

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Denise Cristine Paiero

Relatório Científico
Projeto Mackpesquisa

**Estratégias de ensino para a formação do jornalista
frente às novas demandas profissionais e intelectuais**

São Paulo
2016

Resumo

A presente pesquisa é resultado do trabalho conjunto de professores e alunos de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, com financiamento do Mackpesquisa. Buscamos aqui compreender as mudanças na atuação do jornalista no Brasil e no mundo, focando principalmente, no que se espera da formação desses profissionais. O trabalho começa abordando aspectos relativos à gênese da profissão e àquilo que se costuma chamar de vocação profissional. Em seguida, trazemos informações sobre as mudanças no mercado de trabalho para jornalistas, analisamos a presença do jornalista na Comunicação Organizacional e destacamos o papel de ações empreendedoras em Jornalismo, sobretudo na área de reportagens socialmente relevantes. Por fim, discutimos a formação do jornalista frente a esse novo cenário e o papel da Universidade, incluindo a UPM, na discussão e interpretação das tendências e necessidades no ensino de Jornalismo nos dias atuais.

Palavras-chave: *Jornalismo; Jornalista; Ensino de Jornalismo; Universidade Presbiteriana Mackenzie; Assessoria de Imprensa*

Estratégias de ensino para a formação do jornalista frente às novas demandas profissionais e intelectuais

Apresentação

Parte 1: A natureza da profissão e o profissional de Jornalismo

- 1.1 A expressão da vocação no jornalismo04
- 1.2 Considerações preliminares sobre a influência do ambiente na construção de um profissional do jornalismo 12
- 1.3 O que pensam os jornalistas sobre a vocação18

Parte 2: O futuro do Jornalismo, o futuro dos jornalistas

- 2.1. O futuro do jornalismo: O que jornalistas atuantes no mercado pensam sobre as mudanças na profissão45
- 2.2. O jornalismo na Internet e o novíssimo jornalismo socialmente relevante no Brasil -..... 51
- 2.3. Jornalistas e assessores de imprensa: novos caminhos para o profissional de jornalismo 61

Parte 3 – O Ensino do Jornalismo hoje

- 3.1. O ensino do jornalismo na Espanha 81
- 3.2. A formação de estudantes de Jornalismo no Mackenzie: Influências e tendências 88
- 3.3. O ensino do jornalismo na universidade e as transformações na mídia..103

Considerações sobre o trabalho: história em construção 116

Apresentação

Estratégias de ensino para a formação do jornalista frente às novas demandas profissionais e intelectuais

Apresentamos aqui os resultados da Pesquisa “Estratégias de ensino para a formação do jornalista frente às novas demandas profissionais e intelectuais”. Durante um ano, alunos e professores do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie pensaram e discutiram a formação dos jornalistas nos dias atuais.

Pesquisadores da área e profissionais de jornalismo concordam que o Jornalismo está mudando – e muito rapidamente. Novas combinações de saberes, como os da informática e os da comunicação, geram demandas complexas para a formação de profissionais em Jornalismo. A busca do mercado de trabalho por profissionais que aliem conhecimentos em Jornalismo à área da Comunicação Organizacional, antes restrita a profissionais de Relações Públicas, também tem sido crescente. Novas questões éticas vêm à tona, a partir das recentes demandas e dos novos caminhos que se desenharam. O profissional de imprensa que, de forma geral, buscava emprego em grandes empresas de comunicação, passa a ter de agir como empreendedor. No que se refere à complexidade das relações entre Jornalismo e tecnologias de comunicação, o tema de maior destaque é a convergência de mídias. As relações entre os meios de comunicação, a participação do público na produção jornalística viabilizada pelas novas tecnologias e a inteligência coletiva gerada nesse processo exigem uma permanente reflexão. Antes do surgimento da internet e da proliferação das novas mídias digitais, o controle da informação nos veículos jornalísticos era privilégio dos chamados “gatekeepers” – pessoas ou instâncias responsáveis pela tomada de decisões sobre o que publicar e o que não publicar. Também chamada de “teoria da ação pessoal”, essa abordagem se ampara no mecanismo descrito por Nelson Traquina: Nesta teoria, o processo de produção

da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos gates, isto é, “portões”, que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o gatekeeper, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua “morte” porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação (Traquina, 2005, vol. 1, p. 149). O jornalista, hoje, já não é o dono da informação. E a figura clássica do “gatekeeper”, comum até o final do século XX, migrou para a do “gateway”, que se transforma em mediador de complexidades e individualidades.

Em meio a esse cenário, a Universidade tem papel crucial. É nesse espaço que se deve discutir como fica o trabalho do jornalista nessa nova realidade. E mais: como deve ser a formação dos profissionais jornalistas para que eles consigam atender a essas novas demandas que são tecnológicas e mercadológicas, mas também sociais e éticas? Questões como essa nos nortearam no desenvolvimento da presente pesquisa.

Ao iniciar o trabalho, o primeiro ponto que observamos foi que as expectativas sobre o que é o jornalismo – e o imaginário acerca da profissão - nem sempre caminham lado a lado com a realidade do mercado. Isso nos fez perceber a importância de entender as diferentes formas de ver e trabalhar o jornalismo. Optamos, assim, por dividir o trabalho em três partes, que se complementam:

- Na primeira parte, é discutida a gênese do Jornalismo e da profissão do jornalista. O que caracteriza historicamente esse profissional? Questões como a vocação, o perfil do profissional e expectativas dos jornalistas são discutidas do ponto de vista dos profissionais de mercado. Foram entrevistados profissionais veteranos e jovens jornalistas que nos ajudam a entender as diferentes formas de ver a profissão e o que chamamos de “vocação para o jornalismo”.

- Na segunda parte são abordadas algumas mudanças importantes pelas quais passa o jornalismo atualmente. São essas tendências que buscamos entender nessa parte da pesquisa. Abordamos a migração do jornalista para a área da Comunicação Organizacional. São apresentados dados de uma pesquisa realizada com egressos de cursos de Jornalismo de São Paulo que apontam

para a necessidade de uma melhor formação nessa área, que hoje emprega mais da metade dos jornalistas formados.

Outro caminho que vem sendo percebido como possível pelo jornalista e que se diferencia do que costumamos chamar de “jornalismo convencional” são os sites considerados “alternativos”, que mesclam pautas investigativas, que costumam ficar fora dos grandes veículos de imprensa, apuração mais longa e humanização de personagens. Para que possam existir, os jornalistas responsáveis por esses sites precisam também de uma visão empreendedora, já que eles funcionam como empresas de comunicação, muitas vezes baseadas em formas alternativas de captação de recursos como o crowdfunding e o financiamento público por meio de editais nacionais e internacionais.

- A terceira parte do trabalho aborda como os cursos de jornalismo estão lidando com essas transformações de paradigmas. Para termos um parâmetro de comparação internacional, verificamos como se dá a formação de jornalistas na Espanha. Essa parte traz ainda uma pesquisa com egressos do curso de Jornalismo do Mackenzie. Os resultados dessa pesquisa, cruzados com os demais dados levantados aqui, nos ajudam a compreender que jornalista estamos formando, para qual mercado e qual a percepção do curso por nossos egressos.

Enfim, vivemos um momento de transformação de paradigmas que os cursos de Jornalismo têm de enfrentar. Os mercados passam por mudanças drásticas, como a dificuldade em cobrar por conteúdo informativo, a dispersão dos públicos pelos diferentes canais de comunicação e o fim da informação difundida unilateralmente, isto é, das empresas de comunicação para os consumidores de informação. Outro ponto é a readequação do mercado, que desloca profissionais para áreas que até algumas décadas atrás tinham importância relativamente menor para o jornalista, como a Comunicação Organizacional, conforme fica claro em nossa pesquisa. A mudança na lógica profissional começa pela mudança na mentalidade do jornalista. O curso de Jornalismo da UPM deve compreender (e compreende) a interdependência dos sistemas de comunicação em direção a múltiplos modos de acessos a conteúdos a partir de relações complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa,

de baixo para cima. O fato é que o trabalho do jornalista e o próprio Jornalismo passam por mudanças importantíssimas, que muito provavelmente representarão a transformação tanto da prática profissional, como da pesquisa acadêmica na área. E as instituições de ensino têm o desafio de atualizar suas teorias, suas metodologias pedagógicas e as técnicas de ensino das práticas jornalísticas em meio a esse cenário em transformação.

Em 2013, o Ministério da Educação exigiu que todos os cursos universitários de Jornalismo atualizassem seus projetos pedagógicos. A finalidade foi adequar os cursos às demandas de carga horária, extensão, ensino à distância e processos tecnológicos, entre outros pontos. Além disso, a reitoria da UPM iniciou a revisão de todos os projetos pedagógicos de cursos de graduação da Universidade. A partir dessas premissas, o curso de graduação em Jornalismo da UPM implantou um novo projeto pedagógico que faz frente à realidade contemporânea do Jornalismo nos âmbitos global, nacional, regional e local. No entanto, por se tratar de um processo novo e, como já afirmamos, em transformação, ainda há muito da área a se conhecer e muito a investigar. Esta pesquisa veio exatamente nesse sentido.

O curso de Jornalismo da UPM foi um dos primeiros a implantar as novas diretrizes curriculares do MEC, já que a nova matriz curricular foi implementada integralmente em todas as etapas no 2º semestre de 2014.

Acreditamos que o resultado deste trabalho conjunto traz, certamente, uma importante reflexão sobre a formação de jornalistas pelo curso de Jornalismo da UPM e uma contribuição tanto para nossa Universidade, quanto para outras instituições e pesquisadores de Jornalismo brasileiros.

Parte 1: A natureza da profissão e o profissional de Jornalismo

1.1.A expressão da vocação no jornalismo

Ruam Oliveira e André Santoro

Introdução

Para analisar antes o jornalista, é preciso buscar conceitualmente o que é ter vocação, de onde vem este termo, e quais indícios levam a crer nesse dito “fenômeno”.

Vocação, do latim “vocare”, é o invocar, o chamar, que define habilidades e aptidões do sujeito. Está associada não somente ao fazer, mas também ao ser. Aquilo que a pessoa é, sua identificação e autoconhecimento estão ligadas ao que ela exercita ou é, seja profissionalmente ou não. A vocação é tida por muitos como uma espécie de “chamado”, muitas vezes associada a princípios religiosos. Todavia, as aptidões contidas em cada ser humano, individualmente, incluindo seus gostos, personalidade e comportamentos, fazem parte da potencialidade vocacional de cada um.

“Com Sérgio Augusto, repórter especial da Folha de S. Paulo, 48 anos, sendo trinta como jornalista, a impressão que se tem, segundo seu depoimento, é que ele já nasceu jornalista, tal é o seu vínculo e entusiasmo com a profissão” (TRAVANCAS, 1993, p. 58). Por muitas vezes o vínculo “precoce” com o jornalismo pode caracterizar para alguns uma espécie de vocação para o trabalho. Este vínculo está em maior parte representado entre os jornalistas mais antigos de redação, que possuem quinze, vinte, trinta anos ou mais de profissão, podendo aparecer como um ponto importante no conceito de vocação.

Em muitos casos, o entusiasmo tem uma parcela importante na concepção que se tem da vocação. Estar confortável com a profissão, segundo demonstra Travancas em relação a Sérgio Augusto, é um exemplo de enxergar em si mesmo um caráter vocativo. Este vínculo estabelecido entre sujeito e profissão

pode gerar fortes impressões a respeito da própria personalidade, podendo observar, inclusive, que quanto mais forte for este vínculo, mais presente será a noção de vocação.

Em seu artigo “A vocação humana: uma abordagem antropológica e filosófica”, a autora Silvia Regina Rocha Brandão diz que “o conceito de vocação tem sido entendido de forma reduzida, na maioria das vezes identificado com o sentido profissional ou muito próximo a ele” (online). Utilizando os conceitos do filósofo Julián Marías, ela aponta que, de uma maneira mais radical e profunda, “a vocação concreta (...) é única, rigorosamente pessoal; é a vocação em que cada um consiste mais propriamente, e coincide com o eu de cada um” (*apud* Brandão, online). Ou seja, a vocação é um fator interno e pessoal, relacionado diretamente com a personalidade de cada indivíduo.

Nesse mesmo texto, Julián Marías afirma que a vocação não é uma escolha,

(...) porém não seria correto dizer que me encontro com ela; antes ela me encontra, me chama, e correlativamente a descubro; não me é imposta, e sim apresentada, e embora não esteja em minhas mãos ter ou não ter essa vocação, permaneço frente a ela com uma essencial liberdade: posso segui-la ou não, ser fiel ou infiel a ela. (Marías *apud* BRANDÃO, online)

Para o filósofo, a vocação existe, mas pode não necessariamente ser aceita pelo indivíduo, abraçada por ele. Como, por exemplo, é possível ser vocacionado para as artes, mas ter a liberdade de não ingressar nesta área do conhecimento.

Como em muitos casos, ainda que se dê o encontro da vocação, o dito “chamado”, as circunstâncias são também modeladoras. Elas podem fazer a vocação se ajeitar e aperfeiçoar ou deixá-la frouxa.

Em todo caso, o descobrimento vocacional é tido como um processo interno, um trilhar pessoal de cada indivíduo.

A descoberta da vocação antropológica, do chamado a ser si mesmo e a sua realização, através das trajetórias biográficas, esclarece e dá sentido às vocações específicas, como as profissionais, dando-lhes um caráter único e insubstituível. A vocação profissional — que supõe a escolha de uma carreira profissional, bem como seu cumprimento — deve estar

subordinada, então, a afirmação de *quem* a pessoa é e deseja ser: é este 'alguém' que dá consistência e significado para o *que* vai ser realizado. (BRANDÃO, online)

Vocação e autoconhecimento

Descobrir a vocação é desvendar a própria personalidade. No caso específico da vocação profissional, de acordo com a autora, é preciso conhecer a si próprio para encontrar e dar significado ao que o sujeito realizará em sua vida profissional. Tendo em vista o que o filósofo Julián Mariás afirmou a respeito da liberdade em abraçar ou não a vocação, o conhecimento pessoal pode melhor direcionar o indivíduo, levando “quem” ele é, ao “que” ele deseja ser. Em outras palavras, o autoconhecimento é um método de se chegar à descoberta da vocação.

Para melhor aplicação da ideia de vocação, é preciso que o indivíduo alimente em si próprio uma autoavaliação e uma busca constante em entender e conhecer quem ele é, como que criando uma base de dados a seu respeito. Segundo Maria de Lourdes Ramos da Silva, este conhecimento é importante não só para que os conceitos vocacionais sigam seu caminho, como também para o sujeito “reconhecer-se como parcela integrante do todo social”, permitindo-lhe “compreender sua própria realidade histórica e social e o modo como nela está inserido” (1992, p.67).

É possível dizer que essa autoavaliação amplia a percepção que cada indivíduo tem em relação à sua carreira, por exemplo, corroborando com a ideia de entender a si mesmo para entender seu papel na sociedade. Como explicitado na citação de Regina Rocha Brandão, o esclarecimento está, também, na observância das trajetórias biográficas.

Silva complementa essa reflexão ao afirmar que “uma autêntica definição vocacional pressupõe certas condições de maturidade e de preparo intelectual que permitam ao indivíduo uma visão crítica das perspectivas profissionais possíveis” (1992, p.66). Esse processo de mover-se na tentativa de compreender sobre si é conhecido na psicologia como “autoconceito”. “Autoconceito ou autoimagem é um dos mais significantes determinantes na

escolha ocupacional” (CORONA, 1994, p.4). O conceito aqui referido diz respeito à maneira como a pessoa enxerga a si mesma de uma forma geral. Ou seja, a interpretação que ela mesma tem de seu comportamento e de sua personalidade, que envolve autoimagem, autopercepção etc. Esse conceito é bastante importante porque visa a explicar fatores do comportamento, tomadas de decisão, entre outros, incluindo a identificação vocacional.

A maneira como cada pessoa enxerga a si mesma, ou seja, seu autoconceito não é uma característica inalterável, mas sim o contrário. As pessoas podem acrescentar ou excluir de sua própria interpretação determinadas características de acordo com suas experiências, sejam elas pessoais ou no âmbito profissional / vocacional. Tais mudanças vão aparecer nas preferências profissionais de cada um. É um processo bastante dinâmico.

O autoconceito, pois, não é imutável. Há uma reelaboração contínua, provocada pelos ajustamentos que o indivíduo vai fazendo no conceito que tem de si mesmo. As pessoas passam a vida a se redescobrir. Há sempre aspectos novos não percebidos antes, mesmo daquelas que já supõem ter estruturado definitivamente seu autoconceito (CORONA, 1994, p. 36).

Lúcia Cerne Corona aponta ainda – utilizando os conceitos do psicólogo americano Donald Super, que foi um dos grandes pesquisadores da temática vocacional – que, em uma análise sobre a relação entre as ocupações desejadas e o autoconceito, os indivíduos se enxergam parecidos com aqueles que já fazem parte da profissão na qual que desejam ingressar, observando “que as características desses profissionais são idênticas às suas” (1994, p. 4). Esta autoimagem é também cercada pela influência não só da vocação, mas do ambiente e varia de acordo com a maturidade de cada um. Citando Edward S. Bordin, professor e pesquisador americano, ela afirma que:

Os estudantes, diz ele, criam estereótipos das profissões preferidas e neles se enquadram. Concordando com os desenvolvimentistas, as teorias psicanalistas sugerem que, na escolha profissional, interferem influências que

modelam a personalidade do indivíduo, desde o berço, até mesmo desde a concepção (Bordin *apud* CORONA, 1994, p. 4).

Ainda citando Super, ela diz que a teoria do autoconceito sozinha não pode explicar a escolha profissional, mas ela pode dar um *insight*, ou compreensão, de como as características trabalham na decisão ocupacional.

Prazer x Realidade

Uma outra característica importante está relacionada com a satisfação. A autora Lúcia Cerne Corona apresenta o conceito de comportamento vocacional ligado ao princípio do prazer e da realidade (1994, p.2). Segundo ela, os do prazer estão ligados a pessoas mais imaturas, e os da realidade associados aos mais maduros.

Quando se escolhe uma profissão, geralmente, combinam-se os dois princípios. Tenta-se obter alguma satisfação imediata (princípio do prazer), como uma consequência da escolha, enquanto, ao mesmo tempo, esperam-se êxitos futuros (princípios da realidade) (CORONA, 1994, p.2).

A satisfação permeia muitas escolhas profissionais, independentemente da área de atuação. Estar satisfeito em determinado exercício profissional garante a qualidade desta ação. E se a vocação é como um produto final da junção entre o ser e o fazer, a satisfação é – ou pode ser em algum momento – uma expressão ou reflexo desta relação.

Sobre isso, Corona ainda afirma que “multiplicam-se as pesquisas para averiguar até que ponto a satisfação e a não satisfação interferem no rendimento do trabalho, nas faltas, no abandono do emprego, no sucesso individual etc.” (1994, p.3). A satisfação profissional não está ligada com a vocação ou a interferência do ambiente na criação do profissional, ainda que estar ou não insatisfeito influencie nos resultados de como aquele sujeito vê a si mesmo. Se

porventura um repórter está insatisfeito com o mercado ou com o modelo jornalístico, isso nada tem a ver com seu fator vocacional ou quem ele próprio é.

Satisfação e o que podemos chamar de Identificação são diferentes e se relacionam de maneiras distintas no exercício da profissão. É perfeitamente possível identificar-se com a reportagem e ao mesmo tempo não se sentir satisfeito com ela. Ainda segundo Corona, a psicologia aponta a satisfação “como um dos aspectos prioritários a serem estudados no comportamento do homem” (1994, p.3).

Além da satisfação, a identificação deve também ser observada. Ao passo que podem ser distintas, ambas podem igualmente ser capazes de convergir, que é a via mais comum de todo o processo de escolha vocacional. Quando determinado sujeito se identifica com o que faz, existe forte tendência à satisfação. Esse tipo de reação se dá por conta da subjetividade das escolhas individuais, remetendo ao autoconceito, à maneira e o grau de autoconhecimento de cada um. Esta noção é reforçada por Corona: “as escolhas profissionais baseadas em identificações nem sempre conduzem ao fracasso” (1994, p. 46).

Identificação e imaginário profissional

A autora chama a atenção para a identificação, por exemplo, com determinadas maneiras de ser ou ferramentas características de algumas profissões.

Não só adolescentes escolhem profissões ritualísticas, convencidos de suas qualidades mágicas. Os ‘ritos’, os ‘objetos mágicos’ e as ‘fórmulas verbais’, que constituem os elementos essenciais da magia, são componentes de muitas ocupações. Os adultos também se deixam influenciar pelos ‘conteúdos mágicos’ de certas profissões (CORONA, 1994, pp. 46-47).

Um exemplo dessa relação é a noção de compromisso com a verdade entre a classe jornalística. Tal compromisso gera certo ideal de “transformar o mundo”, o que, de início, pode ser uma característica com a qual os novos profissionais se identificam.

Para um dos jornalistas entrevistados pela antropóloga Isabel Siqueira Travancas, um fator essencial para compor o perfil do jornalista ideal seria a paixão pela profissão.

Paixão surge como sentimento da ordem do afetivo, do emocional. A carreira é emparelhada com o objeto de amor, e pode ser tomada como tal. Com ela se estabelece uma relação que sai da esfera racional e da sobrevivência e atinge a dimensão do prazer. Para muitos, esse sentimento é uma exigência ou mesmo condição para um bom desempenho profissional. (...) Adesão significaria, portanto, um envolvimento da profissão na vida da pessoa, de tal forma que levaria a uma sujeição dos outros aspectos da vida. Ocasionalmente uma visão de mundo particular, não sendo condição essencial um sentimento emocional. (1993, p.60)

O envolvimento afetivo com a profissão, no caso do jornalista, tem sempre um papel importante. A paixão é, inclusive para muitos dos que foram entrevistados para este estudo, fator de sustentação. Devido às dificuldades enfrentadas para que o trabalho seja feito, este laço “afetivo” com a profissão é de extrema importância para muitos repórteres.

Logo, esta adesão é a presença marcadamente forte da profissão na vida dos indivíduos. Como se os repórteres aderissem à sua profissão como um modo de viver, de tão intrincado que é o relacionamento.

O termo paixão é amplamente apresentado pelos oito entrevistados deste estudo¹ e há sempre um grande peso, quase como determinante, quando o assunto é a permanência no jornalismo. Os mais “apaixonados” profissionalmente são os que, por autoavaliação, se consideram bons no que fazem, vocacionados para o exercício da reportagem.

¹ Ver artigo “O que pensam os jornalistas sobre a vocação”, parte integrante deste estudo.

Referências:

BRANDÃO, Sílvia Regina Rocha. “A vocação humana: Uma abordagem antropológica e filosófica”. In *Videtur*, vol. 7. Disponível em: <<http://hottopos.com/vidlib7/sb.htm>>. Acesso: 22 de fevereiro de 2016.

CORONA, Lúcia Cerne Guimarães. *Preconceito e Autoconceito como determinantes da escolha profissional*. Rio de Janeiro: Editora CEPA, 1994.

SILVA, Maria de Lourdes Ramos. *Personalidade e Escolha Profissional: subsídios de Keirse e Bates para Orientação Vocacional*. São Paulo: EPU, 1992.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.

1.2. Considerações preliminares sobre a influência do ambiente na construção de um profissional do jornalismo

Ruam Oliveira e André Santoro

Introdução

“O que faz de você quem você é?” Esta é uma pergunta base para a descrição do que é “obra da natureza” ou “parte do estímulo” no desenvolvimento de habilidades profissionais. A construção do caráter e da personalidade de uma pessoa pode estar associada à forma como ela foi educada, refletindo os estímulos que recebeu. E há quem sugira que geneticamente e/ou biologicamente ela carregue predisposições ou até mesmo características definitivas de quem ela é. Como algo que levará por toda a sua vida e uma espécie de determinante de sua personalidade.

O conceito de “nature versus nurture” é bem simples. A parte relacionada ao “nature” diz que o indivíduo nasce com certas habilidades inatas – que são possíveis de ser aperfeiçoadas ao longo do tempo. Já “nurture” diz respeito aos estímulos, e pode ser comparada com a teoria de Skinner (o behaviorismo), segundo a qual os estímulos vão moldando as habilidades do indivíduo.

“Eu nunca tive atração por outra função jornalística que não fosse reportagem, e se tivesse que fazer alguma outra função jornalística eu trocaria de profissão”, disse Carlos Dornelles a estudantes de jornalismo em palestra no Centro Universitário Unifiam/Faam em 2014. Esta citação é pontuada não porque afirme com certeza que Dornelles nasceu repórter, mas porque é uma construção do imaginário deste repórter e de quem ele é aos próprios olhos. Esta noção se liga com a sua autoimagem, a maneira que ele enxerga a si mesmo: como podemos notar, ele não se vê fazendo outra coisa que não reportagem.

A ideia é recorrente entre jornalistas mais velhos, que acabam dizendo-se ligados ao jornalismo de modo quase transcendental. Como que por feitio da

natureza e não necessariamente uma construção de suas personalidades ao longo do tempo.

Natureza x estímulo

O debate entre natureza e estímulo arrasta-se desde os tempos antigos e é anterior ao jornalismo. Platão acreditava que nossa moral e inteligência eram fatores herdados geneticamente, enquanto Aristóteles argumentou que tudo o que o ser humano tem não é herdado, mas cresce por conta das influências externas (MYERS *apud* ESTERMAN, 2012, p.4). Ou seja, a distinção entre o que vem da natureza e o que é moldado devido à influência do ambiente é antiga e coloca diversas áreas do conhecimento – além da psicologia – para examinar a questão, como no caso exemplificado de Platão e Aristóteles.

De início, essa abordagem tratava da natureza e do estímulo como ações contrárias uma a outra, mas atualmente elas convergem e são, por muitas vezes, apresentadas como um conjunto e não de maneira individual (ESTERMAN, 2012, p.5).

Tal discussão também tem se sustentado em outras teorias, como, por exemplo, a eugenia, de autoria de Francis Galton, matemático e médico. Galton, que era primo de Charles Darwin, acreditava que características genéticas podiam ser transmitidas de pai para filho – conceito que ficou conhecido como hereditariedade. “Para ele, ademais, a transmissão das características não se limitava apenas aos aspectos físicos, mas também a habilidades e talentos intelectuais” (Galton, 1892, p. 6 *apud*. CONT, 2008, online).

Em muitos estudos é possível encaixar cada caso – *nature* e *nurture* – em uma definição, ou inclusive unir natureza e estímulo em um mesmo pacote de interferências e influências sobre um indivíduo. Este caminho de convergência entre obra da natureza e influências do ambiente tem sido, cada vez mais, encarado como fator definitivo, devido ao tempo em que se discute essa questão.

A construção do repórter

O que faz de um repórter um repórter? Ele é naturalmente formado, e traz desde o ventre de sua mãe as habilidades e a disposição de ir às ruas em busca de pautas? Ou ele é influenciado pelo ambiente em que vive e foi criado? Natureza e estímulo estão ambos lutando, colidindo ou convergindo. O conhecido – e talvez extinto – “faro jornalístico” pode ser considerado um atributo da natureza. É possível treinar/aperfeiçoar o faro, mas a sensibilidade, o dito “feeling”, talvez não seja ensinável.

