

Práticas e tensionamentos **contemporâneos** no ensino de Jornalismo

Elton Bruno Pinheiro · Rafiza Varão · Zanei Barcellos
organizadores



Práticas e tensionamentos **contemporâneos** no ensino de Jornalismo

Elton Bruno Pinheiro · Rafiza Varão · Zanei Barcellos
organizadores

Brasília
FAC/UNB
2018

capa Rafiza Varão
diagramação Rafiza Varão
revisão Elton Bruno Pinheiro, Rafiza Varão, Zanei Barcellos



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – FAC-UNB

Endereço: Campus Universitário Darcy Ribeiro - Via L3 Norte, s/n - Asa Norte,
Brasília - DF, CEP: 70910-900

Telefone: (61) 3107-6627

E-mail: fac.livros@gmail.com

DIRETOR

Fernando Oliveira Paulino

VICE-DIRETORA

Liziane Guazina

CONSELHO EDITORIAL EXECUTIVO

Dácia Ibiapina, Elen Geraldês, Fernando Oliveira Paulino, Gustavo de Castro e Silva, Janara Sousa, Liziane Guazina, Luiz Martins da Silva.

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (NACIONAL)

César Bolaño (UFS), Cicilia Peruzzo (UMES), Danilo Rothberg (Unesp), Edgard Rebouças (UFES), Iluska Coutinho (UFJF), Raquel Paiva (UFRJ), Rogério Christofolletti (UFSC).

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (INTERNACIONAL)

Delia Covi (México), Deqiang Ji (China), Gabriel Kaplún (Uruguai), Gustavo Cimadevilla (Argentina), Herman Wasserman (África do Sul), Kaarle Nordestreng (Finlândia) e Madalena Oliveira (Portugal).

COORDENADORA EDITORIAL

Rafiza Varão

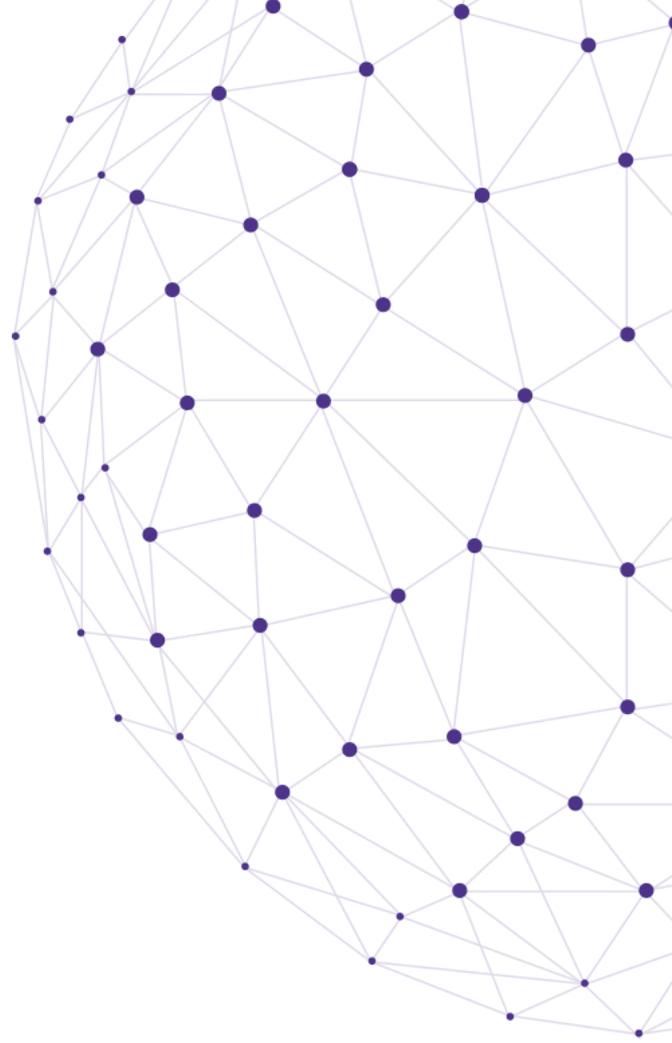
Catálogo na Publicação (CIP) Ficha catalográfica

P912 Práticas e tensionamentos contemporâneos no ensino de Jornalismo /
Elton Bruno Pinheiro, Rafiza Varão, Zanei Barcellos, organizadores. –
Brasília : Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2018.
241 p. : il.

