



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

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 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 objetividade (FITTIPALDI, 1998, p.128).

Andrade (2004) 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) da realidade profissional. O objetivo foi o de verificar a distância entre a teoria e a prática. A autora concluiu que existe hipervalorização do ensino de ética na graduação como sendo a única solução para os problemas éticos do cotidiano profissional. E que o ensino da disciplina produz efeito, mas parece não ter o alcance esperado fora dos domínios da universidade. Ainda para a autora,

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 Profissional (ANDRADE, 2004, p. 116;119).

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.¹³³

Dever ser como dimensão ontológica

Os discursos deontológicos dominantes sobre o dever ser jornalístico estão sedimentados por um conjunto de valores referenciais da profissão, tais 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.

Oliveira (2007, p. 01) considera que o jornalista seria uma espécie de representante da sociedade, da voz popular, defensor dos valores democráticos e do direito social à informação. 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.

OLIVEIRA (2007) declara que, em decorrência disso (posicionamento como porta-voz da sociedade), pode-se 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. E, 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”.

O jornalista considera que seu referencial ético é o mesmo do cidadão. Para Abramo (1997), o jornalista não tem ética própria. O que o autor considera até “um mito”.

¹³³ KARAM, Francisco. *Formação e Ética Jornalística*. Disponível em www.jornalismo.ufsc.br/. Acesso em 05-12-2011. Sem registro de data de produção do artigo. Assim, por meio da mediação dos jornalistas, a imprensa refletiria a realidade imediata, cobrindo os acontecimentos dotados de relevância social (idem).



**30º ENCONTRO
REGIONAL NORTE
DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

A ética do jornalista seria a ética do cidadão. Ainda para o autor, o que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista.¹³⁴

Oliveira (2007, p. 3) 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. 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. Oliveira (2007, p. 11) acha que esses princípios deontológicos e discursos idealizados, como valores, estão recheados de ambigüidades e incongruências, as quais só reforçam sua fragilidade. 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. E essa postura acaba reduzindo as discussões sobre a prática profissional em propostas de boas intenções.

Códigos Deontológicos - norte do *Ethos do Jornalista*

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 público. Três fatores foram muito importantes quanto às mudanças: os avanços tecnológicos passaram a permitir a produção em larga escala de

¹³⁴ ABRAMO, Cláudio. *Observadores de Carteirinha*. Acesso em 05-12-2011. Disponível em www.observatordaimprensa.com.br.



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

jornais e publicações (1), a Liberdade de Expressão (2) e a Liberdade de Imprensa (3). Nos EUA, a partir de 1840 até o início do século XX, o aperfeiçoamento das técnicas de impressão, o acirramento da concorrência entre empresas, além do descompromisso ideológico com causas sociais, culminou em um processo de sensacionalização 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. Sobre esta questão, 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 impostos pelo Estado (com caráter restritivo), os empresários do setor decidiram estipular eles próprios suas regras de conduta. Para a autora, é curioso notar que essa normatização de princípios foi muito mais movida pela força das circunstâncias do que por uma demanda espontânea (ibidem).

O primeiro código foi intitulado *Cânones do Jornalismo*. A partir da edição do documento, foram criadas as bases para a noção de *Objetividade*, a ser desenvolvida posteriormente. Sobre tal fato, Nogueira (2001, p. 74) 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 imprensa.

No Brasil, os Códigos de Ética começaram a ser editados pelas organizações jornalísticas e pelos próprios jornalistas (como categoria profissional). O primeiro *Código de Ética dos Jornalistas* 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 2007. Para Nogueira (2001, p. 75), 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 sociedade.

Nogueira (2001, p. 81) declara que existe “uma verdadeira edição” de códigos sem implicação prática. A crítica da autora é a de que



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

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 próprios (NOGUEIRA, 2001, p. 81-82).

Nogueira (2001, p. 81) constata certa dependência dos jornalistas em relação às empresas de comunicação na demarcação de território ético junto ao público. 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”. 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 encerrado (NOGUEIRA, 2001, p. 82).

Fittipaldi (1998, p. 153) acredita que escrever novos princípios para os códigos de ética não inibe transgressões. 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”). Para a autora, a passagem ao ético, que é muito mais que o reconhecimento das normas, é ao mesmo tempo cultural, política e ontológica.