Os mais românticos diriam que se nasce ou não com esse dom, que o ‘faro’ para a notícia depende do talento, da perspicácia e do nível cultural do repórter. Esse argumento pode até mesmo ser utilizado pelos que defendem o fim da obrigatoriedade do diploma de jornalista. Porém, utilizar o talento nato como único critério para exercício de uma profissão parece que não cabe mais nos dias de hoje. (ALGERI, 2010, online)

Como citado por Carla Algeri, o “faro” é uma espécie de dom, envolto na mentalidade dos mais românticos, e ela cita que os critérios de *newsmaking*, ou seja, de produção da notícia, acabam relativizando a crença nesse dom especial. Coisa da natureza, mas que também pode ser aperfeiçoada por influência do ambiente. Há também a constatação de que a utilização do “talento nato” não deve ser a única coisa a ser levada em consideração, principalmente devido a todas as mudanças pelas quais a profissão passou nos últimos tempos. Esta afirmação aponta na direção de convergência entre natureza e força do ambiente sobre o indivíduo para a construção de um bom profissional.

Alguns cientistas e pesquisadores do assunto já consideram o debate cansativo e saturado. Em seu livro “Nature via Nurture: Genes, Experience, and What Makes Us Human” (“O que nos faz humanos: Genes, Natureza e Experiência”, em português), Matt Ridley, jornalista inglês, aponta que está sendo discutida uma questão sem importância. Ele acredita que natureza e estímulo não fazem sentido se estiverem claramente separadas. Ou seja, tratá-las individualmente não é um método que funciona, visto que, para o jornalista, ambas as

características estão relacionadas e por este motivo não existe importância em confrontá-las.

O professor universitário H. Allen Orr, em sua crítica sobre o livro de Ridley, publicada no periódico “The New York Review of Books”, escreve:

For the question of nature versus nurture makes sense only if the two can be clearly separated. Ridley thinks they cannot. His reason is simple. Despite all the talk about the opposition between genes and environment, it is now clear that learning, intelligence, behavior, and culture—all the ingredients of nurture—involve genes. (ORR, 2003, online)²

De acordo Ridley, os genes são parte importante no processo e na atuação do ambiente (em relação às experiências), e esses fatores não podem ser vistos como opostos, mas sim como interligados, trabalhando juntos. A proposta de Orr é de que “os genes respondem às experiências” (2003, online).

Genes are not puppet masters or blueprints. Nor are they just the carriers of heredity. They are active during life; they switch each other on and off; they respond to the environment. They may direct the construction of the body and brain in the womb, but then they set about dismantling and rebuilding what they have made almost at once — in response to experience.” (RIDLEY *apud* ORR, 2003, online)³

² “Porque o debate sobre natureza versus estímulo do ambiente só faz sentido se as duas puderem ser claramente separadas. Ridley não acredita que possam e seus motivos são simples. Apesar de toda discussão sobre a oposição genes e ambiente, agora está claro que o aprendizado, a inteligência, comportamento e cultura – todos componentes do ambiente – envolvem genes” (tradução livre)

³ “Genes não são mestres de marionetes ou diagramas. Nem tampouco simples transportadores da hereditariedade. Eles estão ativos durante toda a vida. Se desligam e ligam uns aos outros; respondem ao ambiente. Eles podem orientar a construção do corpo e do cérebro no útero, mas, em seguida, podem decidir desmontar e reconstruir, o que podem ter feito pelo menos uma vez – em resposta a alguma experiência” (tradução livre)

A natureza que se expressa pelo estímulo

A constatação desse fato fez com que Ridley optasse por “nature **via** nurture” em vez do uso de “nature **versus** nurture”. A natureza expressa por meio do estímulo. Esta expressão se dá através do contato, com o exercício, não só no jornalismo, como também em diversas outras áreas de atuação. “Conhecer os atributos dos fatos noticiáveis e a aplicação destes no jornal, na internet, na televisão ou no rádio é uma forma de treinar o ‘faro’ para a notícia” (2014, online), aponta Algeri em artigo para o Observatório da Imprensa. Ou seja, o ambiente tem papel importante no tipo de profissional que se pretende ser.

Logo, quando relata que a natureza pode se expressar por meio da prática, a autora aponta o mesmo princípio exposto por Ridley: que ambas as características funcionam em uma dinâmica de correlação. Neste caso, é possível dizer que a vocação, o talento de cada profissional, pode existir, mas ser manifesto de uma maneira muito fraca, cabendo ao ambiente que o “desperte” da maneira correta.

O jornalista Matt Ridley cita que alguns genes podem permanecer em modo de hibernação, ligando ou desligando-se de acordo com as intervenções / necessidades do ambiente (influência do ambiente). Ou seja, o “nature” da questão existe, mas pode somente ser manifesto quando em contato com o “nurture”, como em um movimento responsivo. No jornalismo não é diferente.

Referências:

ALGERI, Carla. *“Pode-se aprender a ter ‘faro’?”*. Online. Observatório da Imprensa. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/podese-aprender-a-ter-faro>>. Acesso: 22 de fevereiro de 2016

ALLEN OR, H. *“Whats is on your genes?”*. Online. The New York Review of Books.

Disponível em <<http://www.nybooks.com/articles/archives/2003/aug/14/whats-not-in-your-genes>>. Acesso: 22 de fevereiro de 2016

CONT, Valdeir Del. Francis Galton: eugenia e hereditariedade. *Scientiae studia*. vol.6 no.2 São Paulo Abril./Junho 2008. Online. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-31662008000200004>. Acesso: 22 de fevereiro de 2016

DORNELLES, Carlos. “*O bom repórter é aquele que sabe observar*”. Online. Casa das Focas. Disponível em: <<http://www.casadosfocas.com.br/o-bom-reporter-e-aquele-que-sabe-observar-afirma-carlos-dornelles>>. Acesso: 22 de fevereiro de 2016

ESTERMAN, Jonathan. Nature vs Nurture. *Encrypted Genius*, 2012. Disponível em: <<http://scriptedgenius.com/wp-content/uploads/2012/10/Nature-vs-Nurture.pdf>>. Acesso: 22 de fevereiro de 2016

RIDLEY, Matt. *Nature via Nurture: Genes, Experience and What Makes Us Humans*. Harper Collins, Nova York. 2003

1.3. O que pensam os jornalistas sobre a vocação

Ruam Oliveira e André Santoro

Introdução

Discutir vocação é transitar por um conteúdo subjetivo. Para o desenvolvimento deste estudo foram entrevistados repórteres em início de carreira, outros mais experientes e com longas jornadas e até mesmo alguns que já não trabalham tão ativamente com reportagem. Por meio das falas, desenhou-se uma visão de mundo muito particular. Esta forma de ver o mundo e também de enxergar a profissão é expressa muitas vezes de maneira muito positiva, de um jeito que enaltece o repórter, que enobrece o profissional de reportagem, acrescentando questões relativas à paixão pelo trabalho, e a toda uma maneira de ser dos indivíduos que compõem este “universo jornalístico”. Nelson Traquina apresenta os jornalistas como participantes de uma “tribo”, com maneiras próprias de ver, de falar e de agir.

Um exemplo disto foi o discurso de Gabriel García Márquez para a plateia que compunha a 52ª Assembleia da Sociedade Interamericana de Imprensa, em Los Angeles, no dia 6 de outubro de 1996. A este discurso deu o nome de “El mejor oficio del mundo” (O melhor ofício do mundo, em tradução livre), do qual o seguinte trecho se destaca:

Pues los periodistas andábamos siempre juntos, hacíamos vida común, y éramos tan fanáticos del oficio que no hablábamos de nada distindistinto que del oficio mismo. (...) Los que no aprendían en aquellas cátedras ambulatórias y apasionadas de veintecuatro horas diárias, o los que se aburrían de tanto hablar de lo mismo, era porque querían o creían ser periodistas, pero en realidad no lo eran (MARQUEZ, 1996, p.7).⁴

⁴ “Pois nós jornalistas andávamos sempre juntos, fazíamos tudo parecido, e éramos tão fanáticos pela profissão que não falávamos de nada diferente a não ser da própria profissão. (...) Os que não aprendiam naquelas cadeiras lindas e maravilhosas vinte e quatro horas por dia, ou os que

Ao longo de toda a sua fala, o colombiano aponta características específicas de jornalistas, como o intenso aprendizado devido à exposição diária em redações e o fato de “gostar” (ou não) muito de falar sobre o mesmo assunto: o jornalismo. Ou seja, estar envolvido com a profissão em todos os seus aspectos é, aos olhos de García Márquez, um divisor de águas entre ser jornalista ou não ser.

A profissão é quase sempre muito bem vista por aqueles que a exercem. Não apenas García Márquez, escritor e jornalista colombiano morto em 2014, mas também para vários repórteres de diferentes gerações. No livro “O mundo dos jornalistas”, a jornalista Isabel Siqueira Travancas fez uma busca análoga a este estudo, mas com enquadramento diferente. Em sua pesquisa, que deu origem ao livro, Travancas discute diferentes aspectos da profissão de jornalista e suas impressões a respeito deste ofício. Ela apresenta, por meio de entrevistas com jornalistas, o que é a profissão como um todo, examinando aspectos pessoais, construção do profissional, idade, entre outros.

No livro, a autora propõe a discussão do ofício de jornalista a profissionais de jornalismo de diferentes gerações, e o resultado foi basicamente o mesmo: Paixão pela profissão. O que envolve este ideário de melhor profissão do mundo, nas palavras de García Márquez. Sobre esta percepção, a jornalista escreve:

É interessante perceber que poucos se veem em outra ocupação, trabalhando em outra área. Aqui outra vez profissão e felicidade estão intimamente ligadas como se a primeira fosse o caminho para a segunda, como elos de uma corrente. (...) Essa estreita relação com a ocupação vai demonstrar o quanto para o grupo ela denota importância, responsabilidade social, status, e o quanto ela é adequada a uma personalidade *narcisista*. (TRAVANCAS, 1993, p. 85)

Em relação à característica “narcisista” expressa por Travancas, a autora relata que todo o conjunto de ideias que cada entrevistado possui a respeito da

se entediam de tanto falar da mesma coisa, é porque queriam ou acreditavam ser jornalistas, mas, na realidade, não eram” (tradução livre)

profissão, e principalmente no quesito “impacto social”, tem a ver com a maneira como os próprios profissionais enxergam a si mesmos. Segundo ela, esta ideia de missão é na verdade um tipo peculiar de narcisismo, em que o repórter vê a si mesmo como o herói e propulsor de movimentação social.

As opiniões dos profissionais

João Paulo Charleaux, repórter especializado em política, há quase 20 anos na área, discorda da impossibilidade de trabalhar em outra profissão. Para ele, jornalismo é um ofício como qualquer outro, sem qualquer tipo de caráter missionário.

Vocação é uma coisa que te obrigam a pensar que você tem, em uma idade que você não tem condição de definir. Uma coisa da qual se arrepender. A ideia de que você tem uma vocação, que você nasceu para fazer uma coisa e que a tua profissão te define (...) Eu acho que as pessoas nascem com vocações, no plural, e que elas não significam emprego. Não é que ela nasceu para trabalhar de alguma coisa, isso eu acho que é uma pobreza. Acho que existem vocações para coisas mais importantes na vida do que emprego ou trabalho. (João Paulo Charleaux em entrevista a Ruam Oliveira em 29 de julho de 2015)

Para o repórter, a vocação não está de maneira alguma condicionada a um único molde. Esta citação vai de encontro com a citação de Silvia Regina Brandão em que ela afirma que “o conceito de vocação tem sido entendido de forma reduitiva, na maioria das vezes identificado com o sentido profissional ou muito próximo a ele” (online). Ou seja, apesar da ausência teórica concreta a respeito dos estudos de vocação, o conceito se encaixa na mentalidade de alguns dos repórteres entrevistados, como foi o caso de Charleaux.

A questão de se achar vocacionado ou predisposto também é efeito de como cada indivíduo enxerga a si mesmo e, inclusive, do momento que cada um está vivendo. Quanto mais confortáveis e estabelecidos estão na profissão, mais se sentem vocacionados.

Audálio Dantas, 83 anos, repórter desde os 24, sente-se – sem titubear – vocacionado para a reportagem:

A vocação é muito importante, diria até fundamental para o exercício do jornalismo (...) Se o jornalista não é vocacionado, ele pode ser um burocrata – está cheio -, um burocrata da comunicação. Mas se ele é vocacionado, ele é um sujeito que vai ficar procurando – e não no sentido simples de buscar informação em primeiro lugar, buscar o furo etc. é no sentido de que ele tem esse dever de buscar a verdade dos fatos“ (entrevista a Ruam Oliveira em 17 de julho de 2015)

Audálio não tem nenhum diploma de graduação, e afirmou que entrou no jornalismo “por vias transversas”. Quanto à vocação, aos olhos do repórter, ela não só existe como também é imprescindível. O repórter pontua inclusive o encontro da vocação como uma autodescoberta do indivíduo.

Qualquer profissão, para que seja bem exercida e com resultados etc. será enriquecida se o sujeito tiver verdadeira vocação para ela. No caso do jornalismo então eu acho que isso é essencial, porque essa vocação leva o sujeito a, na medida em que ele exerce a profissão, entender que isso faz parte da maneira de ser dele, da personalidade, e que isso é de alguma forma uma missão (Audálio Dantas em entrevista a Ruam Oliveira em 17 de julho de 2015)

Parecido com Charleaux, mesmo sem um embasamento teórico exato sobre vocação, o conceito é abordado de maneira semelhante, englobando não só o exercício, mas também “quem” o indivíduo é. Aos olhos de Audálio, esta prática faz com que o sujeito descubra a si mesmo e, por consequência, encontre sua vocação.

Dentre os muitos jornalistas entrevistados por Isabel Travancas, Jânio de Freitas, com 37 anos de jornalismo à época, contou que, apesar de fazer jornal desde pequeno, nunca sonhou ser jornalista.

Está convicto de que a vida o conduziu para o jornalismo meio por acaso, à exceção daquele momento de escolha. Vale a pena notar aqui uma visão diferenciada de alguns entrevistados, que se mostram com as ‘rédeas’ de sua vida na mão, donos do seu destino. Este entrevistado, como outros, vai lançar mão do acaso para explicar alterações em sua carreira. Então a ideia de

destino previamente estabelecido será refutada, assim como a ênfase na vontade individual. (TRAVANCAS, 1993, p. 62)

Os repórteres mais antigos de profissão, que começaram a carreira sem ter cursado a faculdade de jornalismo, por exemplo, encaram seu ingresso na profissão como “acaso” e não como uma ação integral de escolha. Muitos observam que as circunstâncias em que viviam os tornaram repórteres, e não a opção ou outro motivo. É importante observar que, pela inexistência de faculdades de jornalismo no Brasil, muitos destes profissionais mais antigos eram originários de diferentes áreas do conhecimento. Este quadro só começou a mudar com a regulamentação da profissão e o surgimento dos cursos específicos de jornalismo.

Ao passo que a noção de destino envolve certa subjetividade, pairando nas falas dos repórteres - nas quais nem todos se assumem como predestinados -, a vontade individual deles, principalmente dos repórteres mais jovens, acaba pesando um pouco mais. Mas, não existe uma regra formal para isso: os jovens escolheram, os mais velhos foram chamados pelo acaso. Esta regra não existe, apesar de os mais jovens apresentarem certa “liberdade” no momento de decisão.

Raquel Inácio Brandão, 25 anos, repórter recém-formada, foi uma das selecionadas no curso Focas do jornal O Estado de S. Paulo em 2014. Sua carreira é curta e antes do Estadão só havia passado por uma outra redação. Raquel sente-se vocacionada para o jornalismo. “Não sei se é muita pretensão falar que sim. Mas eu acho que sim, não sei se tenho muitas outras habilidades.” (em entrevista a Ruam Oliveira em 23 de julho de 2015). Mais uma vez, a profissão varia de espectro dependendo de quais olhos a observam.

Por se tratar de um aspecto muito subjetivo, a vocação aparece naturalmente como chute inicial para o ingresso na profissão. Nenhum dos entrevistados ignorou o valor fundamental da influência que o ambiente exerce sobre o indivíduo, mas o grau de importância que foi atribuído a este quesito se altera de acordo com a maneira como cada um enxerga a figura do repórter.

O repórter Audálio Dantas considerou que apenas 20% do que ele é como profissional, se dá pela vocação. Os outros 80% estão baseados na prática e no esforço cotidianos, que são inerentes à profissão. Raquel Brandão, mais jovem de profissão que Audálio, trilha os mesmos caminhos. Para ela, apenas 10% de um bom repórter é vocação, o restante é esforço e imersão no trabalho jornalístico.

Márcia Camargos, escritora e jornalista, aponta que o meio é importante porque é ele quem vai produzir o que o indivíduo será em sua totalidade. Usando reflexões de Jean-Jacques Rousseau, ela diz que 70% de quem o indivíduo é está diretamente relacionado a influência do ambiente nele, como sendo o homem um produto de suas experiências, do meio onde está inserido.

Porque o homem é resultado do seu meio. Não existe homem atemporal. A gente que faz História e tudo sabe que não existem ações assim completamente descontextualizadas, que brotam do nada... Sempre tem um histórico, um contexto social, econômico, político, etc. Que faz brotar aquele fenômeno qualquer, uma atitude de uma pessoa, uma revolta social, etc. Então o meio tem total importância. (em entrevista a Ruam Oliveira em 20 de julho de 2015)

Os repórteres avaliam, neste ponto, que o contato produz bons resultados nos profissionais.

É a mesma questão citada pelo jornalista Matt Ridley, sobre “nature **via** nurture”. A expressão das habilidades e da vocação está também dependente do contato, da prática diária. Ambos os entrevistados sentem que não se deve usar a vocação como apoio para o desenvolvimento das tarefas dentro da profissão. A vocação é importante, mas deve estar majoritariamente acompanhada da prática e da imersão do repórter, ou seja, a influência do ambiente, de acordo com eles, é um diferencial na construção do profissional.

A vocação aparece com um papel central no momento de iniciar a carreira. Com, por exemplo, as porcentagens descritas pelos entrevistados, é possível compreender que, ainda que guardem com certa “afeição” o aspecto vocacional,

nota-se que a influência externa sobre o sujeito tem função muito importante para todos.

Gabriel Toueg, 36 anos, repórter desde os 16, mostra-se favorável ao aspecto vocacional do debate. De maneira muito semelhante a outros repórteres, ele considera a vocação como algo que sustenta o indivíduo, como um atributo importante que fará grande diferença na hora da prática.

(...) quando a gente fala de repórter, mais do que jornalista você está falando do cara que faz a reportagem. Não necessariamente o texto, mas o cara que faz a pesquisa, a investigação, e aí para isso eu acho que sim, acho que precisa, existe uma certa vocação. Acho que não é como qualquer pessoa que poderia levantar a câmera e dizer “hoje eu sou repórter por um dia”, como existem esses programas aí e fazer um bom trabalho. Aliás esses programas já mostram que não é qualquer um que é capaz de fazer isso. (Entrevista a Ruam Oliveira em 30 de junho de 2015)

Então, a vocação para a reportagem não só pode ser considerada um valor subjetivo, como também ela é vista por alguns como uma ferramenta além do dito “chamado”.

Apesar de apresentar apenas 20% como trabalho da vocação na construção de um bom repórter, Audálio demonstra, durante grande parte de sua fala, que a vocação é um fator imprescindível. O que remete ao imaginário de vocação como noviciado, carregando o senso comum de dever a ser cumprido. Em muitos casos, a ligação que cada um tem com a profissão é o que caracteriza esta noção de “algo a ser feito” ou “valor diluído” na personalidade do sujeito.

Para a jornalista Márcia Camargos, também é necessário que a vocação exista no indivíduo para que ele se mantenha na profissão:

(...) tem que ter alguma vocação, porque é quase como um noviciado ou alguma coisa desse tipo. Porque você tem que ter muita dedicação e nem sempre com as recompensas financeiras ou reconhecimento que você acha que mereceria. Então tem que ter alguma vocação mesmo e acreditar naquilo, porque a tua gratificação – porque eu acho que vocação e gratificação são um pouco sinônimos né, quando você vem pensar sobre isso – pessoal e emocional, ela é mais ... Algumas vezes ela tem que compensar mais nesses outros campos. Você em geral trabalha

muito e ganha pouco, você tem pouco domínio, na verdade cada vez menos, principalmente na grande imprensa, sobre o que vai ser feito do fruto do teu trabalho, o resultado final às vezes, dificilmente você vai ter a certeza de que vai sair da maneira que você gostaria. (Entrevista a Ruam Oliveira em 20 de julho de 2015)

De acordo com a escritora, a vocação é uma tendência que pode se manifestar na mais tenra infância, ou mais tardiamente na juventude. Mas a percepção que ela tem a respeito da existência da “vocação jornalística” não está na habilidade prévia do exercício, mas na condição de sustentação, como pressuposto para a continuidade no exercício da reportagem. Vocação não como chamado, mas como âncora.

Nenhum dos repórteres entrevistados tem diploma na área de comportamento, vocação, psicologia, e afins – que são segmentos pelos quais transita este trabalho -, mas todos, por razão do exercício da profissão e do contato com outros profissionais da reportagem, possuem a capacidade de organizar um pensamento em relação às questões vocacionais. Seja observando aos outros, seja observando a si próprios.

Não existem regras precisamente estabelecidas quanto à conduta de cada repórter. Muitos dos atributos citados ao longo das entrevistas fazem parte de certo “microcosmo” jornalístico. A construção da figura do repórter é também uma construção social, em partes uma construção do imaginário coletivo dos profissionais que trabalham com jornalismo.

Usando como fio condutor de pesquisa, a vocação é sempre posta em relação aos estímulos produzidos pelo ambiente na construção do profissional. A influência do meio onde se inserem os indivíduos se mostra de fato maior à medida em que eles desenham este mundo particular. É também um movimento de descoberta e reflexão pessoal.

Eu acho muito louco o jeito que a gente vê nossa profissão. A gente aceita que a gente não tenha vida, que nossa profissão seja nossa vida o tempo inteiro. Esquece o lado humano. Assim, “eu escolhi ser jornalista, então vou ser só jornalista, não vou mais ser Raquel.”

Mas a Raquel é jornalista.

Eu sei, mas é que existe uma Raquel pré-jornalista.

Então você não nasceu jornalista, você foi formada.

Raquel: Ah, sim. Talvez eu tenha esse dom e eu o estimei. Mas...

Geralmente quando a gente pensa em vocação, e o que a maioria das pessoas diz é que é algo que se liga à profissão. Mas na conceituação teórica, vocação é quem a pessoa é por inteiro, não só a função que ela exerce, mas quem ela é de modo geral, a essência dela. Então, podemos pensar que a “vocação do repórter” não é vocação, mas sim uma construção da nossa mentalidade, feita pelo imaginário da nossa profissão, pelas pessoas que fazem jornalismo?

Nossa que difícil! É meio que os dois, uma coisa chama a outra. Uma bola de neve, uma coisa vai ligada à outra e vai aumentando, e não consegue se desligar... (Raquel Brandão em entrevista a Ruam Oliveira em 23 de julho de 2015)

Ao longo de algumas falas, ainda é perceptível o tom romantizado com que alguns repórteres tratam o jornalismo, e perceber-se ou não vocacionado acaba sendo, para estes, uma forma de se inserir em certo “clube” ou “nicho”. Um meio de se enquadrar no time dos vocacionados, ou nas palavras de João Paulo Charleaux, junto com os “pelés”. Sendo, portanto, neste caso, uma representação da vocação inserida no “autoconceito” descrito por Corona (1994). É de certa forma uma construção de sentido em relação a um termo.

A vocação como construção social ou produto do imaginário da cultura jornalística recai no senso comum de vocação relacionada à profissão. No entanto, no caso dos jornalistas, a profissão constantemente mistura-se à própria vida ou a quem o indivíduo é. Como um supracitado “estilo de vida”:

Ah, é aquele chavão de sempre, de que jornalista não se desliga. Quem é repórter, é repórter 24 horas. Eu **sou** repórter e não eu **estou** repórter. É o que falamos de estilo de vida. Independente se um dia eu mudar de área e for para assessoria de imprensa, eu vou continuar sendo repórter. (André Jankavski em entrevista concedida ao autor em 1 de julho de 2015)

André Jankavski é repórter na revista IstoÉ Dinheiro há cerca de dois anos e atua como repórter desde que se formou, três anos atrás. Ele diz: “Eu sou repórter e não eu estou repórter”, convergindo com o ideal de que ser repórter, aos olhos dos profissionais, não é uma condição, mas é fator intrínseco, vocativo em seu sentido mais teórico.

Modelo e Motivações

Existe um modelo para ser repórter? Talvez a influência do ambiente modele o sujeito até que ele se torne um bom profissional em seu ramo de atuação. Apesar de não acreditarem na existência de um modelo de repórter, os entrevistados deste estudo sugeriram “caminhos” para o nascimento de um repórter exemplar.

Cada um encontra sua metodologia para explicar os modelos, ou o que se espera de alguém que trabalhe na reportagem. Alguns exemplos:

Não sei se tem fórmula, mas tem umas coisas que são essenciais. Ser, não é bem curioso a palavra (...) É ser crítico sabe? Questionador. Olhar tudo considerando o outro lado; ser observador, acho que observação é essencial; ser justo, acho que um bom repórter é justo, ele vai considerar o que é justo, acho que as pessoas nem falam tanto assim, mas acho que se a pessoa é justa ela vai tratar do tema com justiça, com ética. É que as pessoas sempre falam de ética e eu acho que ética está aí, no fato de ser justo. (Raquel Brandão em entrevista a Ruam Oliveira em 23 de julho de 2015)

Discutindo a respeito de um possível modelo, cada um acaba avaliando a sua própria experiência, longa ou curta, dentro do jornalismo. A natureza de cada indivíduo e os moldes aos quais foram submetidos são colocados em perspectiva. Deste exercício, é possível retirar como produto a autorreflexão dos repórteres sobre sua própria profissão, sua condição atual e os possíveis fatores que cada um vivenciou e observa.

Cada resposta dada é muito particular. No entanto, é notável que exista certa convergência na construção de uma figura de repórter.

Sobre a existência de modelos, João Paulo Charleaux diz:

Você acha que existe uma fórmula para ser repórter?

Não sei, vou inventar agora. Primeiro é ter clareza sobre o que que é de interesse público, o que é uma informação relevante para a sociedade, o que é uma coisa que merece ser conhecida, com isso você já elimina uma série de bobagens que as pessoas escrevem por aí. A outra é com uma espécie de sentido com o que possa ser a verdade, seja lá o que for, mas a ideia de que você está imbuído de elucidar alguma coisa, de desvendar né, trazer à luz realidades desconhecidas. Outra coisa, que o Abujamra dizia muito, que é o amor pela dúvida. É uma profissão que você abraça a ignorância de peito aberto, você realmente tem que se despir das vaidades e do falso intelectualismo e admitir toda sua ignorância para poder conhecer um assunto que você não conhece e fazer as perguntas que o público se faria para realmente apresentar aquilo de uma forma que tenha sentido.