Modo de acesso: World Wide Web: <[https://faclivros.wordpress.com/
category/livros/](https://faclivros.wordpress.com/category/livros/)>.

ISBN 978-85-93078-34-7

1. Jornalismo – Ensino. 2. Diretrizes Curriculares Nacionais. I. Pinheiro,
Elton Bruno, (org.). II. Varão, Rafiza, (org.). III. Barcellos, Zanei, (org.). CDU 37:07



Feliz é o
professor
que
aprende
ensinando

Cora Coralina

Sumário

9 Apresentação

Parte I: TEORIA

13 Para que teorias? O fazer e o saber do Jornalismo
Luiz Carlos Iasbeck

23 Jornalista profissional: novas competências para o egresso do bacharelado em Jornalismo
Maria Elisabete Antonioli

33 A Transitoriedade da mídia impressa para o formato digital: reflexões da narrativa visual, multimídia e multimodal da notícia
Suzana Guedes Cardoso

47 Os rumos do ensino do Jornalismo: o desafio de formar um novo profissional
David Renault

61 Formação superior em Jornalismo: Análise de diretrizes e propostas de universidades brasileiras
Edileuson Santos Almeida, Ada Cristina Machado da Silveira

73 Redações integradas e trabalho jornalístico: O uso das tecnologias para um trabalho emancipado e emancipador
Carlos Figueiredo

Parte II: ENSINO

87 Experiência didática em Jornalismo: ensino com pesquisa sobre sites de notícias de Cuiabá (MT)

Ana Graciela Mendes Fernandes da Fonseca Voltolini

99 Repórter UFMA e Imperatriz Notícias: relatos sobre as produções audiovisual e em *web* do curso de Jornalismo na UFMA de Imperatriz

Lívia Cirne, Lucas Reino, Marco Antônio Gehlen, Thaísa Bueno, Vítor Belém

109 Experiência de um ensino de linguagem sonora para curso de Jornalismo

Nivaldo Ferraz

119 O desafio do ensino do Jornalismo frente às mídias móveis

Rose Mara Pinheiro

129 O ensino de Jornalismo e a convergência: Integração das redações como proposta pedagógica

Fábio Sadao Nakagawa, Suzana Oliveira Barbosa, Washington José de Souza Filho

139 Impasses e oportunidades para o ensino de Jornalismo: o binômio perfil multitarefas e os processos de precarização

Dione Oliveira Moura, Ana Carolina Kalume Maranhão

149 A perspectiva de gênero no ensino do Jornalismo: uma análise dos projetos pedagógicos dos cursos de Curitiba e Ponta Grossa/PR

Bruna Aparecida Camargo, Karina Janz Woitowicz

163 Ambientes, veículos, processos de produção e
jornalistas mutantes: uma proposta didático-pedagógica
Zanei Ramos Barcellos

Parte III: Diretrizes

177 Novas diretrizes, velhas questões: o currículo do curso de
jornalismo, antes e depois das DCN
Marcio da Silva Granez

189 Cidadania nas DCN e Jornalismo Comunitário: breve
reflexão sobre um panorama nacional do
ensino de Jornalismo
Cláudia Regina Lahni

203A Política de Extensão Acadêmica nas Diretrizes
Curriculares Nacionais do Curso de Jornalismo
Elton Bruno Pinheiro

215 O lugar da ética: Uma análise das recomendações sobre o
ensino de ética e jornalismo nos cursos do Centro-Oeste
após 2013
Rafiza Varão





Parte I

TEORIA

Luiz Carlos Iasbeck

PARA QUE TEORIAS?

O fazer e o saber do Jornalismo

Introdução: Jornalismo é Comunicação

A prática do jornalismo que, como veremos adiante, gerou “teorias”, se inscreve num conjunto de outras práticas mais complexas e ampliadas, as práticas de comunicação. Em sua grande parte não-jornalísticas, as práticas comunicativas são ancestrais ao ser humano, estão na natureza que nos precedeu. Os “sistemas vivos” da biologia molecular, como descritos por Morin¹, constituem a unidade fundamental da vida, sendo impossível pensar qualquer sistema vivo sem que suas partes interajam entre si em ações de comunicação.