Cotidiano profissional - emergência do *Ethos do Jornalismo*

Oliveira (1996, p.73) 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”, isto é, da produção da notícia como resultado de atividades realizadas dentro de uma estrutura hierárquica profissional e de uma empresa jornalística. 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 atuação.

Consideramos que os princípios deontológicos (*Ethos do Jornalista*) podem entrar em conflito com exigências empresariais e interesses corporativos (*Ethos do Jornalismo*). Nesse aspecto, 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.¹³⁵

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 instituição. Silveira (1992, p. 163-164) considera “efeito de contaminação” da ética da formação universitária pelos valores corporativos da empresa de comunicação da seguinte forma:

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 democráticas (Idem).

¹³⁵ 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. Acesso em 12-12-2011.



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

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 trabalho. O conflito ético, segundo a autora, 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 a 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 que são as responsáveis pela vivificação do mundo moral (SILVEIRA, 1992, p. 165-166).

As transgressões éticas no campo do jornalismo são muitas. Para Silveira (1992), os procedimentos antiéticos mais comuns:

- 1) 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.
- 2) Campanha – o veículo usa de seu poder de persuasão para convencer um administrador público ou empresário a endossar um projeto comercial.
- 3) Chantagem – similar ao anterior, só que o argumento é um dossiê negativo que possui contra o administrador ou empresário e que ameaça publicar.
- 4) Emprego público – o jornalista completa o salário trabalhando num órgão público, o que compromete sua independência.
- 5) Mordomias – concessão de viagens, almoços, ingresso grátis etc.
- 6) Presentes – também chamados de “jabás”, vão de simples (geralmente aceitos) até valiosos (que podem causar constrangimentos a quem recebe).
- 7) Plantação de notícias – o jornalista recebe da fonte para publicar determinada matéria.
- 8) Publicidade oficial – aumenta na mesma proporção que a cobertura de determinada administração pública (SILVEIRA, 1992, p. 94-95).



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

SILVEIRA (1992, p. 90) 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, pois os jornalistas acreditam que os juízos de valor acontecem no exercício da profissão, na dimensão prática. E não nos bancos escolares, na dimensão teórica.

Silveira (1992) fez uma compilação das falas sobre ética de jornalistas renomados, tais como: Danton Jobim, Barbosa Lima Sobrinho, Carlos Lacerda, Cláudio Abramo e Alberto Dines. Nessa amostra de jornalistas ícones, 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 falas, do que é ética.

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” (SILVEIRA, 1992, p. 90).

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” (Idem).

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” (Idem).

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 cidadão não pode trair a palavra dada, não pode abusar da confiança do outro, não pode mentir” (Idem).



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

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” (Ibidem).

A disparidade de referenciais éticos pode afetar a noção de limite e aplicação dos princípios deontológicos. Hernandes (2005) inclusive condiciona o *Ethos do Jornalismo* como resultante da soma de concepções do *Ethos do Jornalista*. Para o autor, o *ethos* de uma mídia aparece como consequência de uma intrincada relação com outros sujeitos que também têm um *ethos*.¹³⁶

Martino (2007, p. 3) 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. Em sua análise, 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.

Em vista deste mosaico ético, Martino (2007, p. 10) 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 formação de redes de relações e capitalização de contatos da mesma maneira, mas em um nível diferente de qualquer foga.

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 sociais (Idem).

Martino (2007) acredita que a conduta aprovada como ética em um determinado cenário apresenta-se à apreensão sincrônica como a resultante de uma série

¹³⁶ HERNANDES, Nilton. *Jornais e Ethos: como a marca vira um “ser” que discursa*. EstudosLinguísticos XXXIV, p. 780-785, 2005. [780 / 785]



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

de interesses específicos voltados para um equilíbrio de interesses comuns. 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 interesse.

Martino (2007) considera que os valores éticos da empresa jornalística não são arranhados pela sintonia com o mercado, mas os do jornalista sim. Para o autor, dessa relação resulta a ética do jornalista como contraponto à instituição, quando evidenciado na convicção de princípios deontológicos; do contrário, o jornalista tende a explicar a adesão à ética da empresa jornalística utilizando-se de argumentos baseados na prática profissional, contextualizada pela realidade de mercado.

Karam (2004. p. 129) trabalha a especificidade ética do jornalismo na universalidade humana, além do que chama de *retórica e cinismo ético em discursos empresariais jornalísticos*. O autor postula 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 ao que o cinismo avance.