Acho que o principal é isso, depois tem coisas de forma. A questão da apuração, a questão das fontes, a questão da checagem, da redação, e aí são coisas sem fim. (Entrevista a Ruam Oliveira em 29 de julho de 2015)

Alguns atributos da fórmula “inventada” por Charleaux aparecem também nas falas de outros entrevistados. Com palavras diferentes, mas com significado semelhante. Uma das principais características apresentadas pelos repórteres é a “clareza” e a relação que o profissional tem com o leitor. Tentar entender o leitor e enxergar “quais perguntas ele faria” é uma das atribuições mais buscadas pelos entrevistados.

Embora não tenham grande simpatia com relação a criação de uma fórmula – ou a existência dela – todos acreditam em determinados caminhos para que o repórter seja considerado “bom”. Sem garantir que há uma fórmula fechada, como uma receita ou lista de itens a seguir.

Vinícius Leandro Gonçalves, 25 anos, editor no site *Catraca Livre*, ressalta que em uma boa fórmula de ser repórter, o conhecimento a respeito do tema que será tratado e a desenvoltura para trabalhar com múltiplas oportunidades faz

diferença na prática da reportagem. Um bom repórter conhece o meio em que atua.

Uma das coisas essenciais que o repórter precisa ter para desenvolver um projeto ou trabalho é ele se antecipar no assunto que ele vai trabalhar na empresa que ele está. Acho que ele precisa estar sempre à frente no sentido de saber trabalhar possibilidades no que ele vai encontrar. Se você é repórter de polícia, estar antenado mesmo e estudar. (...) Eu acho, inclusive, que você tem grandes ideias quando você não está trabalhando, que é quando surgem as ... Aí você chega no seu trabalho no dia seguinte ... No Catraca rola muito isso, “poxa eu estava voltando pra casa e vi um artista fazendo tal coisa, acho que rende uma pauta”, e a gente vai e dá uma matéria incrível, que estoura no Facebook e é isso, acho que não pode faltar no repórter esse senso com o momento presente, de estar atento ao momento... Acho que é o mais importante.

E estar antenado com o que acontece no mundo. Você escreve loucamente, mas você vai estar embasado, você vai saber contextualizar ela de uma outra forma. (Entrevista a Ruam Oliveira em 14 de julho de 2015)

Vinícius trabalha como editor há pouco tempo. Entrou no Catraca Livre como repórter e só mudou de cargo quando precisou assumir a editoria, mas garante que sente falta do dia a dia na reportagem. Em sua fala, ele apresenta dois atributos muito importantes quando se discute a figura do repórter: o faro jornalístico e o “ser/estar” repórter.

Em determinados momentos, o faro jornalístico para a notícia, ou o dito “feeling” de repórter, ganha ares quase místicos, mas nenhum dos oito entrevistados descartou a existência dele. Todos, por experiência própria ou por observação da classe jornalística, apontam que é extremamente necessário, inclusive para a própria sobrevivência na profissão, que se desenvolva – ou se apure – o faro e a percepção do que é notícia. Quando João Paulo Charleaux relata sobre “ter clareza do que é de interesse público e o que é informação relevante”, está, indiretamente, apresentando a ideia de faro jornalístico.

Vinícius apresenta como característica necessária para o repórter, estar à frente do assunto, antever o acontecimento. E não significa saber quando ou o que vai

acontecer, mas estar ciente de que tal fato é potencialmente noticiável. É sobre este faro que discorrem os repórteres.

Há os que defendam o faro como produto do exercício da profissão. Germano Assad, 29 anos, repórter freelancer diz:

Você acha que o faro tem a ver com o exercício da profissão ou pode ser inato?

Não, eu acho que vem com bagagem, com experiência. E é coisa de gente que estuda, cara. Coisa de quem tem cultura, porque o faro nada mais é do que relações que você faz na tua cabeça e que de certa forma acabam fazendo sentido. Então, são suposições cara (...) Eu acho que é um pouco de vivência e isso não quer dizer experiência de idade. É coisa que você vai ficando esperto com o tempo. (Em entrevista a Ruam Oliveira em 6 de agosto de 2015)

Para o jornalista, o faro está mais associado às influências que o ambiente produziu no indivíduo, ao tempo de experiência que o repórter possui. Germano aponta que esta relação se dá não por conta da idade que o indivíduo tem, mas por sua “bagagem” cultural, retirando o caráter quase “místico” que se atribui ao faro jornalístico.

No exemplo de bom repórter apresentado pelos entrevistados, ainda que não ratificado com os termos de “modelo/fórmula”, o repórter exemplar não se desliga. Mistura-se com a profissão em tempo integral.

Acho que com o tempo, quando você sai da faculdade, você não para de ser jornalista depois que você sai da redação. Você sai da redação e você continua trabalhando possibilidades de contar histórias de uma forma ou de outra. Pelo menos para mim, é uma inquietação que eu nunca paro de ter. Por exemplo se eu vejo uma pessoa deitada na rua, passa uma semana e a pessoa ainda está lá, eu fico querendo saber porque aquela pessoa está ali a tanto tempo e nada é feito... Acho que é isso. Você não é só repórter quando você está trabalhando. Você é repórter o tempo inteiro, só não é repórter quando está dormindo. (Vinícius Leandro em entrevista a Ruam Oliveira em 14 de julho de 2015)

Grande parte dos entrevistados atribuiu enorme importância ao apreço pela leitura e escrita para iniciarem uma carreira jornalística e também como parte integrante de um bom tipo de repórter. Germano Assad, por exemplo, destaca que a leitura é fundamental para o jornalismo. Audálio, usando palavras muito semelhantes aponta que as debilidades nos textos jornalísticos de hoje se dão por conta da falta de leitura entre os profissionais.

(...) eu fui um leitor voraz e isso leva a minha convicção de que é fundamental para quem quer escrever, principalmente para o jornalista é fundamental a leitura. Acho que um dos problemas hoje, que nós temos um jornalismo frouxo, um jornalismo quebrado, com informações truncadas, com textos ruins, com mau uso da língua, tudo isso é resultado da falta de leitura. (Entrevista a Ruam Oliveira em 17 de julho de 2015)

Considerando a fala de Marcos Faerman no livro “Repórteres” organizado por Audálio Dantas, de que os repórteres de sua geração beberam muito da literatura, os entrevistados também apontam para esta questão como um dos fatores que não pode deixar de existir nos repórteres. Muitos deles iniciaram o gosto pela escrita por meio da leitura.

Márcia Camargos queria ser escritora, mas quando precisou ingressar na faculdade acreditava que o mercado de trabalho era bastante difícil, por isto, optou por fazer jornalismo.

Na verdade, eu gostaria de ter feito Letras, para me tornar uma escritora, mas eu achava que o campo de trabalho seria restrito (...) Tem também essa coisa de que você não aprende a ser escritora, ou você é ou você não é, e eu precisava de algo mais prático e concreto, então eu achei que no jornalismo eu poderia exercer esse meu dom da escrita. No final acontece que, depois de ser jornalista, é que comecei a escrever meus romances, meus contos e meus livros de ficção, que era algo que eu queria desde o início, mas eu precisei fazer esse desvio pelo jornalismo porque eu não tinha uma segurança muito grande de que eu poderia me dedicar com sucesso à vida de escritora e perseguir isso. Eu não tive talvez coragem (...) (Entrevista a Ruam Oliveira em 20 de julho de 2015)

Duas premissas destacam-se: A linha tênue que separa jornalismo de literatura, que não é alvo deste estudo, e a vontade do indivíduo sendo exercida, esta sim

aplicável. Ao optar por um ou outro caminho a seguir, o indivíduo põe em choque a noção de vocação como atributo congênito e indissociável, concordando com os estudos de vocação do filósofo Julián Marías. De acordo com Marías, a vocação não diz respeito exatamente a uma escolha,

(...) porém não seria correto dizer que me encontro com ela; antes ela me encontra, me chama, e correlativamente a descubro; não me é imposta, e sim apresentada, e embora não esteja em minhas mãos ter ou não ter essa vocação, permaneço frente a ela com uma essencial liberdade: posso segui-la ou não, ser fiel ou infiel a ela.” (1983, p.24)

Neste caso, o depoimento de Márcia pode ser considerado uma representação do que Julián Marías mencionou. Ou seja, a predisposição para o exercício de determinada profissão, por exemplo, não significa que não existam outros caminhos. A vocação para o jornalismo não necessariamente quer dizer que o indivíduo deva se tornar jornalista e unicamente isto.

João Paulo Charleaux citou a presença de “Vocações”, no plural, para designar algumas habilidades contidas no indivíduo e que também não necessariamente estejam relacionadas com o aspecto profissional. Esta afirmação coincide com a possibilidade de escolher seguir ou não determinada “vocação”. Sem qualquer ligação com “acazos”, mas um movimento optativo, uma mentalidade bastante presente nos jovens jornalistas que foram entrevistados.

Escolhas são também fatores subjetivos. Ao destacar que “Vocação é uma coisa que te obrigam a pensar que você tem, em uma idade que você não tem condição de definir”, Charleaux pressupõe um questionamento a respeito das motivações individuais de cada um. Se não por vocação, por quais outros fatores seriam? Todos os outros.

“Virei jornalista por causa do cheiro. Nunca sonhei: quero ser jornalista. Queria ser detetive, Ivanhoé, qualquer coisa heroica assim. Mas o cheiro me pegou”, escreveu Neide Duarte em seu artigo “Caminhos de Uma Repórter” (p. 92, 2001). O cheiro do qual refere-se a autora é o cheiro das tintas e de todo o maquinário na redação da Folha de S. Paulo, quando fez uma visita ainda no colegial.

Destaca-se que as motivações podem não ter relação alguma com a existência ou não da vocação jornalística e o que torna alguém repórter pode ligar-se à natureza ou, de maneira mais visível, à influência exercida pelo ambiente na construção do repórter, como no caso de André Jankavski:

Eu nunca pensei quando era criança, quando me formei no terceiro ano eu não sabia o que ia fazer (não fazia ideia mesmo). Minha irmã me deu esse livro, inclusive recomendo você a ler – livro Showrnalismo. José Arbex Jr é até professor da PUC, já passou por vários veículos. Esse livro é muito bom, ele fala mal para caralho do jornalismo. Ele cobriu a queda do muro de Berlim, uma puta de uma leitura. E minha irmã me deu esse livro e falou assim “dá uma olhada, comprei um livro que só fala mal do jornalismo”. Eu li um livro que só fala mal do jornalismo e gostei, falei ‘é isso que eu quero ser da minha vida’. E antes disso ela já havia falado pra mim ‘porque você não pensa em Jornalismo?’ E quando ela falou isso me veio um estalo na cabeça, e eu adoraria ser jornalista. Não me via sendo advogado, não me via sendo um médico, não me via sendo nada. (...) (Entrevista a Ruam Oliveira em 1 de julho de 2015)

É possível perceber que este choque geracional entre os repórteres pode não produzir grandes efeitos em relação a análise aqui aplicada. O momento de escolha é para os mais jovens uma tomada de decisão livre, que cada um fez a partir de suas próprias experiências, sem qualquer relação com acaso ou até mesmo vocação. No caso de André, que optou por ser jornalista somente quando ingressou na faculdade, a vocação não tem papel central. No entanto, desde que decidiu por ser jornalista, não se vê fazendo outra coisa, algo que se mostrou um discurso muito comum para quase metade dos entrevistados que, por diferentes motivos, não conseguem se imaginar em outra profissão. Ou por ter um autoconceito muito focado no jornalismo, na produção de notícias etc. ou por estar já há tanto tempo na profissão que não veem motivos para tentar algo novo.

Não tem como. Ainda mais na minha idade, eu já estou aí há bastante tempo, então você vai apurando a sua lira, afinando seu instrumento sabe? Você vai ficando cada vez mais refinado, cada vez mais sofisticado, no bom sentido, mais apurado. O texto vai ficando mais... Você vai produzindo um texto mais rapidamente de melhor qualidade. Você vai melhorando, se aperfeiçoando, e isso não tem fim. E você vai de repente jogar

toda essa bagagem cultural fora? “a partir de hoje não escrevo mais uma palavra”? Tentar ser professor de geografia, sei lá, alguma outra coisa? Não tem como. (Márcia Camargos em entrevista a Ruam Oliveira em 17 de julho de 2015)

Quando a repórter menciona o “apurar da lira” está falando sobre a impossibilidade de alterar a profissão porque já se habituou a ela, já tem uma carreira sólida que não pode abandonar. Mas esta noção de permanência e adesão à vocação também é uma relação muito pessoal.

A maneira de enxergar a profissão se altera de acordo com o tempo de exercício. Como qualquer outra prática profissional, o processo de “descoberta” é permanente e a forma como as ligações são construídas vão se modificando com o passar do tempo. Audálio Dantas, por exemplo, considera que, em partes, o jornalismo seja um tipo de arte, citando-o como a arte de transmitir informação, exemplificando que considera um tipo de arte “porque isso exige não simplesmente uma condição técnica, exige também aplicação, a maneira de fazer isso, o conhecimento do que seja ‘isso’” (entrevista a Ruam Oliveira em 17 de julho de 2015).

No início de seu pronunciamento, García Márquez também trata um pouco a respeito das diferenças entre as gerações de repórteres e afirma que “jornalistas não são artistas”. Saudoso como tantos outros dinossauros do jornalismo, García Márquez desenvolve sua fala ao redor dos modos de produzir jornalismo e da figura do repórter na atualidade, por diversas vezes criticando a mentalidade dos jovens repórteres, que saem das universidades sem qualquer vínculo com a realidade atual e muito distantes dos problemas, colocando em contraponto a vontade de ser proeminente no ramo e a vocação. Sobre isso, o escritor diz:

“Los muchachos que salen ilusionados de las academias, con la vida por delante, parecen desvinculados de la realidad y de sus problemas vitales, y priva un afán

de protagonismo sobre la vocación y las aptitudes congénitas.” (MÁRQUEZ, 1996, p.8)⁵

Dos três pilares de sustentação da formação profissional do repórter/jornalista – apresentados por ele -, o colombiano aborda a prioridade das aptidões e a vocação como elementos chave no desenvolvimento da profissão.

Pero toda la formación (periodística) debe estar sustentada en tres pilares maestros: la prioridad de las aptitudes y las vocaciones, la certidumbre de que la investigación no es una especialidad del oficio sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición, y la conciencia de que la ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón. (idem, 1996, p.10)⁶

Salientando que o termo “aptidões” é questionável, pois elas são características que podem ser adquiridas ao longo do tempo ou, como visto na citação anterior, ser um fator congênito. Segundo o dicionário Michaelis, aptidão, em uma perspectiva psicológica, é a “capacidade natural de adquirir conhecimentos ou habilidades motoras, gerais ou específicas, e que se caracteriza segundo o rendimento dessa aquisição.” (MICHAELIS, online). Já o dicionário Priberam da Língua portuguesa coloca o termo aptidão como capacidade, inclinação ou disposição para algo.

Aptidões e vocação são elementos fundamentais, como citado por Garcia Márquez, mas não são as únicas coisas que permeiam a mente dos jornalistas e repórteres. É unânime que esta profissão requer alta carga de dedicação, de entusiasmo e também certo desprendimento da vida pessoal e familiar. Seguindo os moldes do já citado “estilo de vida”, esta dedicação também é parte integrante da própria cultura jornalística, em que muitos indivíduos encaram

⁵“Os jovens que saem iludidos das Universidades, com toda a vida pela frente, parecem desvinculados da realidade e de seus problemas mais importantes, e privam o desejo de suas principais vocações e habilidades naturais” (tradução livre)

⁶ Porém, toda formação (jornalística) deve se estabelecer em três pilares principais: a prioridade de suas habilidades e vocações, a certeza de que a investigação não é uma especialidade da profissão, mas sim, que todo o jornalismo deve ser investigativo por definição, e a consciência de que a ética não é uma condição ocasional, mas sim deve sempre acompanhar o jornalismo, como o zumbido acompanha a mosca (tradução livre).

como tarefa integral o fato de ser repórter. É notável que cada sujeito tem uma própria visão de quais características são imprescindíveis para que um indivíduo seja considerado bom repórter.

(...) cada membro do grupo tem a sua imagem de jornalista ideal. Como ele deveria agir e que qualidades lhe seriam essenciais? Ter iniciativa é uma das qualidades exigidas para um bom profissional, que deve também ser isento e objetivo. Escrever bem aparece em alguns depoimentos, mas é curioso que esta qualidade não esteja presente na maioria deles. Para uma entrevistada, o 'bom jornalista' deve perceber que seu trabalho se parece com o de um médico e estar disposto a abrir mão de vários outros pontos, como horário e família. Novamente se destaca a imagem da **adesão** à profissão e do *estilo de vida* gerado por ela. (TRAVANCAS, 1993, p. 87, grifo da autora)

Este estilo de vida também se liga às afirmações de Nelson Traquina sobre a “tribo” jornalística. O autor destaca a enorme influência que a carreira tem sobre a vida privada dos jornalistas, observando que estes profissionais não só dedicam muitas horas do seu dia à profissão como também enfrentam problemas de saúde, problemas familiares, entre outros, por conta dela.

Este aspecto, apesar de não ser o ponto central deste estudo, é importante de ser observado para que a figura do repórter – objeto central – possa ser melhor compreendida. Há uma mentalidade muito mais complexa e particular, a qual necessitaria de um novo estudo, entre os jornalistas, os quais Traquina chama de “comunidade de crentes”, fazendo um paralelo com os fiéis e o hábito de culto.

Para esta comunidade de crentes, um objeto de culto é a própria profissão que exige dedicação total porque o jornalismo não é uma simples ocupação, um passatempo; é mais que um trabalho porque é uma vida. O jornalista casa-se com a profissão; o jornalismo exige dedicação total; o jornalista trabalha 24 horas por dia. Ainda mais, o jornalismo exerce-se sempre em clima de urgência; o jornalista não tem tempo: não pode jantar em paz; não tem tempo para luas-de-mel; tem sempre de deixar um número de contato. (TRAQUINA, 2008, p. 53)

À esta afirmação, o discurso de Gabriel García Márquez pode convergir, onde ele diz que:

Pues el periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Nadie que no lo haya padecido puede imaginarse esa servidumbre que se alimenta de las imprevisiones de la vida. Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el palpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso. Nadie que no haya nacido para eso y esté dispuesto a vivir sólo para eso, podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz, cuya obra se acaba después de cada noticia, como si fuera para siempre, pero que no concede un instante de paz mientras no vuelve a empezar con más ardor que nunca en el minuto siguiente. (1996, p.11)⁷

Ser repórter é, aos olhos dos oito entrevistados, um modo de ser e não de estar. Colidindo/Convergindo com as afirmações sobre vocação de Regina Brandão e do filósofo Julián Marías, é quem o indivíduo é por inteiro, independentemente de suas relações com o trabalho ou da função que ele exerce.

Ainda que pouco aceito por alguns, como Gabriel Toueg, por exemplo, a ideia de repórter como estilo de vida é apresentada em muitas situações durante as entrevistas. O bom repórter, que seja um exemplo, não se desliga. Esta mentalidade pode ser moldada aos poucos, não faz parte da possível “vocação jornalística”

⁷ “Pois o jornalismo é uma paixão insaciável que só pode se extinguir e humanizar pela confrontação direta com a realidade. Ninguém que não tenha sofrido pode entender esta servidão que se alimenta das impreviões da vida. Ninguém que não o tenha vivido pode, sequer, conceber o que é esta palpitação sobrenatural da notícia, o orgasmo das primícias, a demolição moral do fracasso. Ninguém que não tenha nascido para isto e até que esteja disposto a viver somente para isto poderia persistir em um ofício tão incompreensível e voraz, cuja obra desaparece depois de cada notícia como se fosse para sempre, mas isto não lhe dá nem um momento de paz até que começa novamente, e com mais ardor do que nunca, no momento seguinte. (tradução livre)

Gabriel é a favor da ideia de repórter que não se desliga, que atua integral e independentemente de seu “horário comercial”, mas não considera que isto deva ser tratado como um estilo de vida.

Porque é uma profissão, não é um estilo de vida. Estilo de vida é fumar charuto, é tomar vinho. Eu entendo estilo de vida como hobby, sabe? Eu acho que não é e nem deveria ser (...)O bom repórter, o bom jornalista, ele não é jornalista só no horário comercial, digamos assim. É um cara que se tiver acontecendo alguma coisa e ele tiver a chance de contar ele vai contar, não vai esperar começar de novo a jornada de trabalho para contar isso. Ele está atento o tempo todo, ele tem um compromisso - por mais que isso ferre a vida social dele - com a notícia, com a verdade e tal. (Gabriel Toueg em entrevista a Ruam Oliveira em 30 de junho de 2015)

Permeiam por todas as falas questões como a paixão pela profissão; predisposição e interesse pelo que está sendo dito ou pelo assunto que irá escrever; o “ser repórter” e não o “estar repórter”; repórter em tempo integral; etc. Estas ligações se fazem na tentativa de estabelecer quem é a figura do profissional de reportagem e as implicações de ser vocacionado ou ser influenciado pelo ambiente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Obs.: A íntegra das entrevistas pode ser consultada no link abaixo:

<http://migre.me/tdFH8>

DUARTE, Neide. Comunicação & Educação, São Paulo. 2001. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/comeduc/article/view/4512/4234>>. Acesso em 22 de fevereiro de 2016.

Dicionário Michaelis. Versão Online.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Versão Online.

FAERMAN, Marcos. *A longa aventura da reportagem*. In. Repórteres, Editora Senac – São Paulo, 1997.

MARÍAS, Julián. *Ortega: las trayectorias*. Madrid, Alianza Editorial, 1983.

MÁRQUEZ, Gabriel García. *El mejor Ofício del Mundo*. EUA, 7 de Outubro de 1996. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/218018909/El-Mejor-Oficio-Del-Mundo-Gabriel-Garcia-Marquez#scribd>>. Acesso em 22 de fevereiro de 2016.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Volume II. Florianópolis, Editora Insular. 2008.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.

**Parte 2: O futuro do Jornalismo,
o futuro dos jornalistas**

2.1. O futuro do Jornalismo: O que jornalistas atuantes no mercado pensam sobre isso

Por Camila Vietri e Denise Paiero

Muito se fala a respeito do futuro do jornalismo, principalmente quando se trata do surgimento de novas tecnologias como a internet. Há quem diga que a profissão corre risco pela quantidade de informação produzida e compartilhada, não necessariamente, por jornalistas. Estamos em meio a uma cultura de convergência, de mídias, de ideias e de produções.

A internet está apenas no início de sua revolução. De acordo com James Harding (2015), da BBC, em 2025, a maioria das pessoas no Reino Unido provavelmente irá escolher os seus programas de televisão pela internet. Em 2030, possivelmente, todo mundo agirá assim. A antena de TV terá o destino da máquina de escrever. Há uma década, o número de pessoas superava o número de dispositivos conectados, na proporção aproximada de 10 para um. No ano passado, o número de telefones móveis superou pela primeira vez o número de pessoas. Em 2020, haverá no planeta cerca de 10 dispositivos conectados para cada ser humano.

Em “Cultura da convergência”, Henry Jenkins (2009) levanta discussões sobre uma realidade cada vez mais imersa no ambiente digital, revolucionada pela chamada cultura participativa. Em outras palavras, as formas de produzir conteúdo estão sendo alteradas, já que o público deixa de ser somente o receptor no processo de comunicação para tornar-se também o emissor.

Essa lógica, no entanto, transformou o jornalismo como um todo, levantando debates e quebrando paradigmas presentes na profissão. Para falar sobre o assunto, os jornalistas Ricardo Kotscho, Heródoto Barbeiro, Sérgio Dávila e Leonardo Sakamoto, em palestras realizadas durante o mês de abril de 2015, na

Universidade Presbiteriana Mackenzie⁸, explicaram a situação e sugeriram novas alternativas para o que muitos chamam de “crise do jornalismo”.

Seguindo a linha de raciocínio de Jenkins, Ricardo Kotscho, por exemplo, acredita que as novas tecnologias ampliaram ainda mais o mercado de trabalho, trazendo mais oportunidade e espaço. A rapidez com que as informações chegam e se dissipam e a quantidade de produzir conteúdos, hoje, surge com o advento da internet. Isso não significa que o jornalismo deixará de existir. Kotscho ainda afirma ser impossível separar a imprensa da história do país e do mundo.

O mediador entre os acontecimentos e o público continuará exercendo seu trabalho, mas em um formato diferente do tradicional, diretamente ligado à mídia impressa. De fato, a mídia impressa está diminuindo, mas essa crise não está associada ao fim da profissão. O profissional da área acompanha e traduz os acontecimentos à população, seja em jornais ou blogs, por exemplo.

Ele ressalta também que atualmente todos somos emissores e receptores de informação, mas que isso só rompeu com um formato tradicional. “Somos o futuro da profissão”, caso avancemos de acordo com os acontecimentos do mundo. Essa é a tal cultura convergente e participativa. O tradicionalismo não acompanha o dinamismo dessa nova realidade, o que não impossibilita o exercício de um bom jornalismo.

O maior desafio não é lutar contra computadores, tablets e smartphones. Ainda que sejam capazes de “pensar”, as máquinas são substituem o contador de histórias. Seguindo as ideias de Nelson Traquina (1999), a notícia é uma narrativa envolvente criada pelo jornalista. A objetividade pode ser alcançada por computadores, tablets e smartphones, o olhar humano para os acontecimento,

⁸ O evento, intitulado “15 anos de Jornalismo Mackenzie: O Jornalismo ontem, hoje e amanhã” aconteceu entre os dias 07 e 09 de abril de 2015 para comemorar o aniversário do curso de Jornalismo da UPM. Na oportunidade, dezenas de jornalistas e pesquisadores de Jornalismo participaram de palestras, debates e oficinas com os alunos da UPM, com o objetivo principal de discutir o futuro da profissão de jornalista, do Jornalismo e a formação dos jornalistas nos dias atuais. O evento foi organizado pela equipe que Coordena o presente projeto de Pesquisa. Os trechos aqui citados fizeram parte das falas dos jornalistas durante debates e palestras no evento e foram proferidos pelos jornalistas Leonardo Sakamoto, Sérgio Dávila, Ricardo Kotscho, Heródoto Barbeiro e Ailton Nasser.

todavia, não pode ser substituído. Talvez, o maior desafio seja o de reformular teorias e ideias.

A opinião é cada vez mais valorizada, principalmente dentro da profissão conhecida pela objetividade e neutralidade. São paradigmas quebrados pela era da tecnologia, em que opinar é também produzir conteúdo. De acordo com Heródoto Barbeiro, enquanto agregam-se opiniões aos fatos e notícias, o profissional deve manter a transparência e a honestidade, mesmo sabendo que não há verdade absoluta dentro do jornalismo. “Esse é o desafio que temos pela frente: ser jornalista enquanto todos podem ser jornalistas”.

O boom de informações e notícias merece cuidado. A internet, ao transformar o público em emissor, abre espaço para muita barrigada no jornalismo. A facilidade de divulgar e dissipar notícias é a qualidade e o defeito dessa realidade. O jornalista e blogueiro Leonardo Sakamoto complementa que, com a internet, as informações carecem de apuração e veracidade. Enquanto isso, o público incapaz de diferenciar a informação real da falsa, alimenta a ideia da “crise do jornalismo”.