Pensar a comunicação é, pois, pensar a filogênese e a ontogênese do conhecimento humano ligado ao desenvolvimento de suas práticas, para entender suas motivações e suas imbricações mais complexas. Afinal são as trocas informacionais que estão no cerne dos sistemas ecológicos, que envolvem todos os organismos vivos e não vivos (como os minerais, por exemplo).

Até mesmo as pedras são essenciais para a comunicação humana, pois recebem, conservam e transmitem informação. Não fosse assim, o que seria dos geólogos e paleontólogos? As pedras (*sílex*) foram também o primeiro suporte da comunicação rupestre e são a base da mais sofisticada tecnologia da comunicação: o silício é a matéria prima fundamental do *chip* que processa informações nos computadores e possibilitam a comunicação entre seres humanos e entre máquinas

Assim, a comunicação muito antes de ser uma prática social, é uma atividade fundamental à vida, ao funcionamento dos organismos vivos e à interação ecossistêmica. Pensar a comunicação é, pois, pensar esse processo fundamental de troca de informações que produz conhecimento e possibilita a realização de atividades das mais simples às mais complexas no universo.

As teorias são formulações lógicas, científicas, que explicam uma ideia, um sistema, uma prática humana e constituem acervo dinâmico do conhecimento científico. De certa forma, as teorias existem para nos certificarem de uma “verdade”, ou seja, de algo que responde alguma dúvida de forma categórica, fundamentada e indubitável. As teorias constituem o cerne da epistemologia da ciência, ou seja, do conjunto de paradigmas que sustentam uma ciência, diferenciando-a de outras e estabelecendo sua identidade.

Na pós-modernidade, quando as ciências antes isoladas e positivadas contribuem umas com as outras para darem conta de algumas formulações que não se limitam aos seus paradigmas, as teorias ganham amplo espectro. Não se sustentam mais teorias isoladas, arraigadas em conjuntos de conhecimentos incompatíveis.

As teorias não se confundem com as teses, mas estão intimamente ligadas, uma vez que as

.....
1 De acordo com Morin (1996, p. 21): “[...] a biologia teve de recorrer a princípios de organização que eram desconhecidos da química, quer dizer, às noções de informação, de código, de mensagem, de programa, de comunicação”.

formulações teóricas se apoiam em teses, quando não se constituem em um arranjo lógico de teses que explica um assunto, um tema, um objeto de pesquisa. As teses são comprovações demonstráveis (com base no método científico) que nascem invariavelmente de hipóteses (*hipo-teses*) acerca de algum objeto ou assunto que se deseja entender ou que é motivo de curiosidade e instigação. A tese corresponde, de certo modo, a uma verdade científica, uma vez que passou por uma demonstração segundo os rigores do método científico. As teorias podem ou não se apoiar em teses, pois o que lhes dá o estatuto científico não são verdades a priori, mas a articulação metódica e lógica de elementos de observação, pressupostos e sua organização em categorias (modelares) que assegurem, como afirma MORIN (1987, p. 131-142), a projeção ou especulação em acontecimento futuro.

Dessa forma, o que poderíamos dizer sobre Teorias da Comunicação e Teorias do Jornalismo? Quais são as teorias da comunicação que foram cunhadas na observação das atividades do jornalismo ou da publicidade? E quais são denominadas hoje “teorias do jornalismo” que advém quase exclusivamente das antigas e conhecidas Teorias da Comunicação?

Nossa discussão pretende problematizar dispositivos das Novas Diretrizes dos Cursos de Jornalismo que recomendam estudos específicos de jornalismo em detrimento dos outrora já constituídos ensinamentos da comunicação.

Por isso, é necessário esclarecer como se deu essa mudança curricular que privilegia o jornalismo sobre a comunicação nos currículos dos cursos superiores autorizados a funcionar pelo Ministério da Educação, no Brasil.