Conclusão

Desenvolvemos, neste artigo, breve discussão sobre princípios éticos da atividade, em caráter compilativo. Tomamos a opção de abordar elementos enquadrando-os no que chamamos de *Ethos do Jornalista* e *Ethos do Jornalismo*, apenas para familiarizar o leitor com a distinção entre preceitos e práticas de decoro (dever ser), inerentes ao campo do Jornalismo, e que muitas vezes são confundidas. O intuito do artigo não era o de trabalhar com novas idéias, teorizar algo. Mas o de refletir sobre a questão deontológica levando o leitor à assimilação deste contraste entre valores éticos do profissional e das empresas jornalísticas.



**30º ENCONTRO
REGIONAL NORTE
DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

Referências Bibliográficas

ABRAMO, Cláudio. **Observadores de Carteirinha**. Acessado em 05-12-2011.
Disponível em www.observatorioidaimprensa.com.br.

ANDRADE, Lucimara. **O Ensino da Ética Profissional em Cursos de Graduação**. 2004. Dissertação (Mestrado em Educação), UNOESTE

FITTIPALDI, Maristela. **Ética no Jornalismo - Desafio Cotidiano**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 1998

HERNANDES, Nilton. **Jornais e Ethos: como a marca vira um “ser” que discursa**. Estudos Lingüísticos XXXIV, p. 780-785, 2005.

KARAM, Franciso. **Formação e Ética Jornalística**. Disponível em www.jornalismo.ufsc.br/. Acessado em 05-12-2011.

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)

NOGUEIRA, Letícia de Sá. **Ética & Mídia na Contemporaneidade**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRJ. 2001

OLIVEIRA, 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.

SILVEIRA, 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



**30º ENCONTRO
REGIONAL NORTE
DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

Curso de Comunicação da UFRR: as Dificuldades para a formação do Jornalista¹³⁷

Cyneida Menezes CORREIA¹³⁸

Paulo Felipe MEDEIROS¹³⁹

Thaila Alexandra ROSAS¹⁴⁰

Resumo Este trabalho fez uma análise do Curso de Comunicação Social, dificuldades e avanços, principalmente no que se refere à evasão de alunos. Pretende-se analisar a formação do profissional do curso a partir da realidade encontrada no Estado, objetivando analisar se as diretrizes constantes no Plano Político Pedagógico (PPP) da UFRR estão sendo cumpridas e quais as dificuldades que o curso de Comunicação Social enfrenta para a formação do jornalista, avaliando ainda os índices de desistência do curso. Como objetivo específico analisa-se se o referido curso atende as necessidades dos egressos. Utiliza-se como questionamento inicial quais os problemas que efetivamente contribuem para a desistência dos alunos do curso de Comunicação Social. Conclui-se que apesar de algumas diretrizes constantes no PPP do curso estarem sendo cumpridas, ainda se tem muito a melhorar.

Palavras-chave: Curso de Comunicação Social; Evasão de Alunos; UFRR

Formalmente, o funcionamento dos cursos de Jornalismo no Brasil foi autorizado em 1943, por decreto do presidente Getúlio Vargas. Apesar dos 64 anos de consolidação, ainda não se atingiu a excelência da formação acadêmica, condição difícil de ser alcançada pela maioria dos cursos de comunicação, em especial, nesse caso, pelo curso da Universidade Federal de Roraima (UFRR).

Segundo o Plano Político Pedagógico (PPP-2006), baseado na Lei de Diretrizes e Bases (LDB nº 9.394/96), o Curso de Comunicação Social da UFRR tem por missão formar profissionais que atuem no mercado de trabalho providos de instrumentos teóricos e

¹³⁷ Trabalho inscrito no III Encontro Regional de História da Mídia, GT de Jornalismo.

¹³⁸ Acadêmica do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima. Cyneida@gmail.com

¹³⁹ Acadêmico do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima. pfgmedeiros@gmail.com

¹⁴⁰ Acadêmica do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima. Thaila.alexandra@gmail.com



**30º ENCONTRO
REGIONAL NORTE
DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

práticos que lhe deem subsídios para a compreensão, análise e interpretação dos fatos em nível local, nacional e internacional, de forma ética e qualificada.

Nesse trabalho, tem-se como objetivo analisar a formação do profissional do Curso a partir da realidade encontrada no estado, verificando se as diretrizes do PPP estão sendo cumpridas e quais as dificuldades que o curso enfrenta para a formação do jornalista, avaliando ainda os seus índices de desistência. Verifica-se como objetivo específico verificar se o referido curso atende as necessidades das exigências legais, particularmente referentes à legislação da profissão de jornalista.

Utiliza-se como questionamento inicial quais os problemas que efetivamente contribuem para a desistência dos alunos do Curso de Comunicação, levantando como hipótese se os estudantes abandonam a universidade devido à falta de condições estruturais; se a falta de investimentos pode servir de obstáculo à boa formação do profissional de jornalismo e se a formação do profissional do Curso a partir da realidade encontrada no Estado influencia nos índices de abandono.

Por esse aspecto, justifica-se este estudo pela necessidade de se fazer uma análise das dificuldades para a formação do jornalista e do que pode ser feito para que o ensino de comunicação social melhore de qualidade na Universidade Federal de Roraima. A partir das conclusões, serão delineados os aspectos concernentes ao tema, sempre tendo em conta a relevância social do trabalho jornalístico. Pretende-se ainda utilizar este trabalho como subsídio para o desenvolvimento de novos estudos e pesquisas nesta área de conhecimento

1. Roraima e o contexto de criação da UFRR

A UFRR foi criada pela Lei nº 7.364, de 12 de setembro de 1985, e instituída através do Decreto nº 98.127, de 08 de setembro de 1989. Com a missão de oferecer à Região Norte um ensino de qualidade que atenda as demandas de formação profissional de nível superior, a UFRR está inserida na realidade local, dentro de uma visão global que venha permitir atuar no moderno cenário competitivo no Brasil e no mundo.

Analisando a existência da Universidade Federal de Roraima no espaço geopolítico regional, o Plano Político Pedagógico do Curso de Comunicação Social (PPP, 2006), explica o importante papel que a formação de nível superior desenvolve em um Estado que soma hoje 23 anos de criação. Roraima, antes Território, passa à condição de Estado da



30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

Federação pela Constituição de 1988, herdando carências e necessidades de desenvolvimento, onde a presença da Universidade constitui um fator de peso para o debate e o atendimento dos interesses da região.

O jornal há mais tempo em circulação é de 1983 (*Folha de Boa Vista*); a primeira emissora de TV chegou em 1970; e a emissora de rádio pioneira é a Difusora *de Roraima* (AM), que transmite desde 1957.

A UFRR e o curso de Comunicação Social nascem, portanto, com os traços e a fisionomia de Roraima - o Estado amazônico no extremo Norte do Brasil, tornando impossível desconsiderar a necessidade de entrelaçamento entre os elementos formadores da região (a variedade de ecossistemas, a forte presença da população indígena e suas etnias, a rede hidrográfica, a mineração, as fronteiras, as altas taxas migratórias, dentre outros) e as ações no campo científico, tecnológico e da Comunicação.

1.1 A implantação da Universidade Federal de Roraima

Almeida (2007) explica que a UFRR foi implantada em 1989, quatro anos após ter sido autorizada pela Lei nº 7.364/85, sendo a primeira Instituição Federal de Ensino Superior a instalar-se em Roraima e considerada uma das mais novas do País com apenas 22 anos de existência.

A Instituição conta com três campi: Paricarana, Cauamé e Murupu. Possui 43 cursos de graduação nas mais diversas áreas do conhecimento, além do Colégio de Aplicação (CAp) e a Escola Agrotécnica (EAgro). Na pós-graduação, oferece 10 cursos de mestrado: Agronomia, Física, Química, Recursos Naturais, Letras, Geologia, Desenvolvimento Regional da Amazônia, Ciências da Saúde, Sociedade e Fronteiras, Mestrado Profissional em Matemática em Rede Nacional, e um Doutorado pela Rede Bio Norte.

Tem atualmente núcleos e unidades de pesquisa, como: Núcleo de Práticas Jurídicas (NPJ) Núcleo Amazônico de Pesquisas em Relações Internacionais (NAPRI), Núcleo de Recursos Naturais (NUREN); Biofábrica; Núcleo Histórico Socioambiental (NUHSA); Núcleo de Estudos Comparados da Amazônia e do Caribe (NECAR); Núcleo de Estudos Semióticos da Amazônia (NUPS); Núcleo de Estudos de Línguas Estrangeiras (NUCELE); Núcleo de Pesquisas Energéticas (NUPENERG), Núcleo de Pesquisas Eleitorais e Políticas