No entanto, o jornalismo e os profissionais da área nunca foram tão necessários como nos dias de hoje, tanto para difundir informações verdadeiras como para formar bons leitores no meio digital. “Defendo um jornalismo que tenha recursos para apurar matérias e recursos para poder defender juridicamente os seus funcionários”, afirma Sakamoto.

Assim como Sakamoto, Sérgio Dávila acredita que com o meio digital, o jornalismo nunca foi tão lido na história da humanidade: “Nunca se consumiu tanto jornalismo”. Para o editor-executivo da Folha, sempre vai haver espaço para o repórter que vai até a rua. Ou seja, sempre terá gente paga para contar, editar e divulgar uma história, seja no ambiente digital ou impresso.

Em meio à discussão, já existem iniciativas para os tempos modernos. Idealizada por quatro brasileiros e um francês, a Indie Journalism buscou por novos caminhos e alcançou a era da internet ao oferecer produções de qualidade, desmitificando o conceito de que no mundo digital não há boas (e verídicas) histórias (OLIVEIRA, 2015). O jornalista Felipe Seligman, um dos cinco criadores

da Indie explica: "A internet é usada de forma muito forte para fazer o jornalismo em tempo real, sem passar, muitas vezes, pelo senso crítico que ele exige. Claro que há exceções, mas ainda não existe a lógica de que a internet também aceita a qualidade, não só quantidade. Queremos transformar essa exceção em regra"

Infelizmente, as visões distintas dos sócios envolvidos no projeto, fez com que o projeto saísse do ar. No entanto, a ideia de buscar por novos caminhos é que o que se deve esperar para a nova geração. "Vejo uma oportunidade para o jornalismo. Nós fomos criados na grande imprensa e somos defensores dela. Não somos jornalistas que atacam a imprensa que está aí. Só que acreditamos que existe espaço para inovar, arriscar", afirma Fernando Mello, também criador da Indie.

Outro projeto inspirado em mudar a forma de noticiar é o Snowfall, do The New York Times. Diferente da Indie Journalism, o Snowfall foi um sucesso e vem sendo um modelo para esta nova era. Trata-se de uma reportagem realizada pelo jornal norte-americano, em que foram utilizados recursos multimidiáticos, mesclando cibercultura, crossmedia e uma linguagem totalmente hipertextual. Ou seja, a tragédia de uma avalanche de neve em Washington foi contada sob fotos, vídeos, áudios, animações e texto, formato diferente do tradicional. A versão final divulgada em dezembro de 2013 recebeu o prêmio Pulitzer pela inovação e interatividade.

Foi um dos primeiros jornais a apostar na produção multimídia. Com o sucesso, o The New York Times adotará o formato como estratégia editorial de valorização do vídeo e da multimídia na produção jornalística, o que é o sonho de muitos jornais e veículos. O contra-argumento, porém, é o alto custo para que a teoria entre em prática. É a polêmica do "debate da paywal".

O paywall é um sistema de assinatura adotado pelos veículos de comunicação digitais, que permite que o consumidor acesse conteúdos restritos. O sistema vem sendo a alternativa para bancar as empresas jornalísticas na era digital. O debate surge ao lembrar que a internet é uma rede gratuita e recheada de informações que não exigem assinatura. O consumidor, muitas vezes, não vê necessidade em pagar por um serviço que ele pode ter graça em outro site, por

exemplo. No entanto, muitos dos consumidores optam pela assinatura, em troca de conteúdo de qualidade em meio à confusão de notícias da web.

No Brasil, como veremos no próximo capítulo deste trabalho, algumas iniciativas também já caminham no sentido de buscar alternativas ao jornalismo tradicional com qualidade e aproveitando a potencialidade da web.

Outro assunto em constante discussão é a possível substituição da jornalista pela máquina. Por incrível que pareça, já existe o chamado jornalismo em software, capaz de automatizar a escrita a partir de um banco de dados. Ainda recente e simplificado, mas já causa certo desconforto entre jornalistas. Retomando Traquina, todavia, uma notícia precisa de subjetividade para ser criada como narrativa, e essa talvez será a ferramenta dos profissionais contra a tecnologia.

Ailton Nasser é direto: “vale a pena ser jornalista”. Vale. O por quê? Pela paixão. Pela profissão. Pela importância do jornalismo para o mundo. Por enxergar os fatos com outros olhos. Pelo compromisso com a verdade e tantos outros princípios da profissão. Pela capacidade de expressar-se. O jornalismo caminha junto com a história do país e não cai nas mãos de qualquer um. Parafraseando Gabriel García Marquez, como Ricardo Kotscho, o jornalismo é sim a melhor profissão do mundo.

Referências:

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

HARDING, J. *O futuro do jornalismo, na visão da BBC*. Observatório da Imprensa, 17/02/2015, edição 838. Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/grande-pequena-imprensa/_ed838_o_futuro_do_jornalismo_na_visao_da_bbc/. Acessado em 20/08/2015.

OLIVEIRA, J. *Brasileiros criam "Indie Journalism" para unir leitores e jornalistas com grandes reportagens*, Portal Imprensa, São Paulo, 27/02/2014. Disponível em

http://www.portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/64254/brasileiros+criam+indie+journalism+para+unir+leitores+e+jornalistas+com+grandes+reportagens. Acessado em 23/08/2015.

TRAQUINA, N. As notícias. In TRAQUINA, Nelson (org). *Jornalismo: questões, teorias e “Estórias”*. 2ed. Lisboa: Veja, 1999.

_____. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. 2ed. V.1 Florianópolis: Insular, 2005.

_____. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. V.2. Florianópolis: Insular, 2005

2.2. O jornalismo na Internet e o novíssimo jornalismo socialmente relevante no Brasil

André Santoro e Denise Paiero

Introdução

O cenário contemporâneo é fértil em discussões sobre a transformação do jornalismo na era digital. As reflexões, no entanto, concentram-se ora no enfraquecimento dos veículos impressos, ora nas novas possibilidades tecnológicas que a internet oferece ao desenvolvimento de coberturas jornalísticas. Sobre o primeiro tópico, diversos autores já ofereceram visões que percorrem um amplo espectro de diagnósticos e previsões, com indicadores otimistas, neutros ou apocalípticos. Neil Henry (2007) é um dos pesquisadores que apontam para um cenário em que o ocaso – ainda que parcial – dos modelos tradicionais da imprensa se apresenta como prejudicial ao bom funcionamento dos regimes democráticos. Sua tese mais importante talvez seja a de que o advento das novas tecnologias trouxe não apenas inovação e transformação, mas também, em grande medida, o risco de que o jornalismo deixe de se apresentar como um dos pilares da investigação necessária à constante vigilância de governos e instituições em geral.

Sobre as possibilidades abertas pelas novas tecnologias, cabe recuperar a reflexão de Nelia Del Bianco, para quem “é legítimo afirmar que os aspectos centrais do paradigma jornalístico estão conquistando nova referencialidade, baseada em valores culturais da sociedade da informação” (2008: p. 8). O apontamento da autora é especialmente útil para evitar a simplificação de abordagens que tendiam a interpretar as novas configurações midiáticas como um processo de adaptação de rotinas e processos vigentes antes da disseminação da internet como plataforma jornalística. Uma análise mais contemporânea do jornalismo online deve situá-lo dentro dos procedimentos que são criados e atualizados a partir do universo das novas tecnologias da informação.

Um desses procedimentos tem relação direta com o consumo da informação. Para colocar em perspectiva os novos modelos de produção de notícias e reportagens, é crucial refletir sobre como as novas e as velhas gerações têm direcionado a atenção para a produção jornalística. Em artigo recente, Alexandre Rodrigues e João Luiz Rosa, do jornal Valor Econômico, constataram que, no ambiente digital, “cada pessoa será capaz de descobrir quais temas mais lhe interessam, e aos quais vai dedicar mais atenção, sem comprometer a integridade do conhecimento. À ameaça da desatenção, o ideal seria construir uma atenção seletiva” (2015: *online*). O que isso significa e quais serão os impactos reais desses novos modelos? Ainda não podemos oferecer respostas a essas questões. Mas ao menos uma constatação já pode ser feita: a de que não haverá, talvez nunca mais, consumidores passivos de informação como havia antes do jornalismo digital.

Diante desse cenário, surgem em vários países empresas e iniciativas jornalísticas que ocupam o vácuo deixado pela imprensa tradicional, que deixou de ter a exclusividade da seleção e organização das informações que devem ser levadas ao público. Os paradigmas sobre o processo de *gatekeeping* apresentados por David Manning White em 1950, entre tantas outras contribuições conceituais aos estudos do jornalismo, tornaram-se ao menos parcialmente obsoletos após a consolidação dos meios digitais. Os veículos que nasceram e se desenvolveram na internet, pulverizados em vários endereços na rede mundial, cada qual com o seu pequeno ou grande universo de leitores, têm hoje uma função relevante: a organização e disseminação de informações que, devido aos modelos que ajudaram a consolidar o jornalismo pré-digital, especialmente no período posterior à Segunda Guerra Mundial, não eram privilegiadas pelos *gatekeepers* historicamente consolidados.

A nova imprensa alternativa brasileira

Nesse sentido, propomos um estudo sobre agências e grupos articulados de produção de conteúdo que começam a despontar no jornalismo digital brasileiro.

Em nossa interpretação, esses produtores e difusores de informação configuram-se como uma espécie de nova imprensa alternativa. Emprestamos, aqui, um excerto da obra de Bernardo Kucinski, que define como imprensa alternativa os “pasquins irreverentes e panfletários” (2003: p. 21) que marcaram a história do Brasil em vários momentos, especialmente nos períodos em que houve algum tipo de repressão à atividade jornalística, como na última ditadura militar, que vigorou de 1964 a 1985.

Temos claro que não há, no Brasil atual, movimentos sistemáticos e institucionalizados de controle da atividade jornalística, como a censura que vigorou antes da retomada democrática. Não obstante, as mídias tradicionais seguem desempenhando sua função de *gatekeepers* primários – embora não saibamos por quanto tempo poderão manter esse privilégio, se é que ainda o têm. E elas próprias, diante da internet, se apresentam como sistemas de controle do livre tráfego das informações. Daí a relevância da nova imprensa alternativa, especialmente daquela que orienta sua cobertura para temas socialmente relevantes. Nessa linha de reflexão, como já apontaram Silva e Andrade, “a apropriação do espaço digital por meios não-hegemônicos pode ser feita de maneira a expandir as capacidades narrativas do jornalismo tradicional” (2014: p. 140).

Para reforçar a nossa proposta, apresentamos no presente artigo dois veículos jornalísticos que se destacaram, nos últimos anos, pela seriedade de suas coberturas e pelo comprometimento com uma temática de cunho social, geralmente com ênfase em questões relacionadas aos direitos humanos: a Agência Pública (www.apublica.org) e a Ponte (www.ponte.org). Ambas surgiram nos últimos cinco anos e são mantidas por doações individuais e empresariais, além de parcerias com instituições não-governamentais.

Cabe apontar que a expressão “imprensa alternativa” foi usada recentemente no Brasil para denominar um conjunto de blogs e colunistas que se posicionam, em seus espaços na internet, de forma predominantemente contrária à grande mídia – a qual, por sua vez, apresenta uma postura refratária a grandes coberturas voltadas a temas como direitos humanos e das minorias, violência policial etc. Em 2013, por exemplo, “Imprensa Alternativa 2.0” foi o título um ciclo de debates

que reuniu os jornalistas Paulo Henrique Amorim e Luis Nassif em São Paulo. Ambos têm espaços próprios na internet e contam até mesmo com patrocínio de grandes empresas públicas, mas raramente ultrapassam as fronteiras do articulismo – atualmente pró-governo e contrário à cobertura oposicionista de alguns veículos tradicionais, como a revista *Veja*. Julgamos, porém, que essa perspectiva não configura uma "imprensa alternativa" presente no ambiente digital, pois não há, na produção desses articulistas, investigações e coberturas jornalísticas propriamente ditas.

Em nosso entendimento, a Agência Pública e a Ponte, entre outros projetos semelhantes, são a real imprensa alternativa contemporânea, ou, como preferimos, "imprensa alternativa 2.0", para reforçar a sinergia dessas novas práticas com as possibilidades abertas pelo ambiente digital. Essa ideia se aproxima novamente das formulações de Kucinski, que caracterizou a imprensa alternativa existente durante a última ditadura militar no Brasil como um "pólo agregador da sociedade civil" (2003: p. 19) que operava a partir de organizações jornalísticas clandestinas e/ou assumidamente de esquerda, todas com um posicionamento político de oposição ao regime político vigente à época. As diferenças são muitas: as organizações atuais não são clandestinas, nem sempre (mas com frequência) se apresentam com o ideário da esquerda e as críticas ao regime político vigente são muito distintas da grita contra a ditadura do período de 1964 a 1985. Mas a ambição de agregar a sociedade civil em torno de objetivos e ideais claramente definidos – e quase sempre relacionados aos direitos humanos – permanece como marca de identificação.

Ponte e Agência Pública na cobertura da violência policial

A partir dessas considerações, e para demonstrar a validade de nossa proposição, analisamos duas reportagens veiculadas no ano de 2015 e com temas relacionados à violência policial no Brasil: "Como se absolve um policial" (<http://apublica.org/2015/03/como-se-absolve-um-policial>), de João Peres, Moriti Neto e Thiago Domenici; e "PM de SP bate recorde de mortes e não reduz crimes" (<http://ponte.org/pm-de-sp-bate-recorde-de-mortes-e-nao-reduz-crimes>), de André Caramante. A primeira narra episódios em que policiais

militares acusados de crimes foram inocentados, com destaque para o assassinato de Dileone Lacerda de Aquino, ocorrido em 2011. A segunda traz dados sobre os 816 assassinatos cometidos por policiais militares no estado de São Paulo em 2014. Com base nas estatísticas oficiais e em depoimentos de fontes relevantes, como um ex-secretário nacional de Segurança Pública, o texto organiza informações sobre a impunidade dos agentes de segurança.

Em ambas prevalece a ideia central de que as forças policiais de São Paulo (há uma delimitação geográfica nas reportagens) praticam homicídios sem que haja ferramentas apropriadas de controle. De certa forma, os autores abrem mão de paradigmas como a imparcialidade. E avançam no sentido de trazer informações e depoimentos relevantes, ainda que bastante influenciados pela denúncia que compõe os textos.

Na primeira reportagem citada, o foco da investigação é a denúncia de um “auto de resistência” forjado pela Polícia Militar de São Paulo. Como em tantas outras ocasiões, policiais militares no exercício de suas funções executaram um cidadão detido pelas forças de segurança e, posteriormente, para encobrir o homicídio, apresentaram um relatório em que narravam uma suposta agressão cometida pelo preso, que teria sido revidada pelos policiais, resultando na morte do detento. Em um desdobramento incomum, dado o medo de represálias que costuma impor uma lei do silêncio nesses casos, uma testemunha relatou o que realmente havia ocorrido. E o relato dessa mulher deflagrou uma operação de investigação sobre a conduta dos policiais. No desfecho do caso, os policiais foram levados a um júri popular, que reconheceu o homicídio, mas inocentou os réus – graças a uma atuação bastante incisiva do advogado de defesa dos acusados, que se valeu do histórico policial de Dileone de Aquino, envolvido previamente em um roubo.

Uma das conclusões da reportagem é a crítica ao sistema judicial brasileiro e à concepção, bastante disseminada no Brasil, de que criminosos podem e devem ser punidos com a morte, ainda que a pena capital inexista em nosso código penal:

Essa é mais uma entre tantas histórias que não deixam dúvidas de que, para avançar no combate a ações ilegais de policiais, o

país precisa acelerar a Justiça no sentido de que a impunidade não prevaleça e a criminalidade seja controlada sem violação dos direitos humanos. O que passa também por uma mudança de mentalidade da própria sociedade, representada no júri que absolveu os assassinos de Dileone (2015, *online*).

Ao avançar na apresentação de dados alarmantes sobre a violência policial, a reportagem se vale de opiniões sobre o tema proferidas por governantes e autoridades:

“Quem não reagiu está vivo”, disse o governador Geraldo Alckmin sobre uma operação da Rota em São Paulo, no ano de 2012, que terminou com a morte de nove pessoas. “A polícia é o melhor inseticida social”, disse o então comandante da PM do Rio de Janeiro, Marcus Jardim, depois de uma chacina na Vila Cruzeiro, onde outras nove pessoas morreram, como destacou o relatório da ONU de 2008 (2015, *online*).

As declarações ajudam a reforçar o conceito de que a violência (e a impunidade) de policiais não apenas é tolerada, como muitas vezes estimulada por lideranças que deveriam exercer a função de zelar pelo cumprimento das leis e garantir que pessoas sob custódia do poder público não sejam assassinadas. Mas o que sobressai, em nossa análise preliminar, é a crítica *per se*. Minimizada na imprensa tradicional, a cobertura que expõe as ilegalidades cometidas ou pronunciadas por governantes e autoridades é amplificada nas reportagens da nova imprensa alternativa brasileira.

Na segunda reportagem citada, o foco é a estatística de assassinatos cometidos por policiais no estado de São Paulo. Em 2014, de acordo com levantamento do jornalista André Caramante – um dos mais ativos na produção de textos sobre o tema da violência policial –, a Polícia Militar de São Paulo matou 816 pessoas, número muito superior ao de 2013, ano em que foram registradas 574 mortes. De forma complementar, o jornalista aponta que o alto número de assassinatos cometidos pela polícia não resultou em menos crimes:

Ao mesmo tempo em que a letalidade dos policiais militares bateu recorde em 2014, o combate aos crimes contra o patrimônio, apontado pela gestão de Geraldo Alckmin como prioridade na área de segurança pública, não evoluiu (2015, *online*).

Na tentativa aparente de buscar um contraponto junto às autoridades estaduais de São Paulo, o jornalista informa que procurou o secretário estadual de segurança pública e o comandante-geral da Polícia Militar, mas não obteve retorno:

Procurados desde o dia 8 deste mês para se manifestar sobre a letalidade policial, o recém-empossado secretário da Segurança Pública da gestão de Geraldo Alckmin (PSDB) à frente do governo de São Paulo, Alexandre de Moraes, e o seu novo comandante-geral da PM, coronel Ricardo Gambaroni, não atenderam ao pedido de entrevista.

A reportagem ainda solicitou que o secretário Moraes e comandante-geral Gambaroni indicassem representantes para falar sobre a letalidade dos policiais militares, mas ambos não se manifestaram sobre o pedido.

Na tarde desta sexta-feira (09), a assessoria de imprensa da Secretaria da Segurança Pública perguntou à reportagem, por telefone, “qual seria a costura da matéria” e ficou de retornar, mas isso não aconteceu até hoje (2015, *online*).

O trecho anteriormente citado merece uma reflexão mais detalhada. À primeira vista, trata-se apenas da tentativa de buscar alguma imparcialidade no processo de apuração da reportagem. Ao procurar representantes do poder público que pudessem de alguma forma rebater ou justificar os dados apresentados, o jornalista aparentemente se afasta de um teor mais crítico em relação aos governantes. Essa, no entanto, é uma visão superficial, pois o objetivo do texto parece ser justamente apresentar uma crítica à conduta do governo do estado. Nesse caso, portanto, a ausência de declarações do poder público é um elemento simbólico que reforça a tese construída pelo repórter – a de que as forças de segurança não apenas não condenam, como também estimulam a violência policial.

Para efeito de comparação, um texto recente publicado pelo jornal “Folha de S. Paulo” também traz uma espécie de denúncia das irregularidades da Polícia Militar de São Paulo (“Assassinatos causados por PMs somem de estatísticas da gestão Alckmin”, de Lucas Ferraz e Rogério Pagnan, publicado em

10/11/2015 – <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/11/1704292-mortes-causadas-por-pms-somem-de-estatisticas-da-gestao-alckmin.shtml>).

A reportagem, publicada nas edições impressa e eletrônica do jornal, traz um dado que, de certa forma, complementa o texto de André Caramante, citado anteriormente: ao tomar conhecimento do número crescente de homicídios praticados pela Polícia Militar do estado, o governo de São Paulo optou por modificar o método de obtenção das estatísticas de assassinatos cometidos por policiais. Mas o texto do jornal prescinde de depoimentos de especialistas sobre a situação apresentada, atenuando parcialmente a visão crítica em relação ao tema. E destina um espaço bastante generoso para o “outro lado” – a versão do governo do estado de SP sobre o ocorrido:

A Secretaria da Segurança disse que não computou as chacinas e os assassinatos praticados por PMs de serviço porque, no boletim de ocorrência, não havia informações sobre isso. Sobre as chacinas, segundo nota enviada à reportagem, disse que "o caso foi registrado como homicídio, até porque no momento de seu registro a autoria era desconhecida." Sobre o caso do Butantã, diz que inicialmente foi registrado no boletim de ocorrência como "morte decorrente de intervenção policial". No caso da Rota, diz que as investigações estão em andamento, mas que já há convicção de "ilegalidade" na ação dos policiais (2015, *online*)

Esse destaque generoso para a voz oficial, em nossa interpretação, não indica apenas a necessidade de buscar a imparcialidade na construção da reportagem – algo bastante recomendado nos manuais de redação de vários periódicos brasileiros, inclusive no da Folha de S. Paulo. O “outro lado” apresentado no texto também indica uma maior preocupação do poder público com o conteúdo veiculado nos veículos tradicionais, que mereceriam, nessa interpretação, uma atenção mais cuidadosa. O que não logramos descobrir é o motivo desse zelo diferenciado, posto que a capilaridade dos veículos exclusivamente digitais pode representar uma grande vantagem competitiva em relação à mídia pré-internet.

Considerações

Discutida a partir de um viés histórico que enfatiza a necessidade de coberturas relevantes em regimes de exceção, a imprensa alternativa brasileira foi um

marco importante da luta pela democracia durante a última ditadura militar no país. Após a abertura política do país, no entanto, ela se dissolveu graças à retirada progressiva da censura estatal imposta aos meios de comunicação. Mas o surgimento da internet trouxe novamente a necessidade de se discutir possibilidades de cobertura que extrapolem a produção de conteúdo dos veículos tradicionais. Nesse contexto, cabe discutir o surgimento de uma nova imprensa alternativa, não mais vinculada à luta política contra a ditadura, mas a temas que não encontram espaço em jornais e revistas com projetos editoriais já consolidados – e muitas vezes associados a partidos, governos e grupos econômicos.

A nova configuração traz a necessidade de atualizar a denominação – daí o uso da expressão “imprensa alternativa 2.0” – para agrupar os veículos digitais que privilegiam a elaboração de reportagens vinculadas a uma temática muitas vezes deixada em segundo plano pela imprensa tradicional. Apresentamos, neste trabalho, dois desses veículos: a Agência Pública e a Ponte. Ambos dão ênfase a temas relacionados aos direitos humanos em geral. Para a constituição do objeto de pesquisa, escolhemos duas reportagens sobre a violência policial em São Paulo.

A análise dos dois textos citados corrobora a tese de Carlos Rogé Ferreira sobre a utilização da reportagem como espaço de ruptura em relação aos temas que o sistema da mídia tradicional não quer “ver nem discutir” (2003: p. 325). E justifica a identificação dos novos sites colaborativos e não vinculados aos grandes grupos midiáticos como a imprensa alternativa dos dias de hoje.

Referências

Caramante, André (2015). “PM de SP bate recorde de mortes e não reduz crimes”. *Ponte*. Disponível em <<http://ponte.org/pm-de-sp-bate-recorde-de-mortes-e-nao-reduz-crimes>>. Acesso em 28/12/2015.

Del Bianco, Nelia (2008). *A internet como fator de mudança no jornalismo*: BOCC. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>>. Acesso em 28/12/2015.

Ferraz, Lucas; Pagnan, Rogério (2015). "Assassinatos causados por PMs somem de estatísticas da gestão Alckmin". *Folha de S. Paulo*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/11/1704292-mortes-causadas-por-pms-somem-de-estatisticas-da-gestao-alckmin.shtml>>. Acesso em 28/12/2015.,

Ferreira, Carlos R (2003). *Literatura e Jornalismo, Práticas Políticas*: Edusp.

Henry, Neil (2007). *American Carnival: Journalism under Siege in an Age of New Media*: University of California Press

Kucinski, Bernardo (2003). *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*: Edusp.

Peres, João; Neto, Moriti; Domenici, Thiago (2015). "Como se absolve um policial". Agência Pública. Disponível em <<http://apublica.org/2015/03/como-se-absolve-um-policial>>. Acesso em 28/12/2015.

Rodrigues, Alexandre; Rosa, João Luiz (2015). "Os novos consumidores de informação". *Jornal Valor Econômico*. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/grande-pequena-imprensa/os-novos-consumidores-de-informacao/>>. Acesso em 28/12/2015.

Silva, M. P.; Andrade, T. P. (2014). Resistência na 'sociedade de controle': jornalismo alternativo e novas linguagens. Disponível em: <<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/5330/3634>>. Acesso em 28/12/2015.

White, David Manning (1950). "The "gate keeper": A case study in the selection of news". *Journalism Quarterly* 27: 383–391.

2.3. Jornalistas e assessores de imprensa: novos caminhos para o profissional de jornalismo

Willian Paulo Amaral Fernandes e Denise Paiero

Introdução

As novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, conforme publicado no Diário Oficial da União (seção 1, p. 26), em 1º de outubro de 2013, reforçaram a divisão da comunidade jornalística entre os que consideram a assessoria de imprensa como parte integrante do Jornalismo e aqueles para quem a atividade encontra-se inserida na esfera das relações públicas. Isso ocorreu porque, segundo a resolução do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior (CNE/CES), o ensino da prática e rotina, assim como a realização de projetos, em assessoria de imprensa torna-se exigência às graduações em jornalismo (mudanças expressas de forma mais evidente no Art. 4º, inciso VII, e no Art. 5º, inciso III, alínea I).

O fato de muitos jornalistas não considerarem a assessoria de imprensa como atividade integrante da *práxis* jornalística gerou polêmica e polarizou ainda mais a classe desses profissionais.

Representante da vertente oposicionista às Novas Diretrizes Curriculares, o professor titular de Jornalismo da ECA-USP Ciro Marcondes Filho lamenta a resolução no dossiê publicado na 188ª edição da revista CULT:

[as novas diretrizes são] um retrocesso em todo um trabalho de décadas, que se propunha à construção de mentes críticas na imprensa brasileira (MARCONDES FILHO, 2014, p. 23).

O conservadorismo contido na asserção de Marcondes Filho, no entanto, vai de encontro à realidade do mercado de trabalho disponível para os jornalistas.

Segundo os resultados da pesquisa *Quem é o jornalista brasileiro?*, realizada em 2012 pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Após entrevistar 2.731 jornalistas de todo o Brasil e do exterior, descobriu-se que 40% deles trabalham fora da mídia e destes, 68,3% são contratados primordialmente como assessores de imprensa.

A relação direta entre cidadãos e poder, como se dava na antiga ágora grega, é, há muito, inviável. A instituição democrática contemporânea depende e se alicerça na mediação da chamada realidade primária por meio do trabalho desempenhado pelos jornalistas que, como afirmaram Kovach e Rosenstiel (2000), desde o início da formulação da pauta até o produto jornalístico final, devem fazer escolhas e tomar decisões em meio a um tsunami informacional disperso, em nome de um público livre e capaz de governar a si mesmo.