As novas diretrizes e a volta de antigas questões

As Diretrizes que regulam os cursos de Jornalismo foram elaboradas por iniciativa do MEC, que montou uma Comissão de Notáveis da área, comandados pelo professor José Marques de Melo, que desde 1970 dava as cartas na área. Essa comissão, formada por experientes professores de jornalismo, nem todos profissionais da área, tinha muito mais em comum do que diferenças.

A nostalgia das redações dos jornais dos anos 60/70, a perturbadora mudança de rumos causada pelas então novas tecnologias de comunicação e a conseqüente exigência do mercado para a formação de alunos mais plurais e sintonizados com “disciplinas afins”, tudo parece ter-se constituído em forte motivação para que o grupo de notáveis apontasse suas metralhadoras para o ensino da Comunicação. Afinal, foi na década de 60 do século passado que a encíclica papal *Populorum Progressio*, promulgada por João XXIII abriu as portas de grande parte do mundo ocidental para a importância da comunicação social. Uma instrução pastoral derivada do Concílio Vaticano II, a *Communio et Progressio* trata abertamente da necessidade de a Igreja Católica instrumentalizar-se com mídias poderosas para propagar sua ideologia e conquistar fiéis (DARIVA, 2003).

O Jornalismo, atividade *fashion* das primeiras décadas pós-guerra, cedeu espaços ao estudo mais amplo da comunicação que incluía no seu programa a atividade jornalística. No Brasil, os cursos de comunicação formavam alunos com “habilitações” para o jornalismo, para a publicidade ou para as relações públicas.

Depreende-se do documento que instituiu as Novas Diretrizes, homologado pelo Conselho Nacional de Educação, o CNE em setembro de 2013, que os notáveis entenderam que o ensino do jornalismo havia perdido qualidade e substância. A genérica “comunicação” havia carreado para a área uma série de outras preocupações e ocupações de pesquisa que nada tinham a ver com as redações dos jornais, tais como os estudos da produção de sentido, a estética, as implicações sociais e políticas da prática jornalística, dentre outras dispersões. Entenderam que o profissional não estava sendo formado para a labuta do dia a dia na empresa jornalística e que os cursos deveriam voltar-se ao pragmatismo da atividade, sem esquecer, evidentemente, de tratar as questões “humanistas” de ética, sociologia e eventualmente semiótica.

O documento preconiza a saída do jornalismo do campo da comunicação social, tornando-o independente, o aumento da carga horária para 3.200 horas e o estágio obrigatório e supervisionado ocupando 200 horas no mínimo. As disciplinas práticas ou laboratoriais passaram a ocupar o mínimo de 50% da grade curricular e a atividade empreendedora passou a ser estimulada com vistas também à formação do profissional autônomo. A comissão não se descuidou de prestar atenção

Percebe-se também a grande incidência de termos técnicos, ênfase no profissionalismo e nas questões técnicas relacionadas ao currículo.

As Teorias da Comunicação como Teorias do Jornalismo

Não era até então comum estudar-se teorias do jornalismo nos cursos de comunicação. Em vez disso, carregavam-se conteúdos de comunicação em duas disciplinas teóricas e, em alguns casos, até três.

E quais eram as teorias mais estudadas nos currículos? Examinando ementas anteriores às novas diretrizes, constatamos que grande parte dos mais conhecidos cursos de comunicação privilegiavam o estudo das teorias da mídia como teorias da comunicação². E essas “mídias” eram mesmo o jornalismo e a publicidade e propaganda, nos seus suportes mais tradicionais, clássicos: o jornal impresso e os anúncios publicitários ou as propagandas ideológicas.

Hipodermia e manipulação: o Jornalismo ideológico

A Teoria Hipodérmica tornou-se icônica na área da comunicação. O inusitado e o curioso da metáfora da seringa hipodérmica, como também a da bala de prata, é que elas possuem uma ligação óbvia com a imaginação norte-americana de meados do século XX, no período entre guerras. Porém elas não correspondem de modo algum a uma teoria científica tal como conhecemos hoje. Tratava-se de um conjunto de ideias congruentes, lógicas, que nasceram da observação de fenômenos que aconteciam na época e se ancoravam em pesquisas e investigações de estudiosos das ciências sociais, tais como H.Laswell, G. Smith, R. Casey, W. Lipmann, dentre outros³. O objeto em torno do qual giravam essas observações era a influência dos meios de comunicação sobre as massas.

O conceito de *mass media* nascia em função da repercussão e da influência que os meios de comunicação exerciam sobre as pessoas, consumidores massivos das informações veiculadas e sujeitos (no sentido de “sujeição”) aos ditames e aos imperativos ideológicos dos que detiam a posse e o poder sobre os meios. Como nos lembra Wolf (1995), o conceito de massa tanto pode ser apreendido na sua concepção mais libertária (associada à independência do povo em relação ao jugo das elites), quanto na acepção negativa associada à alienação, à padronização e ao afastamento das diferenças como valor.

Outra possibilidade de se entender esse conceito pode ser encontrada em Georg Simmel, quando afirma que as massas são grupos que não se baseiam na personalidade de seus membros, mas num padrão de relacionamento recíproco que se dirige sempre a algum objetivo coletivo o mais simples possível, capaz de arrolar afinidades superficiais.

De qualquer forma, a noção de seringa ou de um tiro com uma só bala que tem a obrigação de ser certa representa bem o que se entendia ser a função dos meios de comunicação: injetar, inocular, penetrar nas massas e gerar reações coletivas. E assim era possível explicar tanto a força do recurso comunicativo da propaganda e da publicidade quanto o jornalismo de opinião e panfletário que não dissimulava tendências, simpatias e antipatias de toda ordem. Nos estudos de Lipmann, a agulha ou a bala estavam fadadas a produzir reações e direcionar a ideologia daquilo que vai denominar “opinião pública”, conceito tão caro às Relações Públicas, outra subárea dos estudos da comunicação.

Manipular a opinião pública pelos jornais é um ou o aspecto primordial do tratamento que se dá a essa teoria em sala de aula. Outro é debater o fato de que a opinião das pessoas é influenciada pelos jornais que lê e que hoje as variadas e complexas mídias podem ser acessadas a qualquer hora e em qualquer lugar.

O behaviorismo que, subjacente a essa teoria, torna-a atraente e curiosa, levando-nos a crer num mecanismo simples e eficaz de condução da opinião pública como resposta previsível dos leitores ao estímulo da informação. E num mundo cada vez mais complexo, as explicações simples exercem uma atração irresistível a professores e alunos.

Quando Lasswell desenvolve sua formulação do processo comunicativo por uma equação direta

.....
2 Foram examinados os currículos dos cursos da Comunicação Social com habilitação ao Jornalismo da Universidade Mackenzie (SP) Cásper Líbero (SP), das Faculdades de Comunicação da UFBA, UFJE, UFRJ, UFRGS, UFAM, Metodista (SP) e UCB (DF).

3 Referidos por Wolf (1995) páginas 20 a 26.

e discreta, localizando emissores, receptores, mensagem e canal, ele inaugura uma nova e vigorosa fase para a pesquisa da comunicação⁴. Metodologicamente, ele organiza as pesquisas voltadas para cada um dos elementos interagentes do processo comunicacional, distribuindo e selecionando considerações específicas que participam do processo, mas que podem ser estudadas separadamente.

O desvio da obsessão pelos estudos que expunham a comunicação de massa como um mal necessário na formação da opinião pública aconteceu pela quinada proporcionada pelo método de Lasswell e pelo advento de outras “teorias” ou aglomerado de ideias que privilegiaram os olhares e os métodos da psicologia, da sociologia e da ciência política.

Teoria empírico-experimental

Sob esse rótulo, Wolf (1995) descreve na sua obra, a mais prestigiada no Brasil no campo das Teorias da Comunicação, as teorias psicológicas que assumem um lugar de relevância nas pesquisas da comunicação. E o mérito delas é o deslocamento do centro das preocupações para o receptor. Até então relegado a uma massa manipulada pelos meios organizados, o receptor é entendido como alguém que tem interesses específicos, singularidades que o levam a eleger o que vale a pena para si, de forma a merecer atenção especial na investigação dos estudiosos da comunicação. Os estudos sobre as características da audiência no rádio, sobre fatores que levam à percepção e à memorização seletiva das informações chamam a atenção dos profissionais para a necessidade de conhecer seu público para merecer preferência e prestígio.

Novamente temos aí uma série de resultados de pesquisa que apontam para a necessidade de ter estratégias eficazes e direcionadas às necessidades do público, não mais visto como uma massa disforme, mas como segmentos de interesses peculiares e motivações singulares. Tais “teorias” abrem para o jornalismo uma perspectiva rica de subsídios para repensar seus processos de produção da notícia, seja para merecer credibilidade, organizar melhor e de modo mais eficaz as mensagens e explorar mecanismos lógicos de construção da notícia dirigidos aos objetivos ideológicos do produtor.

Carl Hovland, H. Hyman e P. Sheatsley, P. Lazarsfeld e R. Merton⁵ foram alguns dos estudiosos que representam esse momento das pesquisas em comunicação e que abrem grandes perspectivas para se pensar o jornalismo como uma indústria a serviço da informação das pessoas e, mais ainda, responsável pela formação da cultura na medida em que o processo de produção precisa estar afinado com o imaginário (desejos, necessidades, contingências, história, valores) desse mesmo público.

São ideias que se aproveitam bem para o estudo do jornalismo, mesmo porque foram desenvolvidas sobremaneira sobre produtos informacionais radiofônicos e dos jornais e revistas impressos nas décadas de 50 e 60.

Os efeitos ilimitados na teoria dos efeitos limitados

De orientação sociológica, essa abordagem empírica tem o viés sociológico e, portanto, não se preocupa com o receptor em suas peculiaridades, mas com grupos de receptores, seus hábitos de consumo, o contexto em que os efeitos dos *mass media* se dão na sociedade. Ressaltam os mecanismos de propagação e de “inseminação” da notícia no meio social (tais como a presença dos líderes e formadores de opinião criando *steps* de multiplicação de informações segmentadas), entre outros.

O mérito desse conjunto de ideias sociológicas é situar o jornalismo num contexto sociológico em que ele é ao mesmo tempo agente de cultura e produto (refém) do imaginário do grupo social no qual atua. O jornalista deixa de ser aquele que injeta ideologias para comparecer nesse processo como um resultado da cultura do grupo e fomentador de inovações, multiplicador de novidades e sedimentador de valores que já estão plasmados no grupo social.

Aqui, a ideia de mediação parece ser aquela que mais valor irá agregar aos estudos da comunicação. O meio é o mediador e, portanto, precisa estar a serviço da coletividade.

.....
4 Entende-se que Harold Lasswell supera os problemas trazidos pela Teoria Hipodérmica, uma vez que muda o lugar de atenção dos estudos da comunicação para questões técnicas e abre espaços para estudos multidisciplinares acerca da produção, da recepção e da formulação das mensagens.

5 Referidos por Wolf (1995) nas páginas 30 a 41.

As abordagens dessa corrente teórica privilegiam também a publicidade e a propaganda. Shils e Janowitz⁶ estudaram os efeitos da propaganda nazista sobre o comportamento do povo alemão, de modo a gerar engajamento e identificação ideológica, bem como levaram tais observações à formação de lideranças mediadoras (formadores de opinião). Os estudos de R. Merton sobre a formação de lideranças são muito úteis ao jornalismo, principalmente às formas complexas que ele adquire nos tempos atuais com a convergência das mídias e a comunicação digital. O fenômeno dos *blogs* (e dos blogueiros), a questão da disseminação das *fake news* e a nova *agenda setting* invertida, em que os produtores menores de informação pautam a grande mídia encontram nas ideias de Merton explicações e lógicas bastante interessantes e pertinentes, ainda que o pesquisador sequer pudesse imaginar (como McLuhan) que um dia os processos mediáticos se inverteriam e se diluiriam em múltiplos e fugazes meios de produção.

Embora a condução sociológica dos pressupostos dessas teorias visasse minar o efeito devastador e massivo anunciado pela teoria hipodérmica, ela também levou, por outro lado, a amplificar o raio dos efeitos para grupos isolados, proporcionando coesão e efeito de adesão, com aumento considerável no grau de complexidade das relações sociais.

E é, talvez por isso, que as teorias funcionalistas tenham vindo a ganhar um campo fértil de propagação e simpatia junto aos pesquisadores, perdidos pelas possibilidades abertas pelas tais teorias dos efeitos limitados.

Teorias funcionalistas: a simplificação da complexidade

Assim como o movimento estruturalista que assolou as ciências humanas nas décadas de 60/70 do século passado, as teorias funcionalistas deslocaram a complexidade da produção e dos efeitos da comunicação dos meios para um cardápio de funções, deveres, processos de trabalho e modos de fazer, buscando na normatização e na eleição de paradigmas de produção e consumo colocar ordem na complexidade que os estudos psicológicos e sociológicos abriram para a pesquisa em comunicação.

Poderíamos até arriscar a aproximar a ação moderadora desse movimento com o que a comissão de jornalismo que elegeu as “novas diretrizes” talvez pretendesse: fugir à complexidade dos estudos de comunicação e concentrar esforços nos modos de fazer do jornalismo.

As teorias funcionalistas partem dos modelos behavioristas que inspiraram a teoria hipodérmica para retirar deles os insumos fundamentais e elegê-los como modelos em torno dos quais os processos de produção, transmissão e recepção das notícias devem ocorrer. Por isso, valorizam os movimentos de integração e sustentação do sistema social, inserindo aí o papel da mídia: a orientação das partes para o todo, o funcionamento equilibrado do modelo cultural.

T. Parsons, C.R. Wright, Wilbour Schramm, E. Katz, B. Berelson, P. Lazarsfeld e R. Merton⁷ são alguns dos estudiosos que deram, de alguma forma, sustentação a esse ideário de organização das funções da comunicação em geral (e do jornalismo em particular), em torno de alguns blocos, tais como: absorção do ambiente (captação dos sentidos e dos valores), seleção e interpretação das notícias, transmissão dos valores da cultura, prestação de serviços e oportunização de entretenimento. E ainda ensaiam uma Teoria da Informação quando tratam do excesso de informação como informação nenhuma (disfunção narcotizante).

Essa “teoria da comunicação”, traduzida como teoria do jornalismo será, com certeza, sobremaneira útil para os novos jornalistas, desde que sigam os cânones das novas diretrizes, pois trará aplicação direta nas práticas laboratoriais.

A hipótese do agendamento

A concepção mais ou menos paranoica de que os principais mentores ou tutores dos meios hegemônicos se reúnem diariamente para conceberem a pauta do dia e elegerem os assuntos do momento que merecem virar notícia é mais ou menos uma ilusão que povoa a mente das pessoas

.....
⁶ Em “Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht”, publicado em 1948, referidos por Wolf (1995), página 45.

⁷ Referidos por Wolf (1995) nas páginas 55 a 72. Em alguns momentos, Wolf não precisa a autoria de críticas à teoria funcionalista, embora nos pareça razoável atribuir a ele mesmo, em sua compilação, tais apreciações.

que pensam os meios de comunicação. A hipótese da *agenda setting* está escorada nessas questões e alimenta não apenas os espaços mais palpitantes das disciplinas de Teorias como frequenta assiduamente questões de prova nos exames seletivos nas universidades e de acesso a emprego nos órgãos públicos.

Evidentemente é algo que precisa figurar no rol dos principais destaques das Novas Diretrizes dos Cursos de Jornalismo, uma vez que embute não apenas o desenvolvimento de uma certa “intuição” ou “faro” para a notícia como também o conhecimento dos famosos “valores-notícia”, ou seja, aqueles ingredientes que fazem com que um fato, um acontecimento, um fenômeno seja capaz de virar notícia e figurar nos jornais.

Quem primeiro chamou a atenção para o tema foi uma dupla de pesquisadores americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw⁸, que na década de 70 do século XX criaram uma tal “Teoria do Agendamento”. O assunto, entretanto, foi levantado bem antes, na obra de Walter Lippman sobre a formação da Opinião Pública, onde o autor deixa claro que a mídia é o principal elemento de ligação entre os acontecimentos e a formação do imaginário e da opinião pública.

Uma teoria, sem dúvida, relevante para o estudo do jornalismo por encontrar-se no seu fulcro com elementos determinantes do fazer profissional.

A teoria crítica

A teoria crítica, como sobejamente o sabem todos os que estudam ou estudaram Teorias da Comunicação, está associada à crítica dos modos de produção capitalista ao fazer cultural.

Os filósofos alemães Marcuse, Adorno, Horkheimer, de origem judia foram a primeira geração da Escola de Frankfurt, que também teve afluência de Walter Benjamim e Habermas, este já na segunda fase da Escola. As ideias desse grupo romperam definitivamente com muitas tradições sociológicas, psicológicas e funcionalistas dos estudos da sociologia, da política e antropologia. Eles propunham um estudo multidisciplinar que se voltasse mais à crítica do que à explicação dos sistemas políticos e sociais. É nessa imbricação que a comunicação passa a ser o foco fundamental do grupo. Eles propõem um confronto direto e amplo entre ciência e cultura, submetendo a primeira às determinações da segunda. A crítica aos métodos e técnicas que submetem a cultura a um aprisionamento ideológico é a tônica do grupo.

Trazidas à discussão em sala de aula, essas ideias costumam apaixonar os estudantes e proporcionam um novo alento às disciplinas de Teorias, por vezes redundantes e tediosas. Alguns textos fundamentais de Habermas e Benjamim tornaram-se objeto frequente de provas de seleção para docentes e discentes. Trata-se, no final das contas, de um aglomerado lógico de ideias que combatem o modus operandi da mídia em relação à produção cultural, que estimula a crítica, mas não consegue impedir o avassalador movimento de produção de cultura de laboratório para inseminação nos férteis campos da imaginação popular.

A crítica marxista à detenção da “mais valia” na mão dos meios hegemônicos não faz mais tanto sentido hoje quando todos têm acesso aos meios de produção, transmissão e disseminação de informações em meio digital. Não obstante a hegemonia das grandes empresas de mídia subsiste e impõe ao mercado padrões de comportamento cujo ensinamento é bastante estimulado nas novas diretrizes do jornalismo que aqui comentamos.

Teoria da cultura

De fundo antropológico, a teoria culturológica desenvolve-se na França, berço inspirador da intelectualidade brasileira. Aqui, a cultura de massa é entendida como relação de consumo, de fundo econômico e cultural, e os meios de comunicação não são determinantes (como nas demais teorias) dos desenvolvimentos da sociedade, ainda que sejam de grande relevância na formação da imaginação coletiva.

Edgar Morin, o estudioso mais proeminente dessa vertente, fala de mitos, símbolos valores e imagens que formam um tal espírito do tempo, no qual incidem elementos da história, da cultura humanística, da religião, dos temores e dos humores de um dado grupamento geo-político-econômico

⁸ Referidos nas considerações feitas por Wolf (1995) sobre a hipótese da *agenda setting*, nas páginas 131 a 158.

que atua em proximidade, em vizinhança, mas que possui limites territoriais e espaciais bem definidos.

Os estudos do imaginário encontram aqui um lugar privilegiado para se proliferarem, mas geralmente são abandonados pelos alunos e pelos docentes tão logo a visão panorâmica das disciplinas de Teorias se esgote nos cursos de comunicação.

Os Cultural Studies

De extração inglesa, os estudos culturais privilegiam uma visão mais semiótica das práticas comunicativas. Interessa a eles a produção de sentido, os significados que se proliferam pela mídia e que encontram nela repercussão na formação da sociedade. Os significados não são criados pela mídia, mas negociados com a recepção e o resultado disso é um tipo de pacto de sentido (ou de conflito) que se abre para novas proliferações na cultura. Censura, controle social, negociação e diálogo são os temas centrais dos estudos culturais que amplificam sobejamente o escopo das teorias da comunicação e transformam uma possível teoria do jornalismo num arremedo simplificador de práticas multidisciplinares. Evidentemente, ficam fora do novo escopo das Diretrizes, embora não possam deixar de figurar no elenco das tradições da pesquisa de mídia.

O movimento começa com Stuart Hall e seus alunos e seguidores na *Birmingham School* e segue na década de 70 com ilustres pensadores da cultura. Raymond Williams, Richard Hoogart. Fora da Inglaterra, os *cultural studies* seguem com Marshal McLuhan no Canadá, