito básico que todo jornal confere a si próprio é a imparcialidade, a isenção, a busca da objetividade⁹⁵⁷.

⁹⁵¹BRIXIUS, Leandro. Objetividade Jornalística - um estudo a partir das rotinas de produção de política do Zero Hora e Correio do Povo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNISINOS. 2006. p. 27

⁹⁵²(TUCHMAN, 1993, p. 81)

⁹⁵³(BENITES, Contando e fazendo história: a citação no discurso jornalístico. São Paulo. Arte & Ciência. 2002, p. 150)

⁹⁵⁴(BENITES, 2002, p. 61)

⁹⁵⁵(BENITES, 2002, p. 61;149)

⁹⁵⁶Ibidem.

⁹⁵⁷(BENITES, 2002, p. 13)

Para TUCHMAN (1993) considera que a estruturação da notícia depende exclusivamente do jornalista⁹⁵⁸ (paradigma construcionista). A autora conceitua como News Judgement, ou perspicácia profissional, o juízo de valor feito pelo profissional na escolha as informações mais importantes e menos interessantes.

TUCHMAN (1993) afirma que o News Judgement do jornalista se baseia no senso comum⁹⁵⁹. E ironiza o processo de escolha e valoração do trabalho jornalístico, além do fato de reivindicarem Objetividade para a atividade⁹⁶⁰. A autora afirma que o jornalista possui uma espécie de “conhecimento sagrado”⁹⁶¹, característica que incide na “capacidade secreta que o diferencia das outras pessoas”⁹⁶².

Por fim, TUCHMAN (1993) considera o jornalista “homem de ação”⁹⁶³. Para a autora, o profissional tem uma postura pragmática devido ao expediente corrido das redações⁹⁶⁴.

A seguir, abordaremos o tempo como fator limitante da rotina produtiva.

4.6.3 - Deadline: o fator tempo no trabalho jornalístico

Os estudos em Newsmaking tendem a “atacar aos fundamentos constitucionais da instituição jornalística”⁹⁶⁵, como pontua SCHLESINGER (1993). Tal característica emerge da grande oferta de fatos que podem ser notícia.

Na rotina de produção da notícia, muitas vezes, o jornalista é obrigado a escrever sobre pautas mal-apuradas, sem dados substantivos, o que pode ocasionar uma má cobertura. Esse contexto é criado principalmente pelo fator tempo. SCHLESINGER (1993) denomina o noticiário midiático como sendo uma “mercadoria perecível”⁹⁶⁶ que

⁹⁵⁸A estruturação da notícia de acordo com o grau de importância de cada informação consiste em outra situação de uso de Rituais Estratégicos. O Lead classifica os pontos mais importantes de um fato e os posiciona no início do relato noticioso, no primeiro parágrafo. Já a Pirâmide Invertida hierarquiza as informações que compõem todo o texto com uma valoração decrescente: a informação mais importante aparece no início da narrativa precedendo a menos importante. (Lead é a unidade mínima de significação e organização dos itens que compõem um relato jornalístico, conforme explorado na seção 1.1.2: Objetividade – Contexto Nacional).

⁹⁵⁹(TUCHMAN, 1993, p. 93)

⁹⁶⁰Ibidem.

⁹⁶¹(TUCHMAN, 1993, p. 92)

⁹⁶²Ibidem.

⁹⁶³(TUCHMAN, 1993, p. 76)

⁹⁶⁴

⁹⁶⁵(SCHLESINGER, 1993, p. 177)

⁹⁶⁶(SCHLESINGER, 1993, p. 177)

exige uma estrutura de produção baseada no valor do imediatismo e nos horizontes temporais de um ciclo diário⁹⁶⁷.

A partir dessa premissa de SCHLESINGER (1993), podemos ter a impressão de que o processo de produção da notícia seja regido pela frivolidade, tendo em vista, as rotinas produtivas serem dinâmicas e efêmeras com alto grau de mobilidade. O que não seria correto.

SCHLESINGER (1993) afirma que o dinamismo no ambiente redatorial e, na realização das tarefas, é inerente à natureza do trabalho jornalístico e funciona como um sistema, uma espécie de Máquina do Tempo, na conceituação autor. Segundo sua análise,

Os conceitos de tempo utilizados pelos jornalistas no curso da produção jornalística são de importância primordial na sua cultura profissional, pondo a sua marca altamente distinta na sua abordagem à realidade social. Estes ideais raramente têm sido submetidos a interpretações e análises detalhadas (...) como os conceitos e tempo dos jornalistas estão embutidos nas suas rotinas de produção (derivando no fim de contas, das condições de mercado em que as notícias são produzidas), e através do realce dado na análise, mostrar a forma como ajudam a explicar a razão das notícias de serem o que são para eles e para nós⁹⁶⁸.

SCHLESINGER (1993) faz uma analogia da influência do tempo no grupo profissional dos jornalistas: “os jornalistas são membros de uma cultura cronometrada, assim como acontece com os ferroviários cuja consciência de passagem do tempo é igualmente refinada”⁹⁶⁹. Para o autor, a concepção de tempo sobre a atividade jornalística é oriunda da influência do próprio tempo sobre a notícia.

SCHLESINGER (1993) teoriza que

A definição da notícia como artigo deteriorável, a concorrência dentro de uma estrutura (restrita) de mercado, e uma atitude particular em relação à passagem do tempo estão estritamente ligadas (...) Consideramos agora a estrutura organizacional dentro da qual a produção jornalística tem lugar. É importante ter-se bem presente o fato de que enquanto os valores temporais verificados na produção jornalística têm as suas origens nas condições de mercado em que a notícia tem sido sempre produzida, a ênfase específica na rápida reviravolta que agora encontramos foi apropriada, do ponto de vista histórico, e faz agora parte de uma cultura jornalística relativamente autônoma⁹⁷⁰.

⁹⁶⁷Ibidem.

⁹⁶⁸(SCHLESINGER, 2003, p. 178)

⁹⁶⁹Ibidem.

⁹⁷⁰(SCHLESINGER, 2003, p. 180)

Assim, como a notícia é “definida pela sua qualidade efêmera e transitória”⁹⁷¹, segundo SCHLESINGER (1993), o trabalho jornalístico sofre as consequências de ser configurado com base em valores relacionados ao tempo.

SOUSA (2002) acredita que o discurso de profissionalismo no Jornalismo está calcado nesse valor temporal⁹⁷². Para o autor,

O domínio do tempo é determinante dentro da cultura jornalística, controlada pelo cronômetro. Esse domínio representa uma das mais importantes demonstrações de profissionalismo⁹⁷³.

Entendemos na presente pesquisa que falar em profissionalismo é falar em critérios Objetividade. M. OLIVEIRA (2005) faz uma observação na qual relaciona os conceitos de TUCHMAN (1993) de Rituais Estratégicos (utilizados para assegurar o pressuposto de Objetividade) e de News Judgement (juízos de valor sobre fatos jornalísticos feito por jornalistas) em relação ao fator tempo.

M. OLIVEIRA (2005) observa que

Para [o jornalista] não se tornar vítima do deadline, a aprendizagem de um conjunto de procedimentos acaba se tornando importante ferramenta para o jornalista no seu trabalho diário. Essa capacidade performativa implica, entre outras coisas, em dominar técnicas textuais legitimadas no campo e reconhecer quais acontecimentos têm valor para se transformar em notícia. É o chamado faro jornalístico ou news judgment. Outros saberes incluem decidir quais fontes contactar, o que perguntar, o que destacar, como enquadrar o assunto etc⁹⁷⁴.

BOURDIEU (1997) em Sobre a Televisão faz críticas ao jornalismo ao observar a rotina de produção da notícia⁹⁷⁵. Para o autor, a velocidade inerente à comunicação reforça a falta de reflexão sobre a realidade e endossa o senso comum⁹⁷⁶. Em sua análise:

Quando emitimos uma “idéia feita” é como se isso estivesse dado; o problema está resolvido. A comunicação é instantânea porque, em certo sentido, ela não existe. Ou é apenas aparente. A troca de “lugares- comuns” que desempenham um papel enorme na conversação cotidiana tem a virtude de que todo mundo pode admiti-los e admiti-los instantaneamente: por sua banalidade, são comuns ao emissor e ao receptor. Ao contrário, o pensamento é, por definição, subversivo: deve começar por desmontar as

⁹⁷¹(SCHLESINGER, 2003, p. 181)

⁹⁷²SOUSA (2002) é autor português. Consideramos que a citação sobre o discurso de profissionalismo evocando a questão do tempo, no jornalismo brasileiro, não se distinga muito da realidade por ele tratada.

⁹⁷³SOUSA, Jorge Pedro. Teorias da Notícia e do Jornalismo. Chapecó:Argos: Florianópolis. 2002. p.48

⁹⁷⁴(OLIVEIRA, 2005, p.)

⁹⁷⁵BOURDIEU (1997) faz críticas às rotinas de produção da notícia de Telejornalismo na maior parte desta obra. Contudo, achamos que sejam argumentos aplicáveis às rotinas de outros tipos de jornalismo.

⁹⁷⁶(BOURDIEU, 1997, p.41)

“idéias feitas” e deve em seguida demonstrar⁹⁷⁷.

MORETZSOHN (2002) acredita que há um efeito de fetiche no jornalismo atual em relação ao tempo⁹⁷⁸. Para a autora,

O efeito de fetichização da velocidade se expressa nessa mistura de temporalidades, que, no caso da imprensa, se traduz na tensão entre o tempo midiático (que tende hoje à instantaneidade)

O percurso que ora se conclui sugere que, subordinado à instantaneidade, o jornalismo está condenado a desaparecer, pois é incapaz de realizar o trabalho de análise que é a sua razão de ser. Sobreviveria apenas como uma espécie de “aparelho ideológico” a reproduzir o fetiche.

No entanto, é preciso distinguir entre o instantâneo (que impede qualquer reflexão) e o efêmero. Pois, como observou GENRO FILHO (1987), o que caracteriza o jornalismo é o trabalho com o fato singular: os eventos que ocorrem no cotidiano, e que podem ser apresentados de maneira diversa, segundo os objetivos e as crenças de quem informa⁹⁷⁹.

Consideramos, a partir da bibliografia da presente pesquisa, que o ambiente no qual se operam as rotinas produtivas parecem estar em tensão freqüente, quase que pela linha da morte. Os prazos para fechamento do noticiário (Deadline⁹⁸⁰) e a própria característica do meio das comunicações faz com que a rapidez e a precisão sejam valores sobre os quais se estruturam a atividade jornalística. Além do que, a concorrência no mercado noticioso faz com que as expectativas organizacionais sejam hiperdimensionadas.

SABER (2006) estuda a sobrecarga de informação no ambiente da redação e identifica que tal fenômeno tem afetado diretamente o jornalista e acarretado uma série de conseqüências tanto para esse profissional, quanto para o produto jornalístico⁹⁸¹. A autora não trabalha diretamente com a categoria tempo e velocidade, mas faz considerações em relação a esses elementos com o que chama de “ritmo alucinado e frenético”⁹⁸². Em sua análise:

O profissional se vê envolvido na guerra ao acesso e a produção de notícias e não vê outro caminho de continuar atuando na função [de repórter] a não ser se render a o ritmo alucinado e frenético que domina as redações⁹⁸³.

⁹⁷⁷Ibidem.

⁹⁷⁸MORETZSOHN, Sylvia. Jornalismo em 'tempo real' : o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002. p. 181

⁹⁷⁹Ibidem.

⁹⁸⁰Deadline é o prazo final de entrega, de realização de tarefas ou fechamento de dada matéria, conforme já explicado, na seção 1.1.2 (Objetividade – Contexto Nacional).

⁹⁸¹SABER, Marina. Efeitos da sobrecarga da Informação no cotidiano de jornalistas em Campo Grande - MS. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação). UNB. 2006. p. 206-207

⁹⁸²Ibidem.

⁹⁸³Ibidem.

A pesquisa de SABER (2006) teve como objetivo principal identificar os efeitos da sobrecarga de informação no cotidiano dos jornalistas. E revelou que “o fenômeno está mudando a rotina dos profissionais da comunicação interferindo inclusive no processo de produção das notícias e na qualidade do produto final”⁹⁸⁴.

SABER (2006), em relação ao que a autora chama de “ritmo alucinado e frenético”⁹⁸⁵, categoriza em nove itens os efeitos da sobrecarga de informação no processo produtivo sobre o jornalista:

- a) A velocidade das informações impede a produção de textos mais elaborados.
- b) Com fatos acontecendo a cada minuto, os erros são mais constantes.
- c) O excesso de informação provoca o surgimento de informações desconhecidas.
- d) Os jornalistas fazem confusão entre o que foi lido, dito e visto em algumas ocasiões.
- e) As notícias acabam se resumindo a responder perguntas básicas sobre o fato.
- f) O excesso de informação provoca a criação de notícias padronizadas.
- g) A febre do copiar e colar [apuração pela internet] pode prejudicar a notícia.
- h) O excesso de informação interfere na divulgação de notícias.
- i) Para os jornalistas o excesso de informação apresenta pontos positivos e negativos⁹⁸⁶.

SABER (2006) afirma que a velocidade na realização de tarefas jornalísticas não está diretamente ligada ao volume de informações nas redações⁹⁸⁷. Entretanto, consideramos, a partir da autora, que a velocidade na rotina produtiva traz o limite do Deadline⁹⁸⁸ para a instantaneidade e afeta a manipulação da informação no processo produtivo.

J.PENA (2006) declara⁹⁸⁹ que

Para muitos repórteres, cada dia que passa é um dia que morre. Procuram realizar-se em sua profissão, mas esta termina primeiro com eles. Por quê? Falta de identidade profissional? Pessoal?⁹⁹⁰

A seguir, veremos a estruturação administrativa da empresa jornalística e a hierarquia funcional para checar que expectativas os padrões têm em relação ao jornalista em vista do processo produtivo.

⁹⁸⁴(SABER, 2006, 210-211)

⁹⁸⁵Op. Cit.

⁹⁸⁶(SABER, 2006, 211)

⁹⁸⁷Ibidem.

⁹⁸⁸Deadline é o prazo final de entrega, de realização de tarefas ou fechamento de dada matéria, conforme já explicado, na seção 1.1.2 (Objetividade – Contexto Nacional).

⁹⁸⁹A citação de J.PENA (2006) é em relação a jornalistas na condição de repórteres. Utilizamos a afirmação mesmo assim tendo em vista que a atividade jornalística é estruturada principalmente com base na atividade de reportagem.

⁹⁹⁰PENA, Janis. Em busca da qualidade de vida individual do repórter: compreensão das mediações presentes no processo comunicacional dos jornalistas. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2006. p.49

4.6.4 - Gratificações e penalidades

Na concepção de BREED (1993), a dimensão profissional, a organizacional e a burocrática (ou administrativa) exerce influência decisiva nas escolhas do jornalista⁹⁹¹. Para o autor, a principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais do jornalista não é o público, mas o grupo de referências constituído pelos colegas e pelos superiores⁹⁹². Por vezes, os valores que emergem da organização são mais importantes do que as convicções pessoais⁹⁹³.

J. PENA (2006), em comentário ao postulado de BREED (1993), afirma que o sistema de controle é simples: condutas em conformidade com a instituição são aprovadas; as que não correspondem às expectativas são reprovadas: o funcionário veste a camisa da empresa; a oposição à organização pode representar obstáculos na ascensão da carreira⁹⁹⁴.

Na concepção de BREED (1993),

A exceção dos novos [jornalistas], todos sabem qual é a política editorial. Quando interrogados, respondem que a aprendem por osmose. Em termos sociológicos, isto significa que se socializam e “aprendem as regras” como um neófito numa subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades⁹⁹⁵.

⁹⁹¹BREED, Warren. Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”*. 1.ed. Lisboa: Vegas, 1993. p. 152

⁹⁹²No ambiente da redação existe certa socialização dos jornalistas com a linha editorial, especificidades de cada editoria e com as expectativas organizacionais. O quadro de funcional estabelece hierarquia sobre e controle sobre a atividade profissional. Há normas que são explícitas e estão codificadas nos Manuais de Redação e Estilo. Entretanto, limites de atuação são impostos no dia-a-dia e são balizados pelas sanções ou gratificações aplicadas ao jornalista. Os jornalistas, que estão nos meios de comunicação, vivem nas redações ambientes estressantes e de desqualificação profissional. Pelo menos, é o que aponta a pesquisa de Glauco Cortes Rodrigues, *O pensamento negado: o jornalista entre a razão e a desrazão*, dissertação de mestrado, defendida em 1992, na Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP).

A tese de doutorado *As condições e contradições do trabalho jornalístico: Sempre Alerta*, de Jorge Cláudio Júnior Ribeiro, apresenta depoimentos, colhidos em 1992, mostra graves problemas psicossomáticos (hipertensão, doenças do coração, sofrimento mental, distúrbios no sono e no apetite) causados pelo alto grau de angústia em que vivem estes profissionais. (PENA, Janis. *Em busca da qualidade de vida individual do repórter: compreensão das mediações presentes no processo comunicacional dos jornalistas*. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2006. p. 198-199)

⁹⁹³Ver tipologias dos jornalistas na seção 2.1.5.1 (Tipologias).

⁹⁹⁴“Muitas empresas acreditam poder dominar a mente do repórter sem dar-se conta que há um prejuízo e deterioração em geral do ser humano. Seria impossível evitar uma unificação entre sujeito e objeto. Como também é impossível separar o mundo do espírito do mundo da materialidade. Porém, para não perder o trabalho, muitos jornalistas preferem apanhar a ficar desempregados, preferem esquecer o que são verdadeiramente, ao enfrentar o desemprego” (PENA, 2006, p. 64)

⁹⁹⁵(BREED, 1993, p.155)

BREED (1993) identifica o conformismo como efeito de adesão à estrutura organizacional sendo oriundo de seis fatores: autoridade institucional e as sanções (1), sentimentos de dever e estima para com os chefes (2), aspirações de mobilidade profissional (3), ausência de grupos de lealdade e conflito (4), prazer da atividade (5) e notícia tornar-se um valor (6)⁹⁹⁶.

A autoridade institucional e as sanções (1) é caracterizada por BREED (1993) como grupo de referência⁹⁹⁷. A chefia imediata exerce poder sobre a rotina produtiva do jornalista e promove sanções ou gratificações em relação ao desempenho do profissional no cumprimento de tarefas.

F. PENA (2006)⁹⁹⁸ exemplifica essa situação da seguinte forma:

Na televisão, a famosa passagem, que é a parte da reportagem na qual o repórter aparece, pode ser substituída por imagens em Off. Enfim, um jogo de diferentes possibilidades de punição⁹⁹⁹.

Os sentimentos de dever e estima para com os chefes¹⁰⁰⁰ (2) são de natureza bem pessoal: laços de amizade, respeito e admiração. Tais sentimentos do jornalista criam uma conduta baseada na obrigação de ser fiel a empresa e não poder frustrar expectativas.

As aspirações de mobilidade profissional¹⁰⁰¹ (3) diz respeito estritamente à ascensão na organização. É um valor de carreira e de pertencimento ao quadro funcional, com forte expectativa de reconhecimento por parte dos superiores.

Ausência de grupos de lealdade e conflito¹⁰⁰² (4) evoca os possíveis litígios entre patrão e empregado. A ausência de entidades patronais e sindicatos no apoio do trabalhador é um fator importante de adesão ao conformismo¹⁰⁰³.

⁹⁹⁶BREED, Warren. Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”*. 1.ed. Lisboa: Vegas, 1993.

⁹⁹⁷Op. Cit.

⁹⁹⁸Utilizaremos comentários de J.PENA (2006) tendo em vista a autora ter comentários mais atuais sobre o universo de BREED (1993). Contudo, a referência primária na presente pesquisa em termos de controle, gratificações e penalidades no ambiente profissional é a de BREED (1993).

⁹⁹⁹PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo. Editora Contexto. 2005. p. 137

¹⁰⁰⁰Op. Cit.

¹⁰⁰¹Op. Cit.

¹⁰⁰²Op. Cit.

¹⁰⁰³Sobre o desgaste na relação entre patrões e jornalistas, há uma proposição interessante na pesquisa de BERAQUET: “os dados obtidos no estudo não podem ser generalizados, uma vez que a amostra de estudo corresponde a 7,53% da população de jornalistas sindicalizados da macro-região de Campinas/SP, mas são sinalizadores importantes e apontam para a necessidade de que haja a inclusão na grade curricular do curso de Jornalismo de disciplinas que contemplem questões ligadas à Saúde

O prazer da atividade¹⁰⁰⁴ (5) está ligado ao status que se confere à atividade. Para muitos jornalistas o grande bônus da profissão é estar rodeado de pessoas influentes e notáveis. BREED (1993) afirma que os jornalistas “estão próximos das grandes decisões sem terem de tomá-las; tocam no poder sem serem responsáveis pela sua prática”¹⁰⁰⁵.

A notícia tornar-se um valor¹⁰⁰⁶ (6) leva em conta possíveis chantagens do jornalista em ameaçar a chefia com a pressão do furo jornalístico, alegando que o jornal concorrente deve publicar a matéria.

M.OLIVEIRA (2005) faz análise pertinente sobre oferta de mão-de-obra e precariedade do trabalho nas rotinas produtivas:

Percebe-se que a independência e a liberdade, como uma das representações socialmente reivindicadas e atribuídas aos jornalistas, são relativizadas no interior das empresas de comunicação também devido aos constrangimentos organizacionais. Esses profissionais têm um grau relativo de autonomia no processo produtivo. Tendem a interiorizar a política editorial da empresa e a se submeter no dia-a-dia profissional a uma espécie de autocensura. Por exemplo: após escrever uma matéria sobre determinado assunto, com determinado enfoque, que não passe pelas “porteiras” dos editores, o repórter terá mais cautela ao tratar novamente sobre o tema, pedindo orientações para a chefia antes de cobri-lo ou tentando ajustar previamente o texto às expectativas dos superiores hierárquicos¹⁰⁰⁷.

Consideremos que, por vezes, as normas profissionais extrapolam a organização. Emergem da técnica e da codificação ética. Por mais que algumas referências de conduta sejam oriundas da organização, elas se impõem como limite da atuação e não como a prescrição literal de atuação. O fato de existir controle sobre seu trabalho não quer dizer que o jornalista utilize uma camisa de força.

SOLOSKI (1993) avalia que

Embora o profissionalismo torne possível o uso da discricção, ele não dita um comportamento específico para os jornalistas, ele estabelece mais as linhas-mestras de comportamento. Mesmo assim o profissionalismo dá aos jornalistas mais liberdade na seleção, relato e apresentação das “estórias” do que a permitida pela maioria das organizações¹⁰⁰⁸.

Mental e os riscos ocupacionais envolvidos, bem como, os órgãos de classe e empregadores viabilizem a criação de centros de apoio psicossocial a esta categoria profissional e que haja uma fiscalização rigorosa quanto às horas semanais trabalhadas, objetivando-se o cumprimento das leis trabalhistas do país quanto às jornadas de trabalho” (BERAQUET, Maria. Qualidade de vida de jornalistas da macro região de Campinas-SP. Dissertação (Mestrado em Comportamento Social e Psicologia da Saúde), UCDB. 2005. p. 90)

¹⁰⁰⁴Op. Cit.

¹⁰⁰⁵(BREED, 1993, p. 159)

¹⁰⁰⁶Op. Cit.

¹⁰⁰⁷(OLIVEIRA, 2005, p. 78)

¹⁰⁰⁸(SOLOSKI, 1993, p.99)

Entendemos que, ainda que haja detalhamento nos Manuais de Redação e Estilo, em relação ao texto e cobertura, o jornalista tem condições de exercer suas convicções: “limando as arestas da política editorial sempre que possível”¹⁰⁰⁹, como propõe BREED (1993).

Ressaltamos que as pressões não são apenas intra-organização. O grupo de anunciantes, representantes sociais e público leitor também atuam como instâncias de controle. Há constrangimentos durante a rotina produtiva, mas não são comuns nas notícias em construção quanto nas divulgadas.

4.6.5 - Produção em série: homogeneização de conteúdos

BOURDIEU (1997) identifica um “efeito de fechamento”¹⁰¹⁰ nas redações. Para o autor, existe uma uniformização do noticiário devido à conformidade do que é divulgado com a agenda midiática em dado momento¹⁰¹¹:

O fato de os jornalistas, que, de resto, têm muitas propriedades comuns, de condição, mas também de origem e de formação, lerem-se uns aos outros, verem-se uns aos outros, encontrarem-se constantemente uns com os outros nos debates em que se revêem sempre os mesmos, tem efeitos de fechamento e, não se deve hesitar em dizê-lo, de censura tão eficazes – mais eficazes mesmo, porque seu princípio é mais invisível – quanto os de uma burocracia central, de uma intervenção política expressa¹⁰¹².

ORTIZ (1994 apud 2007) declara que “as representações só adquirem significado quando encarnadas no cotidiano dos atores”¹⁰¹³.

Compreendemos que a notícia como representação social é resultado da partilha entre jornalistas dos valores da cultura profissional. A socialização dos jornalistas e a comparação do trabalho produzido, em seus pares, contribuem para a auto-referenciação da categoria e da própria notícia. Ver a si é ver o outro.

F. LOPES (2007) estudou a auto-referenciação no jornalismo e comenta esse processo:

¹⁰⁰⁹(BREED, 1993, p. 164)

¹⁰¹⁰(BOURDIEU, 1997, p.35)

¹⁰¹¹BOURDIEU (1997) afirma que o jornalista tenha uma espécie de “óculos especiais” pelo qual percebe o mundo. Tal entendimento é feito em relação aos valores-notícia como elemento guia da rotina produtiva para a construção da notícia. A metáfora dos óculos é de BOURDIEU (1997, p.53), mas foi utilizada por TRAQUINA posteriormente na edição de 2002 do famoso livro *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”* (TRAQUINA, 2002, p. 203).

¹⁰¹²(BOURDIEU, 1997, p.35)

¹⁰¹³ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p.133 apud F. LOPES, 2007, p. 131

Falar sobre si mesmo é também expor aos outros aquilo que se organiza internamente como válido para ser mostrado. Vale acrescentar que a organização interna de uma imagem não depende exclusivamente dos valores, normas, hierarquias, saberes, práticas, procedimentos e representações internos. Tudo isso está em contato, de alguma forma, com o mundo social que cerca o grupo. Lembrando os teóricos da identidade, a autoconsciência, a auto-organização depende da interação entre os sujeitos que partilham o mesmo espaço social. É nesse lugar, pois, que se localizam as lutas, que se negociam sentidos, que se estabelecem relações de poder. O processo de auto-referenciação é, portanto, lugar em que os sujeitos elaboram uma auto-imagem, mobilizam representações, reforçam valores, interagem como outros grupos negociando autoridade; organizam sua memória, recuperando lembranças e promovendo esquecimentos, enfim, constroem sua identidade¹⁰¹⁴.

A nosso ver, da presente pesquisa, consultar o trabalho do concorrente e os efeitos sobre a notícia ou o que está em pauta nada mais é que o compartilhamento do Habitus na cultura profissional dos jornalistas. Tal fato reforça a justificativa das decisões sobre os critérios de noticiabilidade.

Conferir o trabalho do concorrente e uniformizar a notícia em relação ao que está na agenda midiática também é uma forma de se proteção do trabalho. O furo jornalístico é um grande valor profissional, mas quando o furo se transforma em barriga (erro jornalístico), há um grande problema. É melhor errar em consenso com os pares do que sozinho. Tal prática evita o isolamento no campo social. Para BOURDIEU (1997), a lógica da concorrência, que em outros campos impõe a diversidade, no jornalismo produz um efeito de homogeneização¹⁰¹⁵.

Ressaltamos que a homogeneização do noticiário não é um efeito apenas organizacional. Tem ligação com fatores econômicos do mercado noticioso como a concentração proprietária de veículos de comunicação.

4.6.6 - Notícia é negócio

O mercado noticioso está estruturado de tal forma que fatores fora da organização influenciam diretamente a rotina produtiva. A lógica de estratégia de marketing, relacionamento com anunciantes, distribuidores, público leitor, receita de vendas são elementos ligadas à estrutura comercial do veículo de comunicação. A notícia passa a ser vista como produto e sobre ela incide um padrão de qualidade de consumo.

Na análise de SOUSA (2002 apud 2005): “as notícias são vistas cada vez mais

¹⁰¹⁴(LOPES, 2007, 191-192)

¹⁰¹⁵(BOURDIEU, 1997, p.36)

como um produto de consumo e menos como um bem social, o que é perigoso”¹⁰¹⁶.

Percebemos que o noticiário informativo tem como característica a notícia fragmentada, ágil e descontextualizada. O gênero textual no qual é escrita figura como a embalagem do produto. Nessa perspectiva, estritamente informacional, o objetivo da notícia se esgota no consumo.

M. OLIVEIRA (2005) afirma que

A forma como o jornalismo moderno constitui-se está intimamente relacionada à dinâmica da sociedade capitalista. Nesse contexto, o jornal é um produto que precisa ser vendido, um produto que precisa atrair leitores e anunciantes. Isto é, o mercado, em última instância, é o norteador das empresas de comunicação. Entretanto, salvo exceções, os repórteres sentem que devem sua lealdade e sua preocupação não aos princípios de mercado ou aos objetivos da empresa noticiosa, mas aos valores da profissão. Daí decorrem tensões entre a lógica empresarial e o conjunto de aspirações que os agentes formam sobre a profissão, especialmente nos cursos universitários¹⁰¹⁷.

M. OLIVEIRA (2005) considera que o fator econômico seja apenas a parte mais visível da influência do mercado sobre a rotina produtiva. Para a autora, “a ponta do iceberg de todo o processo de produção jornalística”¹⁰¹⁸.

Os pilares de influência sobre o processo de produção são: a cultura jornalística, a rotina produtiva e a força do Habitus profissional, conforme M. OLIVEIRA¹⁰¹⁹. A autora destaca que

Esses fatores [cultura jornalística, rotina produtiva e Habitus] não são, em geral, objetos de reflexão ou questionamento por parte dos jornalistas, que costumam atribuir às questões de mercado a maior parte da responsabilidade pelas limitações do exercício profissional¹⁰²⁰.

O pensamento de M. OLIVEIRA (2005) é baseado no entendimento de BOURDIEU (1997) de que “mecanismos anônimos”¹⁰²¹, existentes no jornalismo, funcionam como “instrumento de manutenção da ordem simbólica”¹⁰²².

HOHFELDT (2001) afirma que a perspectiva dos estudos de Newsmaking evidencia uma espécie de auto-suficiência do jornalismo, em que o processo comunicacional se coloca com absoluta autonomia em relação às demais categorias

¹⁰¹⁶SOUSA, 2002, p.87 apud OLIVEIRA, 2005, p. 88

¹⁰¹⁷(OLIVEIRA, 2005, p. 90)

¹⁰¹⁸(OLIVEIRA, 2005, p. 91)

¹⁰¹⁹(OLIVEIRA, 2005, p. 90)

¹⁰²⁰Ibidem.

¹⁰²¹(BOURDIEU, 1997, p.20)

¹⁰²²Ibidem.

sociais, o que, sabidamente, é equivocado¹⁰²³. O autor acrescenta que, do ponto de vista da Teoria da Comunicação, a hipótese de estudo é importante porque ajuda a entendermos o modo pelo qual a informação flui, neste caso, de uma fonte primeira para o intermediário ou mediador, que é o jornalista – profissional da informação – e deste até o receptor final¹⁰²⁴.

Para HOHFELDT (2001), a perspectiva das chamadas teorias empíricas, em especial aquelas de campo, já levavam em conta, de certo modo, tais perspectivas, ao chamarem a atenção para o fato de que o processo informacional, mais do que uma relação equilibrada entre emissor e receptor, aplicava-se, a partir do emissor primeiro, em uma série de receptores transformados, por seu lado, em tantos mais emissores segundos e terceiros, e assim sucessivamente. Mais que isso, ao chamar a atenção para o fato de que um receptor não dispõe unicamente de uma só fonte, sublinhava-se o papel dos diferentes veículos de comunicação e sua evidente e lógica competição por chamar a atenção e o consumo do receptor, na medida em que, constituídos enquanto empresas, dependem desta consumação para sobreviverem no mercado comunicacional¹⁰²⁵.

4.7 - Efeito Fabril¹⁰²⁶ – o que dizem outras áreas do conhecimento

Os estudos de Newsmaking por terem um viés sociológico abordam a questão dos constrangimentos organizacionais de forma abstrata. A categorização temática das situações faz com que as abordagens sejam feitas frequentemente com apontamentos do tipo: “velocidade na realização das tarefas”, “excesso de trabalho”, “trabalho ininterrupto”, “escassez de tempo na vida privada”, “pressão para fechamento de edições”, “baixa remuneração”, “expectativas da chefia”.

A Sociologia tem por objeto o estudo das sociedades humanas em geral e de todos os fenômenos sociais. Desta forma, analisa as relações entre pessoas que vivem numa mesma sociedade ou grupos sociais e a interação destes com a sociedade. A perspectiva Newsmaking tem o mesmo olhar, mas especializado nas relações entre os jornalistas no ambiente organizacional. Neste sentido, tomamos a decisão de exemplificar alguns resultados específicos de pesquisas, que não podem ser

¹⁰²³(HOHFELDT, 2001, p. 219)

¹⁰²⁴Ibidem.

¹⁰²⁵Ibidem.

¹⁰²⁶Optamos pela titulação do capítulo dessa forma em vista do que afirmou um entrevistado de SABER (2006) na pesquisa desta autora sobre efeitos da rotina de trabalho jornalístico: “o ritmo se tornou fabril, né? De produção de informação, mas é o que o mundo consome!” (SABER, 2006, p. 168)

generalizados, mas que permitem vislumbrar efeitos oriundos do trabalho e sofrimento do jornalista.

Optamos por dar mais vida ao contexto do trabalho e do sofrimento saindo um pouco da influência sociológica dos estudos de Newsmaking. Queremos abordar pesquisadores e jornalistas que falam sobre situações mais exemplificadas, ou até concretas, como: valor dos salários, jornada, hora-extra, benefícios, problemas de saúde, assédio moral, precarização do ambiente de trabalho (poluição/ruído/trânsito), suporte recebido na realização de tarefas, vício em trabalho, segurança, capacitação, lazer, aprendizado, senso crítico, auto-estima, disponibilidade, fadiga, energia, dor, desconforto, sono, repouso, perspectivas de carreira e relações humanas. Todos esses fatores são relevantes para a satisfação e motivação dos jornalistas nas rotinas produtivas e o rendimento no trabalho. Em vista de que o trabalho também afeta o profissional.

Pretendemos com essa parte final do capítulo abordar pesquisas e alguns depoimentos de profissionais, coletados nesses estudos, para recordar tópicos do arcabouço teórico de Newsmaking. Esse panorama proporciona uma melhor contextualização do labor, ambiente de trabalho, pressões e constrangimentos sofridos. O intuito é de exemplificar situações e conseqüências do labor e do ambiente de trabalho do jornalista.

4.7.1 - Os efeitos da rotina produtiva pela Psicologia Social

Um dado recente é da International Stress Management Association no Brasil (ISMA-BR), associação que estuda estresse e qualidade de vida em diversas profissões. Profissionais da área de segurança, motoristas, controladores de voo, executivos, bancários e jornalistas lideram o ranking. Em 2003, os jornalistas ficaram em 5º lugar dentre as profissões mais estressantes¹⁰²⁷. No Brasil, segundo a Federação Nacional de Jornalistas – FENAJ, há mais de 40.000 profissionais registrados¹⁰²⁸ com o jornalistas profissionais¹⁰²⁹. O número de atuantes na área é bem maior, considerando os exercem a profissão sem registro, principalmente no interior do país.

¹⁰²⁷ Fonte: ISMA-BR (www.ismabrasil.com.br),

¹⁰²⁸(PENA, 2006, p. 37)

¹⁰²⁹Note-se que esses 40.000 jornalistas profissionais são os da ativa. Não entra no cálculo os jornalistas aposentados que não exerçam a profissão. Jornalistas aposentados que ainda exerçam a profissão, são considerados da ativa.

FERRACIOLLI (2000) pesquisou a qualidade de vida dos jornalistas¹⁰³⁰, por demanda do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná¹⁰³¹. O pesquisador fez 19 entrevistas semi-estruturadas sobre as condições de trabalho jornalístico no estado e sua consequência na vida pessoal¹⁰³².

FERRACIOLLI (2000) identifica algumas contradições no comportamento dos jornalistas e as classifica em cinco tópicos:

-Tudo é ruim, mas não largar a profissão: os jornalistas vivem com salário ruim; não participam das decisões salariais; o trabalho prejudica o convívio familiar, é desgastante e estressante; têm atividades diárias intensas frente a um computador (o que lhes causa problemas visuais, Lesão por Esforços Repetitivos), têm problemas de sono, mas vivem ligados no trabalho. “Não desejam largar o trabalho, mas queixam-se de problemas gerados por ele; não pretendem desistir da profissão, mas não relatam não estar resistindo aos problemas de saúde advindos dela”¹⁰³³.

Sobre a baixa remuneração, falta de valorização da profissão, pouca visibilidade institucional, FERRACIOLLI (2000) destaca algumas falas:

“Eu não tenho muito planejamento no mês, não posso fazer compras a prazo, meu salário nunca vai sair no dia eu imaginar que vai sair, sai num dia, sai no outro, não há uma constância”

“Eles na ligam para esse seu lado. Eu vejo pessoas que vão trabalhar sem almoçar, como é que essa pessoa consegue ter cabeça para criar uma imagem? Às vezes, a pessoa com o estômago vazio fica pensando em casa, o que é que vai levar para casa? Para a família? Tem empresas que dão vale-refeição. São poucas. Vale-transporte também são poucas. Mas todas as empresas deveriam dar pelo menos alimentação”

“Sabe, elas não se preocupam em falar da qualificação, não se vê empresa oferecendo proteção ao jornalista, o jornalista também tem que se reciclar, ter cursos. Isso é importante para a empresa e para o jornalista, que o jornalista vá a conferências, vá a congressos, que aprenda informática, que hoje tomou conta da nossa profissão”

“Chega a um patamar que vai estar estagnado e aí você diz: poxa, tem um cara que tem 20 anos de profissão, né? E tá ganhando um salário que um cara que tá entrando no jornalismo muitas vezes tá ganhando. Essa falta de valorização da profissão, de valorização, eu digo, tanto na questão salarial quanto na própria questão... do empregador te valorizar um pouco mais”

¹⁰³⁰FERRACIOLLI, Márcio. "A gente nem comenta porque isso, no dia a dia, acontece com todo mundo": trabalho e sofrimento - o caso dos jornalistas. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social), UFSC. 2000

¹⁰³¹É comum a encomenda de pesquisas de qualidade de vida e stress feita por Sindicatos de Jornalistas.

¹⁰³²Tomaremos algumas dessas falas, nas classificações de sofrimento empregadas pelo autor, no sentido de exemplificar alguns constrangimentos e pressões que estudamos em Newsmaking. Os resultados obtidos na pesquisa de FERRACIOLLI (2000) levam em conta arcabouços teóricos da Psicologia Social e do Trabalho. Não entraremos nesse mérito de sua análise. Entretanto, fixemos o olhar sobre os resultados que o psicólogo obteve ao estudar a qualidade de vida de um grupo de jornalistas sindicalizados.

¹⁰³³(FERRACIOLLI, 2000, p. 120-121)

“Eu sou sempre o lado do pessoal mais fraco para enfrentar o patrão. O que ele falar tá falado, então eu me sinto inferior e não consigo superar isso”

“Será que o trabalho do jornalista é algo melhor para a sociedade? Será que é importante? Porque será que eu tenho que levar tanta notícia? Vou lá, morre um cidadão, são notícias econômicas, políticas. Por que tem que ser tanta notícia? Será que tem gente que lê tudo isso?”

“E aí essas duas coisas me assustaram bastante, porque eu tava ganhando pouco para sofrer esse tipo de ameaça e para passar por esse tipo de perigo, acidente. Acordei para esse troço”¹⁰³⁴

-Ritmo frenético é atraente, porém queixam-se por falta de tempo livre: a velocidade do trabalho é entendida como adrenalina e foi o que os seduziu para a área desde os bancos de formação universitária. Trabalham sempre correndo, produzindo em velocidade e qualidade, omitem problemas de saúde, porém vivem cansados e estressados. Procuram não viver o jornalismo em tempo integral, mas confessam estar conectados à redação 24 horas¹⁰³⁵.

Alguns depoimentos coletados por FERRACIOLLI (2000) relativos à velocidade na realização das tarefas, ao excesso de trabalho e ao trabalho ininterrupto são:

“Tem um horário de fechamento que você tem que cumprir, isso é uma coisa que você tem que completar todos os dias, né? Então, é uma coisa que você não tá legal ou você tem uma dor de estômago e você pode deixar pra fazer no outro dia. Não, a notícia tem que ser feita naquele dia, tá te fazendo mal, mas tem que completar o trabalho naquele dia, né?”

“No jornal você também tem o fator tempo, tem o horário pra fechar, tem que fechar no horário, pois, o pessoal lá de trás vai reclamar, o motorista vai ficar chateado, o dono da banca vai reclamar, é uma corrente que começa em você e termina no cara que vende o jornal (...) Você tem que fechar bem e com qualidade, não adianta fechar rapidinho e sem qualidade”

“Às vezes eu acho falha minha, pois na verdade, sábado e domingo eu deveria ler mais, ler mais notícia, até para me informar mais durante a semana”¹⁰³⁶

“No jornal você tem que elaborar matérias, bem mais rápido (...) e tem que fazer tudo com pouco tempo e fazer bem feito”

“A gente vive sempre correndo”

“Acordo de manhã lá pelas 8 horas, faço cafezinho preto, me visto já correndo, o telefone tá tocando em casa, as pessoas querendo dar entrevista, já ... já começa com o jornal”

“Você tem uma certa rotina. Eu achava que não tinha, mas existe; hoje vejo que existe, que é o seguinte: você tem passos ao longo do seu dia que você tem que cumprir em

¹⁰³⁴(FERRACIOLLI, 2000, p. 87-113)

¹⁰³⁵(FERRACIOLLI, 2000, p. 121)

¹⁰³⁶(FERRACIOLLI, 2000, p. 64-70)

determinados horários, por exemplo, agora, no início da tarde eu tenho que sair atrás de matérias, sair atrás das informações e isso eu sempre tenho que fazer a hora que eu chego no jornal. É um horário em que você corre contra o tempo”

“Nunca tive, mas já sofri muito risco, você tá com pressa na estrada pra fazer cobertura de algum acidente, você vai até na contra mão, pois, por exemplo, na serra você tem que chegar logo no local mas não tem como devido o engarrafamento, então você via contramão, segue ambulância. Você tem que ter um treinamento desse risco, o motorista tem que ter treinamento”¹⁰³⁷

“eu me acordo praticamente às 6:30 horas. Eu saio de casa por volta das 8:15 e 8:30, vou direto para a secretaria e, agora é o caso, vou para o departamento de polícia civil, vou para o gabinete, ali fico das 0:00 às 12:00hs. Necessariamente não preciso ficar lá dentro, pois, às vezes há um chamado para algum material do chefe ou secretário. Volto para casa e 13:15 e 13:30 já estou de volta na gazeta, daí, sim, como sou da parte de diretoria de polícia entro 13:30 e o meu horário de sair é imprevisível, posso sair às 19:30 como as 22:30 até 23:00hs. Praticamente essa tem sido a minha vida nesses últimos anos, nesses últimos meses, isso sem contar sábados e domingos. Foram mais de 15 anos trabalhando, então, domingo se torna um dia normal na semana”

“Tem dia corrido, café da manhã dificilmente tomo. Sempre tem que tá correndo, atrasado porque tem alguma coisa pra fazer, correr atrás da informação e outras novidades que tem preocupação e gosto e tal, tal, tal. O almoço, às vezes, nem dá tempo, raramente você tem vida regrada. A vida do jornalista fácil eu ainda não encontrei. Cada dia uma aventura diferente. É isso mesmo”

“Começo a trabalhar às duas horas e pelo menos uma hora antes eu já entro no ritmo de trabalho (...) Quando chego em casa demoro uma hora para desligar do serviço, qualquer notícias eu quero saber”

“Eu acordo escutando notícias, leio um pouco o jornal, fico estudando rádio e telefonando, fazendo matérias”

“Agora, esses dias que eu não estou trabalhando de manhã, estou me sentindo vagabunda”

“O jornalista tem uma ilusão de lazer, porque quando ele vai no carnaval ele tá trabalhando, é muito diferente, no Natal ele tá trabalhando, no ano novo ele vai à festa mas vai a serviço, tem um parque novo na cidade ele vai trabalhar”

“Você tem que viver o jornalismo meio que 24 horas. Isso é, eu acho que muitas profissões você tem que fazer isso, você não consegue desligar, você tem que ser jornalista à noite, de manhã, qualquer hora, né?”

“Quando estou em casa eu vejo no jornal uma matéria sobre frigorífico, quando eu chego lá a notícia já está rolando e a gente não tem carro, né, então eu corro atrás disso até começar o meu expediente. Ele começa às 05 horas, mas antes disso eu ligo pra pegar uma imagem (...) A gente tem que ficar ligado o dia todo. Tenho que estar de olhos abertos 24 horas por dia, basicamente, quer dizer, quando você vai para casa você continua trabalhando normalmente, não formalmente, mas você tem que ficar, tem que ficar ligado e final de semana também, ficar de plantão, eu tenho que ficar com o rádio e tv, dar uma olhada nas agências”

“Você tem que atender a muitos setores ao mesmo tempo. Então, desde o problema do motorista do carro que não tem carro quando o repórter precisa sair, uma matéria que saiu com erro, um leitor que está reclamando, acaba sobrando sempre pra esse cargo de intermediário, que tá sempre pedindo dinheiro. O direto da redação tem cargo paralelo

¹⁰³⁷(FERRACIOLLI, 2000, p. 59-62)

ao meu, mas só que tem um pouco acima e ,depois, com o subordinado, esse cargo só acaba carregando na verdade o problema do jornal, você acaba fazendo tudo por falta de gente”

“Passo por um acidente de trânsito na rua e sua cabeça já pensa em termos de notícia e não na pessoa que está morta, será eu o jornal sabe disso, então você está na frente do cadáver e não pensa na vítima, pensa em ligar pro jornal”¹⁰³⁸

-Para trabalhar tem que ter cabeça boa, mas todos ficam com a cabeça ruim: “relatam que têm saúde mental quando estão com a cabeça boa, porém vivem com desgaste mental e cabeça ruim (doentes, cansados, estressados)”¹⁰³⁹.

“Eu mesmo já adoeci durante umas duas vezes... É aquela coisa. É o tempo, é a consciência que somatiza, sabe como? Não tem motivo nenhum para estar mal, mas muitas vezes é uma época que estou dormindo bem, me alimento bem, mas por conta desses problemas a gente acaba tendo uma febre, uma gripe, uma dessas oportunidades, assim, doenças oportunistas, baixa resistência”

“Eu tenho que conviver com meu problema, porque largar de trabalhar eu sei que eu não quero e só vou curar dessa doença quando eu parar de trabalhar”

“São agressões que acontecem no cotidiano, e aí vem a pressão psicológica que você vai fazer um trabalho, você fica tenso. A hora que você vai sair para fazer um trabalho importante você fica meio preocupado com medo de gravar, então existe essa tensão aí que afeta psicologicamente qualquer profissional, né?”

-Profissão não interfere na família, porém, descrevem de forma vívida os problemas familiares: “quando relatam a postura da família frente à forma como o trabalho está organizado, pois, dizem não ter problemas familiares e, ao mesmo tempo, relatam as cobranças dos familiares pela ausência constante. Quatro entrevistados passaram pelo processo de divórcio após ingressarem na profissão”¹⁰⁴⁰.

“Pra quem é jornalista e é casado com alguém que não é da área, às vezes, é complicado, muita viagem ou horário de trabalho, você não tem uma confiança. 6 horas da tarde você bate o cartão e vai embora pra casa, um dia até você consegue chegar cedo em casa, outro dia de madrugada, a pessoa fica ..., né? Não dá pra programar alguma coisa, chega na hora você está escalado pra fazer alguma coisa e tem que desfazer o programa familiar”

-Apresentam conceitos amplos de saúde, porém relatam vividamente os problemas com doenças geradas no trabalho¹⁰⁴¹: que mostra sempre omitirem

¹⁰³⁸(FERRACIOLLI, 2000, p. 59-64)

¹⁰³⁹(FERRACIOLLI, 2000, p. 122)

¹⁰⁴⁰(FERRACIOLLI, 2000, p. 122)

¹⁰⁴¹Sílvio Júlio Nassar na pesquisa, Doenças profissionais em comunicação social, apresentada na Universidade Estadual de Rio de Janeiro, em 1990, mostra como as doenças do estômago, do coração, os problemas com álcool e drogas, esgotamento e problemas de coluna são frequentes neste grupo de

desconforto com problemas em vista de prejudicar sua imagem de produtividade e disposição. Só admitem que têm algum incômodo na esfera privada. No ambiente organizacional, mascaram.

Em relação a problemas de saúde e agressões físicas:

“Eu já machuquei meu pé trabalhando, tirei o menisco fora do lugar trabalhando, são coisinhas pequeninhas e tal, mas a gente nem comenta porque isso no dia a dia acontece com todo mundo, mas acontece”

“Bom, os repórteres cinematográficos é ... tem várias coisa que a gente pode relatar aqui, por exemplo: as câmeras que você usa, as câmeras que os repórteres saem todos os dias, é ... são câmeras pesadas, só usa de um lado, sempre usa o lado direito, tem que usar o lado direito, com o tempo, evidentemente vai dobrando a coluna, vai pensando, pesando, você tem um desvio de coluna. Nós temos um caso aí de um amigo nosso que ele foi operado. Ele não pode mais exercer a função dele 100%, ele continua trabalhando mas só sai com tripé, ele já não tem condições de colocar no ombro, passou por uma cirurgia delicada até, né, hérnia de disco e tal, e sai e continua trabalhando, mas com tripé, em virtude de carregar a câmera com peso”

“Eu sofri três anos com uma tela que era praticamente apagada, eu não usava óculos até então, faz agora um ano que eu não consigo largar meus óculos e só está aumentando porque ela era praticamente invisível, tinha que dar o máximo de mim”

“Logo que eu tinha entrado no jornal, há uma semana que eu estava lá eu sofri um acidente super grave que eu tive sério risco de morte, mas eu tive uma equipe médica muito eficiente, mas a coisa foi feia mesmo, foi bravo mesmo. Foi durante uma reportagem, nós estávamos na preferencial e um caminhão atravessou a preferencial e foi horrível”

“Eles arrancaram o cabo do vídeo dele, da câmera dele e foi agredido com o próprio cabo, né? São agressões que acontecem no cotidiano”

“Batemos o carro, eu bati o olho, o óculos por sorte não quebrou, mas afundou no meu olho e assim foi aquele olho roxo e... pó pouco o acidente, o motorista tirou o lado dele e o meu lado que bateu atrás de um ônibus”¹⁰⁴²

Os depoimentos coletados na pesquisa de FERRACIOLLI (2000) foram enunciados no nosso trabalho para podermos visualizar melhor o contexto das rotinas produtivas. Quando o universo do trabalho e do ambiente no qual se dá o labor diário do

profissionais. Numa amostra de dois anos, observou-se que o câncer e o infarto foram as doenças que mais causaram morte. Dos 55 casos analisados, 10 mortes foram por câncer, 25 por problemas do coração, cinco por acidente, quatro por problemas no cérebro, quatro por problemas do pulmão, dois tiveram septicemia, dois suicídios e um sem causa anunciada.

Outro estudo mais recente, de autoria de José Roberto Heloni, Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista, apresentado na Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP), mostra indicativos quase iguais e conclui que o jornalista é obrigado a se adaptar a grandes mudanças empresariais, além de ser tratado como máquina, produzindo altos graus de estresse.

Uma pesquisa realizada pelo jornalista José Augusto Guto Camargo, no Programa de Aperfeiçoamento da Informação de Mortalidade (Pro-Aim), em São Paulo, também aponta que as maiores causas identificadas de óbitos, entre os jornalistas, são as doenças isquêmicas do coração, calculando 64 mortes entre os anos 1996 e 2003, seguidas por diversos tipos de câncer (62 ocorrências). (PENA, 2006, p. 198-199)

¹⁰⁴²(FERRACIOLLI, 2000, p. 77-87)

jornalista, percebemos que as condições de exercício da profissão são muitas vezes precárias.

Não é possível fazer correspondência de nenhuma conclusão de FERRACIOLLI (2000) com Newsmaking, guardando o rigor científico da nossa pesquisa. Mas tomemos esses tópicos como leitura para a contextualização da complexidade da Fábrica de Notícias.

4.7.2 - Os efeitos da rotina produtiva pela Ciência da Informação

SABER (2006) pesquisou os efeitos da sobrecarga da informação no cotidiano de redações de Campo Grande-MS. A autora constatou que os jornalistas tem sido afetados pelo bombardeio de informação apresentando falhas na memorização, falta de concentração, ansiedade e irritabilidade entre outros aspectos¹⁰⁴³.

SABER (2006) mostra ainda que rendimento profissional foi atingido por meio das dificuldades em filtrar a grande quantidade de notícias e como consequência, “o produto final acaba sendo prejudicado com a velocidade dos fatos e a falta de tempo para apurar as informações”¹⁰⁴⁴. A autora entrevistou 4 jornalistas de webjornalismo, 4 de jornal impresso e 3 de telejornalismo.

SABER (2006), pela perspectiva da quantidade de informação, identifica como os fenômenos que mais atingem os jornalistas são: a fadiga (28%), a neurose (25%), o vício (18%), a intoxicação (14%), a cibernose (7%) e a informatose (4%)¹⁰⁴⁵. A autora considera

Os fenômenos ligados à sobrecarga de informação, a intoxicação da informação, a fadiga da informação, a neurose informacional, o vício da informação, a cibernose e a informatose lhes são apresentados e o resultado é uma auto-análise que acaba por detectar que dores de cabeça, irritabilidade, falhas de memória, falta de concentração não são sinais de que os jornalistas são incapazes e sim de que estão sendo submetidos a uma grande quantidade de informações que tem trazido reflexos na saúde mental, física e psicológica desses profissionais¹⁰⁴⁶.

¹⁰⁴³As patologias do estudo são:

-Informatose (distúrbios ou doenças causadas por excesso de fluxo de mensagens informacionais);
-Cibernose (atrofiamento de funções humanas por uso de computador); e
-Fadiga informacional (entre os sintomas do processo esta a paralisia da capacidade analítica, o aumento das ansiedades e das dúvidas, a inclinação para decisões equivocadas e até levianas).

(SABER, Marina. Efeitos da sobrecarga da Informação no cotidiano de jornalistas em Campo Grande - MS. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação). UNB. 2006, p. 20)

¹⁰⁴⁴(SABER, 2006, p. 204)

¹⁰⁴⁵Ibidem.

¹⁰⁴⁶(SABER, 2006, p. 211)

Dos percentuais coletados como resultado da pesquisa, SABER (2006) comenta que o percentual de 28% dos jornalistas de sua amostra indica que a fadiga é “o fenômeno que mais afeta o cotidiano das redações”^{1047 1048}. Em segundo lugar está a neurose informacional, com percentual de 25% dos entrevistados. A autora considera que esse fato tem origem na “ansiedade em conseguir informações, hábitos e sentimentos que o próprio indivíduo alimenta (os sintomas são a irritabilidade, alteração de humor, dificuldades em adormecer e distúrbios da memória)”. Em sua análise,

Tanto o ambiente de trabalho nas redações quanto o próprio profissional são responsáveis pelos efeitos causados pela sobrecarga de informação. Nessa luta para divulgar notícias em primeira mão, correndo contra a velocidade da informação o jornalista precisou desenvolver novas habilidades, descobriu que é necessário se adequar a um novo perfil de profissional para se encaixar nas exigências do mercado da comunicação de hoje. Usar com destreza as ferramentas de busca pela Internet, ter comprometimento profissional na hora de checar as denúncias, não se entregar ao fenômeno de copiar e colar são atitudes que devem fazer parte da postura dos profissionais, mas a pesquisa apontou que geralmente não é isso que acontece. A notícia tem sido prejudicada por vários motivos que vão desde a pressa na hora de redigir até o surgimento de informações desencontradas e equivocadas. Para os profissionais, um sentimento de frustração impera porque, de acordo com a avaliação deles, as notícias andam sendo tratadas de forma superficial e padronizadas¹⁰⁴⁹.

Mais especificamente sobre a rotina produtiva, SABER (2006) pontua:

Sobrecarregados com a rotina, os jornalistas apresentam falhas na memorização, na concentração e queda na produtividade. O profissional da comunicação se vê envolvido nessa guerra constante de ter acesso, de produzir em grande quantidade, acabando por ser influenciado a se render ao ritmo alucinado e frenético que domina as redações. As entrevistas apontam que por conta da sobrecarga, o jornalista acaba por limitar seu convívio social e familiar pela opção de trabalhar muito durante um período prolongado e se esgotar fisicamente, intelectualmente e emocionalmente com sua atividade profissional¹⁰⁵⁰.

Sobre a percepção das condições de trabalho, SABER (2006) considera a rotina produtiva “completamente atordoada”¹⁰⁵¹. Para a autora, o ambiente em que “telefone toca sem parar”¹⁰⁵², “profissionais recebam uma enxurrada de e-mails”¹⁰⁵³ e a ansiedade devido à concorrência de “cada nota divulgada pelos sites estaduais e nacionais”¹⁰⁵⁴ fazem com que os jornalistas sejam “desafiados a lidar com problemas como a falta de

¹⁰⁴⁷Ibidem.

¹⁰⁴⁸Não temos o objetivo de generalizar esses resultados tão específicos, mas de trazê-los ao universo dos efeitos do trabalho jornalístico, universo não comportado de forma tão pontual na perspectiva dos estudos de Newsmaking.

¹⁰⁴⁹(SABER, 2006, p. 212)

¹⁰⁵⁰Ibidem.

¹⁰⁵¹(SABER, 2006, p. 211)

¹⁰⁵²(SABER, 2006, p. 211)

¹⁰⁵³Ibidem.

¹⁰⁵⁴Ibidem.

tempo para se abastecer de informações”¹⁰⁵⁵, tenham “dificuldades em filtrar a informação”¹⁰⁵⁶ e ainda de “encontrar um novo foco que possa definir prioridades numa corrida constante contra a concorrência”¹⁰⁵⁷. Para a autora,

Diante desse ritmo que alguns entrevistados preferem chamar de fabril percebe-se que o jornalista não consegue seguir no mesmo ritmo da tecnologia, da velocidade com que as informações se renovam, por isso, os informantes e informatas da Sociedade da Informação se descobrem em situações que demonstram dificuldades em assimilar conteúdo ao mesmo tempo em que não conseguem se desligar da informação¹⁰⁵⁸.

SABER (2006) categoriza como efeitos da sobrecarga de informação no cotidiano de redações¹⁰⁵⁹:

- a) Impossível fazer uma leitura detalhada e aprofundada sobre as notícias
- b) Utilizam horários alternativos para conseguir acompanhar a evolução das notícias
- c) Gostariam de poder dedicar mais tempo do dia para ler com mais calma as notícias
- d) O excesso de informação traz dificuldades na hora de priorizar as notícias
- e) Divulgar em primeira mão obriga os profissionais a fazer tudo ao mesmo tempo
- f) A rotina frenética das redações desgasta e o excesso de informação sobrecarrega
- g) Os jornalistas não conseguem se desligar da notícia
- h) Até em sonho os jornalistas se vêem produzindo notícias
- i) Os jornalistas percebem que é impossível absorver tantas informações
- j) Tem dificuldades em controlar o volume de informação que chega às redações
- l) Os jornalistas se sentem escravos do ritmo de trabalho que impera nas redações
- m) Buscam aliviar o stress mental trazido pela grande quantidade de informações
- n) Para alguns a sobrecarga de informação pode funcionar como fator estimulante¹⁰⁶⁰

Como efeitos da sobrecarga de informação sobre o jornalista, SABER (2006) conclui que as principais implicações sejam:

- a) Fenômenos estudados até agora que estão ligados à sobrecarga de Informação.
- b) A sobrecarga de informação mexe com aspectos físicos e psicológicos.
- c) Vários sintomas como falha na memorização, na concentração e outros.
- d) Reações físicas ligadas ao excesso de informação como dor de cabeça, etc.
- e) Descrição de episódios e situações em que sentiram os sintomas já citados¹⁰⁶¹.

Sobre como a sobrecarga de informação afeta o rendimento profissional, SABER (2006) ressalta que

- a) Muita informação exige que o jornalista tome decisões rápidas e acertadas
- b) Se rende a rotina estressante e não consegue ver outra forma de trabalhar
- c) Mudança de alguns hábitos para ter um melhor rendimento profissional¹⁰⁶²

¹⁰⁵⁵Ibidem.

¹⁰⁵⁶Ibidem.

¹⁰⁵⁷Ibidem.

¹⁰⁵⁸Ibidem.

¹⁰⁵⁹SABER (2006) considera o ambiente das redações de mídia impressa e eletrônica. A análise da autora não versou sobre Telejornalismo ou Radiojornalismo.

¹⁰⁶⁰(SABER, 2006, p. 201)

¹⁰⁶¹(SABER, 2006, p. 202)

Em vista da complexidade dos temas que envolvem a atividade e o ambiente de trabalho dos jornalistas, SABER (2006) propõe que outras pesquisas versem sobre os questionamentos não esclarecidos por sua pesquisa. Em sua análise:

Algumas questões permanecem e poderão ser aprofundadas em outras pesquisas, inclusive sendo adaptadas e aplicadas em estudos com outras categorias profissionais.

- 1) A sobrecarga da informação pode se apresentar de forma diferente, com menos ou mais intensidade dependendo do veículo no qual se trabalha, jornal, site ou TV?
- 2) É possível encontrar um novo método de organização operacional dentro das redações para que a sobrecarga não venha a afetar de forma tão negativa o jornalista e a notícia?
- 3) Com essa gama de informações o público leitor, o público telespectador sente alguma diferença no produto final sendo ele um programa televisivo, página eletrônica ou jornal impresso?
- 4) Qual é a análise que médicos especialistas fazem da categoria profissional de jornalista diante do ritmo de trabalho e do ambiente conturbado das redações?
- 5) A maioria dos jornalistas já se deu conta que o ritmo de trabalho mudou e que é preciso adquirir novas habilidades e ter outras posturas profissionais para não ficar submerso no oceano de informações?¹⁰⁶³

Tais questionamentos expostos por SABER (2006) não podem ser respondidos por meio da presente pesquisa. Entretanto, a leitura de estudos sobre o labor e o ambiente de trabalho jornalístico que propomos evidencia a gama de conflitos e possibilidades existentes no universo das rotinas produtivas.

4.7.3 - Os efeitos da rotina produtiva pela Comunicação

J. PENA (2006) estudou qualidade de vida do repórter na tese de Doutorado, em Comunicação, orientada pela professora Dra. MEDINA. Ao utilizar uma plurimetodologia, a pesquisa analisou as relações de 54 jornalistas do estado de Minas Gerais e organizações nas quais trabalhavam. O objetivo foi o de criar uma epistemologia da qualidade de vida individual do repórter.

As rotinas produtivas estão estruturadas conforme uma concepção taylorista de organização do trabalho. Para J. PENA (2006), tal fato

(..) levou as empresas de notícias a assumir o monopólio do trabalho intelectual, e relegar os repórteres à execução mecânica e parcelada de seu trabalho. O cérebro ainda é usado, mas equivale à mão do trabalhador. Na imprensa, esse processo assumiu a forma de cobertura jornalística, de imposição do “deadline” (o horário-limite industrial), produção computarizada, planos de metas, controle de erros, avaliações,

¹⁰⁶²(SABER, 2006, p. 189)

¹⁰⁶³(SABER, 2006, p. 212)

planilhas do volume de produções. Não existe uma visão de longo prazo que integre vários setores da organização e que trabalhe por processos, pensando em ir além da atividade de receber a pauta do editor, pesquisar nos arquivos, entrevistar alguém, escrever o texto e dar as tarefas por encerradas¹⁰⁶⁴.

O taylorismo tem como principal característica a cronometragem das instâncias do trabalho e a economia processual. Os aspectos relativos à Objetividade vão de encontro a esse tipo de organização administrativa do trabalho. Entretanto, para J. PENA (2006), esse ambiente organizacional “ignora os efeitos da fadiga e os aspectos humanos, psicológicos e fisiológicos das condições de trabalho”¹⁰⁶⁵.

J. PENA (2006) afirma que “a gerência exerce um controle real sobre o processo de trabalho, o que só poderia ser feito na medida em que a mesma dominasse o seu conteúdo, o procedimento do trabalhador no ato de produzir”¹⁰⁶⁶ ¹⁰⁶⁷. Ainda para a autora,

O taylorismo quer reduzir o repórter a gestos e movimentos, sem capacidade de desenvolver atividades mentais que, depois de uma aprendizagem rápida, funcionem como uma máquina. Visando a obter maior intensidade nesse processo de trabalho, a visão fordista retoma e desenvolve o taylorismo. O sistema taylorista- fordista percebe as organizações como máquinas e administrá-las significa fixar metas e estabelecer formas de atingi-las; organizar tudo de forma racional, clara e eficiente, detalhar todas as tarefas e, principalmente, controlar, controlar e controlar. Enfim, a organização taylorista e fordista do trabalho estabelece, nas mídias, uma doutrina de estruturação administrativa da empresa (rigidez da via hierárquica), sempre com o objetivo de obter o máximo rendimento. Tudo isto aumenta a tensão do trabalhador, o nervosismo e a ansiedade. Mas, isto para a empresa, é importante porque ajuda a agilizar a produção do jornal, redigindo mais depressa e porque, segundo eles, “o sujeito tenso produz mais porque fica mais atento”¹⁰⁶⁸.

As condições de trabalho nas redações costumam ser precárias. Ambiente abafado, tenso e trânsito intenso de pessoas são algumas características. J. PENA (2006) faz uma consideração pertinente sobre essas condições e sobre o nível de adesão ao jornal (também vista em BREED (1993), durante nosso estudo anterior):

Os lugares de trabalho são “marcados” de várias formas: com fotos, com recortes colados na máquina de escrever ou embaixo do tampo de vidro da mesa, com vasos de plantas ou montanhas de material de referência. No momento de informatização dessas empresas, embora a mesa de trabalho continue a ter um titular que tem as chaves das gavetas, o computador é usado por quem chegar primeiro, o que é fonte de freqüentes atritos. Cada empresa jornalística tem um aspecto religioso: tudo se cumpre segundo as regras impostas, ninguém pode fazer o contrário porque é punido: sua teologia é de uma

¹⁰⁶⁴ (PENA, 2006, p. 37)

¹⁰⁶⁵ (PENA, 2006, p. 37)

¹⁰⁶⁶ Ibidem.

¹⁰⁶⁷ As representações da realidade no jornalismo informativo acabam por colocar a informação embalada em formato de Lead, Pirâmide Invertida e outros aparatos padronizados. Tal fato colabora para o controle social na redação, como vimos estudo de BREED (1993).

¹⁰⁶⁸ Ibidem.

submissão total. O cumprimento da pauta sem discutir: um pedido da direção é uma ordem. Muitos sacrificam até suas férias. Existe um clima religioso nas redações porque os empresários da notícia exigem de seus jornalistas uma adesão quase religiosa, são muito estritos e fazem sentir seu poder hierárquico. Muitos jornais são caracterizados pela uniformidade de processos, unidade de produto e constância de ritmos, fundamentais para sua continuidade e definição de seu papel perante o mercado leitor e publicitário, e frente às instituições¹⁰⁶⁹.

Quanto ao fator tempo, em relação à agilidade na execução de tarefas, J. PENA (2006) avalia que a “rapidez, às vezes, termina sendo um problema para os repórteres iniciantes”¹⁰⁷⁰. Uma consideração muito importante sobre o fator tempo, não considerado anteriormente no nosso estudo, é sobre a jornada de trabalho.

J. RIBEIRO (2001) denomina a empresa jornalística como uma “usina de textos”¹⁰⁷¹. O autor declara que “varar as madrugadas faz parte do folclore da profissão”¹⁰⁷².

J. RIBEIRO (2001) considera que a área de publicidade do jornal costuma ter dificuldades para fechar o espelho (composição da diagramação dos anúncios e textos no jornal a serem impressos)¹⁰⁷³. Muitas campanhas publicitárias são aprovadas de última hora e isso prejudica o trabalho da redação. Para o autor,

Uma manifestação do formidável grau de prioridade da área comercial sobre a editoria é o “pescoção”. No jornal Estado de S. Paulo, todas as noites de sexta-feira e madrugada de sábado. Trata-se de uma estratégia: seu objetivo é, logo após exaustiva jornada de trabalho, antecipar a produção da edição de domingo, que normalmente seria feita”na tarde de sábado. A justificativa é que assim se antecipa a distribuição da edição de domingo. Entre a conclusão da edição do sábado (por volta das 22h) e o reinício do trabalho decorre um hiato de pelo menos duas horas em que toda a redação, uns”300 jornalistas, fica esperando as cinco pessoas da publicidade fecharem o espelho da edição de domingo, depois de recebidos os anúncios de “ultima hora”.

Eis a acumulação de duas jornadas e a quebra do ciclo biológico. Não é raro equipes saírem do jornal às 5h da manhã do sábado, situação que provocou problemas de saúde e pedido de dispensa de vários profissionais. Especialistas em condições de trabalho sustentam que as mudanças de horário têm conseqüência sobre a saúde dos trabalhadores, pois mexem com seu ritmo”circadiano (inclui sono, tensão arterial, temperatura, consumo de oxigênio). Sem contar que sofrem também com os baixos salários¹⁰⁷⁴.

Compreendemos que, na cultura organizacional, exista uma idéia de que os prazos sejam como linhas da morte (deadline), principalmente no fechamento de

¹⁰⁶⁹(PENA, 2006, p. 37-38)

¹⁰⁷⁰(PENA, 2006, p. 38)

¹⁰⁷¹(RIBEIRO, 2001, p. 81)

¹⁰⁷²(RIBEIRO, 2001, p. 95)

¹⁰⁷³Ibidem.

¹⁰⁷⁴Ibidem.

edições e textos. Contudo, os prazos não têm a mesma aplicação em relação à jornada de trabalho. Para J. PENA (2006),

Normalmente, não há como desfazer o que ficou mal feito. Quando demoram muito em passar um relatório para chefia, logo depois ele não tem validade. É importante que o repórter esteja informado de tudo, portanto deve também ler todos os jornais para estar atualizado. Nas emissoras de rádio e televisão, geralmente todo repórter passa pela rádio-escuta. Nessa função, ele deve ouvir as outras rádios e também acompanhar os noticiários das emissoras de televisão, ou rádio, informando à chefia de reportagem quando um concorrente noticia algum fato que ainda não está sendo acompanhado pela emissora.

Outra característica das empresas jornalísticas é a rotina de trabalho, como no momento da chegada, que começa pelo ato de “bater o cartão”, só na entrada, para ter controle do pessoal no cumprimento dos horários. Por que não controlam a saída também? As horas extras de trabalho, não contam? Ao longo do expediente, convém não se dirigir a um superior sem que ele tenha tomado a iniciativa. Ao fim do expediente, o jornalista deve aguardar autorização do chefe que terá suas razões para liberar membros da equipe no momento que convier. (...) O normal é esperar para ser dispensado¹⁰⁷⁵.

Diferenciamos a noção de tempo da redação do tempo natural. J. PENA (2006) denuncia que quem sofre mais com os prazos e a ameaça iminente de morte (deadline) são os repórteres¹⁰⁷⁶. Para a autora,

Em algumas emissoras até existe compensação das horas trabalhadas além do horário, mas nos jornais esta compensação de horas extras é esporádica. O trabalho é imposto em horários “anormais”, como madrugadas, feriados, fins de semana. E quando a pessoa é demitida, é expulsa sem contemplações da “casa”, voltando a ser o indivíduo da “rua”. Os repórteres vivem imposições por parte das empresas, sendo submetidos e esquecendo que são seres humanos e não máquinas de fazer notícia. Existe, inclusive, até controle das chefias sobre seu tempo livre. Taylorismo e fordismo em vigência nas mídias modernas. O procedimento que revela o grau de produtividade a que é submetida uma notícia ou uma reportagem é a ditadura da pauta, que gera tensão para os repórteres. Muitas vezes, o material é inteiramente planejado (pautado), de acordo com interesses políticos e/ou comerciais. Portanto, o repórter deve preencher os vazios do texto com declarações convenientes¹⁰⁷⁷.

Entendemos que o deadline tem efeito sobre o fechamento de material e coberturas, mas não se aplica à jornada. E que a adesão de alguns jornalistas à organização é tanta que os faz levar o expediente para a vida privada. A análise de J. PENA (2006) é a de que

Muitos repórteres ficam 280 dias fora de casa durante o ano sacrificando sua vida pessoal. O trabalhador é artesão de seu próprio sofrimento. Não resolvidas as necessidades e frustrações do trabalho, o repórter mantém sua pressão nas “horas vagas”, que tendem a ser ocupadas pelo consumismo e a busca desenfreada de bebidas¹⁰⁷⁸.

¹⁰⁷⁵(PENA, 2006, p. 38-39)

¹⁰⁷⁶(PENA, 2006, p. 40)

¹⁰⁷⁷Ibidem.

¹⁰⁷⁸(PENA, 2006, p. 47)

Para J. PENA (2006), a auto-repressão¹⁰⁷⁹ na organização aumenta quando o ser humano entra em crise de ansiedade, cansaço e fica em pânico¹⁰⁸⁰. O trabalho, em vez de ajudar a crescer e satisfazer a pessoa, colabora com a destruição da essência da pessoa, “fazendo do ser humano escravo de sua própria destruição”¹⁰⁸¹.

Ressaltamos que alguns jornalistas tendem ao vício do trabalho como quem recorre ao alcoolismo para aliviar as pressões e frustrações do cotidiano. J. RIBEIRO¹⁰⁸² (2001) considera de sua experiência na redação que muitos colegas demonstravam ao longo da semana uma ânsia incontrolável de freqüentar bares e festas. E que tal fato “não representava um intercâmbio emocional ou cultural mas funcionavam como catarse de insatisfações trazidas do trabalho”¹⁰⁸³. Para o autor,

Com a “improvisação acontece o mesmo, aumenta a margem de entropia e a possibilidade de erro obriga o profissional a compensá-las com recursos pessoais e tempo extras. Daí decorrem, de novo, a ansiedade e o pânico de errar, resultando em um esgotamento progressivo e fadiga mental que com freqüência se somatiza em doenças alérgicas e cardíacas. O sofrimento mental é alimentado pelas empresas, e portanto torna-o “produtivo”, através de mapas de erros personalizados, de ameaças e sanções e seu objetivo é a submissão e a construção do autocontrole: ter medo de ser vigiado é vigiar-se a si mesmo. O medo e a ansiedade são os meios pelos quais se consegue fazer respeitar os preceitos hierárquicos. Dessa forma, obedecer é proteger -se da ansiedade originada pelo risco de ser flagrado em erro”¹⁰⁸⁴.

Para J. PENA (2006), é comum em relação às expectativas organizacionais¹⁰⁸⁵

que:

A visão tradicional é que as empresas jornalísticas centralizam sua proposta pragmática na eficiência técnica: o manual de redação, que é vendido como um ordenador de texto, como um padronizador de estilos. Mas também como um código de ética que se apresenta para a sociedade, no sentido de legitimar a própria notícia e dar crédito ao jornal. Mas se o repórter não segue o manual de redação e estilo, é repreendido e

¹⁰⁷⁹A falta de limite da jornada de trabalho se transforma em patologia. Alguns jornalistas se tornam workaholics como uma maneira de trabalhar a auto-repressão.

¹⁰⁸⁰(PENA, 2006, p. 49)

¹⁰⁸¹Ibidem.

¹⁰⁸²“A tese de doutorado As condições e contradições do trabalho jornalístico - Sempre alerta, de Jorge Cláudio Júnior Ribeiro, apresenta depoimentos, colhidos em 1992, não muito diferentes das afirmações anteriores e mostra graves problemas psicossomáticos (hipertensão, doenças do coração, sofrimento mental, distúrbios no sono e no apetite) causados pelo alto grau de angústia em que vivem estes profissionais” (PENA, 2006, p. 199). A pesquisa foi publicada como livro e é muito utilizada no meio acadêmico. O trabalho consta na nossa bibliografia.

¹⁰⁸³(PENA, 2006, p. 47)

¹⁰⁸⁴(PENA, 2006, p. 49)

¹⁰⁸⁵Compreendemos na presente pesquisa que as pressões psicológicas são exercidas com base no modelo cartesiano do modelo de Jornalismo Informativo e da empresa jornalística, utilizando os binômios: certo-errado, causa-efeito e sujeito-objeto. As regras são postuladas pelos Manuais de Redação e Estilo e são responsáveis pela conformidade do desempenho profissional com as expectativas organizações. A quem não enquadra, o processo de gratificações e sanções é aplicado, conforme vimos de forma teórica em BREED (1993)

acusado de derrubador de matérias. O profissional desqualificado é considerado incompetente. Eis a violência psicológica. O ser humano desenvolveu técnicas e mais técnicas, mas esqueceu dos contactos da consciência. Sabemos que a busca dentro de cada um, da unidade e o todo, é o caminho fundamental para compreender os diversos estados de consciência da humanidade¹⁰⁸⁶.

A desvalorização dos repórteres nos meios de comunicação “lhes causa angústia e decepção”¹⁰⁸⁷, conforme J. PENA (2006). Tal ação é incorporada pela empresa jornalística e institui uma espécie de “sonegação de estímulo”¹⁰⁸⁸ da cultura organizacional baseada na falta de investimento nos trabalhadores. A autora considera que “as políticas internas nem pensam como podem reduzir as tensões. A tensão é utilizada como estratégia para produzir qualidade de notícias”¹⁰⁸⁹. Em sua análise:

A desqualificação é a estratégia empregada nas empresas para obter maior docilidade e conseguir que [os jornalistas] aceitem o salário oferecido, pois profissional incompetente não pode fazer reclamações. Com relação à remuneração, existe uma discrepância salarial entre o “alto clero” das redações e o “baixo clero”, que são os que ficam longos tempos nas empresas à espera de oportunidades e devem apresentar contínuas manifestações de dedicação seguidas de pedidos de aumento. Essa divergência de salário “mostra”, para as camadas baixas da redação, como as promessas das empresas se realizam para os “bem-sucedidos”. Suscitando aspirações obsessivas de ascensão que, com o passar do tempo, provocam desestímulos, desesperos, oportunismos, internalizações dos “fracassos” e, finalmente, saídas das empresas. A pressão começa com o processo da informação e passa pelo manejo da equipe - o que inclui contratação, promoção, demissão. Tudo isso está nas mãos do editor, em vários graus de poder. Normalmente, o editor tem autonomia para definir pautas e propor quais serão os repórteres especiais, embora, ao longo do dia, sejam feitas reuniões, com o poder central da redação, em que se administram espaços e temas. Existe outro desrespeito para o exercício da profissão: pois quase sempre os textos terminam escritos a várias mãos, ou seja, por ninguém. Não existe criatividade, nem autonomia.

As empresas inibem a criatividade do jornalista. Se o profissional não se submeter à política, criam um ambiente de “lavagem cerebral”¹⁰⁹⁰ e “assédio moral”¹⁰⁹¹ é chamado de mau jornalista, conforme J. PENA (2006)¹⁰⁹². Para a autora, a sobrecarga

¹⁰⁸⁶(PENA, 2006, p. 39-40)

¹⁰⁸⁷(PENA, 2006, p. 40)

¹⁰⁸⁸(PENA, 2006, p. 48)

¹⁰⁸⁹(PENA, 2006, p. 40)

¹⁰⁹⁰(PENA, 2006, p. 48)

¹⁰⁹¹“Margarita Barreto 24, médica do trabalho, explica que existem práticas desprezíveis, porém bem conhecidas do mundo do trabalho, como “puxar o tapete” do colega, espalhar boatos maldosos sobre o superior ou desmoralizar o subordinado na frente da equipe. Atitudes desse tipo levam o nome de assédio moral e pressupõem perseguição sistemática ao funcionário, em uma espécie de terrorismo psicológico. Dos depoimentos dos repórteres, concluímos que o assédio moral nas empresas jornalísticas é muito comum”.(VILAS, Sérgio Boas. Perseguição no trabalho é Assédio Moral. In: Revista Equilíbrio. Folha de São Paulo, 21 de fevereiro de 2002, pp.8-11. apud PENA, 2006, p. 48)

¹⁰⁹²(PENA, 2006, p.48)

de trabalho, que quase sempre ultrapassa as oito horas diárias, causa frustração. Tal fato inibe outras atividades além do trabalho¹⁰⁹³.

J. PENA (2006) afirma que a precarização do trabalho em jornalismo é uma das principais contingências que levam ao sentimento de falta de valorização¹⁰⁹⁴. Para a autora,

Visto de forma mais simbólica, o trabalho é uma atividade profissional, não só para ganhar a vida. Também é uma inserção social, onde os aspectos psíquicos e físicos estão fortemente comprometidos. O trabalho pode ser fator de deterioração, de envelhecimento e de doenças graves, mas pode constituir-se em fator de equilíbrio e desenvolvimento¹⁰⁹⁵.

Problemas mais graves também acontecem no ambiente de trabalho. Por vez, no caso das mulheres, há até assédio sexual. Miriam Caetano formou recentemente em jornalismo (dezembro de 2003). Como trabalho final, escreveu um livro-reportagem relatando a experiência de ter sido assediada sexualmente antes mesmo de ter o diploma de jornalista¹⁰⁹⁶.

Miriam Caetano conta que teve como “forte motivo para me manter sóbria”¹⁰⁹⁷ o fato de alguns superiores acharem que ela estivesse disponível para insinuações relativas a assédio sexual. A jornalista se sentia “desprotegida e insegura pelas apelações dos chefes”¹⁰⁹⁸. O momento mais sofrido de sua história foi quando morou na entrada de uma favela por falta de recursos. Para agravar a situação, durante essa fase, engordou quase 10 quilos por comer apenas bolacha recheada nas refeições¹⁰⁹⁹.

O caso de Miriam Caetano ilustra, em sentido extremo, algumas conseqüências da vida real, oriundas do labor e do ambiente de trabalho jornalístico, que muitas vezes não são percebidas nos arcabouços teóricos. Em uma parte de seu relato, a jornalista expressa a influência da rotina produtiva na sua vida:

¹⁰⁹³“Muitos têm o sonho de chegar a ser escritores e não conseguem escrever por falta de tempo”. (PENA, 2006, p. 48)

¹⁰⁹⁴É comum o jornalista trabalhar em dois empregos para reforçar orçamento familiar. O enxugamento das redações devido à onda neoliberal e informatização, nos anos 90, tirou muitos postos de trabalho e aumentou a oferta de mão-de-obra. Com isso, os salários caíram e houve certa precarização das condições de trabalho.

¹⁰⁹⁵(PENA, 2006, p. 45)

¹⁰⁹⁶CAETANO, Miriam Lins. Lágrimas de Álcool: as diversas faces experimentadas pelo alcoólatra. Livro-reportagem apresentado para obtenção do título de bacharel na habilitação em Jornalismo do Curso de Comunicação Social – Universidade de Uberaba, dezembro de 2003. Orientador: Prof. Dr. Raul Osório Vargas. pp. 80-81. apud (PENA, 2006, p. 67)

¹⁰⁹⁷Ibidem.

¹⁰⁹⁸Ibidem.

¹⁰⁹⁹Ibidem.

“Ficava inchada com o calor e o excesso de trabalho que me consumia na produção de um programa das oito da manhã às dez da noite. E a falta de recursos me incomodou quando um dente quebrou e não tive dinheiro para arrumá-lo no dia. Meu rosto ficou inflamado e a dor era insuportável”¹¹⁰⁰.

Em vista do panorama dos efeitos do labor e do ambiente de trabalho na vida do jornalista pudemos perceber que há muitos elementos que compõem esse ambiente que sequer vão ser trabalhados em nossa pesquisa. Contudo, na perspectiva de análise e construção do conhecimento, achamos como uma boa opção o caráter de evidenciar alguns trabalhos que tratem do universo abordado.

Na consulta bibliográfica que fizemos para construir a argumentação da presente pesquisa tivemos contato com muitos estudos sobre pressão e sofrimento oriundos do labor, do ambiente de trabalho e da rotina produtiva. Algumas são citadas por J. PENA (2006):

1. A pesquisa de Sílvio Júlio Nassar, Doenças profissionais em comunicação social , apresentada na Universidade Estadual de Rio de Janeiro, em 1990, mostra como as doenças do estômago, do coração, os problemas com álcool e drogas, esgotamento e problemas de coluna são freqüentes neste grupo de profissionais. Numa amostra de dois anos, observou-se que o câncer e o infarto foram as doenças que mais causaram morte. Dos 55 casos analisados, 10 mortes foram por câncer, 25 por problemas do coração, cinco por acidente, quatro por problemas no cérebro, quatro por problemas do pulmão, dois tiveram septicemia, dois suicídios e um sem causa anunciada.
2. Outro estudo mais recente, de autoria de José Roberto Heloni, Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista, apresentado na Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP), mostra indicativos quase iguais e conclui que o jornalista é obrigado a se adaptar a grandes mudanças empresariais, além de ser tratado como máquina, produzindo altos graus de estresse.
3. Uma pesquisa realizada pelo jornalista José Augusto Guto Camargo, no Programa de Aperfeiçoamento da Informação de Mortalidade (Pro-Aim), em São Paulo, também aponta que as maiores causas identificadas de óbitos, entre os jornalistas, são as doenças isquêmicas do coração, calculando 64 mortes entre os anos 1996 e 2003, seguidas por diversos tipos de câncer (62 ocorrências).
4. Os jornalistas, que estão nos meios de comunicação, vivem nas redações ambientes estressantes e de desqualificação profissional. Pelo menos, é o que aponta a pesquisa de Glauco Cortes Rodrigues, O pensamento negado: o jornalista entre a razão e a desrazão , dissertação de mestrado apresentada em 1992 na Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP).

Recomendamos FERRACIOLLI (2000), BERAQUET (2005), SABER (2006), e a própria J. PENA (2006), além dos autores citados. As referências constam da bibliografia, caso o leitor queira ter mais contato com o assunto.

Encerramos por aqui as considerações sobre Newsmaking. Passemos ao relato da metodologia utilizada para aferir dados para a nossa pesquisa.

¹¹⁰⁰Ibidem.

■ Metodologia

5 - Metodologia

A análise das questões teórico-metodológicas da nossa pesquisa serão tratadas neste capítulo. É necessário que façamos um breve relato sobre as hipóteses, métodos de investigação e processos de análise utilizados. Os referenciais para construção desse capítulo são de LAVILLE e MELVILLE (1999)¹¹⁰¹, BEAUD (2002)¹¹⁰², M. LOPES (2000)¹¹⁰³ e SANTAELLA (2001)¹¹⁰⁴.

5.1 - Contexto

A pesquisa se posiciona na linhagem teórica de Newsmaking sobre a ênfase no processo de produção da notícia. Desta forma, entende o ambiente de trabalho do jornalista como fator importante na construção da notícia, além da socialização entre os profissionais sobre a incidência de uma cultura organizacional e profissional. O aporte teórico tem como referência os clássicos: TUCHMAN (1978), MOLOTCH e LESTER (1974), BREED (1955), SOLOSKI (1989), SCHLESINGER (1977) e HALL et al (1984). Além de organizadores e comentadores desse arcabouço, como: WOLF (2003), TRAQUINA (1993), HOHFELDT (2001) e SOUSA (2002). E pesquisadores brasileiros, como: LAGE (2002), ADGHIRNI (2002), AMARAL (1982, 1986 E 1996), BELTRÃO (1969, 1976 E 1980), BARROS FILHO (2003), BERGER (2002), FRANCISCATO (2002), GUERRA (2004), MARCONDES FILHO (2000), MARQUES DE MELO (2003), GONZAGA MOTTA (2002), VIZEU (2003), SERRA (2004) e L.M.MARTINO (2003).

A presente pesquisa foi produzida na Linha de Pesquisa Jornalismo e Sociedade, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Em vista disso, buscamos realizar um estudo de acordo com as expectativas do nosso programa de pós-graduação: “de modo a encontrar respostas conciliadoras para as tensões existentes

¹¹⁰¹LAVILLE, C. e DIONNE, J. A construção do saber. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Tradução. Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre – Belo Horizonte: Editora Artes Médicas Sul Ltda – Editora UFMG, 1999.

¹¹⁰²BEAUD, Michel. Arte da tese: Como preparar e redigir uma tese de mestrado ou doutorado, uma monografia ou qualquer outro trabalho universitário. Tradução de Glória de Carvalho Lins. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000

¹¹⁰³LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Loyola, 2002, 6a ed.

¹¹⁰⁴SANTAELLA, Lúcia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

entre as utopias do jornalismo como função pública e social e as reais possibilidades do jornalismo enquanto práxis (ação transformadora da realidade social)”¹¹⁰⁵.

5.1.1 - Interrogações iniciais

O Código de Ética, de 1987, previa como dever do jornalista a defesa dos direitos humanos. Os direitos da criança e do adolescente estão inclusos na Declaração Universal dos Direitos Humanos¹¹⁰⁶. Entretanto, a nova redação do CEJ, de 2007, faz a especificação da defesa do tema de forma expressa: “defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes”^{1107 1108}.

Os trabalhos de elaboração da presente pesquisa começaram no contexto de vigência do CEF, de 1987. Com a nova edição do CEJ, 2007, tivemos que recontextualizar a hipótese, a problemática e os objetivos da investigação.

Primeiramente, pelo CEJ (1987), a abordagem teria duas tensões: uma ontológica (Jornalista Profissional x Jornalista Amigo da Criança) e uma sociológica (valores profissionais x valores organizacionais). No segundo momento, com a edição do CEJ (2007), passamos a ter apenas a tensão relativa à rotina produtiva e à produção da notícia.

Tínhamos em mente que o Código de Ética dos Jornalistas Profissionais (CEJ, 1987) produzia a figura do Jornalista Profissional. O processo de profissionalização da profissão de jornalista ainda não estava consolidado, em 1987, início de sua vigência daquele CEJ (1987).

Já o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (CEJ, 2007) tem uma preocupação maior em evidenciar valores profissionais de cunho social do que em relação a esse processo de profissionalização da profissão de jornalista (CEJ, 1987). Atualmente, o discurso de profissionalismo no meio jornalístico recebe atenção menor da categoria, ao menos nos grandes centros urbanos, devido ao alto grau de pessoas formalmente habilitadas para o exercício da profissão.

¹¹⁰⁵Fonte: www.unb.br/fac/posgraduacao. Visitado em 15-12-2007.

¹¹⁰⁶O Código de Ética usava a expressão Declaração Universal dos Direitos do Homem, ao invés de Declaração Universal dos Direitos Humanos. Nas traduções para o português de Portugal é comum chamar de “do homem”. Tal fato ocorre também com a palavra deontologia que é uma forma de dizer ética profissional. A influência do uso do termo deontologia também vem daquele país.

¹¹⁰⁷Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, artigo 6º, inciso XI

¹¹⁰⁸O CEJ ganhou essa redação em agosto de 2007, quando foi votada sua nova edição.

Compreendemos que a mudança de Código de Ética dos Jornalistas Profissionais (CEJ, 1987) para Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (CEJ, 2007) incorre na adoção de preceitos que não tinham como ser percebidos no início da elaboração da presente pesquisa (janeiro de 2006).

No CEJ (2007), a preocupação com os temas sociais aumentou (o número de inserções da palavra “cidadão” é maior do que no CEJ de 1987), a cláusula de consciência foi formalizada (elemento que beneficia a dimensão humana e as convicções pessoais do jornalista) e foi criado um capítulo específico Das Relações Profissionais (com influência direta sobre as redações e o ambiente de produção da notícia).

Outra mudança é que CEJ (1987) antigo prescrevia a defesa dos direitos humanos como dever do Jornalista Profissional. Era um princípio amplo e que englobava toda a Declaração dos Direitos Humanos: “defesa de direitos e liberdades sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição”^{1109 1110}.

O dever expresso a todos os Jornalistas Profissionais era o de defender os princípios da Carta.

Art. 9º É dever do jornalista:

(...)

-Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos do Homem¹¹¹¹ [grifo nosso]

Ser Jornalista Amigo da Criança, naquele contexto do CEJ (1987), incorria numa missão a mais do que a estabelecida no Código: a promoção dos direitos. A distinção se dava pela defesa especializada e institucionalizada pela ANDI, além da prática da modalidade propositiva de Advocacy sobre a pauta da infância e da adolescência.

Ser Jornalista Amigo da Criança no contexto antigo, CEJ (1987), incorria em responsabilidade profissional de defender os direitos humanos, conforme prescrição do

¹¹⁰⁹Código de Ética dos Jornalistas Profissionais, artigo 9º.

¹¹¹⁰Sobre a defesa dos princípios relativos à figura da criança na Carta é a passagem: a maternidade e a infância têm direito a cuidados e assistência especiais. Todas as crianças nascidas dentro ou fora do matrimônio, gozarão da mesma proteção social (Declaração Universal dos Direitos Humanos, artigo 15º, alínea 2).

¹¹¹¹Declaração Universal dos Direitos Humanos, artigo 2º

Código, e ainda na responsabilidade social, voluntariada, de promoção dos direitos da criança e do adolescente. Nem todos os jornalistas estavam atentos à questão da promoção desses direitos, sendo que a promoção não era um preceito deontológico.

O CEJ (2007) prescreve como dever de toda categoria a defesa e a promoção específica dos direitos da criança e do adolescente¹¹¹². Compreendemos que a promoção dos direitos era uma opção do jornalista e passou a ser uma obrigação. De acordo com o CEJ (2007):

Artigo 6º É dever do jornalista:

(...)

XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias¹¹¹³. [grifo nosso]

No contexto do CEJ (1987), a defesa dos direitos da criança e do adolescente era compartilhada por todo o grupo profissional, sendo que a promoção dos direitos era facultada a quem se motivasse a tal tarefa.

Reconhecemos que a promoção dos direitos, vinculada às garantias individuais e coletivas, como sugere o texto do CEJ (2007), evoca uma conformidade com o capítulo Dos Direitos e Garantias Individuais da Constituição Federal de 1988. Tal fato, no nosso entendimento, evidencia que o CEJ (2007) tem um teor de responsabilidade social mais enfático do que o CEJ (1987).

A mudança de referencial da pesquisa, com a substituição no meio jornalístico do CEJ (1987) pelo CEJ (2007) alterou boa parte das interrogações iniciais da argumentação da dissertação.

5.1.2 - Definição do problema

A definição do problema de pesquisa teve como primeira etapa a dificuldade na caracterização do fenômeno. Questionávamos se o prêmio Jornalista Amigo da Criança influenciava a notícia, o processo produtivo, o profissional ou a profissão. Acreditamos que existam considerações a serem feitas sobre esses quatro elementos,

¹¹¹²Quando se fala em “garantias individuais e coletivas” no Código é ressaltando a Constituição Federal que tem capítulo específico sobre o tema: “Dos Direitos e Garantias Fundamentais”; Capítulo I: “Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos”. O famoso artigo 5º.

¹¹¹³Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, artigo 6º, inciso XI.

mas preferimos trabalhar com a rotina produtiva e o profissional, pela perspectiva Newsmaking.

Se escolhêssemos a notícia, iríamos fazer provavelmente análise de conteúdo e caminharíamos pela perspectiva de Agenda-Setting. Essa alternativa foi prontamente descartada tendo em vista o grande número de pesquisas sobre agendamento de temas da infância e da adolescência na mídia, sempre categorizados como construção das pautas: de trabalho infantil, de prostituição, de abuso sexual, de violência doméstica e de meninos de rua. Tais fenômenos já têm muita visibilidade e um grande referencial analítico-científico¹¹¹⁴.

A escolha do problema centrado na influência específica sobre o jornalista, em vista da carreira profissional, nos levaria a uma abordagem muito psicológica e restrita. Assim como a opção pela influência sobre a profissão nos faria caminhar pela Sociologia das Profissões. As duas abordagens incorreriam em perda de vínculo do fenômeno com a Teoria da Comunicação. Foram utilizadas como contextualização do fenômeno, mas não como categoria de análise para verificação das hipóteses.

A escolha pela influência sobre o jornalista, em vista do processo de produção da notícia, foi baseada pelo ineditismo e pela possibilidade de estudar o tema pela Teoria da Comunicação, abordando-o pela perspectiva Newsmaking. O tema da infância e da adolescência é recorrente em pesquisas na área de Comunicação Social, mas é abordado viciosamente apenas pela perspectiva de Agenda-Setting.

A partir do levantamento bibliográfico, percebemos que não havia muitas investigações científicas sobre fenômenos ligados a prêmios do Terceiro Setor e à pauta da criança e do adolescente tendo como categoria de análise o Newsmaking. Fizemos a opção por contribuir com uma pesquisa voltada para essa abordagem.

5.1.2.1 - Questão Principal

Qual a influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de jornalismo?

5.1.2.2 - Questões secundárias

¹¹¹⁴ANDRADE (2001), FREITAS (2004), SOUZA (1999), REBECHI (2002), RAPOSO (2005), BONFIM (2005), LIMA (2005), MORA (2008), OLIVEIRA (2008), PEREIRA (2005), ANDRADE (2005), AZEVEDO (2003), BARBOSA (1999), BASTOS (1995), CAVALCANTI (2001), CALEIRA (2002) e J. SILVA (2007). Todos constam de nossa bibliografia.

Como o profissional lida com o fato de ser Jornalista Amigo da Criança?

Em que sentido a premiação recompensa o jornalista por uma habilidade (tratamento adequado da criança e do adolescente na cobertura) ou o convida para um projeto de mobilização em torno do tema?

Como Jornalista Amigo da Criança, ao advogar¹¹¹⁵ uma pauta e ter uma função social clara e institucionalizada, é possível afirmar que o prêmio induz o jornalista a reavaliar a questão da neutralidade, imparcialidade e objetividade na aplicação de sua força de trabalho?

Esse jornalista que advoga uma pauta influi na cultura organizacional e na política editorial?

Ao se tornar Jornalista Amigo da Criança há outorga de um bônus simbólico?

5.1.3 - Problemática

A problemática está vinculada à constituição ontológica e técnica do jornalista oriunda de sua formação profissional, à atuação da ANDI como organismo do Terceiro Setor e às condições sobre as quais incidem os valores profissionais e organizacionais em relação ao jornalista e ao ambiente de trabalho.

5.1.4 – Objetivos

Em vista dos referenciais teóricos de LAVILLE e MELVILLE (1999), BEAUD (2002), M. LOPES (2000) e SANTAELLA (2001), agrupamos os objetivos em duas seções: os gerais e os específicos.

5.1.4.1 – Objetivos Gerais

O objetivo geral é o de identificar a percepção da influência de prêmios sobre o profissional de jornalismo e produzir um estudo de um caso: o Jornalista Amigo da Criança, com uma abordagem baseada em Newsmaking. Tal meta é justificada pelo

¹¹¹⁵Utilizamos o verbo advogar, como utiliza SILVA (2004), tendo em vista que ele conota a prática da modalidade propositiva de Advocacy, que aplicado ao universo do prêmio Jornalista Amigo da Criança, substitui a expressão: “defensor e promotor dos direitos da infância e da adolescência” ou “defesa e promoção dos direitos da infância e da adolescência”.

número de premiações existentes na área de jornalismo e da escassez de pesquisas sobre o tema.

Sabe-se que os organismos do Terceiro Setor que promovem a pauta da infância e da adolescência têm articulado estratégias que muitas vezes têm influenciado a cultura profissional e organizacional no jornalismo.

Desde a instauração do Estatuto da Criança e do Adolescente, em 1990, a pauta da infância e da adolescência tem ganhado muito espaço no noticiário e recentemente a defesa específica dos direitos da criança e do adolescente ganhou tratamento especial no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

5.1.4.2 – Objetivos Específicos

Os Objetivos específicos remontam um pouco do universo das questões secundárias, ou seja, dos elementos e problemáticas que contribuem para a sistematização do fenômeno e sua características.

Como objetivos específicos, listamos o intuito de compreender porque o prêmio versa sobre o profissional de jornalismo e não sobre organizações e matérias jornalísticas; identificar porque o Jornalista Amigo da Criança não premia em dinheiro e não se esgota com a entrega do título e se há algum bônus simbólico; entender a estratégia de mobilização de jornalistas por meio do prêmio; precisar a influência da premiação sobre a carreira profissional; reconhecer se há influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança como fator de ação na redação; analisar a aceitação dos colegas de trabalho e da cultura organizacional em relação ao prêmio e ao premiado; checar se o Jornalista Amigo da Criança está compromissado com o status social de ser premiado (proeminência profissional) ou com os direitos da infância e da adolescência; e detectar se o Jornalista Amigo da Criança entende a premiação como um reconhecimento ou como estratégia de mobilização.

5.2 – Aplicação

A aplicação foi feita pelo envio do link (www.pesquisaunb.com) à ANDI. O hot site, feito na plataforma Lime Survey¹¹¹⁶, foi produzido pelo pesquisador para a

¹¹¹⁶O Lime Survey (www.limesurvey.com) é um site muito popular entre a comunidade acadêmica internacional. Ele tem ferramentas de apuração e coleta de dados pela internet, mediante o contrato de

publicação do questionário com o qual seria feita a coleta de dados. O domínio foi registrado em Registro.br (www.registro.br) e no servidor Insite (www.insite.com.br).

A ANDI encaminhou o link ao mailing do projeto Jornalista Amigo da Criança. Munidos do endereço eletrônico no qual foi publicado o questionário da presente pesquisa, os depoentes acessavam o questionário e respondiam às perguntas. Ao fim do processo, o depoente enviava os dados que eram recepcionados pelo servidor do hot site.

O acesso ao questionário esteve disponível aos depoentes durante um mês: de 20-05-2008 a 20-06-2008.

5.2.1 – Instrumento de Coleta de Dados

A coleta de dados foi feita por meio de um questionário, em formato eletrônico, publicado em um endereço específico da Internet (www.pesquisaunb.com).

O questionário tem doze perguntas: dez fechadas e duas abertas.

Ressaltamos que a metodologia de pesquisa mais comum quando há investigação sobre o universo de Newsmaking é o de observação participante e abordagem etnográfica. Nesse tipo de verificação, o pesquisador acompanha in lócus a rotina dos jornalistas e faz a análise de dados e fenômenos. Entretanto, o nosso universo de jornalistas é composto por 346 profissionais espalhados por todo o Brasil. O orçamento, a infra-estrutura e o cronograma do qual dispomos não comportaria tal tipo de apuração.

5.2.2 - Estratégia de verificação

A partir do mailing da ANDI foram contactados, por email, os 346 diplomados com o título de Jornalista Amigo da Criança.

A ANDI não teve acesso aos dados do questionário em qualquer momento da pesquisa. A transmissão era feita para uma conta do pesquisador no servidor (www.insite.com.br). O pesquisador também era notificado pela plataforma Lime

serviços e hospedagem de dados em um servidor. O site tem uma interface com o windows e exporta os dados já organizados em tabelas. Também consegue produzir arquivos em Word e Excel com poucos cliques.

Survey (www.limesurvey.com) a cada entrada nova de dados, ou seja, a cada novo depoimento.

O acordo entre ANDI e o pesquisador era o de que:

-a ANDI não informaria ao pesquisador os emails dos 346 diplomados com o prêmio Jornalista Amigo da Criança; e

-o pesquisador não entraria em contato com os depoentes e nem captaria os dados dos participantes da pesquisa pelo formulário (caso houvesse uma entrada de dados de modo cadastral)¹¹¹⁷.

5.2.3 - Carta Explicação

No corpo de email que notificava sobre o questionário foi enviada uma Carta Explicação. O texto contextualizava os informantes sobre o teor da pesquisa, vínculo com a Universidade de Brasília, sigilo, proposta da pesquisa, instruções de preenchimento, incentivo à participação e agradecimento¹¹¹⁸.

5.2.4 – Planejamento

O questionário na sua primeira versão tinha 43 perguntas: 40 fechadas e 3 abertas. Na sétima versão, a última, restaram apenas 12 perguntas: 10 fechadas e 2 abertas.

A opção por um formulário mais enxuto se deu pelo universo máximo de 346 depoentes. A amostra de material, o corpus da pesquisa, já poderia ter problemas de análise, classificação e tabulação tendo em vista que as 2 questões abertas poderiam gerar 684 respostas discursivas. Como não podíamos garantir quantos jornalistas responderiam, fechamos o questionário com essa quantidade de perguntas abertas (2) e fechadas (10). Em suma, a redução drástica foi feita no grupo das respostas fechadas, pois gerariam muitas variáveis a serem analisadas (um total de 40, de acordo com a primeira versão).

¹¹¹⁷O pesquisador teria contato com os depoentes somente em virtude de problemas técnicos com o questionário. Contudo, uma única depoente escreveu para o pesquisador falando que não conseguia transmiti-lo. O problema foi solucionado com a adoção de algumas medidas, como a exclusão de cookies do computador da depoente (tarefa que ela própria realizou em seu computador somente com as instruções do pesquisador). Os cookies foram utilizados pela plataforma de pesquisa como forma de barrar dois acessos do mesmo computador.

¹¹¹⁸A carta está na seção Anexos.

5.2.5 - Abrangência

O questionário foi distribuído à rede de 346 Jornalistas Amigos da Criança. Os jornalistas diplomados compreendem 10 edições do prêmio, de 1997 a 2007.

Tomamos como medida de segurança, consentida por ANDI, a ação de excluir depoimentos com o mesmo IP (endereço de um computador na internet)¹¹¹⁹ e bloquear um segundo acesso dos depoentes com a adoção de restrição por cookies. Assim, ao acessar o questionário e transmitir os dados, ela teria o segundo acesso barrado¹¹²⁰.

5.2.6 - Plano de perguntas e questões

Optamos por dividir o plano de perguntas e questões em duas seções, de acordo com a estruturação que demos no questionário: perguntas fechadas e abertas.

5.2.6.1 - Perguntas Fechadas

Aspectos relativos à Andi

1 - Todos os Jornalistas Amigos da Criança são comprometidos com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Essa afirmação é:

Verdadeira Falsa Em parte é verdadeira Em parte é falsa

2 - Você considera o título de Jornalista Amigo da Criança como:

uma conquista sua
 uma homenagem da ANDI para ti
 uma estratégia de agendamento de notícias

3 - A ANDI considera a diplomação como vitalícia. Você quer ser Jornalista Amigo da Criança por toda sua vida profissional?

Sim Não

4 - O pressuposto da Objetividade diz que o jornalista deve ser impessoal no seu relato e apenas transmitir a informação ao público. Como Jornalista Amigo da Criança, você acha esse conceito aplicável à sua conduta?

Sim Não

¹¹¹⁹O posicionamento do pesquisador de resguardar o sigilo dos depoentes foi assegurado. A única informação que existe no questionário são os seus números IP, pelos quais identificávamos a tentativa de um mesmo IP tentar preencher duas vezes o questionário, o que seria possível somente se ele exclui-se os cookies. Sabemos que a trava por cookies é eficiente porque o usuário de internet não costuma atestar par ao fato de que o próprio endereço do computador dele, computado duas ou mais vezes no site, impede o acesso. E não que haja uma tecnologia que um site possa dizer quem possa ou não acessá-lo. As travas de acesso a sites, frequentemente, são feitas por cookies.

¹¹²⁰O travamento por cookies dava a seguinte crítica do servidor: “você já completou este questionário. Favor contactar Robson Borges (robsonborgesdias@gmail.com) para mais assistência”.

5 – Após a titulação como Jornalista Amigo da Criança, como você consegue influenciar seus colegas de trabalho na adesão às coberturas da infância e da adolescência?

(Clique num item da lista da esquerda, começando pelo seu item com maior classificação para o item com menor classificação¹¹²¹)

- repasso o material especializado da ANDI para toda a redação
- reivindico mais a presença do tema no noticiário
- sugiro mais pautas sobre o tema
- compartilho minha rede de contatos com os colegas da redação
- compartilho livros e material de apoio sobre o tema

(Clique na tesoura à direita de cada item para eliminar a sua última entrada na classificação)

6 – Quando recebeu o título de Jornalista Amigo da Criança, o veículo no qual você trabalhava divulgou a premiação?

- Sim Não

7 - Marque o(s) bônus profissionais que o título te trouxe (em ordem decrescente):

Não é necessário marcar todos

- visibilidade
- promoção
- especialização no tema da infância e da adolescência
- credencial de acesso a mais eventos
- maior oferta de fontes
- maior oferta de releases

8 - Marque o(s) ônus profissionais que o título te trouxe (em ordem decrescente):

Escolher uma ou mais opções¹¹²²

- rixa no ambiente de trabalho
- inveja
- estereótipo de “defensor das crianças”
- redução salarial
- diminuição da pluralidade de temas que cobria
- especialização em apenas um tema, dentro do jornal.

9 - Com relação ao trabalho jornalístico de apuração do tema da infância e da adolescência, a orientação mais freqüente é a de que:

- Eu procuro as fontes para obter informações
- As fontes me procuram oferecendo informações

10 – Hoje, ao procurar emprego, você se identificaria como Jornalista Amigo da Criança?

- Sim Não

5.2.6.2 - Perguntas Abertas

11 - Você acha que ser Jornalista Amigo da Criança te influencia como profissional?

Explique.

¹¹²¹O intuito era o de ter um texto com a simples orientação: “Marque em ordem decrescente”. Entretanto, a codificação em html do Lime Survey não permitia a mudança do texto “” para esse tipo de pergunta. O LimeSurvey é utilizado por pesquisadores do mundo inteiro e é um tanto resistente quanto a adaptação de textos quanto ao modo de responder as perguntas.

¹¹²²Tínhamos a intenção de que o texto de instrução fosse “Não é necessário marcar todos os itens”, ao invés de “Escolher uma ou mais opções”, conforme padrão do código de programação em html do LimeSurvey.

12 – O Código de Ética dos Jornalistas, de 1987, colocava a defesa dos Direitos Humanos como um dever do profissional. Com o novo Código, de 2007, além dos Direitos Humanos, toda a categoria passa a ter o dever expresso de defender e promover os direitos da infância e da adolescência. Sendo Jornalista Amigo da Criança, como você lida com o fato dessa missão ser compartilhada agora por todos os jornalistas?

5.2.7 - Processo de Formulação das questões

Para a elaboração dos questionários da pesquisa foram levados em conta cinco fatores da perspectiva Newsmaking que representam as variáveis tidas como fundamentais para compreensão dos fenômenos por essa teoria. São eles:

-os elementos externos à divisão do trabalho (formação profissional do jornalista, características sócio-culturais a que estão submetidos);

-os elementos internos à divisão do trabalho (fatores organizacionais, burocráticos ligados à estruturação dos processos produtivos, rotinas produtivas);

-a seleção (as referências implícitas ao grupo de colegas e ao sistema das fontes que predominem sobre as referências implícitas ao próprio público);

-fonte de expectativas, orientações e valores profissionais vinda do público ou do grupo de referência constituído pelos colegas ou pelos superiores; a linha editorial e política dos veículos de comunicação; e

-a adesão do jornalista a ideais sociais e/ou profissionais, além dos valores no nível pragmático da organização.

Nas perguntas, não há a preocupação de verificar a eficácia da ANDI em relação ao prêmio/projeto Jornalista Amigo da Criança e nem sobre o material informativo utilizado pela organização como fonte promotora de notícias¹¹²³. O foco foi o da influência do prêmio sobre o jornalista, em vista do processo de produção da notícia.

5.2.8 - Pré-Teste

O pré-teste foi aplicado a seis jornalistas. Destes, quatro residiam em Brasília, um em Londrina e um em São Paulo. Todos receberam a notificação por email, em

¹¹²³Conceito já exposto anteriormente.

simulação à distribuição a ser feita pela ANDI à rede de 346 diplomados como Jornalista Amigo da Criança. O teste foi aplicado para checar a transmissão de dados, inteligibilidade das questões e possíveis falhas não percebidas durante a fase de produção do questionário.

Os colaboradores do teste não fizeram qualquer crítica durante os experimentos e confirmaram a viabilidade de aplicação do questionário em caráter oficial.

5.2.9 - Aspectos éticos

O objetivo da pesquisa é checar a influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de jornalismo. Não identificamos quaisquer depoentes por nome, estado, local onde trabalha e outras informações. Esperamos grande participação e preferimos valorizar o sigilo dos depoentes no sentido de dar mais liberdade para relatos francos, tendo em vista que o título é institucionalizado e os depoentes foram avisados da pesquisa pelo mailing corporativo da ANDI¹¹²⁴.

5.2.10 - Ocorrência de fenômenos não esperados

A ANDI disparou a mensagem para 527 endereços eletrônicos. Destes, 25 endereços rejeitaram a mensagem, com o erro de Delivery Status Notification (Failure)¹¹²⁵.

A ANDI reforçou algumas notificações, por telefone, na última semana de coleta de dados¹¹²⁶.

A adesão dos depoentes foi baixa, somente 17 em 3 semanas de aplicação do questionário na internet. Depois do reforço por telefone, registramos 48 participações.

¹¹²⁴Na página de apresentação do questionário existia a seguinte instrução: “O questionário é curto. Foi enviado a todos os 346 Jacas. Trata-se de um estudo científico da UNB e não de uma demanda da ANDI. O questionário analisa a influência do prêmio Jaca sobre o jornalista. Não há identificação dos depoentes. O sigilo está assegurado. Os dados são enviados diretamente para o pesquisador da UNB. A ANDI não terá acesso a qualquer informação transmitida. Concluída a pesquisa, os percentuais de respostas serão informados a todos”. Esse tipo de informação já constava do email enviado pela ANDI aos Jacas. Assim, os depoentes em dois momentos tiveram contato com esse tipo de recomendação e esclarecimento.

¹¹²⁵Trata-se de uma notificação utilizada na linguagem de informática que certifica o envio e a rejeição de correio eletrônico.

¹¹²⁶Não podemos ter certeza se todos os depoentes ficaram sabendo da notificação. Muitos jornalistas são profissionais de renome e podem ter estagiários e secretárias que cuidem do correio eletrônico. A ANDI avisou que o número de emails devolvidos foi o de.

Ressaltamos que 3 depoimentos foram desconsiderados por não terem completado a transmissão do questionário. E 4 foram desconsiderados por terem transmitido depois do prazo de aplicação de questionário.

O saldo final de participações válidas é de 41 participantes.

5.2.11 - Limites do Questionário

Não fizemos a identificação dos jornalistas na hora de responder o questionário visando motivar um relato livre dos depoentes e preservar o anonimato dos mesmos. O mailing no qual os profissionais foram notificados sobre o questionário pertence à ANDI e não nos foi cedido. Assim, a mediação do contato entre o pesquisador e os 346 jornalistas foi feita pela ANDI. Contudo, embora a mediação do contato (envio do questionário) tenha sido realizada pela ANDI, a Agência não teve acesso ao questionário preenchido. Esta medida foi adotada para preservar a autonomia da pesquisa ora relatada.

Detectamos que existe uma tendência natural nas perguntas de se perguntar e se responder o politicamente correto, até mesmo pela limitação da aferição de dados via questionário a um contingente de 346 depoentes dispersos geograficamente (característica metodológica associada ao fato de não fazermos observação participante, como exposto anteriormente).

Apesar da pesquisa não analisar a eficácia da ANDI em relação ao prêmio e gestão da rede Jornalista Amigo da Criança, optamos por não solicitar a identificação dos participantes. Com essa medida, resguardamos o sigilo dos depoentes e não restringimos qualquer tipo de consideração feita por eles que fosse desfavorável à organização e ao prêmio/projeto.

Não identificamos depoentes em momento algum. Identificamos os dados. A entrada de informações foi feita utilizando o recurso de catalogá-las por dia e horário de recebimento no servidor. Assim, as entradas duplas, da mesma origem (mesmo IP)¹¹²⁷,

¹¹²⁷Notificação na última página do questionário no botão de confirmação de envio de dados: “Uma Observação sobre Privacidade: Este questionário é anônimo. O registro guardado das suas respostas ao questionário não contém nenhuma informação de identificação a seu respeito, salvo se alguma pergunta do questionário o pediu expressamente. Se você respondeu a um questionário que utilizasse algum código de identificação para lhe permitir acessar, pode ter certeza que o código de identificação não foi guardado com as respostas. É gerido numa base de dados separada e será atualizado apenas para indicar se

poderiam ser canceladas. Não houve nenhum caso em que ocorre-se esse tipo de desconsideração de dados.

A base de recepção dos dados pertence ao auto da presente pesquisa. O único dado que esteve em posse da ANDI foi o link que direcionava para o questionário na internet.

5.2.12 - Objetivos de cada pergunta

No Questionário Fechado são verificadas hipóteses e procedimentos de quantificação estatística.

Dos aspectos relativos à ANDI, a pergunta número 1 (Todos os Jornalistas Amigos da Criança são comprometidos com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Essa afirmação é), verifica a conformidade do profissional com a doutrina da proteção integral e os preceitos institucionais de defesa e promoção da pauta. Há espaço para comentário, tendo em vista alguma consideração ou justificativa.

A pergunta número 2 (Você considera o título de Jornalista Amigo da Criança como: () uma conquista sua () uma homenagem da ANDI para ti () uma estratégia de agendamento de notícias) verifica a percepção do prêmio como honraria ou estratégia de mobilização.

A pergunta número 3 (A ANDI considera a diplomação como vitalícia. Você quer ser Jornalista Amigo da Criança por toda sua vida profissional?) verifica a disponibilidade e disposição em relação ao engajamento da pauta nos termos institucionalizados pela ANDI.

Dos aspectos da rotina de produção da notícia, a pergunta número 4 (O pressuposto da Objetividade diz que o jornalista deve ser impessoal no seu relato e apenas transmitir a informação ao público. Como Jornalista Amigo da Criança, você acha esse conceito aplicável à sua conduta?) verifica a tensão entre atuação social do jornalista ou mera transmissão de informações.

A pergunta número 5 (Após a titulação como Jornalista Amigo da Criança, como você consegue influenciar seus colegas de trabalho na adesão às coberturas da infância e da adolescência?) é de múltipla escolha e verifica a influência do profissional na cultura profissional em relação à alteração de valores-notícia e maior enquadramento

completou ou não este questionário. Não é possível relacionar os códigos de identificação com as respostas deste questionário”.

da pauta no noticiário. Há um espaço para comentário, caso haja alguma consideração fora do pré-estabelecido.

A pergunta número 6 (Quando recebeu o título de Jornalista Amigo da Criança, o veículo no qual você trabalhava divulgou a premiação?) verifica a receptividade do prêmio e do premiado na organização depois da diplomação.

O item número 7 (Marque o(s) bônus profissionais que o título te trouxe), tem apontamentos pré-estabelecidos a serem hierarquizados e verifica a influência do Jornalista Amigo da Criança na rotina produtiva e na organização burocrática (cargo, reconhecimento).

O item número 8 (Marque o(s) ônus profissionais que o título te trouxe) verifica gratificações e sanções no âmbito organizacional.

A pergunta número 9 (Com relação ao trabalho jornalístico de apuração do tema da infância e da adolescência, a orientação mais freqüente é a de que: () Eu procuro as fontes para obter informações () As fontes me procuram oferecendo informações) verifica a qualidade de trabalho na rotina produtiva em relação a fontes.

A pergunta número 10 (Hoje, ao procurar emprego, você se identificaria como Jornalista Amigo da Criança?) verifica a influência do prêmio no currículo profissional.

No Questionário Aberto, a situação problema não define possíveis respostas. Utilizamos duas perguntas abertas para que os jornalistas pudessem revelar informações, em vasta amplitude, sobre os temas questionados. Os boxes de entrada de texto tinham a dimensão de 12 linhas visíveis, mas poderiam receber caracteres até a demanda de 100 linhas.

A pergunta número 11 (Você acha que ser Jornalista Amigo da Criança te influencia como profissional? Explique), verifica a pergunta principal da pesquisa e a questão do valor profissional.

A pergunta número 12 (Sendo Jornalista Amigo da Criança, como você lida com o fato dessa missão ser compartilhada agora por todos os jornalistas?) verifica o novo paradigma de defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente (CEJ, 2007) em detrimento do contexto de estrita defesa (CEJ, 1987). Assim, o Jornalista Amigo da Criança é questionado sobre o diferencial acerca do título sendo que toda a categoria passa a compartilhar da mesma missão que, em outrora, era específica de jornalistas engajados em temas da infância e da adolescência. O intuito é de que as respostas a esta pergunta trabalhem principalmente a questão do valor profissional.

Tematicamente, as perguntas 1, 2 e 3 verificam aspectos institucionais entre ANDI, pauta e o Jornalista Amigo da Criança. Em relação ao arcabouço teórico de Newsmaking, a questão 4 verifica (fatores externos à divisão do trabalho: formação profissional do jornalista, características sócio-culturais a que estão submetidos)¹¹²⁸; a 5, 6, 7 e 8 (fatores internos à divisão do trabalho: fatores organizacionais, burocráticos ligados à estruturação dos processos produtivos, rotinas produtivas)¹¹²⁹; a 9 (seleção: as referências implícitas ao grupo de colegas e ao sistema das fontes predominam sobre as referências implícitas ao próprio público)¹¹³⁰; e a 10, 11 e 12 (a principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência constituído pelos colegas ou pelos superiores; a linha editorial e política raramente são expressas e são adquiridas por "osmose", ou imposta pelo processo de seleção dos jornalistas; e o jornalista não adere a ideais sociais e profissionais, ele redefine os seus próprios valores no nível pragmático do grupo redatorial)¹¹³¹.

6.3 – Resultados Obtidos¹¹³²

A pergunta número 1 (Todos os Jornalistas Amigos da Criança são comprometidos com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Essa afirmação é:) teve como resultados: 58% dos depoentes responderam que a afirmação é verdadeira, 5% que a afirmação é falsa, 34% acham a afirmativa parcialmente verdadeira e apenas 3% que seja parcialmente falsa.

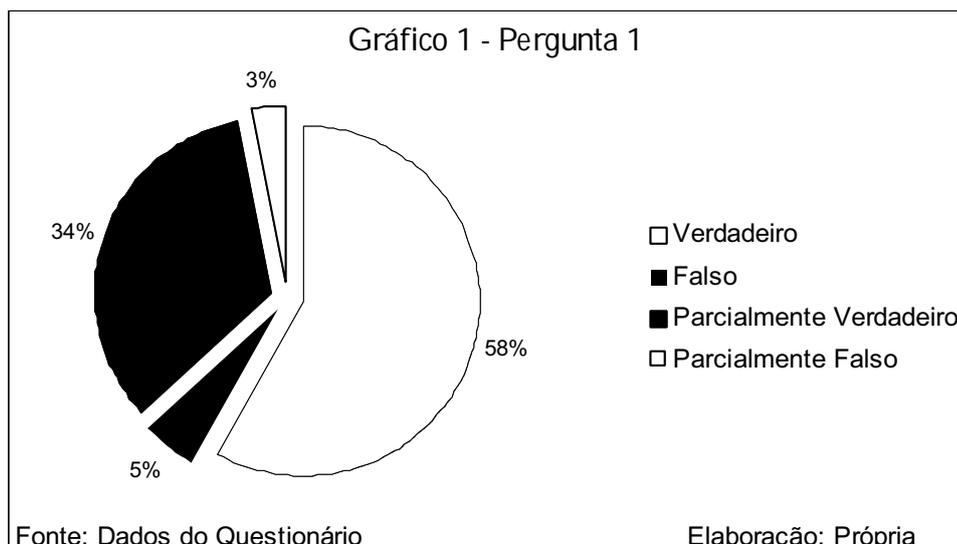
¹¹²⁸As referências em relação a esse quesito são inúmeras. Há muitos pesquisadores brasileiros profícuos no tocante a rotinas produtivas, valores-notícias, questão das fontes, implicação dos pressupostos de Objetividade, profissionalismo e o próprio processo de produção da notícia seja no impresso, rádio ou TV. Não há um autor que compile sozinho os fatores externos à divisão do trabalho como a formação profissional do jornalista e as características sócio-culturais. Nesse panorama, os principais nomes são: LAGE (2002), ADGHIRNI (2002), AMARAL (1982, 1986 E 1996), BELTRÃO (1969, 1976 E 1980), BARROS FILHO (2003), BERGER (2002), FRANCISCATO (2002), GUERRA (2004), MARCONDES FILHO (2000), MARQUES DE MELO (2003), GONZAGA MOTTA (2002), VIZEU PEREIRA JR. (2003), SERRA (2004) e L.M.MARTINO (2003).

¹¹²⁹TUCHMAN (1978), BREED (1955), SOLOSKI (1989) e SCHLESINGER (1977)

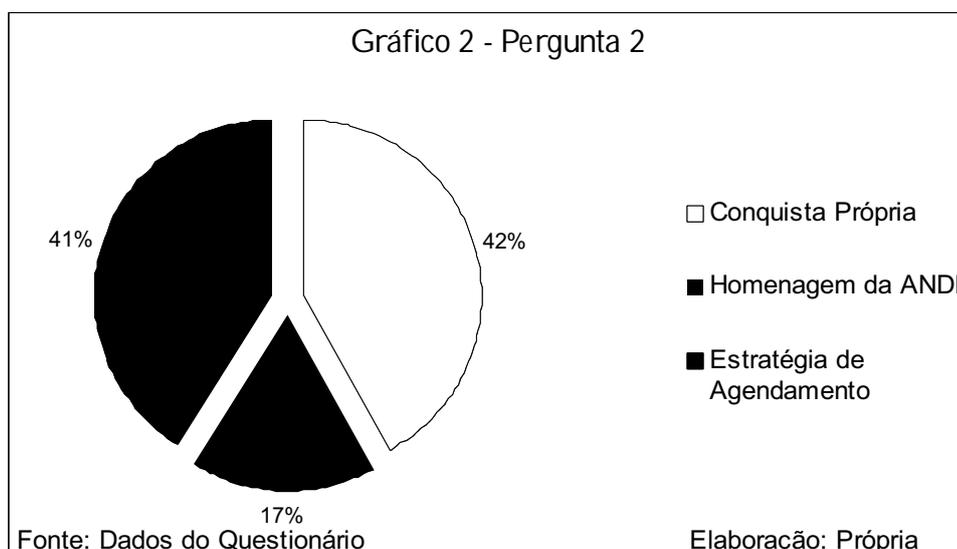
¹¹³⁰WHITE (1950), MOLOTCH e LESTER (1974) e HALL et al (1984)

¹¹³¹BREED (1955)

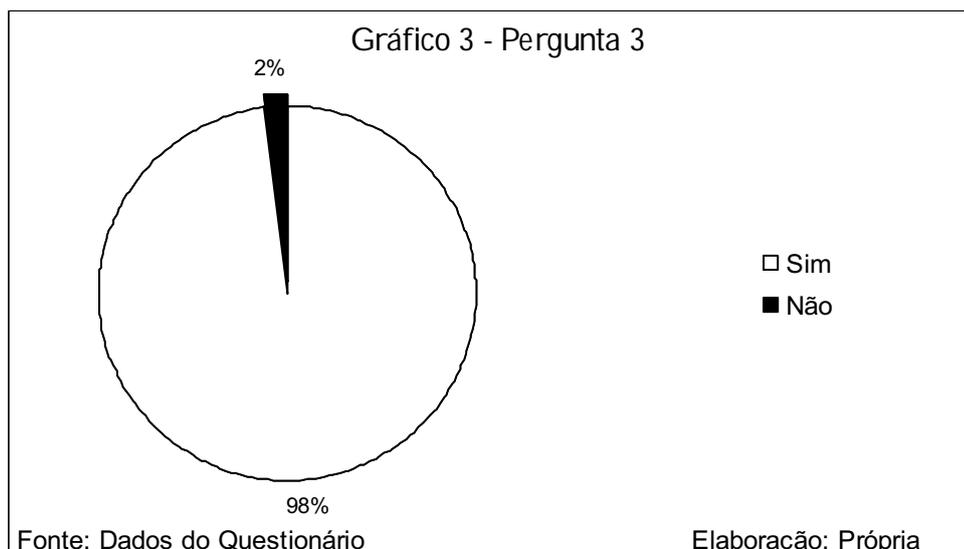
¹¹³²As referências, apresentadas em forma de porcentagem, validam o arredondamento de números, o que é uma necessidade em vista da apresentação dos dados por este meio. Como não podemos considerar números fracionados de depoentes, fizemos alguns arredondamentos. Sendo que, abaixo de 0,50% arredondamos para o número inteiro baixo; e acima desse percentual, para cima inteiro seguinte.



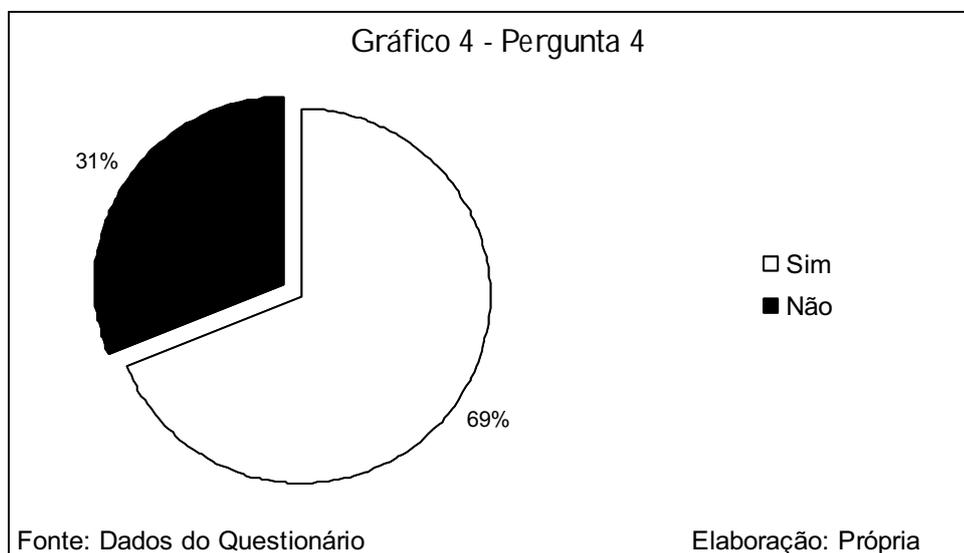
A pergunta número 2 (você considera o título de Jornalista Amigo da Criança como:) teve como resultados: 42% dos depoentes responderam ser uma conquista pessoal, 17% que se trata de uma homenagem da ANDI e 41% da amostra entendem que seja uma estratégia de agendamento de notícias.



A pergunta número 3 (A ANDI considera a diplomação como vitalícia. Você quer ser Jornalista Amigo da Criança por toda sua vida profissional?) teve como resultado o índice da ampla maioria, 98% dos depoentes, que responderam Sim. Apenas 2% responderam que não tinham interesse em continuar na condição de diplomado, de modo permanente.

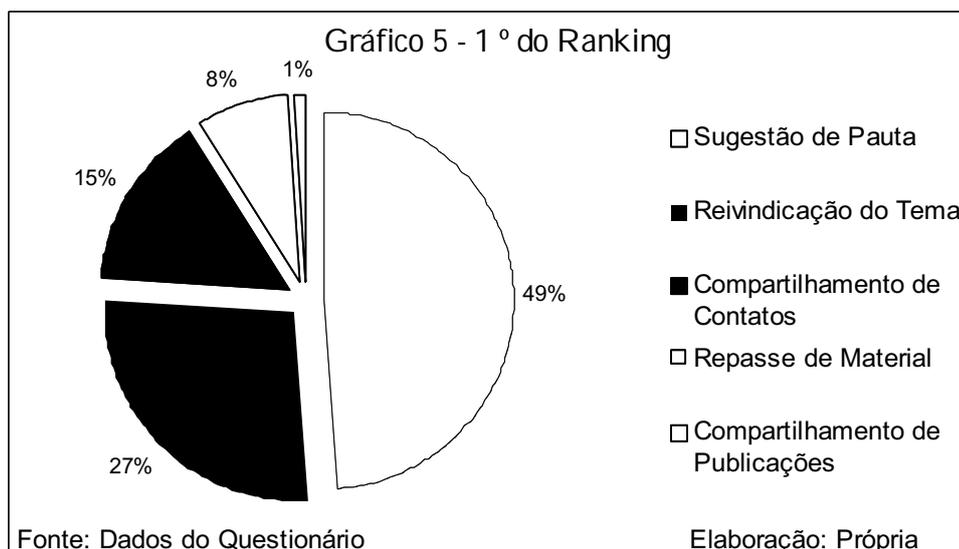


A pergunta número 4 (O pressuposto da Objetividade diz que o jornalista deve ser impessoal no seu relato e apenas transmitir a informação ao público. Como Jornalista Amigo da Criança, você acha esse conceito aplicável à sua conduta?) teve como resultados o índice de 69% dos depoentes responderem ser possível trabalhar os critérios de Objetividade à missão vinculada ao título. O restante, 31% da amostra, disse não ser possível tal vinculação.



A pergunta número 5 (Após a titulação como Jornalista Amigo da Criança, como você consegue influenciar seus colegas de trabalho na adesão às coberturas da infância e da adolescência?) tinha o indicativo de marcação em ordem decrescente de

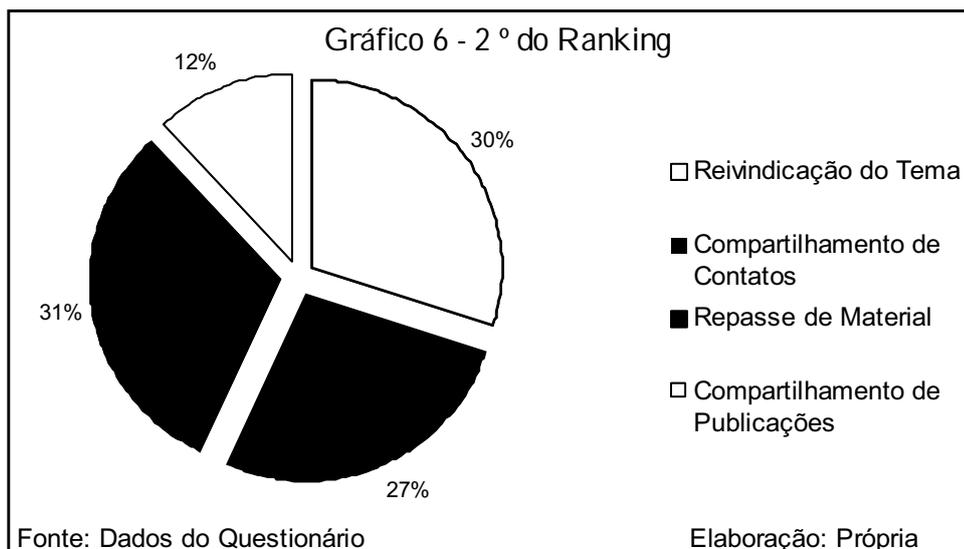
importância. O ranking¹¹³³ dos depoentes coloca como primeira opção: foi o seguinte: 49% sugerem mais pautas sobre o tema, 27% reivindicam mais a presença do tema no noticiário, 15% compartilha a rede de contatos com os colegas da redação, 8% repassa o material especializado da ANDI para toda a redação (como os boletins, banco de pautas) e apenas 1 % compartilha as publicações (livros e material de apoio) sobre o tema.



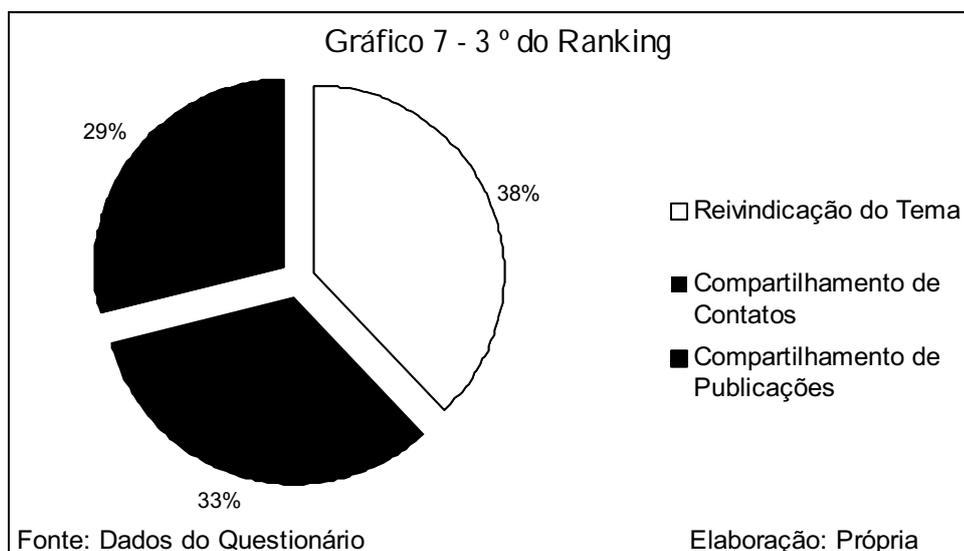
O ranking dos depoentes coloca como segunda opção o repasse de material especializado da ANDI para a redação (índice de 31%). As ações na seqüência são 30% reivindicam mais o tema no noticiário, 27% compartilha a rede de contatos e 12% compartilha publicações (livros e material de apoio sobre o tema).

¹¹³³O ranqueamento funciona da seguinte forma: a opção de ação tida como mais importante para os depoentes foi estabelecida a partir da quantidade de votos. Estabelecida a ação mais importante das cinco categorias, na segunda opção foram computadas marcações apenas de quatro categorias, tendo em vista uma já ter sido estabelecida como a ação mais importante no ranqueamento.

A lógica é a da exclusão de cada categoria a partir do ranqueamento de importância. Desta forma, a última opção de ação ranqueada pelos depoentes só levou em conta uma categoria, tendo em vista todas as outras já terem sido computadas como mais importantes. Por isso, a quinta opção (e também a última) tem 100% de adesão até por ser a única opção e a questão na admitir abstenção de qualquer categoria no ranqueamento.



O ranking dos depoentes coloca como terceira opção a reivindicação de maior presença do tema no noticiário (índice de 38%). A seqüência de ações estabelecida coloca 33% no compartilhamento da rede de contatos com os colegas da redação e 29% em relação a publicações (livros e material de apoio).

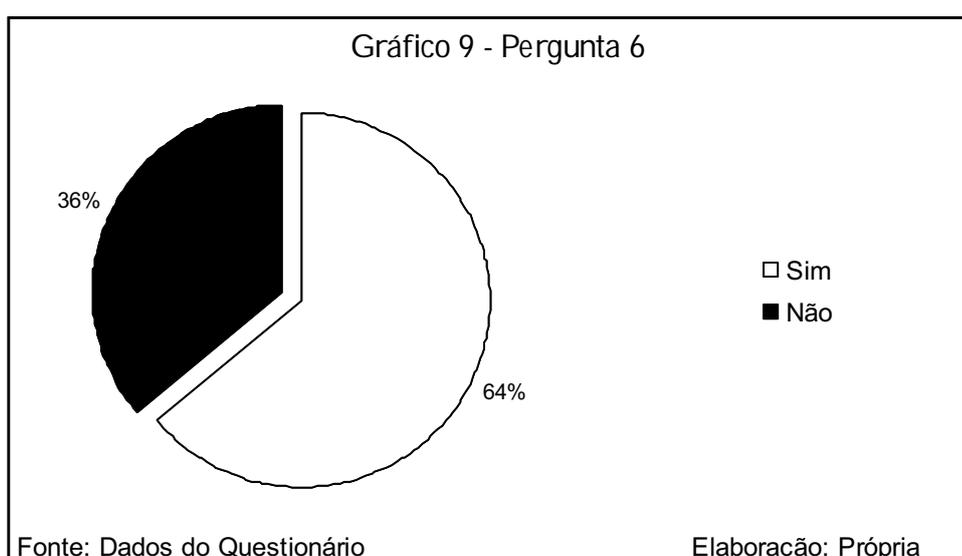


O ranking dos depoentes coloca como quarta opção o compartilhamento da rede de contatos (índice de 56%) seguida do compartilhamento de publicações (índice de 44%).



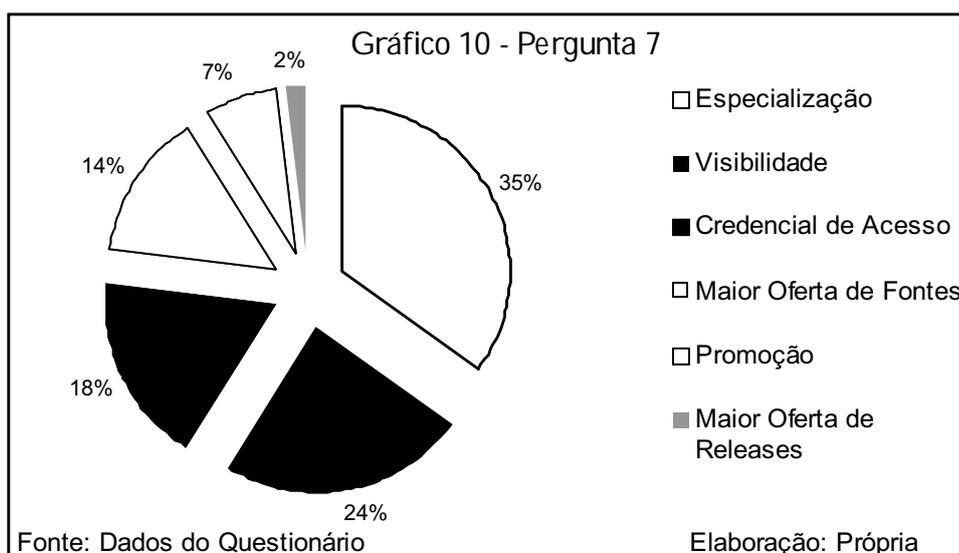
A quinta e, última ação, estabelecida no ranking feito pelos depoentes coloca o compartilhamento de publicações com os colegas da redação. Não fizemos um gráfico desse último item tendo em vista ser a única opção restante, já que o ranqueamento sempre excluía uma opção a medida que nivela a preferência e opção pelas ações.

A pergunta número 6 (Quando recebeu o título de Jornalista Amigo da Criança, o veículo no qual você trabalhava divulgou a premiação?) teve como resultado o índice de 64% dos depoentes que responderam que a empresa de comunicação divulgou o fato contra 36% que demonstra que a diplomação (o recebimento do prêmio) não teve atenção institucional, ao menos em sentido de registrar o fato para o público leitor por meio de notícia.



A pergunta número 7 (Marque o(s) bônus profissionais que o título te trouxe (em ordem decrescente):) indicava a marcação apenas das opções que o depoente classificasse como bônus. Assim, era possível que nem todas as opções fossem marcadas. Não houve qualquer item que não tivesse sido marcado, o que nos permite classificar em porcentagem esse índice e não em termos de número de votantes (considerando o arredondamento de decimais em relação a esse tipo de mensura).

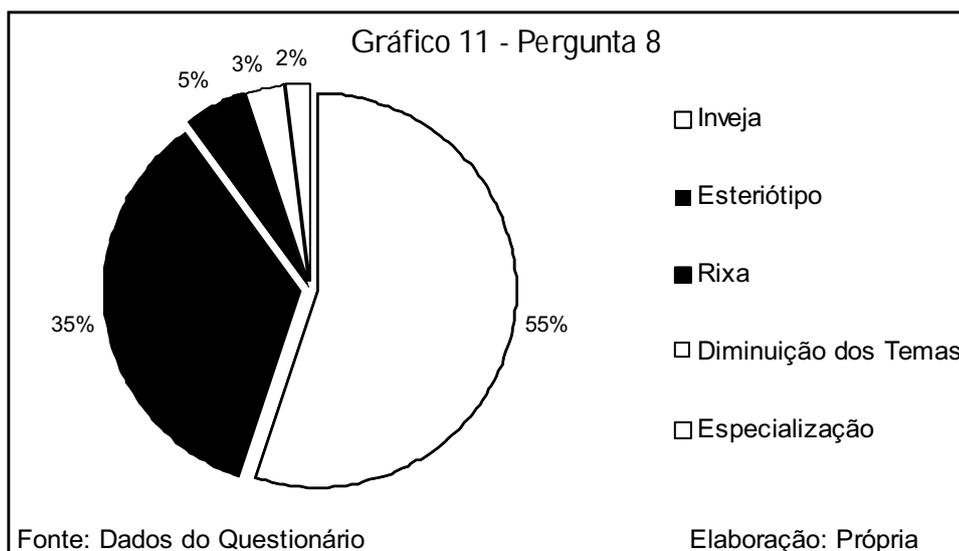
Como resultado, tivemos o índice 35% dos depoentes que considera como principal efeito positivo da diplomação a especialização no tema da infância e da adolescência (14 pessoas), seguido de 24% que alegam ser o ganho de visibilidade (10 pessoas), 18% que têm o credenciamento para acesso a eventos como principal favorecimento (7 pessoas), 14% da amostra aponta como bônus a maior oferta de fontes (6 pessoas), 7% a promoção a cargos dentro do ambiente organizacional (3 pessoas) e 2% a maior oferta de releases (1 pessoa).



A pergunta número 8 (Marque o(s) ônus profissionais que o título te trouxe (em ordem decrescente)) indicava a marcação apenas das opções que o depoente classificasse como ônus. Aqui, também não havia a obrigatoriedade de marcar todos os itens. Apenas um item não foi marcado: redução salarial. Tomamos a opção de excluir esse item e fazer a amostragem em percentuais validando pelas opções respondidas (a título apenas de continuar demonstrando a obtenção de dados em porcentagens)¹¹³⁴.

¹¹³⁴Só podemos trabalhar com porcentagem na apresentação de dados se os itens somarem 100% das opções, como aconteceu na pergunta sobre o Bônus (6 itens, dos quais todos tiveram adesão dos depoentes).

Como resultado¹¹³⁵, tivemos o índice 55% dos depoentes classificaram a inveja como uma desvantagem do recebimento do prêmio Jornalista Amigo da Criança (23 pessoas), seguida de 35% que consideraram como ônus o estereótipo de “defensor das crianças”(14 pessoas), 5% rixa no ambiente de trabalho (2 pessoas), 3% diminuição da pluralidade de temas que cobria (1 pessoa) e 2% especialização em apenas um tema dentro do jornal (1 pessoa).



A pergunta número 9 (Com relação ao trabalho jornalístico de apuração do tema da infância e da adolescência, a orientação mais freqüente é a de que:) teve como resultado: 81% dos depoentes responderam que procuram as fontes para obter informações (sentido ativo do jornalista de apuração de dados: perspectiva das fontes conceituada por definidores primários¹¹³⁶), sendo que apenas 19% é que são procurados pelos informantes (sentido passivo do jornalista de receber a informação pronta na redação: perspectiva dos promotores da notícia¹¹³⁷).

Na pergunta sobre o Ônus, como um único item não foi respondido, fizemos a aferição percentual considerando como 100% apenas os itens marcados. Essa tomada de decisão se dá devido ao fato de que dos 6 itens, apenas 5 tiveram adesão dos depoentes.

Na pergunta do Bônus, os 6 itens foram marcados e os consideramos como 100%. Na pergunta do Ônus, consideramos 5 itens como 100%.

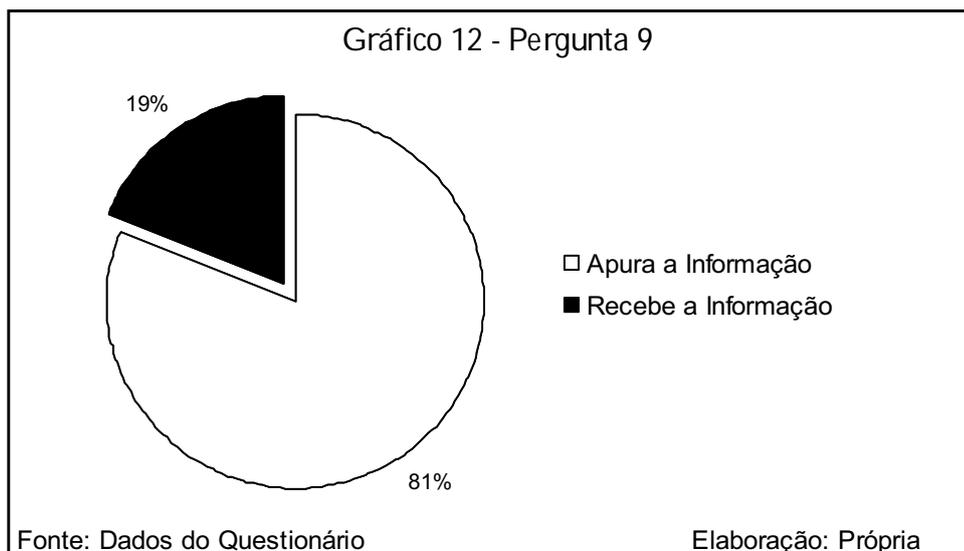
¹¹³⁵Perceba que o índice de 3% e 2% representam apenas 1 pessoa em virtude dos arredondamentos de casas decimais, apenas para efeito de amostragem em porcentagem.

41 depoentes x 3% = 1.23, arredondado, a menor, para 1 pessoa.

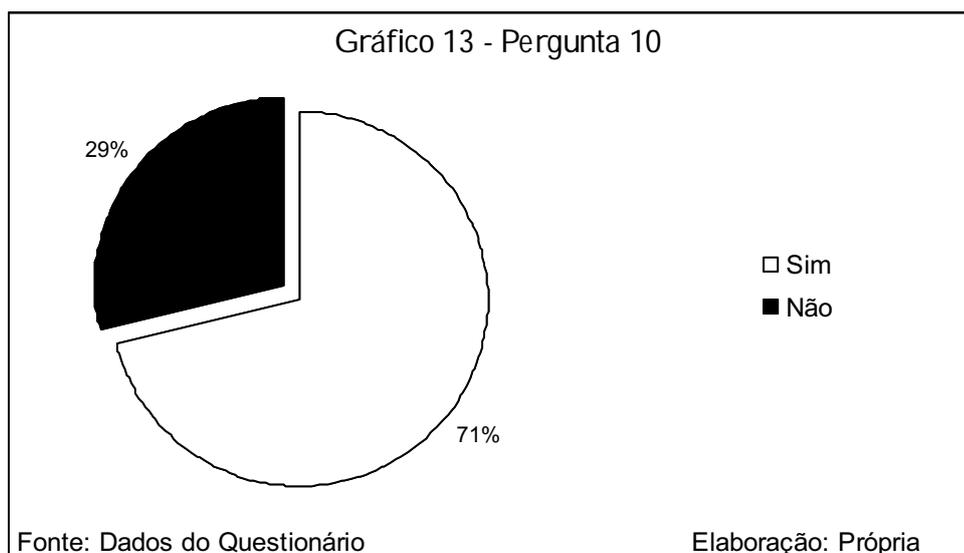
41 depoentes x 2% = 0,82, arredondado, a maior, para 1 pessoa.

¹¹³⁶Abordado na seção 4.5.2: Definidores Primários.

¹¹³⁷Abordado na seção 4.5.1: Promotores da Notícia.



A pergunta número 10 (Hoje, ao procurar emprego, você se identificaria como Jornalista Amigo da Criança?) teve como resultado: 71% dos depoentes responderam que se apresentariam como recebedores do prêmio e 29% que não.



Os resultados obtidos, nas Perguntas Abertas, estão expostos de forma literal como foram enviados ao servidor de dados do questionário. Consideramos que as sentenças são da autoria de cada depoente e que alguns erros ortográficos contribuem para a percepção de certa falta de interesse com o texto inserido no formulário ou até como efeito da correria no ambiente de trabalho.

A pergunta número 11 (Você acha que ser Jornalista Amigo da Criança te influencia como profissional? Explique.) obteve como entrada de dados as seguintes respostas (a começar pelo primeiro registro recebido):

–“Sim. O título acaba me fazendo refletir mais sobre a responsabilidade enquanto profissional na cobertura de temas da infância e adolescência. Me faz ser mais atento a essas temáticas.

–“Sim. Redobrei os cuidados com o texto que produzia, ampliei as fontes, busquei oferecer soluções para os problemas relatados nas matérias. Me fez crescer profissionalmente e mesmo não estando mais na reportagem, valorizo esses itens nas matérias que edito”

–“Sim. Fiquei mais dedicada ao tema e sempre atenta aos fatos relacionados à criança e ao adolescente. Tenho orgulho do título porque sei que foi uma conquista do meu trabalho nessa área”.

–“A preocupação com a criança e o adolescente já existia. Ser JACA contribuiu no fortalecimento do conhecimento em torno de questões relacionadas ao universo da infância”.

–“Sim, a partir do momento em que me sinto mais responsável pela formação de um mundo melhor. Não busco apenas oferecer a informação, mas uma oportunidade importante para a reflexão e a transformação social.”

–“Sim. Não procurei o prêmio. Na verdade, nem sabia de sua existência. A premiação foi um susto positivo. Dei-me conta de que alguém valorizava aquela perspectiva de minha cobertura e isso foi maravilhoso. Senti-me impulsionado a seguir naquela linha”.

–“Sim. É um compromisso que assumi e que pretendo levar comigo. Hoje como professora levo a cobertura da infância para os debates em sala de aula. Já vejo algumas sementes brotando”.

–“Sim. Aprendi muito mais sobre o ECA, sobre procedimentos de edição e reportagem que garantam os direitos da criança e do adolescente, e que muitas vezes os veículos de comunicação não se preocupam em respeitar”.

–“Sim. Apesar de grande parte das fontes especializadas na área da criança e do adolescente ainda não saber lidar com a divulgação de dados e informações, seus integrantes têm identidade maior com o trabalho dos JACAs. Creio que essa dificuldade de buscar os meios de divulgação ocorre porque as instituições sociais, inclusive parte das governamentais, não dispõe de assessorias de comunicação. Mas sei que nós [os JACAs] temos prioridade de acesso à informação.”

–“Sim. Fica o compromisso de ouvir especialistas e com o bem-estar de crianças e adolescentes tanto nas redações por onde passei quanto na empresas onde presto assessoria de comunicação.”

–“Sim, acho que me sinto mais responsável pela divulgação do tema infância e adolescência”.

–“Foi uma conquista que me enche de alegria, porque foi um reconhecimento, coisa pouco comum na nossa profissão. Todo o conhecimento que adquiro repasso para colegas amigos e família. Acho que a iniciativa da ANDI poderia ser seguida por outras entidades :jornalista amigo da mulher, do índio..e muito mais..Sempre adorei crianças .Sinto que ser Jaca so fez aumentar a minha responsabilidade pela causa da criança e do adolescente.”

–“Sim, porque fiquei mais responsável em relação ao tema”.

–“Sim, porque o tema me sensibiliza sempre. Mas é um dilema tostones, sou Jaca por um reconhecimento da Andi de que já tinha sensibilidade com o tema. E tenho sensibilidade com o tema porque sou Jaca.”

–“Aumenta o compromisso com a defesa dos direitos das crianças e adolescentes. Não só o compromisso profissional, mas o engajamento pessoal como cidadã e como mãe, que deseja uma sociedade melhor para todas as crianças”

–“orienta o olhar fortalece a opção por focar os direitos humanos e os temas relacionados à eles”

- “é um reconhecimento pelo trabalho ao longo dos anos e serve de incentivo para continuar buscando novas informações que envolvem o temas ligados à criança e adolescente”

–“Sim, inclusive, na pergunta anterior, sobre me identificar como um Jaca para emprego, cabe ressaltar que não só me identifico, como coloco no meu currículo este título, o que talvez tenha até contribuído para eu estar hoje trabalhando em uma ONG que trabalha com o Desenvolvimento Comunitário Centrado na Criança e no Adolescente. Também influenciou na defesa cada vez mais árdua da infância e

adolescência brasileiras - o título reforçou um sentimento (aliado à ação) que já existia em mim.”

–Sim, o título trouxe um novo componente além do reconhecimento do trabalho que já vinha sendo feito: aumentou a sensibilidade ao tema que naturalmente resulta numa maior responsabilidade em direcionar pautas e fontes também identificadas com a causa da criança e adolescente”.

–“Aumenta minha responsabilidade com o tema.”

–“Me faz ficar mais atenta ao tema. E a tendência, por esse motivo, a sugerir mais pautas sobre o assunto”.

–“Sim. Há um comprometimento maior com os temas da infância e da adolescência e o desenvolvimento de uma sensibilidade maior e um olhar mais aguçado sobre os problemas enfrentados pelas crianças e jovens brasileiros e sobre as conquistas também obtidas por eles”

–“Ser Jornalista Amigo da Criança é ter tido a honra de ter recebido uma certificação nacional a um trabalho que é feito com muita dificuldade numa emissora como a TVBV (Band/SC). Só isso diz tudo, creio eu”

–“Sim. Acabei envolvida pela temática a ponto de hoje trabalhar diretamente com ela como Secretária Executiva da Rede ANDI Brasil”.

–“Sim. Dou valor ao título pois ele tornou público uma preocupação e um interesse pessoal e profissional no tema”.

–“Sem dúvida que influencia. Além do título em si, recebo uma grande quantidade de informações, todas as semanas, que me municiam com informações sobre o tema infância e adolescência”.

–“Sim, é uma referência e ao mesmo tempo um compromisso com o público e principalmente com as fontes. Sou muito grato e orgulhoso pelo título, apesar das dificuldades em cavar as pautas junto aos profissionais mais velhos”.

–“Influencia de forma relativa, pois já havia assumido antes o compromisso pessoal de tratar na imprensa de temas relacionados à infância e adolescência. Foi, inclusive, o que levou a ANDI a diplomar-me como JACA. Claro que o título intensificou este compromisso, uma vez que a partir dele o profissional passa a ser uma referência para os demais nestes assuntos.”

–“Cria uma responsabilidade maior. Torna-se fundamental estar atento aos temas relativos à criança e ao adolescente porque o JACA vira referência para colegas quando se trata dessa abordagem”.

–“Antes de receber o título, já havia feito essa escolha. Meu pai foi consultor da Organização Mundial da Saúde e, em casa, sempre houve preocupação com a agenda social. O fato de ser Jornalista Amigo da Criança influencia, no sentido de que torna a opção um compromisso maior”

–“Sim. A responsabilidade é maior”

–“Na verdade reflete posturas assumidas no programa de rádio”

–“Não. O título foi um reconhecimento, é verdade, mas o que eu já fazia antes continuei a fazer. No primeiro momento, logo após a premiação, as pessoas da Redação e de fora passam a vê-lo como referência. É como se o título conferisse completa senhoridade sobre o tema, o que não é verdade. Passado algum, as coisas voltam ao normal e é mais tranquilo o exercício da profissão com suas preferências de temas.”

–“Claro. Principalmente na maneira de abordagem dos assuntos que se referem a crianças e adolescentes. Por exemplo: você se habitua a ter um “cuidado” muito maior com sua apuração e com o que escreve qdo se refere a uma situação que envolva uma criança ou um adolescente, principalmente no caso de infratores.”

–“Não influencia: recebi pelo que fazia. Não passei a fazer porque recebi”

–“Sim. Sinto-me com mais obrigação de dar uma cobertura adequada ao tema”.

–“Considero a premiação um reconhecimento de um trabalho que faço por gostar do tema e por ser comprometido com ele, antes mesmo do prêmio. Não utilizo o prêmio como troféu, mas gosto muito do reconhecimento pelo trabalho”.

–“Não. Costumo dizer que “prestígio” só dá lucro para o dono da Nestle. Eu acredito que não é o título que faz o cidadão e sim seus princípios que cada um trás do berço. O título satisfaz o ego, nada mais que isso. Mas de qualquer forma, o trabalho da ANDI é de extrema importância na luta em favor de um mundo, e futuro, melhor para todos. Afinal, a criança de hoje é o adulto de amanhã.”

–“Fiquei ainda mais sensível aos temas relacionados às crianças”.

–“Sim”.

–“Não entendi direito o que você quer saber, mas o fato de ser Jornalista Amigo da Criança me influencia no sentido de me fazer estar mais atenta a tudo que ocorre em torno das crianças e adolescentes, o que antes não acontecia.”

A pergunta número 12 (O Código de Ética dos Jornalistas, de 1987, colocava a defesa dos Direitos Humanos como um dever do profissional. Com o novo Código, de 2007, além dos Direitos Humanos, toda a categoria passa a ter o dever expresso de defender os direitos da infância e da adolescência. Sendo Jornalista Amigo da Criança, como você lida com o fato dessa missão ser compartilhada agora por todos os jornalistas?) teve como resultados a seqüência¹¹³⁸:

–“Acho muito importante porque acredito que a pauta da infância e da adolescência deve ser vista com mais cuidado por toda a sociedade. Se a criança é um ser em formação e que deve receber atenção especial do Estado, da família e da sociedade, o jornalismo”

–“Acho maravilhosa. Todos devemos trabalhar de forma ética e sempre com o objetivo de tentar melhorar um pouco o mundo em que vivemos. Seja defendendo os direitos das crianças e dos adolescentes, seja defendendo qualquer categoria que seja vulnerável”.

–“Procuro sempre lembrar isso aos companheiros de redação principalmente os que estão começando. Explico as restrições sobre exposição da criança e do adolescente. Aconselho sobre os cuidados com entrevistas e relato dos fatos que os envolve. Além disso, sugiro matérias sobre o tema.”

–“A criança é o futuro. Estando em condição peculiar de desenvolvimento, precisa que a família e a sociedade coloque essa etapa da vida como prioridade absoluta. Investir na infância é investir no futuro”.

–“De uma forma positiva. Ser uma JACA é um reconhecimento da ANDI, estendido a toda a comunidade para a qual trabalho como jornalista, mas essa missão deve ser compartilhada por todos. É assim que se forma uma rede de proteção da qual a Comunicação é elemento integrante”

–“Jornalistas têm o dever de defender os direitos humanos. Se ele/ela toma conhecimento de um desrespeito à criança e não toma providências como cidadã(o) e como profissional, no meu entender, deve ter cassado seu diploma. Esta omissão é inadmissível”.

–“A missão só é compartilhada com aqueles que assumem esta responsabilidade. Acharia ótimo se todos os jornalistas cumprissem seus códigos de ética. Não é a realidade”.

–“A decisão veio tarde, mas é necessária. O jornalista é formador de opinião e vê na sua rotina profissional muitas injustiças, e violação dos direitos da infância e adolescência. Colocar essa missão de defesa em lei e de foram compartilhada, é precioso para o cidadão, antes do jornalista”

–“Fico muito feliz com a conquista, que considero um marco na defesa da justiça social. Observo que os profissionais, inclusive os que fazem a cobertura policial, estão mais atentos à preservação dos direitos, atentando, inclusive, para as expressões utilizadas na identificação de infratores, agressores e vítimas.”

–“Naturalmente. É dever de todos zelar pelos direitos humanos e também de crianças e adolescentes. O JACA, por sua vez, tem um engajamento maior e a obrigação de qualificar a matéria com fontes e depoimentos”.

¹¹³⁸Cada resposta corresponde ao mesmo depoente da pergunta anterior. Assim, o primeiro registro de respostas da pergunta número 11 corresponde ao da pergunta número 12, ou seja, são do mesmo depoente.

–“Acho uma ótima contribuição, concordo plenamente, apesar de achar que nem todos estão preocupados com isso. Muitos jornalistas se preocupam mais com política e economia do que com infância e adolescência”.

–“Quanto mais jornalistas defendendo os direitos da criança e do adolescente, melhor. Mas não bats ter código. Pq na Redação muoiats vezes ouvior colegas pedindo que matassem poos adolescentes em conflito com a lei. Quando protestava me chamavam de defensora de trombadinhas. Por isso acho que o trabalho da ANDI e o papel multiplicador do JACA é muito importante”

–“Com orgulho”.

–“Não lido. Não acho, sinceramente, que a maioria dos jornalistas se pautem por esses deveres expressos em leis que talvez nem tenham lido. Quem é sensível ao tema, o é por formação pessoal, não por imposição legal”.

–“Essa é uma missão de toda a sociedade. Se não conseguirmos garantir esses direitos não vamos superar a barbárie em que vivemos”.

–“Acho ótimo. esse tema tinha de orientar o olhar e abordagem do jornalista em seu cotidiano profissional de maneira mais clara e explícita”

–“Acho importantíssimo. Pena que nem todos têm essa consciência”.

–“Fico feliz. Mas, a meu ver, não deveria ser preciso lei ou de qualquer código para isso, mas como no Brasil às vezes nem mesmo o que está na lei, normas ou códigos não é cumprido, vejo como o ponta pé de uma grande mobilização. Espero que nossos colegas jornalistas encarem isso como um compromisso, já que está agora no nosso código de ética.”

–“Muito mais à vontade porque todos, teoricamente, passam a integrar a mesma rede de jornalistas comprometidos com os direitos da infância. Um argumento a mais para a definição de pautas e questionamentos sobre prioridades”.

–“Acho bom”.

–“Acho mais do que justo essa obrigatoriedade”.

–“Acho fundamental que todo profissional da área de comunicação tenha cada vez mais responsabilidade com a questão dos Direitos Humanos, sobretudo os direitos das crianças e adolescentes”.

–“É uma responsabilidade intrínseca, creio eu, ou que deveria ser, a atividade do jornalista ou de qualquer outra profissão. Nem precisaria de um Código de Ética, mas como estamos no Brasil, um país de tantas carências, por garantia é bom lembrá-lo a alguns jornalistas”

–“É algo extremamente positivo que a causa seja de todos”.

–“Acho pertinente. Faz parte da missão do jornalista promover, a partir de seu trabalho, a discussão sobre temas sociais de interesse da população”.

–“Acho ótimo a mudança. Compreendo o título de JAC apenas como um estímulo a mais de algo que, naturalmente, deveria fazer parte das agendas dos profissionais de imprensa”.

–“Procuo lembrar meus colegas destes compromissos”.

–“Não é um código de ética, com a supressão ou inclusão de artigos, que determinará o modo como o jornalista abordará seja qual for o tema. Até porque criança e adolescente estão no escopo dos "Direitos Humanos" e, portanto, já havia antes esse dever do jornalista. Se o profissional já cumpria com este dispositivo, continuará a cumpri-lo; se não cumpria, continuará não cumprindo.”

–“Mais tranquilo. A classe toda tem que demonstrar responsabilidade e ética e assim é mais fácil cobrar de quem ainda não entendeu o progresso do Código”.

–“Acredito que tanto a defesa dos Direitos Humanos quanto a dos direitos da infância e da adolescência são preceitos éticos de todos os profissionais. Não apenas dos jornalistas. Todos devem se guiar tendo os direitos humanos como balizadores”.

–“Com satisfação”.

–“Muito melhor assim. Fico feliz”.

–“Tranqüila. Isso é muito e importante. Na verdade, essa missão não é só do Jaca (que peso hem?) nem só do jornalista. É de todas as categorias. No nosso, o mundo seria mesmo bem melhor se todo jornalista tivesse essa missão internalizada”.

–“Já deveria ter sido compartilhada antes, bem antes. É inerente à profissão a defesa da sociedade, a defesa dos direitos, a defesa à vida e, obviamente, a defesa dos direitos da infância e adolescência. Para mim, é praticamente uma redundância ou então confirma que os profissionais fazem muito pouco disso.”

–“Sou contra códigos de ética corporativos no campo da comunicação social. São instrumentos de cerceamento à liberdade de expressão. Quem deve julgar é o público, ao menos na democracia”

–“Muito contente”.

–“Acho que essa missão é de todo o cidadão, mas gosto do fato de cada vez mais profissionais se envolverem na defesa desse tema”.

–“O Código de Ética do Jornalista diz tantas outras coisas que não são cumpridas... Não acredito que por determinações impressas as coisas vão mudar. Continuo reafirmando o que disse Claudio Abramo: ‘A ética do jornalista é igual a do marceneiro.’”

–“Não é verdade que ‘essa missão é compartilhada agora por todos os jornalistas’”

–“Esse é, de fato, um papel de todos os jornalistas”.

–“Acho excelente”

6.4 - Discussão dos resultados

A pergunta número 1 (Todos os Jornalistas Amigos da Criança são comprometidos com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)) revela que a noção de conformidade dos depoentes entre a missão do projeto e a doutrina da proteção integral¹¹³⁹ é baixa, pois apenas 58% confirmaram a afirmação como verdadeira. A expectativa era a de que esse índice fosse de quase 90% tendo em vista o esforço institucional da ANDI em reforçar a proximidade das finalidades do projeto em relação à legislação e a presença do assunto na mídia.

Lamentamos, na amostra, o índice de 5% de depoentes que entendem a afirmação como falsa. Consideramos tal índice como sendo alto, pois se aplicado ao universo de 346 diplomados com o título de Jornalista Amigo da Criança significaria 17 jornalistas desconexos das finalidades as quais se propõem o projeto da ANDI e a até o próprio ECA.

Criticamente, em nosso momento final de avaliação consideramos que a pergunta número 1 poderá ser revista em futuras pesquisas, tendo em vista que ela pergunta sobre o absoluto e não sobre o relativo. Pode parecer preciosismo, mas se apenas um jornalista dos 346 diplomados discordar do ECA já invalida as alternativas que indicam parcialidade: “parcialmente falsa” ou “parcialmente verdadeira”. Contudo, ainda parece pertinente obter a resposta sobre a percepção dos jornalistas entrevistados a respeito do perfil geral dos jornalistas laureados com o prêmio Jornalista Amigo da Criança.

A pergunta número 2 (Você considera o título de Jornalista Amigo da Criança como: () uma conquista sua () uma homenagem da ANDI para ti () uma estratégia de agendamento de notícias) verificava a percepção do prêmio como honraria ou

¹¹³⁹Já comentado na seção 3.3.4: Tematização.

estratégia de mobilização. Consideramos o percentual de 41% dos depoentes que responderam ser uma estratégia de agendamento de notícias como um sinal de que há grande adesão do Jornalista Amigo da Criança ao projeto no sentido estratégico, de agendamento de notícias mesmo, tendo bem clara a função de defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente.

O índice de 42% dos depoentes que responderam ser uma conquista pessoal, no nosso entender, evidencia uma dimensão do projeto e do prêmio introjetada na carreira profissional do jornalista. Tal indicativo realça o impacto na dimensão pessoal do profissional.

E o índice de 17% dos depoentes que responderam que ser uma homenagem da ANDI para si enfatiza o entendimento desses jornalistas do Jornalista Amigo da Criança como prêmio, mais do que como projeto. Suspeitamos que a visão deste grupo da amostra seja de jornalistas que não conseguiram entender as finalidades do projeto e não tenham atuação efetiva dentro da expectativa de engajamento da ANDI.

A pergunta número 3(A ANDI considera a diplomação como vitalícia. Você quer ser Jornalista Amigo da Criança por toda sua vida profissional?) verificava a disponibilidade e disposição em relação ao engajamento da pauta nos termos institucionalizados pela ANDI.

Consideramos o índice de 98% dos depoentes que responderam Sim altíssimo e de grande evidência do prêmio como um item significativo na vida profissional. Tal indicativo nos leva a crer que a disponibilidade e disposição em relação ao engajamento da criança e do adolescente seja até permanente, e que acompanhe toda a vida profissional.

A pergunta número 4 (O pressuposto da Objetividade diz que o jornalista deve ser impessoal no seu relato e apenas transmitir a informação ao público. Como Jornalista Amigo da Criança, você acha esse conceito aplicável à sua conduta?) verificava a tensão entre atuação social do jornalista ou mera transmissão de informações. O índice de 69% dos depoentes que responderam Sim demonstra que a atuação de defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente pelo Jornalista Amigo da Criança tem um grau de implementação moderado, pois 41% acham incompatível a relação de intervenção social (perspectiva do Jornalismo Público em relação ao título de Jornalista Amigo da Criança) e de impessoalidade nos relatos (critérios de Objetividade).

Criticamente, uma vez concluída da pesquisa, percebemos que a pergunta número 4 tem um problema de formulação em relação ao “como” indicando a condição de Jornalista Amigo da Criança. Seria mais adequado o uso do termo “depois da premiação”. Tal consideração pode ser considerada preciosista, mas em se tratando de aferição de dados com rigor científico, faz-se pertinente.

A pergunta número 5 (Após a titulação como Jornalista Amigo da Criança, como você consegue influenciar seus colegas de trabalho na adesão às coberturas da infância e da adolescência?) verificava a influência do profissional na cultura profissional em relação à alteração de valores-notícia e maior enquadramento da pauta no noticiário, por meio de um ranqueamento de ações.

O ranking estabelecido pelos depoentes demonstra que as ações no sentido de influenciar a cultura profissional são feitas de acordo com a seqüência: sugiro mais pautas sobre o tema (1º ação no ranqueamento), seguida de repasso o material especializado da ANDI para toda a redação (2º ação no ranqueamento) e reivindico mais a presença do tema no noticiário (3º ação no ranqueamento).

Consideramos que as opções de compartilho minha rede de contatos com os colegas da redação (4º ação no ranqueamento), compartilho minha rede de contatos com os colegas da redação (5º ação no ranqueamento) e compartilho livros e material de apoio sobre o tema (6º ação no ranqueamento) sejam ações menos tomadas tendo em vista a abertura que o Jornalista Amigo da Criança teria de fazer no meio organizacional ao compartilhar o arcabouço de facilidades proporcionadas pela ANDI.

A pergunta número 6 (Quando recebeu o título de Jornalista Amigo da Criança, o veículo no qual você trabalhava divulgou a premiação?) verificava a receptividade do prêmio e do premiado na organização depois da diplomação. Consideramos o índice de 64% dos depoentes que responderam Sim como alto, pois a divulgação da organização sobre um funcionário diplomado como Jornalista Amigo da Criança enfatiza que existe certo ganho simbólico não só para o jornalista, mas também para a cultura organizacional.

O item número 7 (Marque o(s) bônus profissionais que o título te trouxe), tinha apontamentos pré-estabelecidos a serem hierarquizados e verificava influência na rotina produtiva e na organização burocrática (cargo, reconhecimento). Consideramos o índice de 35% dos depoentes que responderam especialização no tema da infância e da adolescência (1º item no ranqueamento), 24% dos depoentes que responderam visibilidade (2º item no ranqueamento) e 18% dos depoentes que responderam

credencial de acesso a mais eventos (3º item no ranqueamento) como evidência de um bônus na cultura profissional do Jornalista Amigo da Criança.

Os indicativos de 14% dos depoentes que responderam maior oferta de fontes (4º item no ranqueamento), 7% dos depoentes que responderam promoção (5º item no ranqueamento) e 2% dos depoentes responderam maior oferta de releases (6º item no ranqueamento) evidenciam melhorias na rotina de trabalho.

O item número 8 (Marque o(s) ônus profissionais que o título te trouxe), verificava gratificações e sanções no âmbito organizacional. Consideramos o índice de 55% dos depoentes que responderam inveja (1º item do ranqueamento) como evidência de certa resistência dos colegas de trabalho ao Jornalista Amigo da Criança. O que não incorre necessariamente em resistência às finalidades às quais se propõem os diplomados.

O índice de 35% dos depoentes que responderam estereótipo de “defensor das crianças” nos demonstra certa especialização do jornalista no sentido de desfavorecimento, ou seja, do profissional ter sua atuação profissional estigmatizada.

Reconhecemos como ínfimos e pouco representativos os ônus representados por pelas opções: rixa no ambiente de trabalho (3º item do ranqueamento, com 5%), diminuição da pluralidade de temas que cobria (4º item do ranqueamento, com 3%), especialização em apenas um tema, dentro do jornal (5º item do ranqueamento, com 2%) e redução salarial (6º item do ranqueamento, 0%).

A pergunta número 9 (Com relação ao trabalho jornalístico de apuração do tema da infância e da adolescência, a orientação mais freqüente é a de que: () Eu procuro as fontes para obter informações () As fontes me procuram oferecendo informações) verificava a qualidade de trabalho na rotina produtiva em relação a fontes. Consideramos o índice de 81% dos depoentes que responderam Eu procuro as fontes para obter informações como indicativo que o projeto Jornalista Amigo da Criança aumenta o número de fontes com as quais o jornalista pode trabalhar e não o número de oferta de matérias prontas ou informações que cheguem às redações a procura do profissional.

A pergunta número 10 (Hoje, ao procurar emprego, você se identificaria como Jornalista Amigo da Criança?) verifica a influência do prêmio no currículo profissional. Consideramos o índice de 71% dos depoentes que responderam Sim como alto e representativo no sentido de poder simbólico com o qual o prêmio se impõe no meio jornalístico. Além do que, apresentar-se em outra empresa de comunicação

expondo experiência como defensor e promotor dos direitos da criança e do adolescente contribui para que essa missão seja validada em outras instituições jornalísticas e não somente naquele meio de comunicação onde ANDI monitorou e diplomou o profissional com o título.

A pergunta número 11 (Você acha que ser Jornalista Amigo da Criança te influencia como profissional? Explique), verificava a pergunta principal da pesquisa e a questão do valor profissional do prêmio.

Consideramos que as alegações dos diplomados enfatiza a responsabilidade profissional com a pauta da criança e do adolescente, responsabilidade pessoal em relação à essa pauta, compromisso social com a infância e adolescência, melhoria do trabalho (no aspecto de fontes), realização pessoal (por vezes, nomeada de "orgulho"), a vinculação ao tema mesmo que o jornalista não trabalhe mais com reportagem.

Somente 3 depoentes disseram que não os influenciava profissionalmente. Consideramos que seu entendimento do Jornalista Amigo da Criança seja estrito como prêmio: “não influencia: recebi pelo que fazia. Não passei a fazer porque recebi”, “Não (..) acredito que não é o título que faz o cidadão e sim seus princípios que cada um trás do berço” e “Não, o título foi um reconhecimento, é verdade, mas o que eu já fazia antes eu continuei a fazer”.

A pergunta número 12 (Sendo Jornalista Amigo da Criança, como você lida com o fato dessa missão ser compartilhada agora por todos os jornalistas?) Verificava o novo paradigma de defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente (CEJ, 2007) em detrimento do contexto de estrita defesa (CEJ, 1987). Assim, o Jornalista Amigo da Criança era questionado sobre o diferencial acerca do título sendo que toda a categoria passa a compartilhar da mesma missão que, em outrora, era específica de jornalistas engajados em temas da infância e da adolescência. O intuito foi o de que as respostas a esta pergunta trabalhassem principalmente a questão do valor profissional.

Consideramos as alegações como favoráveis à continuidade da missão relativa ao título de Jornalista Amigo da Criança, mas percebemos certa reprovação aos preceitos de defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente no escopo do CEJ (2007). Para os depoentes, o preceito da criança e do adolescente no Código não traz benefícios imediatos tendo em vista a distância entre os ideais deontológicos e a prática cotidiana da profissão.

Percebemos que muitos não sabiam sequer do CEJ (2007). Respostas evasivas foram freqüentes: “com satisfação”, “muito melhor assim”, “fico feliz”, “muito contente”, “acho bom” e “acho excelente”.

■ Conclusão

Conclusão

Concluimos ao fim da presente pesquisa que, segundo a percepção dos jornalistas entrevistados, o prêmio Jornalista Amigo da Criança tem realmente influência sobre o profissional de jornalismo: na dimensão pessoal, em relação à cultura profissional e também à cultura organizacional¹¹⁴⁰.

Atingimos o objetivo principal de verificar a percepção dos jornalistas entrevistados acerca da influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de jornalismo. Dentre os objetivos específicos, também identificamos que a premiação não se esgota com a entrega do título, em vista de toda a significação simbólica tratada pelos depoentes na pesquisa (a ver pelos bônus enumerados e o impacto profissional, no sentido curricular).

Também conseguimos vislumbrar a estratégia de engajamento de ANDI em relação aos jornalistas por meio do prêmio e do projeto Jornalista Amigo da Criança. Percebemos maior compromisso social do jornalista, após a diplomação, ao menos em relação à pauta da criança e do adolescente. Tal responsabilidade, muitas vezes, é levada para outras funções do jornalismo além da reportagem (assessoria de imprensa e até salas de aula, no caso de jornalistas que se tornaram professores universitários).

Consideramos que os objetivos da pesquisa foram alcançados, no que diz respeito à “percepção da influência” pelo jornalista do que diretamente sobre a influência do prêmio sobre o jornalista.

Pudemos vislumbrar as principais ações do Jornalista Amigo da Criança na obtenção de adesão da cultura organizacional, além de seus esforços no intuito de influenciar a cultura profissional.

Outro aspecto importante foi a precisão das argumentações dos jornalistas que vêem o Jornalista Amigo da Criança como prêmio ou projeto. A estratégia de ANDI de agendamento de notícias é algo claro para a maior parte de diplomados, mas muitos

¹¹⁴⁰Objetivo Específico número 1: Como o profissional lida com o fato de ser Jornalista Amigo da Criança? Objetivo Específico número 2: Em que sentido a premiação recompensa o jornalista por uma habilidade (tratamento adequado da criança e do adolescente na cobertura) ou o convida para um projeto de mobilização em torno do tema? Objetivo Específico número 3: Como Jornalista Amigo da Criança, ao advogar uma pauta e ter uma função social clara e institucionalizada, é possível afirmar que o prêmio induz o jornalista a reavaliar a questão da neutralidade, imparcialidade e objetividade na aplicação de sua força de trabalho? Objetivo Específico número 4: Esse jornalista que advoga uma pauta influi na cultura organizacional e na política editorial? Objetivo Específico número 5: ao se tornar Jornalista Amigo da Criança há outorga de um bônus simbólico?

preferem entender o prêmio como uma conquista profissional e não como uma ação social.

Quanto à checagem sobre o compromisso do Jornalista Amigo da Criança com o status social de ser premiado (proeminência profissional) ou com os direitos da infância e da adolescência, podemos concluir quanto à amostra que o valor social do prêmio/projeto é mais significativo do que a proeminência decorrida do título.

Em vista da pesquisa proposta e, dos resultados obtidos, identificamos em relação ao universo do fenômeno estudado que o meio jornalístico (tanto profissional quanto acadêmico) precisa categorizar tipologias de prêmios sobre os quais incidem grandes arcabouços teóricos, como Agenda Setting e Newsmaking. A escassez de estudos do sobre premiações e fenômenos relativos à certificação de matérias jornalísticas, profissionais de jornalismo e empresas de comunicação é grande. Percebemos a necessidade de se analisar mais sistematicamente o engajamento de jornalistas em causas ou temas sociais, por meio de premiações. Entendemos que os prêmios representam ações corporativas de agendamento de notícias na mídia, sendo que tais estratégias são frequentes no Terceiro Setor. E, desta forma, são fenômenos que não podem ser desconsiderados dos estudos em Comunicação Social e Jornalismo.

Detectamos certa precariedade em relação a estudos que estabeleçam diferenças em relação aos Códigos de Ética dos Jornalistas. Entendemos que as implicações deontológicas de cada edição de Códigos tenham desdobramentos diferentes para cada geração de jornalistas. Durante a pesquisa, percebemos que a edição do CEJ (2007), apesar de recente, tem pouca visibilidade no meio jornalístico, sendo mais discutido na academia (artigos científicos publicados e salas de aula). A própria ANDI não reforça os ideais mais sociais do novo CEJ em relação ao grupo de Jornalista Amigo da Criança. As respostas evasivas em relação à edição do novo código revelam o desconhecimento dos diplomados em relação ao assunto e aos preceitos do CEJ (2007).

Verificamos a necessidade de entender, no meio acadêmico e profissional, de como a defesa e a promoção dos direitos da infância e da adolescência foram institucionalizadas pela cultura profissional do jornalismo de tal forma que viraram norma no Código de Ética. Constatamos que essa dimensão da doutrina da proteção integral, que era até então jurídica, torna-se presente no jornalismo de modo deontológico, a ver pelo CEJ (2007).

Outra questão que levantamos é a respeito dos limites entre a estrita defesa da criança e do adolescente no noticiário e da defesa e promoção dos temas da infância e da adolescência. Reconhecemos que existe um novo paradigma de defesa e promoção dos direitos, mas o meio jornalístico parece ainda ter foco apenas na defesa.

Precisamos de pesquisas que desenvolvam os conceitos de Contra-Agendamento e da modalidade propositiva de Advocacy aplicados a fenômenos do Terceiro Setor de forma mais ostensiva. Percebemos certa conexão desses arcabouços teóricos em relação ao universo do Jornalismo Público.

A ver pelo Jornalista Amigo da Criança, surge a necessidade de se identificar outros tipos de cooperação em relação à pauta de gênero (mulheres), de idosos, étnica (de negros) e de outras minorias enunciadas no CEJ (2007), que possam operar agendamento de notícias e até influências relativas ao arcabouço de Newsmaking.

Precisamos ainda entender porque a pauta da criança e do adolescente parece ser mais desenvolvida que a pauta de gênero (da mulher), étnica (negro) e de idosos sendo que essas categorias, além de serem expressas pelo CEJ (2007), também são difundidas por organismo internacionais como ONU, UNESCO e UNICEF, sendo que tais organismos têm um estreito relacionamento com o meio jornalístico e com o ambiente do Terceiro Setor.

Existe também a necessidade de integrarmos mais os estudos de outras áreas do conhecimento ao arcabouço teórico da Comunicação, como os estudos de qualidade de vida dos jornalistas pela Psicologia sendo integrados em pesquisas que proporcionem mais detalhamento de constrangimentos e pressões no ambiente de trabalho jornalístico; além dos estudos de estruturação da profissão de jornalista, na perspectiva da Sociologia das Profissões.

Em relação à ANDI, recomendamos maior atenção ao Núcleo de Mobilização tendo em vista principalmente a falta de pessoal. Em 2004, a consultoria John Snow Brasil¹¹⁴¹ fez um pesquisa com todo o grupo de Jornalista Amigo da Criança. Naquela oportunidade, dos 283 diplomados, apenas 81 participaram da pesquisa (que também tinha um formulário eletrônico como base de captação de dados). Um índice de 28,6% de adesão do grupo. Em 2008, para a nossa pesquisa, tivemos adesão de apenas 11% do grupo sendo que o formulário ficou disponível por 1 mês e levava, em média, 2 minutos para ser respondido. Tal fato nos leva a crer que o grau de acompanhamento das

¹¹⁴¹BRASIL, John Snow. Relatório Final de Pesquisa sobre o Impacto do Projeto Jornalista Amigo da Criança. Outubro de 2004.

atividades de cada Jornalista Amigo da Criança tenha decaído, pois a cada edição novos jornalistas são nomeados e a equipe que gesta o projeto não recebe estrutura condizente com o acréscimo de profissionais engajados¹¹⁴². Durante a investigação, ficou patente a dificuldade da equipe em precisar as diplomações por ano¹¹⁴³.

Por fim, reconhecemos que os objetivos da pesquisa foram alcançados e fazemos votos de que a pesquisa em comunicação volte o foco dos estudos de Agenda Setting e de Newsmaking para a questão dos prêmios, principalmente os oriundos do Terceiro Setor, que tem um estreito relacionamento com o status social da profissão de jornalista.

¹¹⁴²O Núcleo de Mobilização tem, em média, 3 ou 4 funcionários e 1 estagiário. Todo o grupo de entrevistados (ex-funcionários e ex-estagiários) foram enfáticos ao dizer que muitas rotinas de trabalho não eram cumpridas em vista da sobrecarga de trabalho e falta de pessoal. Fazemos essa ressalva tendo em vista tal fato ser mais um problema estrutural, de falta de investimento neste departamento da ANDI, do que efetivamente de competência do pessoal. Acerca deste último, ressaltamos que a equipe tem um desempenho que vai além da sua estrutura e, em nada, podemos nos queixar do atendimento prestado a nossa pesquisa. Ademais, temos que agradecer a atenção. Contudo, é pertinente que a Diretoria de ANDI reavalie as condições de trabalho e estruturação do Núcleo na busca de soluções que possam otimizar as rotinas e melhorar a qualidade de gestão e acompanhamento do grupo de Jornalista Amigo da Criança.

¹¹⁴³Solicitamos à ANDI uma planilha ou qualquer demonstrativo que pudesse hierarquizar por ano cada grupo de jornalistas diplomados. Assim, tínhamos o intuito de vislumbrar o grupo de Jornalista Amigo da Criança diplomado em 1997, 1998 ... até 2007. A organização simplesmente não sabia quem eram os profissionais que tinham recebido o prêmio em pelo menos 3 edições. Apesar de terem o mailing de todos os diplomados, não conseguiam identificar qual o ano de entrada do profissional no projeto. Consideramos essa uma grande deficiência administrativa do Núcleo de Mobilização que pode acarretar dificuldades na gestão do prêmio e do projeto.

■ Bibliografia

Bibliografia de Referência

ABRAMO, Perseu. Jornalismo: profissão específica ou atividade geral in ABRAMO, Perseu. Um trabalhador da notícia: textos de Perseu Abramo.1997

ADGHIRNI, Zélia Leal, Routines produtivas do jornalismo em Brasília. In PORTO, Sérgio (Org.), O Jornal: da Forma ao Sentido. Brasília. 1997

ANDI. Balas Perdidas – um olhar sobre o comportamento da imprensa brasileira quando a criança e o adolescente estão na pauta da violência. 2001

ANDRADE, Leandro. Prostituição infanto-juvenil na mídia: estigmatização e ideologia. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – PUCSP. São Paulo, 2001

_____, Lucimara. O Ensino da Ética Profissional em Cursos de Graduação. Dissertação (Mestrado em Educação), UNOESTE. 2004

ARMONY, Flavio Sabbagh. Engajamento e Objetividade no Jornalismo Político da França. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2006

AZEVEDO, Mário. Espaço Social, Campo Social, Habitus e Conceito de Classe Social em Pierre Bourdieu in Revista Espaço Acadêmico, ano III, nº24, maio de 2003.

BAHIA, Juarez. Jornal, História e Técnica – História da Imprensa Brasileira. 4ª edição, revista e aumentada. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BARROS FILHO, Clóvis de. Ética na comunicação. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003

BEAUD, Michel. Arte da tese: Como preparar e redigir uma tese de mestrado ou doutorado, uma monografia ou qualquer outro trabalho universitário. Tradução de Glória de Carvalho Lins. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000

BENITES, Contando e fazendo história: a citação no discurso jornalístico. São Paulo. Arte & Ciência. 2002

BERAQUET, Maria. Qualidade de vida de jornalistas da macro região de Campinas-SP. Dissertação (Mestrado em Comportamento Social e Psicologia da Saúde), UCDB. 2005

BERGAMIN, Bruno. O jovem universitário de Comunicação Social e sua cosmovisão. Por uma Educação Social. Dissertação (Mestrado em Educação). PUCRS. 2000

BONFIM, William. O papel das fontes na construção da notícia o agendamento do tema trabalho infantil doméstico no jornalismo impresso brasileiro, no ano de 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2005

BORDENAVE, Juan Enrique Diaz. O Que é Comunicação. Editora Brasiliense.1997.

BOURDON, R e BOURRICAUD, F. Dicionário Crítico de Sociologia. São Paulo:Ed. Ática. 2000

- BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- _____, Pierre. A economia das trocas lingüísticas: O que falar quer dizer. São Paulo: EDUSP, 1996
- _____, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- _____, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 1997
- _____, Pierre. Meditações Pascalianas. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2001
- BRANDÃO, Helena H.N. Subjetividade, argumentação, polifonia: a propaganda da Petrobrás. São Paulo, Ed.da Unesp, 1998
- BRASIL, Constituição Federal da República
- _____, Decreto-lei nº 972/69 (dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista)
- _____, Lei 6.612/78 (altera o Decreto-lei 972/69)
- _____, Decreto 083.284/79 (dá nova regulamentação ao Decreto-lei 972/69, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612/78. Todos sobre a profissão de jornalista)
- _____, Lei nº 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente, ECA)
- _____, Lei nº 8.742/93 (dispõe sobre assistência social e dá outras providências)
- _____, Lei nº 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, LDB)
- _____, Lei nº 9.790/99 (Leis das OSCIPs)
- _____, John Snow. Relatório Final de Pesquisa sobre o Impacto do Projeto Jornalista Amigo da Criança. Outubro de 2004. Editado pela Consultoria John Snow Brasil, em demanda de uma pesquisa encomendada por ANDI.
- BRASILIENSE, Danielle. Tessituras narrativas de O Globo e o acontecimento "Chacina da Candelária". Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFF. 2006
- BREED, Warren. Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: Questões, teorias e "estórias". 1.ed. Lisboa: Vegas, 1993
- BRIXIUS, Leandro. Objetividade Jornalística - um estudo a partir das rotinas de produção de política do Zero Hora e Correio do Povo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNISINOS. 2006
- CAETANO, Miriam Lins. Lágrimas de Álcool: as diversas faces experimentadas pelo alcoólatra. Livro-reportagem apresentado para obtenção do título de bacharel na habilitação em Jornalismo do Curso de Comunicação Social – Universidade de Uberaba, dezembro de 2003. Orientador: Prof. Dr. Raul Osório Vargas.

CANALI, Geraldo Valentei. Ideologia no uso do conceito de liberdade de imprensa - uma análise a luz da hermenêutica da profundidade. Tese (Doutorado em Comunicação), PUCRS. 2005

CASATTI, Denise. Viagem ao outro - um estudo sobre o encontro entre jornalistas e fontes. USP.2006

CASTANHO, Sérgio E. M.. A Universidade entre o sim, o não e o talvez in Veiga, Ilma P. Alencastro e CASTANHO, Maria Eugênia L. M. (orgs.) Pedagogia Universitária – A aula em foco. Campinas (SP): Papyrus, 3ª. Edição, 2000

CAVALCANTI, Jauranice. No Mundo dos Jornalistas interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros. Tese (Doutorado em Linguística), UNICAMP. 2006

CHRISTOFOLETTI, Rogério. A medida do olhar: objetividade e autoria na reportagem. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2004

CODESSEIRA, Regina. O lide na notícia do impresso e sua estratégia interacional. PUCSP.2005

COUDO, Nadia. Educação, imprensa e modernização um estudo histórico da formação do jornalista no Brasil. Dissertação (Mestrado em Educação), UNESC. 2007

COUTINHO, Iluska. O conceito de verdade e sua utilização no Jornalismo. Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo. Ano 1 - nº 1 - (janeiro/junho de 2004). Universidade Federal de Juiz de Fora

CRIADO, Alex. Falares - a oralidade como elemento construtor da grande reportagem. USP. 2006

D'AVILA, Geruza. O ensino superior como projeto profissional para ser alguém. Repercussões de um cursinho pré-vestibular popular na vida dos estudantes. Dissertação (Mestrado em Psicologia), UFSC. 2006

DEBRAY, Regis. Curso de Midiologia Geral. Petrópolis: Vozes, 1993

DIAS, Robson. Violência infanto-juvenil na mídia do Distrito Federal: questões éticas e de direitos humanos. Monografia (Graduação em Jornalismo), UCB. 2002

DIMENSTEIN, Gilberto. A guerra dos meninos – Assassinatos de menores no Brasil, São Paulo, Brasiliense, 1990

DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Prática. São Paulo. Atlas. 2002

FENAJ, Código de Ética dos Jornalistas Profissionais. 1985

_____, Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. 2007

FELIPPI, Ângela. *Jornalismo E Identidade Cultural Construção da Identidade Gaúcha Em Zero Hora*. PUCRS. 2006

FERNANDES, Rubem César. *Privado Porém Público: O Terceiro Setor na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FERRACIOLLI, Márcio. "A gente nem comenta porque isso, no dia a dia, acontece com todo mundo": trabalho e sofrimento - o caso dos jornalistas. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social), UFSC. 2000

FITTIPALDI, Maristela. *Ética no Jornalismo - Desafio Cotidiano*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 1998

FOLQUENING, Vitor. *O humanismo entre os futuros jornalistas: um estudo das representações de acadêmicos de Comunicação Social*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UEPG. 2001

_____, Vitor. *O Jornalismo é um Humanismo. Pós-Escrito*. Curitiba. 2002

FORMIGA, Fábio. *A evolução da hipótese de agenda-setting*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2006

FRANCISCATO, Carlos. *A construção da notícia política nos jornais de Sergipe - uma análise dos constrangimentos e influências na produção jornalística*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFS. 1998

FRANZOI, Nara. *Da profissão como profissão de fé ao "mercado em constante mutação" trajetórias e profissionalização*. Tese (Doutorado em Educação), UNICAMP. 2003

FREIDSON, Eliot. *A framework for the comparative study of professions*. Paper preparado para a conferência da ANPOCS. Mimeio. 1995

FREITAS, Patrícia. *Professores de cursos pré-vestibulares e a escolha profissional de seus alunos. Um estudo na cidade de Maringá - PR*. Dissertação (Mestrado em Psicologia), UFSC. 2006

_____, Rosângela. *O tema trabalho infanto-juvenil na mídia: uma interpretação ideológica*. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social). PUCSP. 2004

FRIAS FILHO, Otávio. *Apresentação*. In: LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Mil Dias: os bastidores da revolução em um grande jornal*. 1. ed. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988

GRAU, Nuria Cunill. *Repensando o público através da sociedade*. Revan/ENAP, Rio/Brasília, 1998.

GOODWIN, E. *Procura-se ética no jornalismo*, São Paulo. Nórdica. 1991

GOHN, Maria. Mídia, Terceiro Setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo. Petrópolis: Vozes, 2000

GUERRA, Josenildo. O percurso interpretativo na produção da notícia. Tese (Doutorado em Comunicação), UFBA.2003

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 8. ed. Rio de Janeiro. DP&A. 2003

_____, Stuart. A produção social das notícias: O mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.) Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias". Lisboa: Vega, 1993

HERNANDES, Nilton. Jornais e Ethos: como a marca vira um "ser" que discursa. Estudos Lingüísticos XXXIV, p. 780-785, 2005

HOHLFELDT, Antônio. Objetividade, categoria jornalística mitificada. Anais do 24º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001

_____; L. Martino; V. França (orgs) – Teorias da Comunicação. Vozes. Petrópolis, 2001

JEMPSON, Mike & NOVIS, Bill. A informação e os direitos da criança: o desafio do engajamento da mídia. In: A criança e a mídia: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez, Brasília, DF: UNESCO. 2002

KARAM, Francisco. A ética jornalística e o interesse público. Summus. 2004

KAUFFMANN, Carlos. O corpus do jornal variação lingüísticos gêneros e dimensões da imprensa diária escrita. PUCSP. 2005

LAGO, Claudia. O Romantismo morreu? Viva o romantismo. O Ethos romântico no jornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2002

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Jornalistas: agenciando a cidadania, publicizando o privado. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFRJ.1992

LAVILLE, C. e DIONNE, J. A construção do saber. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Tradução. Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre – Belo Horizonte: Editora Artes Médicas Sul Ltda – Editora UFMG, 1999.

LIMA, Inês Maria. Impacto da agenda social no jornalismo brasileiro: ANDI uma experiência exemplar de jornalismo público. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília. 2005

LISBOA, Márcia. Jornalista profissão passageiro: as relações de trabalho dos profissionais da notícia na grande imprensa brasileira atual. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UFRJ. 1994

LOPES, Dirceu. *Jornal Laboratório – Muito Além do Treinamento*. ECA/USP. Publicado no veículo laboratorial Primeira Impressão. Novembro de 2006

_____, Dirceu. Para uma pedagogia do Jornal-Laboratório. *Cadernos Pos-graduação Comunicação n° 1*, Cadernos de Pós-graduação da Universidade Católica de Santos. 2001

_____, Fernanda. Auto-referenciação e construção da identidade jornalística. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2007

_____, Luís Carlos. Hermenêutica, teorias da representação e da argumentação no campo da comunicação. *Revista Ciberlegenda*, n.10, 2002.

_____, Maria Immacolata Vassalo de. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2002, 6a ed.

_____, Maria Immacolata Vassalo de. Por um paradigma transdisciplinar para o campo da comunicação. In: DOWBOR, Ladislau. IANNI, Octavio. RESENDE, Paulo-Edgar A., SILVA, Hélio. (orgs.) *Desafios da Comunicação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

_____, Paulo. Negociando sentidos, articulando lugares - modelo semiológico-discursivo nas Teorias da Comunicação e do Jornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação), UFRJ. 2004

LUZ, Cristina. A pauta jornalística e suas mediações. Tese (Doutorado em Comunicação), UFRJ. 2005

MACIEL, Suely. *Manuais de estilo, subjetividade e notícia*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2001

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação & Jornalismo – A saga dos cães perdidos*. 2ª edição. São Paulo: Hacker Editores, 2002

MARIANI, Luiza Helena. *Os idiotas da Objetividade - Nelson Rodrigues entre literatura e jornalismo*. Tese (Doutorado em Literatura Comparada), UFF

MARTINO, Luiz C. – De Qual Comunicação Estamos Falando? in A. HOHLFELDT; L. Martino; V. França (orgs) – *Teorias da Comunicação*. Vozes. Petrópolis, 2001

_____, Luiz. Elementos para uma epistemologia da Comunicação, in A. Hohlfeldt; L. Martino; V. França (orgs.) – *Teorias da Comunicação*. Vozes. Petrópolis, 2001

MEDINA, Cremilda. *Notícia – Um Produto à Venda – Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial*. 4ª edição. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

_____, Cremilda. *Profissão Jornalista: Responsabilidade Social*. Rio de Janeiro. Forense. 1982

MEDITSCH, Eduardo. Adeus, CIESPAL: Ruptura Brasileira no Ensino de Jornalismo. in KUNSCH Margarida M. Krohling (org.), Ensino de Comunicação: Análises, Tendências e Perspectivas Futuras. São Paulo: ABECOM, ECA/USP. 1992

MELO, José Marques de. Comunicação social: da leitura à leitura crítica. In: ZILBERMAN, Regina. THEODORO DA SILVA, Ezequiel. Leitura: perspectivas interdisciplinares. São Paulo: Ática, 1995

_____, José Marques, Pedagogia da Comunicação: As experiências Brasileiras. In: Contribuições para uma pedagogia da Comunicação. São Paulo. Paulinas. 1974

_____, Paulo. A Formação Atual do Comunicador Social no Brasil: ECA/USP, um Estudo de Caso. Tese (Doutorado em Comunicação), UNICAMP. 2006

_____, Sandra. Identidade, Ética E Linguagem - (Ou Como Fazer Um "Bom" Jornalismo Com Palavras). UNICAMP. 2005

MENDES, Moacyr. A doutrina da proteção integral da criança e do adolescente. Dissertação (Mestrado em Direito), USP. 2006

_____, Ricardo. As disputas no campo profissional do jornalismo. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFSCAR. 1997

MENDEZ, Rosemary. Pompeu de Souza: O jornalista que mudou o Jornalismo Brasileiro. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Metodista de São Paulo. 2006

MOLOTCH, H. e LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos: In TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993

MONTAÑO, Carlos. Terceiro Setor e Questão Social: Crítica ao padrão emergente de intervenção Social. São Paulo: Cortez, 2002

MOREIRA, Fabiane. Os Valores Notícia no jornalismo impresso - análise das características substantivas na Folha de São Paulo, Estadão e Globo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRGS. 2006

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

MOURA, Cláudia. A Comunicação Social na Legislação de Ensino Brasileira: do Currículo Mínimo às Novas Diretrizes Curriculares. São Paulo. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2000

NOGUEIRA, Leticia de Sá. Ética & Mídia na Contemporaneidade. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2001

OLIVEIRA, Michelle Roxo. Profissão jornalista um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Estadual Paulista. 2005

_____, Michelle Roxo. Discursos sobre o Dever-Ser Jornalístico: Construindo um Capital Simbólico. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2007

_____, Sabrina. Linguagem, Ideologia E Conhecimento Novas Perspectivas para se compreender o Jornalismo. UFRJ. 2007

_____, Valdir de Castro. Os Moinhos de Papel: Um Estudo sobre a Narrativa Jornalística, o Repórter e a Cidadania na Imprensa Belo-Horizontina. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 1996

ONU, Declaração Universal dos Direitos Humanos

_____, Declaração dos Direitos da Criança

ORLANO, Simone. Perspectivas de estudo sobre o discurso para a graduação em comunicação social. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa), UFRJ. 2006

ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 1994

PACCOLA, Carina. Um retrato de quem retrata o mundo: um estudo sobre a estruturação da prática profissional dos jornalistas. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UEL. 2003

PATRÍCIO, Patricia. Tirando o manual do automático - do mapa objetivo ao território transubjetivo nos caminhos do jornalismo. USP. 2002

PAVAN, Diva. Cerimonial de formatura representação simbólica do sucesso escolar. Dissertação (Mestrado em Educação), UNICAMP. 1996

PENA, Felipe. "O jornalista é um especialista em generalidades", publicado na revista Contracampo nº 15, edição de dezembro de 2006, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense

_____, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo. Editora Contexto. 2005

_____, Janis. Em busca da qualidade de vida individual do repórter: compreensão das mediações presentes no processo comunicacional dos jornalistas. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2006

PONTE, Cristina. Crianças como matéria jornalística in Crianças em notícia: a construção da infância pelo discurso jornalístico. Lisboa. ICS. Imprensa de Ciências Sociais, 2005

PORCHAT, Maria. Manual de radiojornalismo Jovem Pan. São Paulo: Ática, 1989

PRADO Valeria. O percurso de uma entrevista no jornal na passagem do oral para o escrito. PUCSP. 2006

RAPOSO, Maria. Comunicação virtual entre ONGs e construção do conhecimento - o caso da rede ANDI Brasil. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFPE.2005

REBECHI, Mônica. Agência de Notícias dos Direitos da Infância ANDI - Um Estudo Preliminar de uma Organização do Terceiro Setor. Dissertação (Mestrado em História), Mackenzie. 2002

RIBEIRO, Jorge Cláudio. Sempre Alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo, Olho d'Água/ Brasiliense, 1994

_____, Jorge Cláudio. A ética como fator de resistência no jornalismo. PUCSP. PCLA. Volume 3. número 1. 2001

_____, Lavina Madeira. Imprensa e esfera pública: o processo de institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1964). Rio de Janeiro. E-papers. 2004

RISTER, Carla. A decisão da juíza. In FENAJ (Org.) Formação Superior em Jornalismo. Uma exigência que interessa à sociedade. Florianópolis. Imprensa na UFSC. 2005.

RODRIGUES, Regina. A formação humanística no curso de jornalismo das intenções às práticas. Dissertação (Mestrado em Educação), PUC-Campinas. 2007

ROLDÃO, Carlos. Conselho de Comunicação Social um instrumento para a democratização da comunicação. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Metodista de São Paulo. 2005

ROSSY, Elizena. Mídia e Terceiro Setor - como as ongs promovem a Cultura de Paz. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB.2006

SABER, Marina. Efeitos da sobrecarga da Informação no cotidiano de jornalistas em Campo Grande - MS. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação). UNB. 2006

SALVIANO, Mauricio. O Jornalista Profissional e o Direito do Trabalho. Dissertação (Mestrado em Direito), PUCSP. 2006

SANTAELLA, Lúcia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SANTANNA, Wedencley. O Discurso da Notícia: Objetivismo Jornalístico e seus efeitos. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFF. 2001

SANTOS, Fernando. Prática e aprendizado - a importância da agência universitária de notícias como jornal laboratório na formação do jornalista. USP. 2007

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa. Veja. 1993

SEABRA, Roberto. Dois séculos de imprensa no Brasil in *Imprensa e Poder*. Brasília: Editora UnB, 2002.

SILVA, Josué. *Ética do discurso - entre a discursividade e factualidade*. PUCSP. 2007

_____, Juremir. *A miséria do jornalismo brasileiro: As (in)certezas da mídia*. Petrópolis, Vozes, 2000

_____, Luiz Martins (Org.); MATTOS, Heloiza; BRANDÃO, Elisabeth. *Comunicação Pública*. 1. ed. Brasília: Casa das Musas, 2003

_____, Luiz Martins da. *Sociedade, esfera pública e agendamento*. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. (Org.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 1 ed. Petrópolis: Vozes, 2007

_____, Luiz Martins da. *Ética na Mídia*. Brasília. Casa das Musas. 2003. 2 edição.

_____, Luiz Martins da. *Teorias da Comunicação no Século XX*. Brasília, Casa das Musas, 2002. p.59

SILVEIRA, Santa Maria. *Ética: esta Lei pega? Apontamentos sobre a moralidade que a imprensa prega e pratica*. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 1993

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4ª. Edição com capítulo inédito. Rio de Janeiro: Mauad, 1999

SOLOSKI, John (1993). *O jornalismo e o profissionalismo: Alguns constrangimentos ao trabalho jornalístico*. In N. Traquina (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega. 1993

SOUSA, Jorge Pedro. *As Notícias e os seus efeitos: As "Teorias do Jornalismo e dos Efeitos Sociais dos Media Jornalísticos"*. Portugal: Universidade Fernando Pessoa, 1999

_____, Jorge Pedro. *Desafios do ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI*. Universidade Fernando Pessoa. 1999

_____, Jorge Pedro. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó:Argos: Florianópolis. 2002

_____, Paulo;LIMA, Luciana. *A racionalidade e a burocracia na teoria de Max Weber*. Artigo apresentado em congresso da UFPR. 2002

SOUZA, Marina. *Infância de papel: análise do discurso jornalístico sobre a infância na imprensa brasileira*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 1999

STEINBERGER, Margarethe. A ética do jornalismo latino-americano na geopolítica da pós-modernidade. In Dowbor, Ladilau; Ianni, Octávio; Resende, Paulo-Edgar A.; SILVA, Hélio (orgs.) Desafios da comunicação. Petrópolis. Vozes. 2000

TOMITA, Iris Yae. Em busca do sujeito - a formação do olhar no ensino superior de Publicidade e Propaganda. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UEM. 2006

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional. São Paulo, Summus Editorial, 1986

TRAQUINA, Nelson (org.). Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias". Lisboa: Vega, 1993

_____, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. 2.^a reimpressão. São Leopoldo (RS). Editora Unisinos, 2003

_____, Nelson. A Tribo Jornalística: uma comunidade transnacional. Lisboa (Portugal): Editorial Notícias, 2004a

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. O mundo dos jornalistas: um estudo antropológico sobre identidade e carreira em camadas médias. São Paulo. Summus. 1993

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas In: TRAQUINA, Nelson (org.) Jornalismo: questões, teorias e "estórias". Lisboa. Veja. 1993

_____, Gaye. La producción de la noticia - Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983

VALVERDE, Franklin. O papel pedagógico do estágio na formação do jornalista. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2006

VAN GENNEP, Arnold. Os ritos de passagem: estudo sistemático dos ritos da porta e da soleira, da hospitalidade, da adoção, gravidez e parto, nascimento, infância, puberdade, iniciação, ordenação, coroação, noivado, casamento funerais, estações, etc.. Petrópolis: Vozes, 1978.

VENCESLAU, Pedro. Nem tudo que reluz é pauta. Revista Imprensa, São Paulo, Imprensa Editorial, ano 16, n. 176, p. 25. – 31

VIDAL, Délcia. Jornalismo da Boa Notícia Cidadania e Noticiabilidade. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2003

VIEIRA, Antônio. Uma pedagogia para o Jornal Laboratório. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2002

_____, Geraldinho. Complexo de Clark Kent – São super-homens os jornalistas? São Paulo: Summus, 1991

VILAS, Sérgio Boas. Perseguição no trabalho é Assédio Moral. In: Revista Equilíbrio. Folha de São Paulo, 21 de fevereiro de 2002

VIZEU, Alfredo. As rotinas produtivas dos editores de texto do RJTV1: construindo a notícia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), PUCRS. 1997

ZÉMOR, Pierre. La Communication Publique. PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995.

ZIONI, Alberto Reis; Fabiola. O lugar do feminino na construção do conceito de adolescência. Revista Saúde Pública, volume 27, número 6. São Paulo. 1993.

WEBER, Max. Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UNB, 1994.

_____, Max. A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. 4 ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1985.

WHITE, David Manning. O gatekeeper. Uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.) Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias". Lisboa: Vega, 1993

WOLF, Mauro. Teorias das Comunicações de Massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Artigos

ABRAMO, Cláudio. Observadores de Carteirainha. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br.

AZEVEDO, Mário. Espaço Social, Campo Social, Habitus e Conceito de Classe Social em Pierre Bourdieu in Revista Espaço Acadêmico, ano III, nº24, maio de 2003. Acessado em 10-11-2007. <http://www.espacoacademico.com.br/024/24cneves.htm>

BRICKMAN, Carlos. Prêmios de Jornalismo - ler, gostar, pagar. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br.

BUSTOS, Sérgio. "La hora del periodismo cívico", en Pulso del Periodismo. Disponível, em 11-12-2007, no endereço www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm

CAMPOS, Celso. Sala de Aula: a reportagem parte 2. Acessado em em 12-12-2007. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br)

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Código de Ética dos Jornalistas: revisão bem-vinda, mas insuficiente. Disponível em www.direitoacomunicacao.org.br , em 06-12-2007.

COSTA, Beth. Diploma em jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade. Disponível em <http://www.fenaj.org.br/diploma/interesse.htm>. Acessado em 30-11-2007.

Dicionário Aurélio On-line. Acessado em 10-11-2007.

Disponível em <http://www.aureliopositivo.com.br/aurelio/default.asp>

DINES, Alberto. Jabá institucional: o que se esconde atrás dos prêmios de jornalismo. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/arquivo/inde08012001.htm>. Acessado em 10-11-2007.

_____, Alberto. Prêmios & Galardões - Terceiro Setor tropeça nos vícios dos demais. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/ipub111220021.htm> . Acessado em 05-12-2007.

_____, Alberto. Terceiro Setor imita os outros: Prêmios não garantem excelência em jornalismo. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd200220021.htm> Acessado em 05-12-2007.

DUME, Paula; KALLÁS, Mayra. Um casamento perfeito - O catedrático Danton Jobim e o pragmático Pompeu de Souza na reforma da imprensa brasileira. Disponível em www.lide.org. Acessado em 12-12-2007.

FREIRE, Alexandre. Conselho Federal de Jornalismo: O jornalismo como sistema perito e a proposta da FENAJ. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acessado em 11-02-2008

GOERGEN, Pedro. A universidade em tempos de transformação. UNICAMP. Disponível em www.prg.unicamp.br/Texto_univ_em_temp_trans_Pedro_Goergen.html. Visitado em 12-12-2007.

KARAM, Francisco. Formação e Ética Jornalística. Disponível em www.jornalismo.ufsc.br/. Acessado em 05-12-2007

LAGO, Claudia. De romântico e de louco... Reflexões sobre o romantismo jornalístico. Disponível em www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2003/lago2003.doc. Acessado em 10-11-2007

MÁRQUEZ, Gabriel Garcia. A melhor profissão do mundo. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/mat2010a.htm>. Acessado em 01-12-2007.

MARQUES, Demar. Jornalistas vs. Assessores: os responsáveis pela bagunça são... <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=352JDB004>. Acessado em 12-12-2007.

MARTINO, Luis Mauro Sá. A ética como estratégia no campo jornalístico. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em www.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007

MARTINS, Sibebe. "Denuncismo" e "Achismo": A ética no jornalismo. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acessado em 05-12-2007

MEDITSCH, Eduardo. "Ciespal trouxe progresso... e o problema quase insolúvel do comunicólogo", Artigo do III Ciclo de Estudos sobre a Escola Latino-americana de Comunicação. Não contém crédito de autor. Visitado na data de 19-11-2007, <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-ciespal.html>.

MORETZSOHN, Sylvia. "Profissionalismo" e "Objetividade": o jornalismo na contramão da política. UFF. 2001. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.pdf>. Acessado em 12-12-2007.

LOPES, Luís Carlos. Hermenêutica, teorias da representação e da argumentação no campo da comunicação. Revista Ciberlegenda, n.10. 2002. p. 21. Disponível em: www.uff.br/mestcii/lcllop8.htm Visitado em 18-11-2007.

OLIVEIRA, Dennis de; RODELLI, Patrícia. Jornal-laboratório: prática extensionista articulada com a dimensão ética do jornalismo. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v.1, n.1, p.106-125, abr./jul. 2007. p. 116. Disponível em www.portcom.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007.

PACHECO, Roni. A Importância do Jornal Laboratório Portal na Formação do Jornalista: a perspectiva do aluno. Disponível em www.jornalismo.ufsc.br/redealcar . Acessado em 12-12-2007.

PENA, Felipe. O jornalista é um especialista em generalidades. Revista Contracampo nº 15, edição de dezembro de 2006. Publicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense.

PEREIRA, Fabiana. Formas recentes da prática jornalística: reflexões sobre imprensa, ONGs, infância e Adolescência. Disponível em www.bocc.ubi.pt . Acessado em 12-12-2007.

PERUZZO, Cicília. Comunicação e Terceiro Setor. p. 155 in PERUZZO, Cicilia Maria Krohling e FERREIRA DE ALMEIDA, Fernando (org). Comunicação para a cidadania. São Paulo, Intercom; UNEB, 2003

ROSSY, Elizena. Contra-agendamento o Terceiro Setor pautando a mídia. Acessado em 05-12-2007. Disponível em www.fafich.ufmg.br

SANT'ANNA, Francisco. Mídia das fontes: o difusor do Jornalismo Corporativo. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf>. Acessado em 12-12-2007

SANTOS, Ana. A questão do conhecimento na cobertura sobre infância e adolescência. Disponível em www.intercom.org.br. Acessado em 12-12-2007.

SILVA, Luiz Martins. Diploma em Xequê: entre o canudo e a carteirinha. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=353DAC001>. Acessado em 01-12-2007.

_____, Luiz Martins. Jornalismo público: o social como valor-notícia. Acessado em 11-12-2007. Disponível www.ucb.br/comsocial/mba

_____, Luiz Martins da. Civic Journalism - Um gênero que o Brasil começa a conhecer. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acessado em 12-12-2007

SOUSA, Jorge Pedro. Desafios do ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI. Portugal. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/>. Acessado em 05-12-2007. Adaptado.

SPONHOLZ, Liriam. Tradução do Real - Objetividade e a teoria do conhecimento Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RS; edição nº 21 (agosto de 2003), pp. 110-120.

STOQUE, Lucas. Tudo por uma paixão, acessado em 10-11-2007.

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da20042000.htm>

ZÉMOR, Pierre. La Communication Publique. PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995. Tradução resumida do livro pela Prof. Dra. Elizabeth Brandão, da Universidade Católica de Brasília. Disponível em www.ucb.br/comsocial/mba. Acessado em 10-12-2007.

ZIONI, Alberto; REIS, Fabiola. O lugar do feminino na construção do conceito de adolescência. Revista Saúde Pública, volume 27, número 6. São Paulo. 1993. Acessado em 12-10-2007. Disponível em www.scielo.br/scielo.php .

Sites

www.observatoriodainfancia.com.br

www.eticanatv.org.br

www.ibict.br/comut

www.integracao.fgvsp.br

www.comunique-se.com.br

www.lattes.cnpq.br

www.servicos.capes.gov.br

www.unb.br/fac/posgraduacao/revista

www.facom.ufba.br/pos/gtjornalismo

www.ufrgs.br/gtjornalismocompos

www.educacaomoral.org

www.direitoacomunicacao.org.br

www.estadao.com.br

www.acaocomunicativa.pro.br

www.bocc.ubi.pt/

www.andi.org.br

www.fenaj.org.br

www.reposcom.portcom.intercom.org.br

www.intercom.org.br

www.fnpj.org.br

www.fndc.org.br

www.sbpjor.org.br

www.compos.org.br

www.observatoriodaimprensa.com.br

www.espacoacademico.com.br

www.planalto.gov.br

www.e-biografias.net

www.ismabrasil.com.br

www.rits.org.br
www.books.google.com.br
www.scholar.google.com.br
www.scielo.br

Listas de Discussão e Comunidades

Lista de discussão Comunicação Pública (457 membros)
<http://br.groups.yahoo.com/group/comunicacaopublica/>

Lista de discussão FNDC Brasil (1.129 membros)
<http://br.groups.yahoo.com/group/fndc-brasil/>

Lista de discussão FNPJ (370 membros)
<http://br.groups.yahoo.com/group/FNPJ/>

Lista de discussão COMPOS (614 membros)
<http://groups.yahoo.com/group/Compos/>

Lista de discussão Jornalismo_ (589 membros)
http://br.groups.yahoo.com/group/jornalismo_/

Lista de discussão Direitos Humanos (360 membros)
http://br.groups.yahoo.com/group/Direitos_Humanos/

Lista de discussão Setor Social (2.988 membros)
<http://br.groups.yahoo.com/group/setorsocial/>

Lista de discussão 3Setor (10.902 membros)
<http://br.groups.yahoo.com/group/3setor/>

Lista de discussão Terceiro Setor Brasil (782 membros)
<http://br.groups.yahoo.com/group/terceirosetorbrasil/>

Lista de discussão Bourdieu (138 membros; em inglês)
<http://groups.yahoo.com/group/bourdieu/>

Lista de discussão Pierre_Bourdieu (188 membros; em espanhol)
http://espanol.groups.yahoo.com/group/pierre_bourdieu/

Lista de discussão Pos-graduandos em Sociologia da UNB (105 membros)
http://br.groups.yahoo.com/group/posgraduandos_sol_unb/

Comunidade Pesquisa em Comunicação do Orkut (5.844 membros)
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=33185>

Comunidade Comunique-se do Orkut (10.162 membros)

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=80240>

Comunidade Pierre Bourdieu Brasil do Orkut (2.130 membros)

<http://www.orkut.com/UniversalSearch.aspx?searchFor=C&q=bourdieu>

Comunidade Pierre Bourdieu explica tudo! do Orkut (80 membros)

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=11933864>

Comunidade Jornalistas no Terceiro Setor do Orkut (606 membros)

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=6203794>

Comunidade Mestrado e Doutorado do Orkut (22.659 membros)

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=85173>

Bibliografia Consultada

ALBERGARIA, Jason. Comentários ao Estatuto da Criança e do Adolescente: Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Rio de Janeiro: Aide 1991

AMARAL, Luiz. Jornalismo Matéria de Primeira Página. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1997

ANGELO, Milton. Direitos Humanos. São Paulo: Editora de Direito, 1998

ANDI. Remoto Controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez, 2004. Série Mídia e Mobilização Social número 7.

_____. Ouvindo Conselhos: democracia participativa e direitos da infância na pauta das redações brasileiras. São Paulo: Cortez, 2005. Série Mídia e Mobilização Social número 8.

_____. Esqueceram de mim: jornais brasileiros ignoram o potencial pedagógico dos cadernos infantis. Pesquisa Mídia dos Jovens, ANDI/IAS. Ano 6. Número 10, junho 2002.

_____. Tabaco e álcool: adolescentes exigem novos hábitos editoriais. Pesquisa Mídia dos Jovens, ANDI/IAS. Ano 5. Número 8, junho 2001.

_____. Infância na mídia: a criança e o adolescente no olhar da imprensa brasileira. Relatório ANDI/IAS. Ano 10. Número 14, julho 2005.

ANDRADE, Marcelo. A categoria "meninos de rua" na mídia: uma interpretação ideológica. Tese (Doutorado em Psicologia Social), PUCSP. 2005

AZEVEDO, Maria. Trabalho infantil, movimentos sociais e imprensa : um olhar sobre o fazer jornalístico. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2003

BARBOSA, Hélia. Inocência em Perigo: abuso sexual de criança, pornografia infantil e pedofilia na internet. Rio de Janeiro: Garamond, 1999.

BASTOS, Martha. O movimento de defesa da criança e do adolescente: uma contribuição para sua análise. Dissertação (Mestrado em Educação), UFF. 01/08/1995

BECKER, Fernando. O que é construtivismo? Revista de educação AEC, Brasília: v. 21, n. 83, p. 7-15,

BORBA, Claudia. Ferramentas de comunicação em organizações não-governamentais. Dissertação (Mestrado em Administração), PUCRS. 2006

BOURDIEU, Pierre. Coisas Ditas. Brasiliense, SP, 1990. 1a. e 3a. partes (pp. 15 a 73 e 149 a 180).

BRITES, Olga. Imagens da infância: São Paulo e Rio de Janeiro, 1930 a 1950. 1999. Tese (Doutorado em História) – PUC-SP

CAL, Danila. Entre o privado e o público: contextos comunicativos, deliberação e trabalho infantil doméstico. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFMG. 2007

CAVALVANTI, Rogério. Da notícia ao fato: informação, discursos e mentalidades sobre a infância pobre no Brasil. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação), UFMG. 2001.

CALEIRA, Mauricio. Imprensa e exclusão a Folha de São Paulo e a infância marginalizada. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Setembro de 2002.

CÂMARA DOS DEPUTADOS, O extermínio de crianças e adolescentes no Brasil. Brasília: Coordenação de Publicações , 1992.

CASTRO, João. UNESCO - Educando os jovens cidadãos e capturando redes de interesses Uma pedagogia da democracia no Brasil. Tese (Doutorado em Antropologia), UFRJ. 2005

_____, Marina. Pobreza, cidadania e direitos humanos no Brasil um estudo sobre mídia e democracia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2006

CAVALCANTI, Rogério. Da notícia ao fato: informação, discursos e mentalidades sobre a infância pobre no Brasil. Dissertação (Mestrado em Comunicação, UFRJ). 2001.

CNEP, Centro Nacional de Estudos e Projetos. Glossário de Termos Técnicos Para o Terceiro Setor. 2005

CODESSEIRA, Regina. O lide na notícia do impresso e sua estratégia interacional. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa), PUCSP. 2005

CORDEIRO, Darcy. Ciência, pesquisa e trabalho científico: uma abordagem metodológica. Goiânia: Ed. Universidade Católica de Goiás, 1992.

CRUZ, Lucia. Responsabilidade Social - Visão e intermediação da mídia na redefinição do público e do privado. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2006

DAVOLI, Gustavo. Sistema de controle por certificação de organizações do terceiro setor. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa, Portugal, 8-11 Oct. 2002

DINES, Alberto. O papel do jornal: uma releitura. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

_____, Jorge e VERAS, Luciara (Orgs). Glossário de Comunicação Pública. Brasília: Casa das Musas, 2006.

ECO, Umberto. Como se faz uma tese. 17. ed. São Paulo: Perspectiva, 2002.

ERBOLATO, Mario L. Técnicas de codificação em jornalismo – redação, captação e edição no jornal. São Paulo. Ática. 1991

FERREIRA, Victor. ONGs no Brasil um estudo sobre suas características e fatores que têm induzido crescimento. Tese (Doutorado em Administração), FGV RJ. 2005

FESTA, Regina; CANELA, Guilherme. Trabalho infantil e gênero uma leitura da mídia do MERCOSUL. Brasília. ANDI. 2003

FREITAG, Bárbara. Piaget, encontros e desencontros. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997

FULLGRAF, Juldete. O UNICEF e a Política de Educação Infantil no Governo Lula. Tese (Doutorado em Educação), PUCSP. 2007

GALLEGO, Angélica. Criança Esperança comunicação e marketing da Rede Globo. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Metodista de São Paulo. 2006

GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. Rio de Janeiro, FENAJ, 1997 (www.adelmo.com.br)

GIDDENS, Anthony. Modernidade e Identidade. RJ, Jorge Zahar Ed., 2002. Cap. 1 a 5 - pp. 17 a 167.

JACOBO, Júlio. Juventude, violência e Cidadania: os Jovens de Brasília. São Paulo: Cortez, 1998.

KAUFFMANN, Carlos. O corpus do jornal variação lingüísticos gêneros e dimensões da imprensa diária escrita. Dissertação (Mestrado em Comunicação), PUCSP. 2005

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. São Paulo: Ática. 1985.

LIMA, Aline. O jornal Pastoral da Criança como instrumento de promoção da cidadania Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Metodista de São Paulo. 2007

LIESENBERG, Cíntia. Em nome do Terceiro Setor, in: revista Casper Líbero. 2005

_____, Cíntia. A inserção da imprensa no discurso do terceiro setor análise da Coluna Social, da Folha de São Paulo e do Projeto Cidadão 2001, do Correio Popular. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2004

LUSTOSA, Élcias. O texto da notícia. Brasília. UNB. 1996

MARQUES DE MELO, José; DUARTE, Jorge (org). Os grupos do centro-oeste. Brasília: UNICEUB, 2001

MARSHALL, T. H. Cidadania, classe social e status. Rio de Janeiro, Zahar, 1967.

MELO, José Marques de. A opinião no Jornalismo Brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1994

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, Escola Itinerante de Jornalismo. Brasília: 1997. Fernaj nº 1. Jornalismo, Lei e Imprensa, TV a Cabo e Código de Ética Jornalista.

MORA, Gabriela Goulart. Cidadania em Pauta: O Concurso Tim Lopes de Investigação Jornalística como estratégia de agendamento da violência sexual contra crianças e adolescentes na imprensa brasileira. Dissertação (Mestrado em comunicação), UNB. 2008.

OLIVEIRA, Daniel Gonçalves de. Jornalismo para além do valor-notícia : o valor-convergente como modelo para selecionar e inserir temas sociais na mídia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNB. 2008.

ORTIZ, Renato (org.). Pierre Bourdieu. Col. Sociologia. Ática, SP, 1983. Cap. 2 e 3.

PEREIRA, Eliane. A voz da criança institucionalizada - representações sociais de família e abrigo. Tese (Doutorado em História), Universidade Estadual Paulista. 2007

_____, Fabiana. Em nome da criança e do adolescente - ONGs e imprensa na construção do noticiário. Dissertação (Mestrado em Comunicação), USP. 2005

PETER, Gabriel. Percursos na teoria das práticas sociais Anthony Giddens e Pierre Bourdieu. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UNB. 2006

PICHELLI, Kátia. Comunicação e mobilização social para o desenvolvimento sustentável em assentamentos rurais em Bituruna (Paraná). Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Metodista de São Paulo. 2007

PONTES, Nicole. É possível uma ação criativa? Elementos para uma Teoria da Ação na obra de Pierre Bourdieu. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFPE. 2002

RABACA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

ROCHER, Guy. Sociologia Geral. Ed. Presença. Lisboa, 1971, t. 3, cap. 7

ROLNIK, Suely. Viagem virtual à subjetividade: confluências com a ética e a cultura. Anpocs, 1996.

SEGUIN, Élide. Aspectos Jurídicos da Criança. Rio de Janeiro: Lúmen Juris. 2001

SERRA, Sônia. Relendo o gatekeeper: notas sobre condicionantes do jornalismo. Anais XIII Compôs, São Bernardo do Campo SP, 2004.

SILVA, Josenilta. Violência sexual e doméstica contra crianças e adolescentes na imprensa. Dissertação (Mestrado em Serviço Social), UFPE. 2007

_____, Luiz Martins da. Jornalismo e hibridização da informação pública. In Anais da Compôs, 2004. São Paulo, Universidade Metodista/ XIII Compôs.

_____, Luiz Martins da. Imprensa e cidadania: possibilidades de contradições. In MOTTA, L. G. Imprensa e Poder, Brasília, DF, Editora da UnB, 2002, pp. 57-74

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. Técnica de reportagem. São Paulo. Summus. 1986

SOUZA, Ellis Regina Araújo; CRISTINA, Elizete. Obras Jornalísticas – Síntese. Vestcon, 2003

_____, Túlio. O inato e o aprendido - a noção de habitus na sociologia de Pierre Bourdieu. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UNB. 2007

_____, Maria. A concepção de criança para o enfoque histórico cultural. Tese (Doutorado em Educação), Universidade Estadual Paulista. 2007

■ Anexos

Carta de Aplicação

Enviada por ANDI ao mailing do projeto Jornalista Amigo da Criança

Em seg, 19/5/08, ANDI - Sugestão de Pauta <pauta@andi.org.br> escreveu:

De: ANDI - Sugestão de Pauta <pauta@andi.org.br>

Assunto: Pesquisa sobre o projeto Jornalista Amigo da Criança

Para:

Data: Segunda-feira, 19 de Maio de 2008, 15:46

Prezado (a) Jornalista Amigo (a) da Criança,

O jornalista Robson Borges Dias, aluno do Mestrado da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília (UnB), está fazendo uma pesquisa sobre o projeto Jornalista Amigo da Criança. O trabalho é financiado pela Capes e está elaborado na linha de pesquisa "Jornalismo e Sociedade", com a orientação da Professora Doutora Dione Moura.

O título do trabalho é: "A influência do prêmio Jornalista Amigo da Criança sobre o profissional de jornalismo: um estudo de caso". Para o sucesso da pesquisa, Robson Borges solicitou à ANDI que enviasse a todos os profissionais já homenageados um convite para preenchimento de um questionário on-line, que servirá de base para extração de alguns indicadores e conclusões para a pesquisa.

Queremos esclarecer que a identidade das pessoas que preencherem os formulários está preservada e a ANDI terá acesso apenas à dissertação final que será entregue pelo jornalista à Universidade. Outro esclarecimento necessário é que se trata de uma pesquisa científica e não de uma demanda da ANDI.

O link do questionário é: www.pesquisaunb.com

Atenciosamente,

Núcleo de Mobilização da ANDI
Agência de Notícias dos Direitos da Infância
Telefone: (61) 2102-6552 /6530
www.andi.org.br

Print Screen de cada página do questionário na internet