Mas o que interessa aqui é falar do mediador das relações existentes entre as instituições públicas e privadas ou personalidades (pessoa pública ou celebridade) e a imprensa: o assessor.

(...) as relações com a imprensa passaram a constituir preocupação prioritária na estratégia das instituições, tanto as empresariais quanto as governamentais, para as interações com a sociedade – à qual se ligam, hoje, mais por teias comunicativas do que por atividades ou ações de materialidade objetiva (CHAPARRO, 2002, p. 3).

Diante disso, é importante, para o jornalista ingressante no mercado de trabalho, ter ciência acerca de qual postura tomar diante dos obstáculos e dificuldades que se apresentarão ao longo de seu caminho como profissional de assessoria de imprensa e quais demandas lhe serão exigidas no âmbito de suas habilidades e competências.

Buscando suprir essa necessidade, por meio de 45 entrevistas com assessores de imprensa formados em jornalismo entre 2004 e 2013, esta pesquisa possibilitou a constituição de uma abordagem mais direta acerca do trabalho exercido pelo jornalista imerso no mundo da comunicação organizacional e a

elaboração de um conjunto de orientações aos jornalistas-assessores, auxiliando-os a evitar equívocos triviais e a desempenhar suas funções de forma mais eficiente. Além disso, foi possível elucidar que a disciplina de assessoria de imprensa, agora obrigatória nas diretrizes curriculares dos cursos de jornalismo, é necessária para os graduandos.

Além do conjunto de orientações aos futuros estagiários e recém-graduados em Jornalismo que atuarão na área de assessoria de imprensa e da comprovação da necessidade de ensinar suas práticas nas graduações de Jornalismo, a pesquisa também pode auxiliar no direcionamento e organização das disciplinas de assessoria de imprensa nos cursos de graduação em jornalismo.

O surgimento da Comunicação Organizacional

Em 1906, o jornalista Ivy Lee abandonou as redações e inaugurou o primeiro escritório de Assessoria de Imprensa do mundo, em Nova Iorque. Em meio à ideologia do capitalismo selvagem, onde a obtenção de lucro era o valor máximo e a competição era extrema, o grande feito de Lee foi reconstruir a imagem de John Rockefeller, o mais odiado *businessman* americano, que passou a ser idolatrado pela opinião pública. Isso se deu por meio do envio de informações relativas à empresa de Rockefeller à mídia, que eram publicadas de forma jornalística (mídia espontânea) ao invés de publicitária (espaço pago).

Mais de duas décadas depois, a demanda por trabalhos de assessoria de imprensa aumentou consideravelmente nos EUA, devido à crise de 1929. Houve, então, uma crescente demanda da população americana para entender e não apenas conhecer a realidade caótica que os circundava. Desse modo, para atender a tais necessidades de transparência, as instituições se organizaram, por meio de projetos de assessoria de imprensa ou relações públicas, para servirem de fontes de informação.

Já no hemisfério sul, Chaparro (2002) explica que o Brasil experimentou o crescimento das relações públicas a partir de 1964. Devido ao plano de autodivulgação do governo militar, foi delegado à Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República (Aerp) um poder de “superministério”. A Aerp cuidava do cultivo da face popular da ditadura.

Em meio à utilização em excesso da propaganda política, os relações públicas viram um mercado se ampliando, bem como os setores assessoria de imprensa. Este último, por sua vez, acabou atraindo diversos jornalistas, cujo sucesso no ramo se consolidou, principalmente, com as diferenças entre os *press releases* feitos pelos RP's – cheios de adjetivos e qualificações positivas, associados aos seus assessorados – e os textos dos jornalistas, os quais baseavam-se em critérios jornalísticos, que funcionava mais como um relatório.

Tal diferença foi constatada no artigo escrito pelo jornalista Rangel Cavalcante, publicado em 29 de março de 1976, no Jornal do Brasil, em que condena a atividade de órgãos públicos.

[os órgãos públicos] jogam milhões de cruzeiros por ano nas cestas de papéis velhos de jornais sob a forma de comunicados e press releases mal feitos, que frequentemente nada contém de interesse dos leitores. Neles, predominam expressões como 'dinâmico governador', 'eficiente diretor', 'zeloso dirigente' etc (CAVALCANTE, 1976 apud CHAPARRO, 2002, p.14).

Já a proposta jornalística de assessoria de imprensa, como coloca muito bem Chaparro, teve seus méritos ressaltados no mesmo artigo de Cavalcante, ao discorrer sobre as assessorias do Congresso Nacional.

[elas] disponibilizavam um material de consulta não dirigido e onde nenhum deputado ou senador é chamado de ilustre, eficiente, dinâmico e brilhante (CAVALCANTE, 1976 apud CHAPARRO, 2002, p.15).

A ruptura entre assessoria de imprensa e relações públicas ocorreu quando, em 1984, no I Encontro dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa, em Brasília, o presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Audálio Dantas, anunciou um acordo feito com a presidente do Conselho Nacional de Relações Públicas (Conrep), Vera Giangrande, segundo o qual o segmento de Relações Públicas cederia a área de assessoria à comunidade jornalística.

Nesse contexto, em 1971, Reginaldo Fiotti e Alaor José Gomes largaram as redações e fundaram a Unipress e Ênio Campói, em 1973, a Mecânica de Comunicação Ltda., ambas empenhadas em um novo conceito em assessoria de imprensa.

Até aqui, dois pontos de discussão têm suas respostas claramente colocadas: 1) assessoria de imprensa é uma das áreas de atividade jornalística no Brasil desde 1984 e 2) jornalistas e relações públicas desempenhavam (e desempenham) atividades comunicativas de formas completamente distintas. Portanto, assessor de imprensa não é relações públicas.

O mercado de trabalho e o Jornalista Assessor

Uma pesquisa de 2012, intitulada “Quem é o jornalista brasileiro? – O perfil da profissão no país”, do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina em parceria com o FENAJ, destrinchou as particularidades do profissional de comunicação tupiniquim e pôs em cheque alguns mitos sobre a profissão.

Participaram do levantamento 2.731 jornalistas. Dentre estes, 55% atuam na mídia, 5% trabalham como docentes e 40% atuam fora da mídia, em funções que utilizam o conhecimento jornalístico, como assessoria de imprensa, por exemplo. Isso nos mostra a amplitude das opções que o profissional formado em jornalismo pode optar, além das redações.

Outro fator a se considerar é que o percentual de jornalistas que trabalham em redações sofreu considerável redução no Brasil, uma vez que a crise dos veículos de comunicação se agravou ainda mais nos últimos três anos, vide as recentes ondas de demissões no jornal *Estado de S. Paulo* e na Editora Abril, para citar duas grandes empresas.

Em relação aos 40% de jornalistas que trabalham fora da mídia o levantamento mostrou que: 1) pouco mais de um terço desses profissionais atuavam em empresas de assessoria de imprensa ou comunicação; 2) 68,3% eram contratados inicialmente como assessores e 3) entre as cinco funções mais desempenhadas pelos jornalistas, a assessoria de imprensa fica em primeiro lugar, com 87% dos profissionais.

Tal pesquisa foi o ponto de partida para estes estudos em assessoria de imprensa. A pesquisa evidencia um ramo de atuação muitas vezes visto com desprezo e preconceito pelos profissionais de redação e pelos universitários, principalmente por falta de conhecimento. Em contrapartida, é uma área que cada vez mais atrai profissionais, com melhores perspectivas de oportunidades, salário e segurança no emprego (imunes aos “passaralhos”).

As atividades do assessor de imprensa

Segundo a 4ª edição do Manual de Assessoria de Imprensa da FENAJ (2007), ao jornalista-assessor cabem as seguintes funções:

Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits; relacionamento formal e informal com os pauteiros, repórteres e editores da mídia; acompanhamento de entrevistas de suas fontes; organização de coletivas; edição de jornais, revistas, sites de notícia e material jornalístico para vídeos; preparação de textos de apoio, sinopses, súmulas e artigos; organização do mailling de jornalistas; clipping de notícias (impressos, Internet e eletrônicos) arquivo do material jornalístico participação na definição de estratégias de comunicação (FENAJ, 2007 p. 10 e 11).

Muitas pessoas encaram o assessor de imprensa como um mero secretário dos redatores, quando suas funções vão muito além de escrever *press releases* e ligar para “atormentar” os repórteres-estrelas, em suas redações que mal tem espaço para tanto ego. As diversas aptidões necessárias a um assessor serão abordadas mais a frente com os resultados da pesquisa que mostrarão como cumprir de forma eficiente e efetiva as funções colocadas pelo manual da FENAJ.

Metodologia

A metodologia de estudo adotada para este trabalho envolveu tanto métodos quantitativos como qualitativos com o objetivo de desenvolver uma abordagem mais profunda da atividade do assessor de imprensa brasileiro. Os dados

necessários foram reunidos majoritariamente por meio de uma pesquisa *online* com 45 jornalistas-assessores, formados entre 2004 e 2013.

O levantamento foi composto de 19 perguntas que trouxeram a questão do ensino de assessoria de imprensa nos cursos de graduação em Jornalismo; se os estudos na universidade foram suficientes para desempenhar a função; quais são as habilidades que o mercado exige de um assessor; quais são as funções mais desempenhadas no dia a dia desse profissional e quais conquistas e dificuldades se apresentaram na carreira de cada profissional.

Além disso, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o surgimento da assessoria de imprensa no mundo e no caso particular do Brasil; como os jornalistas se inserem em tal processo; o desenvolvimento da profissão no país ao longo dos anos e o efeito disso para os jornalistas – os que já estão no mercado e os que ainda ocupam as cadeiras universitárias.

Método quantitativo

O levantamento *online*, como já foi citado acima, trouxe 45 respostas de jornalistas-assessores e incluiu, em primeiro lugar, questões burocráticas: nome completo, idade, tempo de formação e instituição de ensino superior que frequentou. Logo em seguida vieram as perguntas de ordem quantitativa, com três opções de resposta: “sim”, “não” e, em alguns casos, “de forma parcial”.

Tais questões foram:

- Você considera a disciplina de assessoria de imprensa necessária aos cursos de graduação em Jornalismo?
- O seu curso de graduação abordou a área de assessoria de imprensa?
- Havia uma disciplina específica para tratar de assessoria de imprensa?
- O conhecimento oferecido pelo seu curso de graduação foi suficiente para trabalhar na área?
- Assessoria de Imprensa é Jornalismo?

Essa abordagem permitiu uma breve análise de como a universidade está lidando com o crescente mercado de assessoria de imprensa e se os profissionais ficaram satisfeitos com o ensino da atividade. Além disso, também

abrange como os jornalistas se sentem em relação à assessoria de imprensa e se consideram a área como parte do jornalismo.

Entre as universidades que participaram do levantamento (tabela 1), o Mackenzie ficou em primeiro lugar em número de respostas, reunindo cerca de 64% das respostas:

Tabela 1: *Universidades dos alunos que responderam à pesquisa online.*

Instituição de ensino em que se graduou	Número de alunos que responderam	% do total de respostas
UPM – Universidade Presbiteriana Mackenzie	29	64,4%
USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul	4	35,6%
UNESP – Universidade Estadual Paulista	2	
Universidade Metodista	2	
Faculdade Cásper Líbero	1	
FAPCOM – Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação	1	
FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis	1	
FUMEC – Fundação Mineira de Educação e Cultura	1	
UFSM – Universidade Federal de Santa Maria	1	
UNIFIEO – Centro Universitário FIEO (Fundação Instituto de Ensino para Osasco)	1	
UNIP – Universidade Paulista	1	
Unisantana – Centro Universitário Sant’Anna	1	

Método Qualitativo

Foi realizado um levantamento bibliográfico que envolveu a obra *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia* (2002), que reúne uma série de artigos acerca dessa esfera de atuação profissional; um dossiê publicado na 188ª edição da Revista Cult, intitulado *O fim do jornalismo crítico?* (2014), que traz a reflexão de jornalistas e acadêmicos sobre as novas diretrizes curriculares para os cursos de Jornalismo; as próprias novas diretrizes curriculares do MEC, que incluem o ensino e desenvolvimento e trabalhos na em assessoria de imprensa nas universidades; a 4ª edição do manual de assessoria de imprensa da FENAJ e a pesquisa *Quem é o jornalista brasileiro?* (2012), da UFSC em convênio com a FENAJ.

A leitura desse material aliada a minha experiência de mercado em uma agência de comunicação por cerca de sete meses me permitiu compreender melhor a atividade em questão do ponto de vista histórico e de seu desenvolvimento no Brasil; as funções desempenhadas por um assessor em sua rotina de trabalho; como o Ministério da Educação e a Federação dos Jornalistas acompanham e agem diante da evolução do mercado e a situação atual dos jornalistas brasileiros.

Após a bagagem teórica, partimos para a seção do questionário *online* que trata de questões dissertativas sobre a rotina profissional do assessor de imprensa:

- Descreva quais competências a profissão de assessor de imprensa mais exigiu de você.
- Descreva quais funções você mais desempenha como assessor desde o seu ingresso no mercado.
- Descreva qual(is) foi/foram a(s) sua(s) maior(es) conquista(s) na profissão e, principalmente, como foi possível chegar lá.
- Descreva qual(is) foi/foram a(s) maior(es) dificuldade(s) no desempenho da profissão e por quê.

Por meio da informação adquirida, foi possível traçar quais são as competências e funções mais exigidas e desempenhadas pelo assessor de imprensa, bem como verificar o que foi necessário para atingir conquistas e lidar com dificuldades.

Dessa forma é possível traçar o perfil do profissional de comunicação organizacional e identificar as principais demandas do mercado. Isso auxiliará os atuais e futuros jornalistas a compreenderem o que de fato é essa tal assessoria e até mesmo obter uma preparação para ingressar na área.

Resultados e Discussão

Academia e mercado

A assessoria de imprensa é uma área negligenciada por grande parte dos jornalistas, como uma esfera de atuação da profissão, tanto por profissionais atuantes em redações, como os docentes, na academia. No dossiê *O fim do Jornalismo crítico?*, publicado na 188ª edição da Revista Cult, sobre as novas diretrizes curriculares do MEC para os cursos de Jornalismo, o professor de jornalismo titular da ECA-USP Ciro Marcondes Filho condena a aproximação entre universidade e mercado:

Todos os membros da Comissão “Marques de Melo”, que elaborou o projeto [das novas diretrizes], faziam parte do mesmo credo, compunham um mesmo espírito que hoje grassa na universidade brasileira, de afastamento da Academia, de suas pesquisas, sua reflexão de base, suas teorias, e aproximação ao mercado, forçando o curso a uma aproximação mais técnica do que intelectual (MARCONDES FILHO, 2014, p. 24).

O primeiro contraponto é que o Jornalismo é uma profissão teórico-prática, gostem os adoradores da teoria ou não. Não há como inundar os alunos apenas com teorias filosóficas e sociológicas, sem muni-los simultaneamente de aptidões técnicas, tais como de escrita jornalística em seus diversos gêneros, noções de fotografia, edições áudio-visuais, diagramação e, principalmente, de técnicas de assessoria de imprensa. A área empregava, de acordo com a pesquisa *Quem é o jornalista brasileiro?* (UFSC), em 2012, 68,3% dos jornalistas que trabalham fora da mídia – além de ser a função mais exercida por esses profissionais em 87% dos casos até aquele ano.

Quanto à opinião dos alunos, cerca de 90% dos jornalistas que responderam à pesquisa *online* afirmaram que o conhecimento sobre assessoria de imprensa na universidade foi insuficiente para enfrentar o mercado de trabalho. Entre as principais causas dessa insatisfação está o excesso de teoria: aproximadamente um em cada cinco jornalistas apontam que há pouca prática nas disciplinas de assessoria (tabela 2).

Tabela 2: *Por que o conteúdo abordado sobre assessoria de imprensa não foi o suficiente para o mercado de trabalho?*

Justificativa	Número de recorrência em respostas	% de recorrência em respostas
Superficialidade/conteúdo básico	15	33,3%
Muita teoria e pouca prática	10	22,2%
Pouco tempo para tratar do assunto/ apenas uma disciplina	5	11,1%
Assessoria de Imprensa é mais do que escrever <i>press releases</i>	5	11,1%

Embora o ensino de assessoria de imprensa tenha se tornado obrigatório a partir das novas diretrizes curriculares, muitas universidades já haviam se antecipado. Quase 96% dos jornalistas que responderam à pesquisa afirmaram que o ensino de assessoria de imprensa é necessário nas universidades (gráfico 1) e 82% dos profissionais tiveram uma disciplina específica para tratar do assunto (gráfico 3).

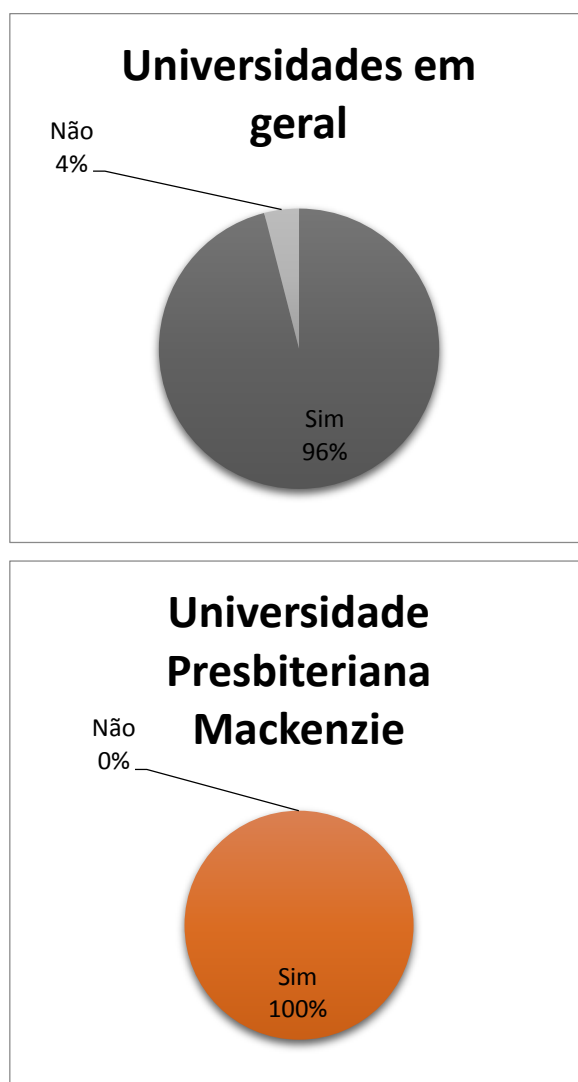
No caso específico da Universidade Presbiteriana Mackenzie, 100% dos alunos acreditam que o ensino de assessoria de imprensa é necessário nas universidades (gráfico 2), e 83% tiveram uma disciplina específica para tal área de atuação (gráfico 4). Entre os cinco ex-alunos que responderam não ter cursado uma matéria específica, o que se formou mais recentemente se formou há mais de 4 anos.

Na opinião da jornalista Francine Altheman, 36 anos, que atua em comunicação organizacional há dez anos, devido à constante diminuição das redações, é

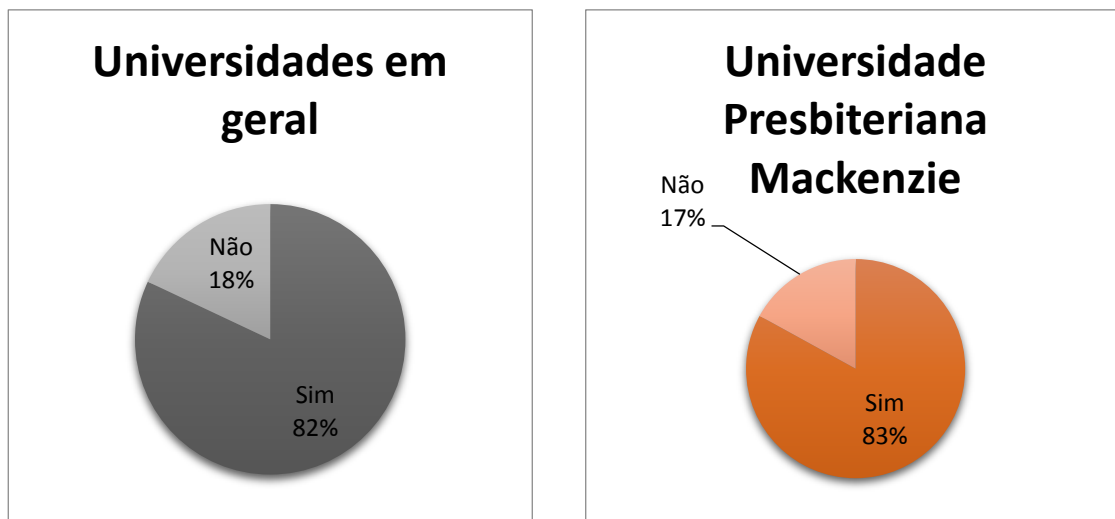
necessário atualizar o ensino nas universidades para atender a real demanda de mercado:

Por conta das redações estarem cada vez mais "enxutas", os jornalistas estão migrando [sic] para a área corporativa em geral, fazendo com que o mercado exija uma formação específica na área. Tal realidade do mercado atual necessita de uma formação mais atualizada, que envolva não somente a disciplina de Assessoria de Imprensa, mas também Comunicação Corporativa e Gerenciamento de Crise (ALTHEMAN, 2015).

Gráficos 1 e 2: *Você considera a disciplina de assessoria de imprensa necessária aos cursos de graduação em jornalismo?*



Gráficos 3 e 4: *Havia uma disciplina específica para tratar de assessoria de imprensa?*



4.2. A rotina do assessor de imprensa e as habilidades mais exigidas pelo mercado

A rotina do assessor de imprensa difere da rotina de outros jornalistas, pois além de escrever, é preciso lidar com uma série de obstáculos até o momento de aprovação do *press release* e o posterior oferecimento do material como pauta aos redatores.

Primeira regra de assessoria de imprensa: a agência não escolhe os clientes, são eles que as escolhem. O desafio inicial para dar visibilidade à empresa que contratou um serviço de assessoria é criar ao longo do *release* um gancho relevante à sociedade segundo critérios jornalísticos.

Caso o cliente em questão seja uma seguradora, por exemplo, para que a seja eficiente é preciso que o texto traga informações úteis, como pesquisas de roubo de carros e celulares – quais são os bairros da cidade X que mais ocorrem roubos desses bens, por exemplo –, trazendo dados de utilidade pública; ou realizar um levantamento de quais são os celulares mais consumidos pelas pessoas, evidenciando uma informação curiosa. E aliado a esses dados, oferecer uma série de soluções para proteger esses produtos: é aí que o seguro entra em cena.

De acordo com o exemplo das seguradoras, é relativamente fácil encontrar um gancho para agregar valores sociais à notícia. No entanto, se o cliente for um site que comercializa impressoras pela internet, o cenário muda completamente.

Aqui é extremamente necessária uma habilidade identificada por oito dos jornalistas que responderam à pesquisa *online*: a **criatividade**. Como bem observou a jornalista Juliana Narimatsu, 25 anos:

Acredito que a competência que até hoje é mais exigida de mim é a criatividade e saber descobrir uma pauta onde aparentemente ela não existe (NARIMATSU, 2015).

Em segundo lugar, além de adequar as intenções de autodivulgação de determinada empresa à realidade do jornalismo, é preciso fazer o cliente compreender que o *release* não pode ter apenas informações qualificando-o como o melhor do segmento em que atua e o mais adequado para determinado serviço. É preciso casar a relevância daquela companhia com as necessidades informacionais relevantes ao futuro público leitor. Caso contrário, banners publicitários e anúncios seriam mais eficazes. Para convencer os clientes de que embora o objetivo final seja lhes atrair visibilidade é preciso adequar o conteúdo à realidade jornalística é necessário muito **jogo de cintura** e **flexibilidade** – um em cada quatro jornalistas que responderam à pesquisa *online* apontam esta habilidade como fundamental.

Outra situação que exige jogo de cintura é quando os redatores que se interessaram pelo cliente entram em contato para marcar uma entrevista. É necessário ser rápido (um entre nove jornalistas apontam a **rapidez** e **agilidade** como fatores cruciais) para casar a agenda do porta-voz da companhia e do jornalista interessado, algo que leva diversas ligações para ser feito (sem mencionar contingências como o porta-voz não atender ou cancelar a entrevista em cima da hora enquanto o redator precisa entregar a matéria pronta em algumas horas).

Quando o cliente e o assessor entram em acordo, a divulgação do *press release* pode ser realizada a fase de contato direto com os redatores por telefone (*follow up*) tem início. Neste momento, de acordo com a pesquisa *online*, o **bom relacionamento** (importante para um em cada três jornalistas), a **persuasão** (importante para aproximadamente um em cada cinco jornalistas) e a **paciência**

(importante para um em cada 11 jornalistas) são as habilidades que precisam ser postas em prática.

O bom relacionamento envolve ter cumplicidade e entender que o redator tem horários muito complicados – com reuniões de pauta, horários de fechamento, *deadline* de matérias etc – e que dificilmente estará com muito tempo para ouvir às sugestões de pauta do assessor. Por isso é importante ter em mente que a sugestão deve ser feita de forma educada (bom dia, boa tarde e boa noite), concisa (o tempo do redator vale ouro) e rápida.

A persuasão é importante para que ao sugerir a pauta, o assessor discorra em segundos sobre o aspecto mais importante a respeito do assunto e esteja pronto a responder às perguntas do redator, caso ele se interesse. A **organização** e o **planejamento** entram em cena aqui: é preciso saber o máximo possível sobre o *release* e a empresa que se está divulgando. Ter as informações principais sobre o *release* e a empresa em mãos (ou simplesmente deixar o *release* aberto em uma aba da internet) é o modo mais fácil de prevenir-se contra uma chamada mal sucedida. Conhecer e entender sobre a pauta é a melhor maneira de vendê-la aos redatores.

Por fim, o *follow up* exige muita paciência. A maior parte das ligações para sugerir pautas termina com: “me envie por e-mail” (isso mesmo, no imperativo, sem sequer escutar o que o assessor tem a dizer). Isso acontece em grande parte devido ao enxugamento das redações – um jornalista fazendo o trabalho de cinco –, mas também porque os redatores têm dificuldade em enxergar no assessor um parceiro ao invés de um subordinado.

As habilidades mais citadas pelos jornalistas que participaram do levantamento foram reunidas na tabela 3, em ordem de recorrência na pesquisa.

Tabela 3: *Competências mais exigidas pelo mercado.*

Competências	Número de recorrência em respostas	% de recorrência em respostas
Bom relacionamento	14	31,1%

Organização e planejamento	13	28,8%
Produção de textos/ <i>press releases</i>	12	26,7%
Jogo de cintura e flexibilidade	11	24,4%
Criar/sugerir pautas	10	22,2%
Criatividade	8	17,8%
Persuasão	8	17,8%
Análise e apuração	7	15,6%
Rapidez e agilidade	5	11,1%
Paciência	4	8,9%

A rotina do assessor de imprensa e as atividades mais desempenhadas

A seguir, a tabela 4 reúne as atividades mais frequentes na rotina de um comunicador organizacional, também em ordem de recorrência.

Tabela 4: *Atividades mais desempenhadas pelo jornalista-assessor de imprensa.*

Atividades mais desempenhadas pelo jornalista-assessor de imprensa	Número de recorrência em respostas	% de recorrência em respostas
<i>Follow up</i> e sugestões de pauta	21	46,7%
Produção de textos/ <i>press releases</i>	21	46,7%
Desenvolvimento de estratégias e planejamento	17	37,8%
Atuação em eventos	11	24,4%
Acompanhamento de entrevistas	6	13,3%
Clipping	4	8,9%

No item anterior, para discorrer sobre as principais habilidades necessárias a um assessor de imprensa, a produção dos *press releases* e o *follow up* receberam ênfase por terem sido as duas funções mais desempenhadas no dia a dia, segundo o levantamento *online*.

Mas há ainda algumas atividades frequentes a se considerar como o **desenvolvimento de estratégias e planejamento**. Esta função nunca será aplicada da mesma forma para cada cliente, pois suas necessidades variam de acordo com o segmento de atuação da empresa. É preciso pensar que gancho, pesquisa ou fato da atualidade será utilizado para trazer relevância ao *press release*; quais tipos de veículos se adequam ao produto/serviço oferecido pela companhia; quais as editorias mais apropriadas para sugerir o *press release* como pauta; que redatores abordam o tipo de pauta em questão e assim por diante.

Quando se trata de **atuação em eventos e acompanhamento de entrevistas**, o item anterior também é muito importante. No primeiro caso é preciso ter em mente que a Lei de Murphy é a convidada VIP de qualquer evento, então planejar e organizá-lo com o máximo de atenção e minuciosidade (antes, durante e depois da “festa”) é a chave para ter sucesso.

Ao se tratar de acompanhamento de entrevistas – principalmente quando em grades veículos – o porta-voz da empresa deve ser preparado pela equipe de assessores por meio de um *media training*, no qual receberá instruções para lidar com a imprensa. Preparar um questionário antecipando as perguntas dos jornalistas para que o entrevistado não se expresse de forma equivocada ou fale alguma bobagem e elaborar o melhor modo de inserir a empresa e seus produtos/serviços ao longo das respostas resultarão em uma divulgação eficiente.

Considerações finais

O assessor de imprensa é um profissional que utiliza seu conhecimento não somente para beneficiar empresas, mas também para atuar como um parceiro dos redatores, que cada vez tem mais trabalho e menos colegas nos veículos de

comunicação. O *press release*, a obra-prima da profissão, auxilia o mercado de notícias com conteúdos praticamente prontos para publicação, com linguagem adequada e encadeamento correto de informações. Dessa forma, não há melhor profissional do que o jornalista para cumprir tal dever, uma vez que a profissão surgiu da iniciativa de Ivy Lee, não por acaso um jornalista.

O que muitas vezes é difícil de enxergar é que o assessor é um parceiro e está presente para realizar um bom trabalho em equipe com os redatores. Sem as agências de comunicação, o mercado editorial estaria em apuros.

Aos que desejam ingressar na área, as habilidades e funções descritas anteriormente são a base para o desenvolvimento de um bom trabalho e uma atuação eficiente frente à mídia. Ser comunicativo não basta, é preciso saber como se relacionar com as pessoas, ser organizado e minucioso e ter um texto claro e atraente – sem adjetivos, mas com informações relevantes à sociedade ao mesmo tempo em que apresenta as empresas como opções e fontes para determinados produtos/serviços e matérias, respectivamente.

Em oposição à visão de Marcondes Filho, é preciso que as universidades olhem com mais cuidado para a comunicação organizacional e preparem os alunos para um mercado onde 40% dos jornalistas atuam fora da mídia. É necessário mais prática, mais disciplinas e mais interesse (de professores e alunos) para com a assessoria de imprensa. Tal fato foi constatado pelos próprios ex-estudantes, quando 95,6% dos que participaram do levantamento afirmaram que o ensino da disciplina nos bancos universitários é necessário.

Uma das funções da arte é desconstruir padrões e convenções estabelecidos pela sociedade para torná-la melhor. No que diz respeito às diversas profissões existentes deve-se seguir o mesmo princípio. Quanto ao jornalismo, é o momento de professores e alunos desconstruírem seus preconceitos para desempenharem um bom trabalho aonde quer que estejam. A intenção deste trabalho – além de fornecer uma preparação aos interessados em se tornar assessores de imprensa – é, por meio do conhecimento, fazer com que alunos, professores e jornalistas já atuantes entendam e explorem melhor uma esfera importantíssima da profissão e equivocadamente pouco valorizada.

Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas: Relações com os diferentes públicos**. 6ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2003.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior. **Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: Como fazer**. 2ª Edição. São Paulo: Summus, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro et al. O fim do Jornalismo crítico? **CULT**. São Paulo, n.188, p. 22-39, mar. 2014.

DUARTE, Jorge et al. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica**. 4ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2011.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Manual de Assessoria de Comunicação**. 4ª Edição. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf>

KOVACK, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2ª Edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia**. 3ª Edição. São Paulo: Contexto, 2007.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Programa de pós-graduação em sociologia política em convênio com a federação nacional dos jornalistas. **Quem é o jornalista brasileiro?: Perfil da profissão no país**. 2012. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/reinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf>.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Volume II**. 3ª Edição. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

Parte 3 – O ensino do Jornalismo hoje

3.1. O ensino do jornalismo na Espanha

Bianca Souza Soares

O jornalismo como ciência tem uma história recente na Espanha, posto que foi incorporado à universidade apenas a partir de 1971. Sánchez (2013) aponta que essa tardia introdução ao campo acadêmico se deu por conta da concepção deste como um ofício que requer qualidades inatas e, sobretudo, ao controle informativo e à censura da Ditadura Franquista (1939-1975).

É certo, porém, que anterior a essa data houve tentativas de inserir a prática jornalística ao ensino formal. Em 1887, o jornalista e catedrático da Universidade de Salamanca Fernando Araujo Gómez organizou o primeiro curso sobre jornalismo da Espanha, considerado por alguns estudiosos como pioneiro na Europa. Mas somente depois de mais de três décadas que surge, fundada pelo jurista, jornalista e sacerdote Ángel Herrera Oria, *El Debate*, a primeira escola espanhola para jornalistas.

Oria adotou como modelo o tipo de formação proposto pela The School of Journalism, da Universidade de Columbia, em Nova York, fundada em 1912 por Joseph Pulitzer. Antes de criar sua escola, porém, enviou aos Estados Unidos, que nesta época já contava com 86 Faculdades de Jornalismo, três de seus seguidores: Manuel Graña, Francisco de Luis e Marcelino Oreja.

No princípio do século XX, muitos acadêmicos e investigadores passaram a defender de maneira obstinada a formação universitária do jornalista, dentre os quais se destacou Manuel Graña, da escola *El Debate*:

No hay más remedio que admitir que existe la profesión de periodista, y que esa profesión, como todas, exige una vocación y aptitudes particulares, que se ensayan y perfeccionan en un aprendizaje más o menos lentos y más o menos metódico [...]. Lo que desde luego parece chocante y difícil de explicar es que no se haya pensado antes en la formación técnica del periodista, en un aprendizaje escolar. Realmente es incompresible que haya, por ejemplo, una escuela de Veterinaria y no para una profesión cuyo recto juicio interesa a la sociedad (1926).

Também Aguinaga (1980), citado por Sánchez reivindicava a transição da “atividade jornalística” para a “profissão jornalística”, o que possibilitaria uma “investigação científica com caráter sistemático” da carreira. Todavia, as escolas privadas tiveram de lidar com a oposição dos próprios jornais espanhóis, que viam nelas uma oportunidade de controle por parte do Governo.

Como salienta Sánchez (2013), à exceção do grupo de acadêmicos acima mencionado, nesse período as maiores preocupações intelectuais sobre o jornalismo estavam mais bem relacionadas à sua influência na opinião pública do que à preparação do profissional. A partir dos anos 60, entretanto, a polêmica se centra na necessidade ou não de uma formação humanística ou simplesmente técnica.

É na década seguinte, com seu ensino formalmente introduzido à universidade, que a discussão leva aos primeiros estudos acerca do tema. Para parte dos jornalistas e pesquisadores, uma formação sólida se adquiriria a partir da prática do ofício acompanhada de estudos técnicos e humanísticos, ao passo que, para outros, o mundo acadêmico oferecia um grande risco de teorização exacerbada da prática e afastamento da técnica.

Em 1941, o Governo do ditador Franco criou a *Escuela Oficial de Periodismo*, cujo forte perfil político estava submetido à Delegação Nacional de Imprensa e Propaganda, órgão censor do regime. Nos anos seguintes, escolas vanguardistas passaram a surgir pelo país, tais como o *Instituto de Periodismo* da Universidade de Navarra, criado em 1958; a *Escuela de Periodismo de la Iglesia*, de 1960; e o Departamento de Periodismo da Universidade de La Laguna, fundado em 1964.

Em 1970, passada a etapa primária dessas escolas, a Lei Geral de Educação permitiu o ingresso do jornalismo nas universidades espanholas. No ano seguinte, o Ministério de Educação e Ciência regulamentou os estudos em jornalismo e comunicação social, o que impulsionou a criação das faculdades pioneiras: a Faculdade de Ciências da Informação, da Universidade Complutense de Madrid, e a Faculdade de Ciências da Comunicação, da Universidade Autônoma de Barcelona.

A partir dos anos 1990, houve um aumento expressivo de centros universitários, públicos ou privados, que passaram a oferecer a titulação específica em jornalismo. Atualmente, esse número é de 35 faculdades, das quais 19 são públicas (54%) e 16 privadas (46%). O quadro a seguir apresenta a oferta do curso nas universidades espanholas; está ordenado pela data de origem, localização geográfica e condição, pública ou privada (e seu caráter religioso, caso possua).

Quadro 1

Universidades espanholas que oferecem a titulação de jornalismo (1971 – 2014)

DATA DE FUNDAÇÃO	UNIVERSIDADE	Província	TIPO
1971	Complutense	Madrid	Pública
1971	Navarra	Pamplona	Privada - Religiosa
1972	Autónoma	Barcelona	Pública
1981	País Vasco	Bilbao	Pública
1988	Pontifícia	Salamanca	Privada - Religiosa
1988	Laguna	Tenerife	Pública
1989	Sevilla	Sevilla	Pública
1991	Santiago de Compostela	Santiago	Pública
1992	Málaga	Málaga	Pública
1992	Pompeu Fabra	Barcelona	Pública
1993	San Pablo CEU	Madrid	Privada - Religiosa
1994	Ramón Llull	Barcelona	Privada
1995	Antonio de Nebrija	Madrid	Privada
1995	Europea de Madrid	Madrid	Privada
1996	Carlos III	Madrid	Pública
1997	Internacional Catalunha	Barcelona	Privada - Religiosa
1997	Católica San Antonio	Murcia	Privada
2000	Rey Juan Carlos	Madrid	Pública
2000	Camilo José Cela	Madrid	Privada
2000	Universidad de Valencia	Valencia	Pública
2000	CEU Cardenal Herrera	Valencia	Privada - Religiosa

2002	Francisco de Vitoria	Madrid	Privada - Religiosa
2002	Miguel de Cervantes	Valladolid	Privada
2002	Universidad de Vic	Barcelona	Privada
2002	Murcia	Murcia	Pública
2003	Valladolid	Valladolid	Pública
2003	Abat Oliba CEU	Barcelona	Privada - Religiosa
2004	Rovira I Virgili	Tarragona	Pública
2005	San Jorge	Zaragoza	Privada - Religiosa
2005	Miguel Hernández	Elche - Alicante	Pública
2005	Islas Baleares (CESAG)	Islas Baleares	Pública - Privada - Religiosa
2008	Zaragoza	Zaragoza	Pública
2009	Universidad a Distancia (UDIMA)	Madrid	Privada
2009	Jaime I de Castellón	Castellón	Pública
2010	Castilla La Mancha	Cuenca	Pública

Fonte: Desafíos en la formación de los periodistas españoles: convergencia europea, capacitación tecnológica y formación permanente, Pilar Sánchez.

Assim como na maioria dos países europeus, não é necessário portar um certificado universitário para exercer a profissão de jornalismo na Espanha, o que, conforme Sánchez (2013), “ainda favorece a intromissão e a defesa do ofício baseada na experiência frente à profissão com alta qualificação”. Entretanto, a crescente demanda do curso demonstra que a formação universitária do jornalista já está consolidada no país.

Mudanças após a introdução ao Espaço Europeu de Educação Superior (EEES)

A União Europeia implantou, em 2010, o “Plano Bolonha”, por meio do qual pretende homogeneizar os títulos, os certificados e o sistema de avaliação do Ensino Superior. Cada um dos 47 países membros do bloco precisou repensar seu padrão de ensino a fim de convergi-lo ao “modelo europeu”.

O movimento de aproximação, embora recente, tem origem na década 80, quando reitores europeus assinaram uma Carta Magna pelo compromisso de

reestruturação. Em 1999, foi firmada a Declaração de Bolonha, que deu origem ao Espaço Europeu de Educação Superior (EEES).

Assim como a adoção da moeda única, a convergência na educação superior visa ao intercâmbio entre os países-membro. Além disso, pretende facilitar a mobilidade dos estudantes e promover a livre circulação de profissionais entre os diferentes mercados.

Ainda é cedo para apontar os efeitos dessa convergência na formação acadêmica de um curso. Mas uma pesquisa realizada na Universidad de Valladolid revelou que o ensino do jornalismo no país assumiu um caráter bastante técnico, já que as disciplinas ligadas a humanidades foram reduzidas significativamente. Pilar Sánchez comparou as grades curriculares do curso de jornalismo da citada universidade antes e depois do Plano de Bolonha. Segundo a pesquisadora:

Se acentúa el carácter práctico de sus materias con el refuerzo de asignaturas encaminadas al adiestramiento técnico de la profesión, al tiempo que aumentan las asignaturas más especializadas en contenidos estrechamente relacionados con la titulación en detrimento de las materias de conocimientos generales y humanísticos (Sánchez, 2010).

Além da revolução tecnológica, que coloca o jornalismo em um ambiente de incertezas, a implantação do EEES e a crise econômica representam os maiores desafios para a profissão, que, conforme o INE (Instituto Nacional de Estadística), é a segunda mais afetada pelo desemprego, atrás apenas do setor de construção civil.

Pelos motivos já citados, é evidente que o ensino do jornalismo na Espanha passa por um momento de transição, o que dificulta uma análise apurada, mas é evidente que o novo plano de ensino prioriza as habilidades técnicas em detrimento de uma formação filosófica e humanística.

Um semestre na Universidad de Salamanca – Comunicação

A Universidad de Salamanca, localizada na província homônima, é a mais antiga da Espanha. Durante o primeiro semestre de 2015, cursei ali disciplinas da

graduação de filosofia e de sociologia – e não foi por acaso que optei por não cumprir a grade de comunicação.

Para apresentar minha candidatura à Universidade, tive que preparar com antecedência um plano de estudos, cujas disciplinas não necessariamente deveriam ser comuns à grade de jornalismo, meu curso no Brasil.

Ao analisar o conteúdo programático do curso na Espanha, notei seu caráter técnico – e às vezes repetitivo. Por conta disso, decidi iniciar o semestre apenas com disciplinas da área de humanas.

A Universidad de Salamanca não oferece título de bacharel em jornalismo, apenas em Comunicação Social. A Universidad Pontificia de Salamanca, propriedade privada da Igreja Católica, sim. As disciplinas do curso, no entanto, seguem o perfil de uma formação bastante técnica e com matérias estritas ao campo da comunicação, uma tendência notada e criticada pela já citada professora Pilar Sánchez, da Universidad de Valladolid.

O debate acerca da formação do jornalista – incluso a discussão da necessidade ou não do diploma universitário – geralmente apresenta dois pontos de partida. Há os que defendem que se trata de um ofício prático e de qualidades inatas, na medida em que alguns teóricos sustentam o caráter social da profissão e a necessidade de profissionais altamente qualificados para o seu exercício.

Conforme a pesquisadora, essas posturas contrastantes estão ligadas a dois modelos internacionais de formação: a corrente teórica e europeia, que está mais ligada ao currículo humanístico e transversal, e a prática e empírica, originária dos Estados Unidos. Desde a implantação do Espaço Europeu de Ensino Superior, porém, o currículo europeu está mais alinhado à escola norte-americana.

Uma terceira via, que equilibra as bases teóricas e práticas, parece ser a mais semelhante ao modelo brasileiro. Além disso, aparentemente é a que melhor atende às necessidades de um jornalista:

El licenciado en Ciencias de la Información no es un humanista, pero su formación debe nutrirse y estar teñida del sentido que dicha formación tiene: preocupación por el

estudio del hombre y de la sociedad” (Aguirre, 1988, apud SÁNCHEZ 2010).

Isto é, a discussão deveria estar centrada na seguinte pergunta: como transmitir as habilidades técnicas necessárias para que os jornalistas saibam lidar com toda a carga multidisciplinar que a profissão exige? É mais: se levarmos em consideração o cenário de transição – e confusão – pelo qual passa o jornalismo, essa pergunta será obsoleta se não estiver acompanhada dos questionamentos a respeito da formação para os meios digitais de comunicação.

Assim, o debate deixa de ser dicotômico e entra num terreno ainda nebuloso para os profissionais e teóricos da área.

Referências

- CACHAPU, António Francisco. *A construção do espaço europeu de ensino superior: um case study da globalização*. Espaço Pedagógico, v. 16, n. 2, Passo Fundo, p. 123-134, 2009.
- DEL PONTI, Patricia, RODRÍGUEZ José Manuel, WANGÜEMERT, Carmen Rodríguez. *Transformaciones en los modelos de formación de periodistas en España. El reto europeo*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Madrid, v. 17 n. 2, p. 401-415, 2011.
- SANCHÉZ, Pilar. *Desafíos en la formación de los periodistas españoles: convergencia europea, capacitación tecnológica y formación permanente*. Comunicación y Medios, Santiago, v. 1, n. 28, p. 40 – 60, 2013
- SANCHÉZ, Pilar. *Una aproximación a la formación universitaria del periodista en España. Análisis comparativo entre la Licenciatura y el Grado de Periodismo en la Universidad de Valladolid (2010-2011)*. Historia y Comunicación, v. 18, n. esp., p. 87 – 100, 2010.

3.2. A formação de estudantes de Jornalismo no Mackenzie: Influências e tendências

Helena Fonseca Fraga Silva e Denise Paiero

Introdução

A despeito de toda a discussão empreendida em torno da formação em nível superior ao profissional jornalista iniciada em 2009 devido à decisão do STF (Supremo Tribunal Federal) da não-obrigatoriedade de diploma para o exercício da profissão, não se pode negar que a maioria dos jovens busca nos espaços de formação superior – Institutos de Ensino Superior –, a legitimação dessa formação e, conseqüentemente a sua inserção no mundo/mercado do trabalho jornalístico. A questão da não exigência da posse de um diploma de graduação constituiu-se num grande debate ao redor da função desse profissional na sociedade e, portanto, de suas aptidões necessárias. Segundo a Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas), que defende a obrigatoriedade do diploma, a decisão do STF significa uma precarização das relações trabalhistas. O advogado da federação, João Roberto Fontes, ainda lembrou que a imprensa é conhecida como o quarto poder e questionou: "Ora, se não é necessário ter um diploma para exercer um poder desta envergadura, para que mais será preciso?".

O debate foi retomado em 2015, quando o Senado aprovou no dia 7 de abril a proposta de emenda constitucional 33/2009 que estabeleceria novamente a exigência do diploma de curso superior como condição para o exercício da profissão. Entretanto, a emenda ainda precisa passar pela Câmara dos Deputados em primeiro e segundo turno e só depois, se não houver modificações, poderá seguir para sanção presidencial e então passar a vigorar, mesmo com a decisão anterior do Supremo.

O debate básico é: teria um indivíduo sem formação superior em jornalismo os mesmos pré-requisitos e aptidões de um graduado para informar o público e cumprir seu papel perante a sociedade?

Num breve histórico desta formação, da defesa de regulamentação profissional e do surgimento de escolas qualificadas somos levados ao primeiro congresso de jornalistas em 1918, à primeira regulamentação da profissão em 1938, à fundação da Faculdade Cásper Líbero em 1947, com o primeiro curso de Jornalismo, e ao reconhecimento jurídico da necessidade de formação superior em 1969, durante a Ditadura Militar – fator constitui um dos principais argumentos dos contrários à necessidade de diploma que alegam que esta foi uma medida de censura para afastar oponentes do governo dos meios de comunicação – e seu posterior aperfeiçoamento em 1979, constituem-se em marcos principais do século XX que apontam para a qualificação e regulamentação da profissão (COSTA, B. *Diploma em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade*. Florianópolis, 2002). No entanto, é na segunda metade do século passado que se reconhece no jornalismo um *ethos* profissional, assim, reconhece-se atividade do jornalista de interesse público e plural, como destaca a autora, “que dedica sua vida a tal tarefa e não como um bico” (p.31).

Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo geral identificar os campos ou áreas do jornalismo escolhidos pelos estudantes formandos e egressos de um Curso de Jornalismo numa Universidade particular situada no Município de São Paulo, Universidade Presbiteriana Mackenzie, objeto de estudo. Do objetivo geral emergem os seguintes objetivos específicos:

- compreender qual(is) a(s) motivação(ões) para tal(is) escolha(s).
- identificar possíveis influências do contexto do mercado ao qual estão inseridos bem como do corpo docente que contribuiu à sua formação
- identificar se a escolha da área profissional permanece a mesma quando do ingresso no curso e por que isso acontece

Entendemos que avaliar o percurso do estudante ao longo de seu processo formativo no curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie pode fornecer parâmetros relevantes que serão úteis para a estrutura dele. Deste modo, a identificação das possíveis influências das escolhas dos campos jornalísticos por parte dos estudantes é de grande utilidade à própria universidade para que, através dos resultados obtidos, possa obter parâmetros

do destino dos egressos de seu curso, subsídios para políticas de formação dos futuros jornalistas e a possibilidade de uma reavaliação permanente da proposta pedagógica.

A formação do jornalista

No contexto da discussão empreendida por esta pesquisa, há aqueles que defendem a formação superior para o exercício da profissão de jornalista. Em livro lançado pela Federação Nacional dos Jornalistas, *“Diploma em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade”* (2002), Beth Costa, presidente da federação, aponta que “a sociedade tem direito à informação de qualidade, ética, democrática. Informação esta que depende também, de uma prática profissional igualmente qualificada e baseada em preceitos éticos e democráticos” (p.31). De modo que, uma das formas de preparo para tais desafios desta prática, e que defende a autora, é através de um curso superior de graduação em jornalismo.

Ainda sobre a formação do jornalista, Rosa Nívea Pedroso (2002) afirma, na mesma obra, que não é a questão do diploma o problema, mas sim o seu ensino. Neste sentido, defende a qualificação dos professores que atuam em tais cursos, bem como as estruturas adequadas nestes ambientes de formação. A autora considera que os professores deveriam avaliar quais os entendimentos filosóficos, sociológicos necessários à aprendizagem/ao ensino do jornalismo. Nas palavras da autora:

O campo do jornalismo ainda carece até de demarcação, (...). O jornalismo jamais sofrerá do mal da falta de visibilidade de seu objeto. Será que é a obviedade de seu objeto que faz com que se relegue a pesquisa sobre o jornalismo lá para o décimo lugar de interesse entre professores e estudantes? (PEDROSO, 2002, p.83).

A defesa expressa pela autora – de se debruçar teoricamente e empreender investigações sobre o objeto jornalismo – constitui-se como um dos objetivos do presente trabalho: descobrir como os jornalistas em formação optam pelo rumo de suas carreiras. Descobrir, através da pesquisa, quais são as áreas de atuação

do jornalismo objetivadas pelos alunos ao ingressar no curso, se permaneceram as mesmas ao concluí-lo, quais aspectos influenciaram essa escolha/opção por eles feita, se eles acreditam que a experiência de seus professores durante a graduação ajudou e/ou influenciou no caminho seguido, são alguns dos questionamentos nos quais essa pesquisa pretende se basear.

Um curso de formação inicial de Jornalismo não pode prescindir de um cuidado pedagógico. Neste sentido, num recente livro de Ênio Moraes Junior (2013), fruto de sua pesquisa de doutorado, o autor destaca a importância da dimensão relacional da formação do jornalista. Em outras palavras, afirma que não são apenas nos conteúdos desenvolvidos para o aluno que reside o ensino do jornalismo. Mas sim:

A própria maneira como o professor lida com esse estudante, em sala de aula, é um importante elemento formativo. Esse é um canal por meio do qual o aluno assimila o respeito pelo outro, a capacidade de discutir uma pauta ou ouvir um entrevistado, por exemplo. Além disso, no caso daqueles docentes que estão no “batente” da profissão, o seu próprio posicionamento nesse espaço profissional é também um aspecto relevante e que termina por influenciar o estudante. Sua conduta ética pode se tornar, para esse aluno, uma inspiração, uma porta para um aprendizado acerca da responsabilidade social da profissão. (MORAES JR., 2013, p.1).

Com base na afirmação do autor (acima), a presente pesquisa procurou constatar e mensurar qual a participação e influência dos professores e de suas experiências pessoais passadas aos alunos em sala de aula no encaminhamento das trajetórias destes ao mercado de trabalho.

Metodologia da Pesquisa

Por se tratar de uma pesquisa exploratória e descritiva (GIL, 2002) foi utilizada uma abordagem predominantemente qualitativa, porém com dados quantitativos.

Inicialmente compreendeu-se o curso de jornalismo na universidade em questão – objeto de análise – e as possíveis inserções dos egressos no mundo do trabalho. Compreenderam-se os eixos de formação do Projeto Pedagógico do

referido Curso, bem como as Diretrizes Curriculares Nacionais e outros documentos oficiais produzidos pela classe profissional – a fim de analisar qual o foco do curso, suas disciplinas teóricas e práticas, quais as matérias de maior peso, etc – e o perfil dos docentes.

A partir dos estudos empreendidos acima, foi realizada uma pesquisa de campo. Neste sentido, o procedimento metodológico utilizou como instrumento de coleta de dados a aplicação de questionários on-line com perguntas fechadas e abertas a formandos e egressos do Curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie dos últimos dois anos (1º e 2º semestres de 2012; 1º e 2º semestres de 2013), quatro semestres de formados, totalizando um universo de cerca de 40 alunos (10 de cada semestre). Este instrumento, que foi elaborado e aprimorado durante a revisão bibliográfica, traz elementos que viabilizam uma análise que vai ao encontro de nossos objetivos:

- Identificar a escolha do campo profissional de atuação;
- Quais as possíveis influências e motivações para tal escolha durante a trajetória de formação;
- Identificar se a escolha da área profissional permanece a mesma quando do ingresso no curso;
- Possíveis influências de professores (corpo docente) nas escolhas feitas.
- Possíveis influências das ofertas e oportunidades de vagas no mercado.

Cabe destacar que os participantes da pesquisa são todos voluntários, manifestando a sua disposição por meio da assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido, procurando-se evitar qualquer constrangimento e contemplando os aspectos éticos, para submetermos o projeto ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Coleta de dados

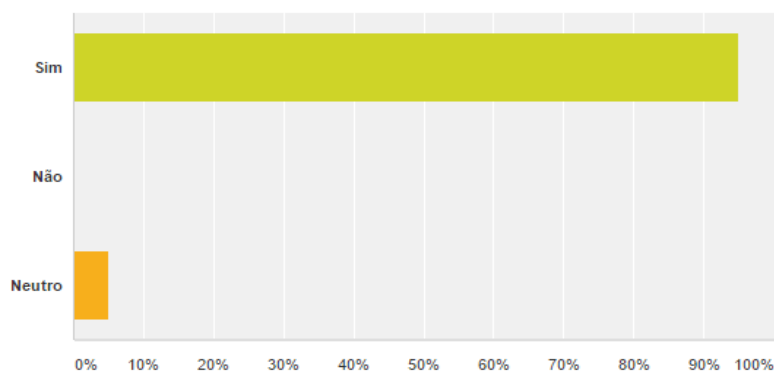
O questionário contemplou um universo de 40 formandos e/ou formados em jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, do sexo feminino (82,5%) e masculino (17,5%), indivíduos repartidos em três faixas etárias: 21-22 anos

(27,5%), 23-24 anos (60%) e 25 anos ou mais (12,5%). O estudo compreendeu diferentes anos de formação: 2012 (37,5%), 2013 (35%) e 2014 (27,5%).

Respondendo à questão levantada pelo debate apresentado na introdução do presente trabalho - teria um indivíduo sem formação superior em jornalismo os mesmos pré-requisitos e aptidões de um graduado para informar o público e cumprir seu papel perante a sociedade? – 80% dos indivíduos entrevistados afirmaram não, o diploma é sim de extrema importância, uma vez que, através de aulas, experiências em sala de aula e fora dela, é possível acumular bagagem que auxiliará no desempenho da função de jornalista com excelência.

Você acredita que a formação universitária é importante para o desempenho da profissão com excelência?

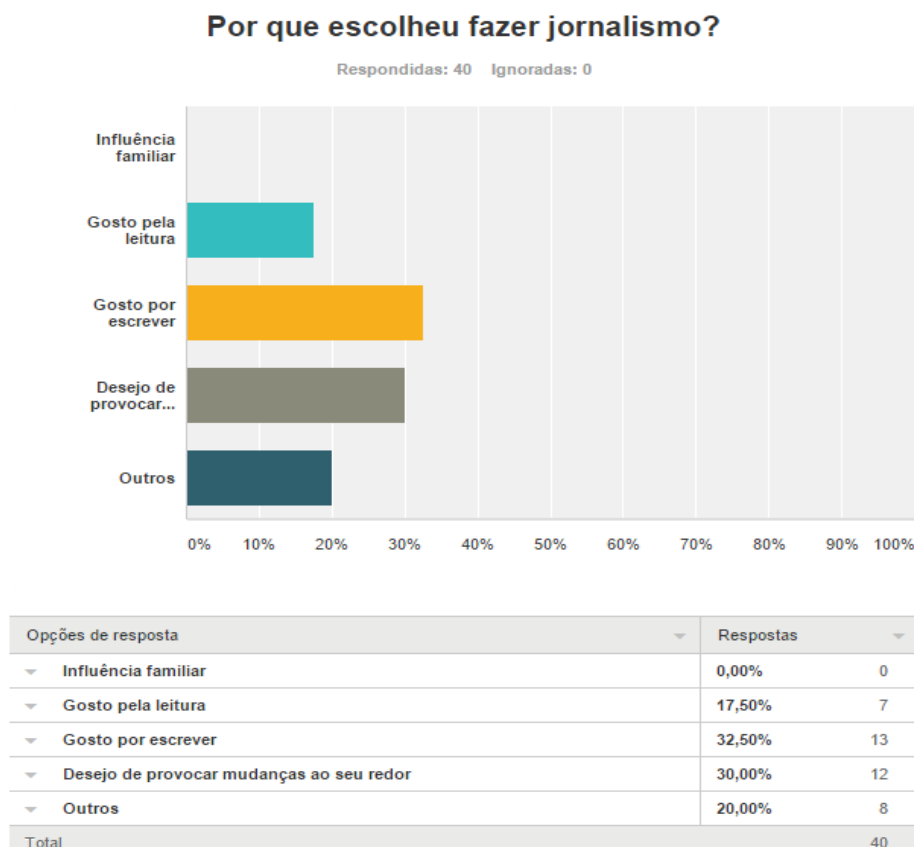
Respondidas: 40 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Sim	95,00% 38
Não	0,00% 0
Neutro	5,00% 2
Total	40

A partir de uma primeira análise dos dados relacionados ao principal objetivos específico da pesquisa em questão, motivações, influências e tendências na escolha e trajetória de estudantes de jornalismo, é possível observar que o gosto por leitura e redação ainda exercem bastante influência na escolha pela carreira, visto que ambos obtiveram os resultados expressivos: 17,5% e 32,5%, respectivamente.

Outra resposta que ganhou destaque foi o *Desejo de provocar mudanças ao redor*, 30% dos indivíduos foram motivados a escolher a carreira de jornalista pela importância social que a profissão exerce no mundo (ver gráfico abaixo).



Acerca especificamente da formação em jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, a avaliação foi dividida em três aspectos: formação TEÓRICA, formação PRÁTICA e formação no GERAL. Os resultados refletem a satisfação dos ex-alunos no que diz respeito às ferramentas fornecidas pela universidade para suas graduações.

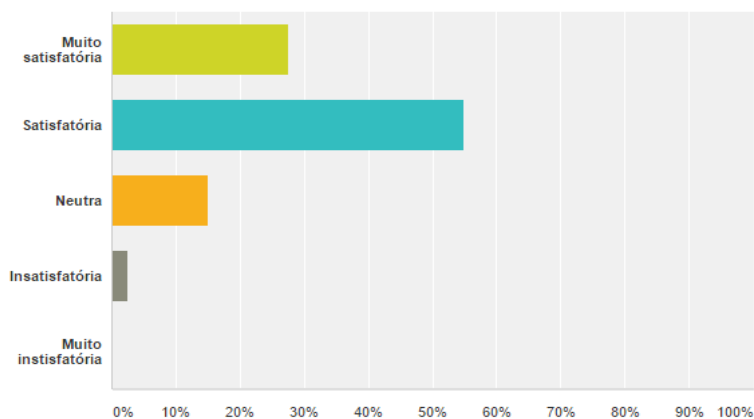
Sobre a formação teórica o gráfico mostra predominância da avaliação satisfatória (55%), sendo os demais resultados 27,5% (muito satisfatória), 15% (neutra), 2,5%(insatisfatória) e 0% (muito insatisfatória) - (ver gráfico abaixo).

Sobre a formação prática, os resultados são semelhantes, com ligeiras diferenças: o gráfico mostra que 50% dos indivíduos avaliou como satisfatória a formação prática, sendo os demais resultados 20,0% (muito satisfatória), 22,5% (neutra), 7,5%(insatisfatória) e 0% (muito insatisfatória) - (ver gráfico abaixo).

A formação pelo Mackenzie avaliada de maneira geral foi avaliada por 60% dos formados como satisfatória, mostrando que o curso tem atendido às expectativas dos alunos (ver gráfico

Como você avalia a sua formação TEÓRICA no Mackenzie?

Respondidas: 40 Ignoradas: 0

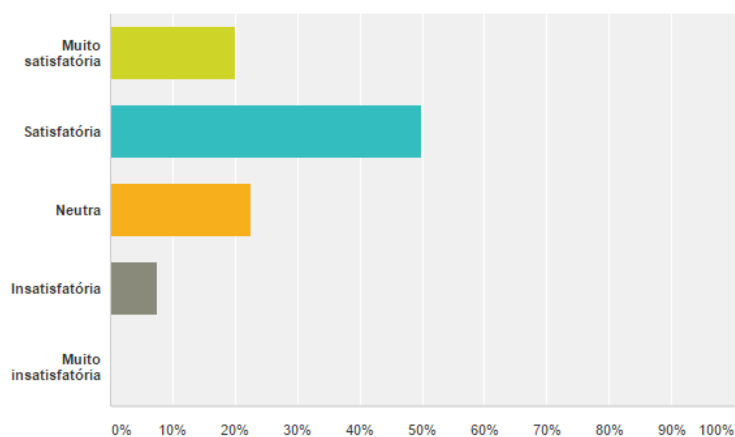


Opções de resposta	Respostas
Muito satisfatória	27,50% (11)
Satisfatória	55,00% (22)
Neutra	15,00% (6)
Insatisfatória	2,50% (1)
Muito insatisfatória	0,00% (0)
Total	40

abaixo).

Como você avalia a sua formação PRÁTICA no Mackenzie?

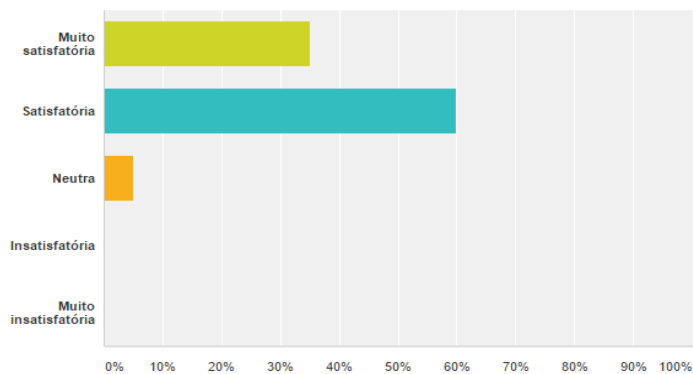
Respondidas: 40 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Muito satisfatória	20,00% (8)
Satisfatória	50,00% (20)
Neutra	22,50% (9)
Insatisfatória	7,50% (3)
Muito insatisfatória	0,00% (0)
Total	40

De forma geral, como você avalia a sua formação no Mackenzie?

Respondidas: 40 Ignoradas: 0

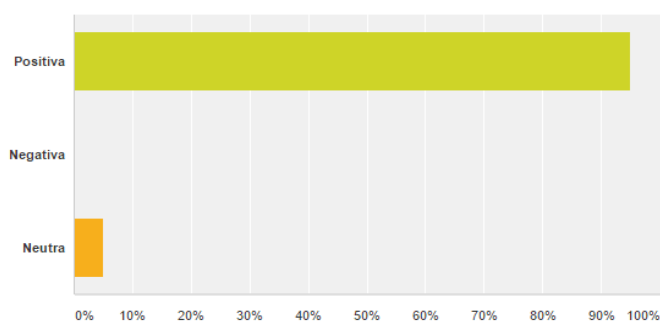


Opções de resposta	Respostas
Muito satisfatória	35,00% 14
Satisfatória	60,00% 24
Neutra	5,00% 2
Insatisfatória	0,00% 0
Muito insatisfatória	0,00% 0
Total	40

Ainda se tratando do Mackenzie, mas agora em relação à aceitação dos formandos no mercado de trabalho, o resultado foi extremamente positivo: 95% dos entrevistados afirmou que o mercado tem uma visão positiva dos alunos formados em jornalismo pela universidade em questão, enquanto 5% avaliaram como neutra e 0% como negativa a forma como os alunos do Mackenzie são recebidos pelo mercado de trabalho (ver gráfico abaixo).

Com base em sua experiência cotidiana, qual a imagem que o mercado tem dos jornalistas formados pelo Mackenzie?

Respondidas: 40 Ignoradas: 0

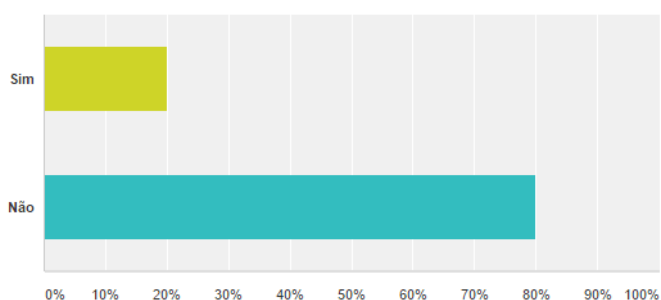


Opções de resposta	Respostas
Positiva	95,00% 38
Negativa	0,00% 0
Neutra	5,00% 2
Total	40

Analisando o gráfico sobre o conhecimento das novas diretrizes curriculares do MEC (ministério da educação e cultura), o resultado mostra que poucos alunos sabem das mudanças ocorridas, dos objetivos e resultados esperados por estas: 80% dos indivíduos as desconhecem e apenas 20% conhecem as novas diretrizes curriculares.

Você tem conhecimento das novas Diretrizes Curriculares do MEC (Ministério da Educação e Cultura) para os cursos de jornalismo aprovadas em 2013?

Respondidas: 40 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Sim	20,00% 8
Não	80,00% 32
Total	40

Além de questões fechadas com múltiplas escolhas, o questionário incluiu questões abertas, onde foi possível que os sujeitos falassem sobre sua trajetória pessoal na carreira após a formação. Com o objetivo de identificar se a escolha da área profissional permanece a mesma quando do ingresso no curso e por que isso acontece, os entrevistados foram questionados sobre onde almejavam trabalhar quando entraram na faculdade, quando se formaram e onde de fato estão trabalhando agora.

Os indivíduos foram expostos a 5 possíveis influências para sua atual posição no mercado de trabalho. Foram elas: *oportunidade de estágio; oportunidade de emprego; preferência pessoal; influência docente e influência de disciplinas e/ou tendências do curso.*

Dentre as opções oferecidas no questionário, as duas mais escolhidas como as maiores influências na carreira dos formados pela Universidade Presbiteriana

Mackenzie foram que influenciaram a maioria dos alunos foram *influência docente* (escolhida por 12 indivíduos) e *influência de disciplinas e/ou tendências do curso* (escolhida por 12 indivíduos).

Oportunidades de *estágio* e *emprego* também exerceram certa influência para os entrevistados (escolhida por 8 e 6 indivíduos respectivamente), e a opção que, segundo eles, menos influenciou a escolha do campo jornalístico foi a *preferência pessoal* (escolhida por 2 indivíduos).

O questionário buscou identificar a mudança do campo profissional quando ingresso e egresso do curso e através das respostas, foi possível identificar que a grande maioria dos indivíduos mudou sua opinião sobre qual posição no mercado de trabalho gostaria de ocupar.

No início do curso, a maioria dos alunos sonha em trabalhar em veículos tradicionais de comunicação. Muito pelo estereótipo da profissão e pelo imaginário criado acerca do jornalista, respostas como jornalismo impresso (jornais ou revistas semanais), televisão ou rádio foram bastante comuns quando indagados sobre a mentalidade quando calouro. Por sua vez, respostas como agências de comunicação, jornalismo online e até mesmo trabalhos como *freelancer* tomaram lugar das primeiras expectativas.

Conclusão

Uma profissão regulamentada no Brasil há quase 80 anos e constantemente questionada pela necessidade ou não de diploma em ensino superior para seu exercício não deixou de atrair jovens com a intenção de se tornarem jornalistas. Se na época da ditadura o diploma foi visto como medida de censura para afastar contrários ao governo dos meios de comunicação de massa, hoje em dia é, pelo contrário, visto como comprovação de que conhecimento foi compartilhado e capacitação adquirida. Por trás do diploma em mãos estão anos de estudo, empenho e dedicação ao jornalismo; nas entrelinhas desse documento está a qualificação adquirida pouco a pouco com a troca de experiências durante a graduação.

A proposta do presente trabalho era descobrir, identificar e analisar as motivações na trajetória de estudantes de jornalismo, identificando influências e tendências para profissionais da área. As respostas foram obtidas através de questionários aplicados a formados pelo curso da Universidade Presbiteriana Mackenzie e são consideradas satisfatórias para responder as questões propostas de início e possibilitaram as conclusões que serão apresentadas logo mais.

Foi possível identificar através das respostas que os alunos formados em jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie estão distribuídos pelas mais diversas áreas do jornalismo: assessorias de comunicação, empresas (social media), rádio (produção, coordenação e locução), canais de TV (produção), redações de veículos impressos (jornais e revistas), redação e reportagem de blogs e sites jornalísticos, agências de foto jornalismo; nos mais diversos cargos.

A trajetória para que um estudante venha a se tornar um profissional é construída desde seu ingresso na universidade e constituída de cada momento de aprendizado em sala de aula, na relação professor-aluno, na relação com os colegas, nos trabalhos acadêmicos, nos estágios, etc, até que se chegue efetivamente ao mercado de trabalho e exerça sua função como profissional.

É inegável o papel da instituição na formação acadêmica de um profissional. O objetivo desta pesquisa era saber a opinião dos próprios ex-alunos, para, a partir delas, identificar quão grande seria o peso daquilo que foi oferecido pela universidade, desde o corpo docente até as disciplinas e estrutura disponíveis aos alunos.

É interessante perceber que os professores são realmente considerados grandes mestres. Diversos indivíduos responderam que foram influenciados por professores das mais diversas disciplinas, não só por suas aulas, mas por seu apoio “extra-classe”, auxílio com dúvidas, encorajamento e instruções para decisões: *“Em alguns aspectos alguns ainda são. Conforme vou ganhando experiência coisas que vi na faculdade me sinalizam para especializações que ainda posso escolher. A forma como o professor apresenta e tem interesse em*

determinado tema/matéria me influencia, às vezes mais do que as tendências que o mercado às vezes apresenta” – resposta de um indivíduo.

As disciplinas, tanto teóricas quanto práticas, tecem e constroem aos alunos um esboço do cenário da profissão, as atividades realizadas, o que lhe espera em sua vida profissional. Além de ser na instituição, que se aprendem as técnicas necessárias para o exercício de sua função, no caso, de jornalista. Daí a comprovação para 95% dos entrevistados responderem que a formação universitária é importante para o exercício da função com excelência.

Não podemos, no entanto, deixar de lado o cenário do mercado de trabalho muitas vezes temido pelos estudantes. Mesmo com a importância do papel da universidade, as oportunidades de estágios e empregos logicamente exercem peso na hora das decisões tomadas.

O deslocamento do desejo inicial de trabalhar em veículos mais tradicionais para o desejo de alcançar novas mídias e formas de fazer jornalismo (jornalismo online, por exemplo) nos mostram que, não só a vivência do curso, mas que as mudanças no mundo contemporâneo, de alguma forma fizeram com que os alunos mudassem suas metas profissionais. Lembrando sempre que toda e qualquer experiência é válida para enriquecer construção de um profissional.

A pesquisa identificou, portanto, como influências para a escolha do jornalismo, gostos indispensáveis ao profissional da área, como ler e escrever, mas foi possível identificar, ainda que, apesar da crise enfrentada devido à discussão ainda infinda sobre a necessidade ou não do diploma para o exercício da profissão, o jornalista continua visto como o profissional capaz de provocar mudanças ao seu redor e ser o porta-voz da sociedade.

Depois do ingresso no curso para a efetiva graduação em jornalismo, diversos fatores ainda influenciam as trajetórias individuais, daí a constatação de tantas mudanças na opção da área profissional do momento de ingresso no curso até a formação. Oportunidades de emprego e estágio, gostos pessoais, mas, acima de tudo, o que se vive na faculdade. As disciplinas, os ensinamentos e aprendizados, o corpo docente e todo o suporte recebido da instituição formadora são indispensáveis para o encaminhamento de um indivíduo na profissão.

Acerca do curso de jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, foi possível constatar que os alunos já formados são plenamente satisfeitos com a bagagem adquirida nos quatro anos de graduação. O papel fundamental do professor foi comprovado, não só pelos momentos dentro de sala de aula, mas por experiências pessoais trocadas com os alunos.

Não resta dúvida de que não é só a instituição que tem responsabilidade pela formação de um profissional, nem somente o aluno, da mesma forma. É por esse motivo que a aliança entre uma boa e estrutura curricular e pedagógica oferecida pelo curso, uma infraestrutura de qualidade oferecida pela universidade e o interesse e verdadeiro amor pela profissão por parte dos professores são peças fundamentais para que se crie, então, um aluno e futuro profissional disposto a exercer sua função com ética, qualidade e compromisso.

Referências

COSTA, B. Diploma em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade. IN: *Formação Superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade*, Federação Nacional dos Jornalistas (org.), 2 ed. Florianópolis: Cátedra FENAJ, UFSC, 2002.

Diretrizes curriculares do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. Portal do Ministério da Educação. <http://portal.mec.gov.br> Disponível em <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf>. Acesso em 09 abr. 2014

GIL, A.C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002

MORAES JR, E. Reflexões sobre a formação do jornalista. Observatório de Imprensa – entrevista concedida, n.738, mar. 2013. Disponível em

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed738_reflexoes_sobre_a_formacao_do_jornalista>. Acesso em: 28 mar. 2014

PEDROSO, R.N. A questão não é o diploma, mas o ensino. IN: *Formação Superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade*, Federação Nacional dos Jornalistas (org.), 2 ed. Florianópolis: Cátedra FENAJ, UFSC, 2002.

Portal Mackenzie. Graduação.

Jornalismo.<<http://www.mackenzie.com.br/jornalismo.html>>. Acesso em 07 abr. 2014

Projeto pedagógico do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

UOL Notícias. STF decide que diploma de jornalismo não é obrigatório para o exercício da profissão. Junho de 2009. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/2009/06/17/ult5772u4370.jhtm>>. Acesso em: 04 abr. 2014

3.3. O ensino do jornalismo na universidade e as transformações na mídia.

José Alves Trigo

Introdução

É um desafio no ensino do jornalismo a sua adequação à realidade do mercado. A profissão talvez esteja entre as mais dinâmicas e é muito suscetível às mudanças tecnológicas, econômicas e políticas.

A maioria das teorias de comunicação e de jornalismo foram desenvolvidas a partir dos anos 1930 e relacionadas, em sua maioria, relacionadas ao jornalismo impresso, que continua ocupando substancial participação no conjunto das disciplinas oferecidas durante o curso de ensino de jornalismo.

Para acompanhar essas evoluções os cursos têm oferecido disciplinas que abordam novas tendências no jornalismo, como ciberjornalismo, crossmedia, hipermídia, relacionadas ao envolvimento tecnológico, principalmente da internet ao universo de aplicações no jornalismo e também à participação do leitor no processo de acompanhamento

Embora, haja essa evolução, uma discussão que permeia a atividade do jornalismo e o seu futuro é o que pode ocorrer com os jornais impressos e as alterações que estão ocorrendo no que se convencionou chamar de ecossistema do jornalismo.

Meyer (2007), em sua obra “Os jornais podem desaparecer?”, faz uma profunda análise sobre o fim dos jornais impressos. Analisando com destreza os dados sobre as corporações jornalísticas, ele mostra que desde o final dos anos 1960 há uma preocupação com a queda no número de leitores, quando novas fontes de informação começaram a disputar, com sucesso, o tempo do tradicional leitor de jornais. A competição criada pela tecnologia “foi iniciada muito antes de se falar em supervia da informação” (p. 48). A conclusão a que o autor chega ao final do seu estudo é de que o modelo de negócio mudou. O jornal impresso

deixou de ser a única fonte de informação para a sociedade. Pode-se até creditar a ele o papel de um dos veículos com maior credibilidade (pesquisas recentes também já não confirmam esse posicionamento, como será demonstrado nas próximas páginas), mas perdeu sua hegemonia.

Meyer (2007, p. 43) faz uma interessante analogia sobre o papel dos jornais impressos no início do século passado. Compara-os a um castelo, em Montreaux, na Suíça, que no século IX construiu uma estrada entre o lago de Genebra e o rochedo de Chilon. A família Savóia, proprietária das terras na região, construiu um castelo que cobrava pedágio dos que pretendiam usar a estrada. As outras opções eram “escalar a montanha ou atravessar o lago a nado”. Nos anos em que os jornais impressos tiveram seu auge nos Estados Unidos, no início do século XX, os *publishers* (proprietários ou dirigentes de publicações) dos jornais norte-americanos atuaram como a família Savóia. Os jornais funcionavam como um pedágio para quem precisasse de informação. Os anunciantes tinham também que se submeter a essa estratégia empresarial.

Nesse formato empresarial, as organizações jornalísticas estruturavam suas equipes de repórteres, que tinham como missão descobrir os fatos que a maioria da população desconhecia ou teria dificuldade em acessar. Para que o processo de produção, edição e distribuição dos jornais impressos (uma importante e cara etapa para os jornais impressos é a distribuição, que envolve uma logística aprimorada e eficiente), fosse barateado, os veículos publicavam anúncios de empresas que apresentavam seus produtos ou serviços aos leitores. Esse modelo básico, com variações, era o mesmo aplicado a outros veículos de comunicação como as emissoras de rádio, de televisão e as revistas. Nesses moldes os jornalistas são profissionais, em sua maioria contratados de modo exclusivo e que têm como atividade principal apurar a informação e transformá-la de modo que a maioria das pessoas possa assimilá-la. A maior parte da história do jornalismo foi desenvolvida em ambientes com a participação de jornalistas profissionais, na maioria das vezes de forma remunerada.

Nos anos 1990 surge a internet comercial, uma modalidade de comunicação que altera substancialmente o processo de produção das notícias, a estrutura comercial dos veículos, os modos de recepção e também oferece novas

modalidades de produção da notícia. Durante os mais de vinte anos de atuação da internet comercial, vários aspectos dessa convivência ainda vêm sendo discutidos, tanto no Brasil como no restante do mundo.

Talvez o ponto mais relevante seja o caráter da relação comercial entre as redes de internet e seus usuários, marcado pela gratuidade, seguindo uma tendência iniciada pelo rádio e pela televisão, que oferecem totalmente (ou primordialmente, no caso da televisão) uma programação gratuita. Se anteriormente, para se ter acesso a uma reportagem mais completa o leitor adquiria uma revista ou jornal, agora esse serviço lhe é oferecido gratuitamente pela maioria dos sites (alguns sites de notícias já cobram por parte do noticiário), desde que o usuário tenha acesso à rede mundial de computadores.

Os jornais impressos não demoraram para aderir às versões digitais. Primeiro foram as versões que simplesmente faziam uma transposição do modo impresso para a internet, com difícil acesso e manipulação por parte dos usuários. Para acessar era necessário um software específico. Era como se uma versão impressa, tradicional, fosse transformada em um padrão PDF⁹ e publicada na rede. Em um segundo momento, por volta de 1995, surgem as primeiras versões adaptadas para a internet, mas é uma versão transposta, adaptada para a linguagem HTML¹⁰. Embora já fosse uma evolução, pois era um formato diferente do impresso, adaptado à tela dos computadores, ainda fornecia as mesmas informações, mesmo que para veículos diferentes. A versão on-line tinha as mesmas informações que a impressa. Só mais tarde os jornais criaram uma versão impressa, para ser distribuída em bancas e outra exclusiva para a Internet. Essa fase foi logo superada pela terceira, na qual a internet era vista como sendo uma nova forma de transmitir notícias e que exigia algumas especificações não disponíveis nas mídias tradicionais impressas.

Uma das primeiras exigências da rede mundial de computadores é a atualização constante. Enquanto os jornais impressos tinham suas edições que fechavam

⁹ *Portable Document Format. Formato de documentos eletrônicos que permite a leitura na Internet de modo semelhante a uma imagem, sem alterações.*

¹⁰ HTML (Abreviação da expressão inglesa *HyperText Markup Language*. Significa Linguagem de Marcação de Hipertexto). É a linguagem usada nas páginas de Internet.

em horários específicos, a expressão “fechamento de edição” deixa de ter sentido, pois a versão *online* é uma edição constantemente aberta, disponível para a atualização das informações. Desta forma, acrescenta-se um novo aspecto nas relações organizacionais e trabalhistas, pois exigem redações trabalhando de modo ininterrupto.

Quanto ao texto, a forma de redigir as reportagens, há alguns componentes com os quais os jornalistas acabam tendo que se preocupar. Talvez um dos mais importantes seja a necessidade da inclusão de *links*¹¹, até então chamados de remissões (indicações que levam a outros textos), nas versões impressas. Os links, também chamados de *hiperlinks*, são marcações que levam o leitor a ter informações complementares em outros textos. Visto como um acessório importante para a leitura na internet, não é muito estimulado pelos portais de notícias pelo fato de permitirem uma dispersão (ou também uma evasão do leitor do site e uma eventual adesão, ainda que temporária a outro site, muitas vezes concorrente).

São várias as mudanças que a internet provocou no jornalismo impresso. Os três itens acima abordados fazem parte um universo mais amplo de mudanças e que foram destacados devido à sua relevância para as abordagens que serão feitas a seguir neste estudo. Além desses, há também os relacionados aos setores econômicos e financeiros, que já foram aventados e que são os responsáveis pela grande maioria das transformações no setor.

Pode-se destacar, ainda, uma grande e importante transformação no perfil do produtor de notícias para a Internet. Se durante a maior parte da história do jornalismo as notícias foram produzidas por repórteres profissionais, com o surgimento da Internet há mudanças nesse perfil. O jornalista já não é mais necessariamente o primeiro a ter acesso à informação, de modo que ele pudesse reproduzir para a sociedade os fatos a que apenas ele teve acesso. Bowman (2003, p.8) mostra que a cobertura do ataque às torres gêmeas de Nova York, em 11 de setembro de 2001, teve uma grande participação do público, que

¹¹ *Link* é uma abreviação do termo *hiperlink*, usado para denominar as remissões entre os textos eletrônicos. Com os links, que são marcações feitas nos textos, o usuário é remetido para outra página ou documento que complementa a informação anterior.

produziu o “*do-it-yourself-journalism*” (jornalismo feito por você mesmo). As fotografias e comentários foram feitos por pessoas comuns, que estavam participando, presenciando a tragédia que atingiu a cidade americana. Esse evento é considerado por muitos estudiosos do tema como um marco nas coberturas jornalísticas. Os leitores postaram em seus blogs, na internet, informações a que muitas vezes os jornalistas ainda não tinham acesso. Em alguns casos, os leitores se transformaram em jornalistas ou fontes dos jornalistas.

Durante os primeiros dias da Guerra do Iraque, iniciada em 20 de março de 2003, surgem os *warblogs*, que são blogs especializados em cobrir notícias de guerras e mostrar os conflitos sob ângulos diferentes das mídias convencionais, geralmente exibindo mais detalhes. Os blogs são escritos por jornalistas enviados pelos veículos de comunicação tradicionais, por militares participantes dos conflitos ou moradores das regiões em conflito. Por sua própria peculiaridade (como dificuldades para confirmar suas versões com outras fontes), têm sua legitimidade questionada. Servem como uma referência, como uma informação que necessita confirmação, o que nem sempre acontece. A morte de Osama Bin Laden, em 02 de maio de 2011, por exemplo, foi narrada por um paquistanês da região onde Osama morava. O morador descreveu parte dos acontecimentos no Twitter, muito antes da confirmação pela mídia dos Estados Unidos.

Esse emergente fenômeno tem sido decisivo em muitas coberturas. Há diferentes definições para esse tipo de participação no compartilhamento de notícias. As mais comuns são jornalismo cidadão, participativo ou colaborativo. É o ato desenvolvido por pessoas comuns que participam ativamente do processo de coleta, escrita, análise e distribuição das notícias. O primeiro a se destacar foi o jornalismo cidadão, surgido nos anos 1990 nos Estados Unidos e que propunha a presença do cidadão na discussão de temas de interesses da comunidade. De acordo com o Pew Center for Civic Journalism (entidade norte-americana que procura encorajar os cidadãos a participar da resolução dos problemas comunitários), pelo menos 20% dos 1.500 jornais diários dos Estados Unidos praticavam algum tipo de jornalismo cívico, entre 1994 e 2001. A maioria dos jornais ouvidos pelo instituto afirmou que isto causou algum efeito positivo na comunidade (Pew Center apud BOWMAN, 2003)

Mas se há cidadãos comuns ajudando a fazer esse novo jornalismo ou fazendo esse jornalismo, como os jornalistas profissionais se posicionam neste novo ecossistema jornalístico? Em muitos casos passam a assumir um papel de mediador ou facilitador. Jenkins (2009, s.p.) chama esse universo de *crossmedia* (mídias que se cruzam), no qual a participação do leitor é fundamental. Não se trata propriamente de uma novidade, mas as novas tecnologias permitiram uma aceleração dessa participação.

Um ponto nevrálgico que ocorre nessa relação é a questão da credibilidade. Em tese, um jornalismo praticado por instituições de mídia tradicionais, com jornalistas profissionais, poderia passar muito mais credibilidade ao público. Porém, isso não parece ser confirmar. Pesquisa feita em 2013 pelo Pew Research Center e detalhada em um relatório denominado “*The State of the News Media*”¹² (Revista de Jornalismo ESPM, 2013. p. 31) mostra que 31% dos adultos americanos afirmam ter abandonado um meio de comunicação porque ele já não traz notícias e informações que esperavam encontrar. A crise parece ser de credibilidade. O leitor acredita que há nuances que não foram exploradas na notícia tradicional, publicada pelas grandes empresas de comunicação de massa, principalmente no segmento dos jornais impressos. Outra pesquisa realizada pelo GALLUP (Ibidem, p. 30) informa que “a falta de confiança do americano na mídia bateu novo recorde este ano (2013); 60% da população diz ter pouca ou nenhuma confiança na capacidade dos meios de comunicação de massa de relatar fatos de forma completa, correta e justa”. Outra pesquisa da George Washington University, citada no mesmo documento, indica que 31% dos jovens entre 18 e 25 anos “disseram que a informação obtida via redes sociais tem mais qualidade do que a mídia convencional, e só 25% afirmaram que as redes sociais trazem informações de qualidade geralmente inferior”.

Essa crise de confiança na mídia tradicional não altera apenas o posicionamento do quarto poder como demonstrou CAREY (1993, s.p.), mas sim toda a estrutura econômico-financeira dos jornais impressos, pois a queda na credibilidade implica também em queda nas tiragens e, conseqüentemente, na arrecadação

¹² *The State of the News Media: A Situação das Mídias Noticiosas* (Tradução livre do pesquisador).

das vendas em assinaturas e em bancas, o que, em muitos casos, acaba redundando numa queda da arrecadação publicitária.

Sobre as quedas na arrecadação dos jornais impressos dos Estados Unidos, há um relatório do *Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*¹³, denominado *The State of the News Media 2013* (2013) mostrando que recentemente as perdas no setor teriam se estabilizado, mas mesmo assim, pelo sexto ano consecutivo, as verbas caíram. A perda em 2012 foi de US\$ 1,8 bilhão, representando 8,5% se comparada com o ano anterior. Isso sugere que este é o principal problema encontrado pelos jornais americanos, as constantes perdas de investimento do setor publicitário. Porém, foram notadas ainda algumas melhorias como a volta dos anúncios de automóveis, dos anúncios de emprego e também do mercado imobiliário mais especificamente na região de Miami. O instituto atribui essa melhora à recuperação econômica dos Estados Unidos.

Para enfrentar o problema da perda de receita publicitária, os jornais impressos buscaram novas fontes de arrecadação. As assinaturas das versões digitais são uma dessas alternativas. Já foram adotadas por 450 dos 1.380 jornais dos EUA. Publicações como o jornal *New York Times* têm adotado modelos de assinatura denominados *paywall*¹⁴. Outras publicações, como o *The Wall Street Journal* e o *The Washington Post* têm procurado adaptar suas linhas jornalísticas para a exibição em *smartphones*, *tablets* e aplicativos de mídia social. Em agosto de 2013, o tradicional jornal americano *The Washington Post* (fundado em 1887) foi adquirido pela empresa *Amazon.com*, a maior empresa de comércio online de livros na Internet. Ainda que possam significar um novo modelo de comercialização de notícias, as assinaturas online representam atualmente cerca de apenas 10% das receitas das empresas jornalísticas. Nos Estados Unidos, alguns jornais impressos de pequena tiragem e com menor expressão nacional também tiveram uma boa recuperação financeira com o uso das

¹³ O *Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism* é um instituto norte-americano que faz análises de mídia e pesquisas. Pertence ao grupo *Pew Charitable*.

¹⁴ *Paywall* é um modelo de assinatura das publicações pelo qual o leitor paga para ter acesso ao conteúdo completo do site. Nesses casos, parte do site é aberto ao público, de modo gratuito. Em alguns casos é apresentado apenas um resumo da notícia. Para ter acesso à notícia completa o leitor tem que se tornar assinante. O *paywall* é um formato derivado do *sign wall*, que é uma versão na qual é apenas exigida o cadastramento do leitor, sem a necessidade de pagamento.

assinaturas digitais. Os jornais *Naples Daily News*, *Santa Rosa Press Democrat*, *The Deseret News* e *The Columbia Daily Herald* são um exemplo dessa recuperação.

No Brasil, jornais como a *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo* também adotaram o modelo de pagamento *paywall*. Para Castilho (2013, s.p.), isso “mostra que ainda há muita coisa a ser testada **nessa transição de modelos** na imprensa. Nada está definido, pelo menos por enquanto, o que é animador por um lado e desanimador por outro”.

Em um primeiro cenário, pessimista, persistem as incertezas sobre o futuro de muitas empresas jornalísticas e, nessas tentativas de desenvolver novos modelos de financiamento e de gerenciamento das organizações, algumas correm o risco de se tornar inviáveis.

O outro cenário, considerado mais otimista, é marcado por um quadro animador: o problema não está na produção editorial, no formato do texto e de produção de jornalismo, como defendem alguns analistas, mas sim no modelo de gerenciamento de negócios. Nesse ponto Castilho (2013, s.p.) defende o mesmo ponto de vista de Meyer (2007). O relatório anual do Pew Research (PEW RESEARCH, 2013), referente a 2013, revela ainda que alguns investidores, como *Warren Buffett's Berkshire Hathaway*, compraram pequenos jornais regionais nos Estados Unidos. Este fato demonstra que os jornais impressos podem atrair investimentos, apesar da queda na circulação e também nas receitas publicitárias. Isso não significa que os jornais americanos se recuperaram. Muitas publicações continuam com dívidas, foi reduzido o número de profissionais nas redações, a periodicidade das edições foi diminuída e as suntuosas sedes cada vez mais dão espaço a escritórios menores e mais simples, como o próprio título do relatório do Pew Research indica: *Newspapers: Stabilizing, but Still Threatened* (Jornais: estabilizados, mas ainda ameaçados). Para se ter uma ideia do que essas mudanças significam, desde maio de 2012, a cidade de New Orleans (com cerca de 400 mil moradores), não tem mais jornais impressos diários. Em maio de 2012 o *The Times-Picayune* anunciou que deixaria de ser diário para distribuir apenas três edições por semana. Editores

entrevistados pelo The Pew Research Center no início de 2012 mostraram que outras cidades, como Cleveland e Portland, podem seguir o mesmo caminho.

Algumas alternativas empresariais e experimentais têm sido desenvolvidas pelos veículos, como o *crowdsourcing*, que é uma proposta baseada na construção e participação coletiva, normalmente sem fins lucrativos. Há uma derivação dessa proposta que é o *crowdfunding*, usado para bancar, com investimentos, projetos artísticos ou de produtos voltados para um público restrito. O termo foi cunhado pelo jornalista Jeff Howe, em 2006, ao produzir o livro *Crowdsourcing* (no Brasil vendido como “O Poder das Multidões”).

Um exemplo desse tipo de jornalismo que conta com a colaboração financeira do leitor é o site www.catarse.me, criado para o desenvolvimento de projetos independentes em jornalismo. No dia 15 de janeiro de 2014, por exemplo, o site mostrava que vários projetos tinham sido viabilizados com a participação de voluntários que colaboraram financeiramente para que aqueles fossem desenvolvidos. Uma das reportagens era um videodocumentário que propunha mostrar histórias de amor vividas pelas pessoas na cidade de São Paulo. Denominava-se “Sampa do Amor”. No dia em que foi feita a consulta ao site (15 de janeiro de 2014) já tinham sido arrecadados R\$ 6.805,00 o que significava 170% do valor inicialmente proposto para concretizar a ideia. Essa verba total arrecadada viabilizava o projeto, pois era suficiente para bancar seus custos.

A proposta de usar “o poder das multidões” também foi aplicada pela publicidade nos Estados Unidos. A Pepsico, fabricante do salgadinho Doritos, criou em 2012 um concurso entre seus consumidores, usando a rede social Facebook e convidando-os a criar um anúncio que também seria analisado, votado, pelos demais participantes da página criada para esse fim em tal rede social. O vencedor ganhou US\$1 milhão e disse ter gasto apenas US\$35 em um anúncio caseiro chamado “O melhor amigo do homem” (PORTAL R7, 2014). Essa estratégia privilegia a criatividade coletiva dos consumidores, expõe (mais uma vez, a marca na mídia), atua diretamente junto a um universo de criadores e consumidores (os quais produzem um anúncio sobre um produto que efetivamente consomem, apreciam e têm interesse em aprimorar ou manter) e que estão dispostos a participar desse chamamento coletivo, tendo em vista que participam da comunidade criada pela empresa em uma rede social.

No jornalismo, com as devidas adaptações, também é possível o uso do *crowdfunding* ou *crowdsourcing*, e as experiências demonstram isso. A Agência Pública (<http://www.apublica.org>), do Brasil, é um outro exemplo de jornalismo independente, patrocinado pelos leitores e sem fins lucrativos. Os principais temas investigados pela agência foram os gastos para a Copa do Mundo de 2014, megainvestimentos na Amazônia e crimes ocorridos durante a ditadura militar no Brasil. Qualquer veículo de imprensa pode reproduzir suas reportagens, sem custos, desde que cite a fonte de origem.

Os números oficiais, geralmente divulgados pelos próprios veículos de comunicação ou por sua entidade corporativa, a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) demonstram, em 2014, que a situação dos jornais impressos no Brasil apresenta um quadro diferente dos Estados Unidos, onde a queda na arrecadação de publicidade e nas tiragens tem sido constante. Os dados da associação evidenciam que os investimentos publicitários tiveram um crescimento contínuo, embora a esses números seja necessário acrescentar a inflação do período de 2001 a 2012. No período entre 2000 e 2012, houve um crescimento no número de páginas comercializadas, embora tenham sido registradas quedas em alguns anos, como em 2012. A entidade que agrega os jornais impressos no Brasil atribui esse fato a uma redução na economia nacional. Ainda segundo a ANJ (2014), “nos Estados Unidos, onde se concentram os maiores investimentos do marketing mundial, a previsão é que haja uma desaceleração nos investimentos, que será de 2,2%.”. Em compensação, os dados divulgados pela ANJ e coletados pela *Warc*¹⁵, um centro de pesquisa voltado ao levantamento das tendências do mercado publicitário mundial, “o investimento total brasileiro deverá chegar a 9,8%, atrás da Rússia (12,3%) e da China (10,9%)”. Em comparação, “a Índia, outro país que juntamente com o Brasil integra o grupo dos BRICs, deve ter um crescimento de 8,5%”. Para os países desenvolvidos a previsão é que nenhum mercado tenha um crescimento superior a 4%. Os dados divulgados pela ANJ e compilados pela *Warc* indicam que a Espanha deve ter uma retração de -2,8% nos investimentos em publicidade nos jornais impressos.

¹⁵ Site dos Estados Unidos que acompanha o volume de verbas publicitárias investidas nos jornais impressos. <http://www.warc.com>

Esses números podem surpreender aos que defendem a tese do desaparecimento rápido dos jornais impressos; se a queda na circulação realmente ocorreu, foi de pouca relevância. Entre 2009 e 2010 a queda foi de 2% em todo o mundo. Nesse período, embora tenha ocorrido uma diminuição representativa de 11% no número de leitores nos Estados Unidos, há um aumento no número destes em continentes como o asiático (7% de acréscimo no número de leitores de jornais) e na América Latina (2%). Os continentes que abrigam os países emergentes mostram aumento, enquanto nações desenvolvidas e continentes como a Europa apresentam redução no número de leitores (em 2,5%). Há uma relação entre aumento de poder aquisitivo (sobretudo nos BRICs, países emergentes) e aumento no número de leitores, como se observa nas considerações de Camargo:

Para o diretor-executivo da ANJ, Ricardo Pereira, essa é uma situação comum nas nações de primeiro mundo, enquanto nos países emergentes o cenário é de expansão. O Brasil tem uma situação específica no mercado global de jornais. Enquanto nos Estados Unidos e na Europa a circulação vem caindo, em países como a Rússia, China e Índia esse é um mercado a ser conquistado. O aumento do poder aquisitivo, uma melhor distribuição de renda, a economia crescendo e os novos consumidores surgindo, com um número maior de pessoas se alfabetizando, por exemplo, acabam refletindo nos leitores de jornais. Basicamente é isso que tem beneficiado o crescimento de jornais impressos nos últimos anos. (CAMARGO, 2013, s.p).

O cenário de crescimento de circulação e de tiragens no Brasil apresenta alguns componentes que merecem uma análise mais aprofundada. Se há um novo leitor, pergunta-se que tipo de publicação atrai esse leitor. Segundo Camargo, executivo da ANJ, ele não pode ser considerado dentro dos padrões até então adotados, que formavam o alvo das publicações convencionais. É um tipo diferente de leitor, que busca um novo tipo de publicação, e isso altera o espaço de atuação dos jornais impressos. No caso brasileiro, houve um aumento no número de exemplares em circulação principalmente das publicações consideradas populares, em que está inserida a publicação que é objeto deste

estudo, o jornal *Super Notícia*, de Belo Horizonte, que tem uma circulação próxima dos principais jornais do país.

Os jornais em geral tiveram perdas na circulação se comparados os anos de 2012 e 2011. Os jornais populares controlados pela Rede Globo, *Extra* e *Expresso da Informação*, foram os que apresentaram a maior queda em suas tiragens, de 21% e 28%, respectivamente. Em 2011 esses jornais apresentaram um grande crescimento (*Jornal Extra* com 37% e *Expresso da Informação* com 10%).

Entre os jornais tradicionais, o *Estado de S. Paulo* foi o que teve a maior perda no número de exemplares em circulação, de 11%, semelhante ao do jornal *O Dia*, do Rio de Janeiro. O jornal *O Tempo*, de Belo Horizonte, do mesmo grupo que controla o *Super Notícia*, teve um crescimento destacado, de 19%. O *Jornal Super Notícia*, de Minas Gerais, era o mais vendido no país até 2011. Perdeu a posição devido ao crescimento de 4% apresentado pela *Folha de S. Paulo*, mas a média de exemplares é quase a mesma nas duas publicações, com uma diferença de pouco mais de mil exemplares diários. Dos 25 jornais apresentados, apenas um atua especificamente na área de economia, *Valor Econômico*, e outro na área esportiva, *o Lance!*.

O que esses demonstram é que há, principalmente nos Estados Unidos, uma queda significativa nas arrecadações dos jornais impressos, mas que em outros países há um cenário diferente, sobretudo naqueles onde não há uma tradição de leitura, como no caso do Brasil.

Este documento serve como uma referência para uma reflexão sobre o ensino de jornalismo, que muitas vezes apresenta dados distorcidos no universo acadêmico, quer seja entre os alunos ou mesmo entre corpo docente, que em alguns casos, sugestionado pelo grande volume de informações na mídia, advindos principalmente dos Estados Unidos, também adotam esse discurso sobre o universo dos jornais impressos.

Referências:

- ANJ. *Os Maiores jornais do Brasil*. Disponível em <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil-2>>. Acessado em 12 maio 2015
- BESSA, Ana Paula. *As redes sociais e os jornalistas*. Observatório da Imprensa. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed690-as-redes-sociais-e-os-jornalistas>. Acessado em 16 jan. 2014.
- BOOWMAN, Shayne, Chris Willis and The Media Center at the American Press Institute. *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. Disponível em PDF em <http://www.mediacenter.org/mediacenter/research/wemedia>. Acessado em 02 jul. 2011.
- CAREY, James W. *The Mass Media and Democracy: Between the Modern and the Postmodern*. Contributors. Journal of International Affairs. Columbia University School of International Public Affairs, 1993.
- CASTILHO, Carlos. *Paradoxos na busca de um novo modelo de negócios para o jornalismo*. Observatório da Imprensa. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/os-paradoxos-na-busca-de-um-novo-modelo-de-negocios-para-o-jornalismo>. Acessado em 12 ago. 2013.
- MEYER, Philip. *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto, 2007.
- PEW CENTER FOR CIVIC JOURNALISM. *Community Impact, Journalism Shift Cited in New Civic Journalism Study*, Nov. 4, 2002. Disponível em <http://www.pewcenter.org/doingcj/spotlight/index.php>. Acessado em 29 jan. 2015.
- PEW CENTER FOR CIVIC JOURNALISM. *Newspapers: Stabilizing, but Still Threatened*. (Relatório 2013). Disponível em <http://stateofthedia.org/2013/newspapers-stabilizing-but-still-threatened/>. Acessado em 29 jan. 2014.
- PORTAL R7. *Americano gasta R\$ 35 para fazer comercial e ganha concurso de R\$ 1,7 milhão*. Disponível em <http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/americano-gasta-r-35-para-fazer-comercial-e-ganha-concurso-de-r-1-7-milhao-20120208.html?question=0>. Acessado em 29 jan. 2014.

Considerações sobre o projeto

História em construção

Pudemos observar nesta pesquisa que o Jornalismo e, conseqüentemente, a formação do jornalista passa por transformações significativas.

Nosso objetivo aqui foi conseguir subsídios para entender essas mudanças, ainda em andamento, a fim de aplicar esse conhecimento à formação de nossos próprios alunos. É fundamental que a Universidade esteja atenta aos cenários que se apresentam.

Dentro da pesquisa, e com apoio da aluna de jornalismo do Mackenzie Bruna Barboza, fizemos o levantamento dos currículos de algumas das principais faculdades de Jornalismo de São Paulo, a fim de entender como os cursos de Jornalismo estão lidando com essas transformações e como as novas diretrizes curriculares do MEC, publicadas em 2013, interferiram na organização das matrizes curriculares dos cursos que formam jornalistas. Foram analisadas as grades curriculares dos cursos de Jornalismo das seguintes Universidades / Faculdades: Faculdade Cásper Líbero, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), Universidade Metodista, Anhembi Morumbi, Belas Artes, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Estadual Paulista (Unesp), além da própria UPM. De forma geral, percebe-se que há uma clara divisão entre a forma como os cursos encaram a formação do jornalista: no caso das Universidade públicas (USP e Unesp) e da Faculdade Cásper Líbero (a mais antiga faculdade de Jornalismo do Brasil, fundada em 1947), o currículo visivelmente segue uma linha mais tradicional, enfatizando a formação mais clássica do Jornalismo, com muitas disciplinas voltadas à redação (sobretudo do jornalismo impresso) e à formação teórica e humanística dos futuros jornalistas. Verificamos essa tendência sobretudo nos cursos oferecidos por universidade públicas e pelos mais tradicionais. No sentido oposto estão cursos como o da ESPM e da Belas Artes, que priorizam a formação de jornalistas para o mercado em

transformação, dando grande espaço para disciplinas voltadas à área de Comunicação Organizacional e às tecnologias.

O curso da UPM, ao nosso ver, situa-se no meio do caminho entre esses lados, buscando oferecer formação teórica sólida e, ao mesmo tempo, acompanhar as mudanças no mercado do Jornalismo. No curso do Mackenzie ainda há a oferta de disciplinas voltadas ao Empreendedorismo e à Gestão Estratégica da Comunicação. Conforme pesquisas apresentadas neste relatório, essa é uma estratégia importante, já que o jornalista, cada vez mais, deve se comportar como um empreendedor para fazer frente às mudanças no cenário profissional.

A tarefa de formar jornalistas é difícil e exige permanente atenção de gestores e professores em busca dos melhores caminhos para o ensino de nossos alunos. Esta pesquisa buscou ajudar nesse sentido. Procuramos aqui compreender diversos aspectos que devem ser considerados na formação dos jornalistas. Buscamos abordar a gênese da profissão e o que é tradicionalmente associado à vocação para o jornalismo, passamos para reflexões sobre as mudanças recentes – e ainda em andamento – na profissão e concluímos procurando algumas respostas para que possamos oferecer aos nossos alunos uma formação que consiga contemplar, simultaneamente as expectativas de quem procura um curso de Jornalismo, com as atuais demandas tecnológicas, mercadológicas e éticas que se apresentam. A tarefa é bastante instigante e complexa.

Os resultados da presente pesquisa já estão sendo difundidos de forma positiva entre nossos professores. Por exemplo, em julho de 2015, durante a semana de Preparação Pedagógica da UPM, todos os professores de Jornalismo do Mackenzie participaram de uma palestra na qual foram apresentados os resultados da pesquisa realizada com nossos egressos, disponível no tópico 3.2 deste relatório. A apresentação gerou uma série de debates e propostas para serem levadas à sala de aula já no semestre seguinte.

Outro ponto que destacamos para nossos professores, e que foi tema desta pesquisa, foi a crescente demanda por disciplinas na área de Comunicação Organizacional, como fica claro no item 2.3 deste projeto. Dessa forma, e a partir

dos resultados desta pesquisa, foram feitos ajustes em planos de ensino de disciplinas vinculadas a essa área, já que a carga horária já havia sido consideravelmente ampliada pelo novo projeto pedagógico do curso de Jornalismo da UPM. Questões de Comunicação Organizacional começaram a ser discutidas também em outras disciplinas do curso, para mostrar a proximidade entre o jornalismo e essa área de atuação, que hoje emprega um número significativo e crescente de nossos egressos. Atendendo ainda a essa demanda, foi iniciada uma oficina de Gerenciamento de Crise de Imagem e Assessoria de Imprensa, oferecida gratuitamente aos alunos de Jornalismo da UPM.

Pode-se dizer que a presente pesquisa contribuiu significativamente para nossa compreensão mais ampla sobre o Jornalismo e sobre a formação de nossos alunos – além de nos ajudar a entender as expectativas gerais de quem procura um curso de Jornalismo e a percepção mais direta de nossos ex-alunos sobre o curso da UPM.

Mais do que simplesmente formar profissionais mais preparados tecnicamente, a preocupação com a formação de jornalistas precisa estar atrelada às demandas da sociedade e também às mudanças no mercado. Esperamos que esta pesquisa sirva como base e inspiração para que pensemos a respeito do trabalho de formação de jornalistas no Brasil nos dias atuais. Esperamos também contribuir para o debate acerca do Jornalismo e da formação de jornalistas dentro e fora do Mackenzie. Mais que isso, esperamos contribuir para a formação de profissionais que atuem com qualidade técnica, conhecimento, ética e profissionalismo dentro de um dos setores mais importantes da sociedade atualmente!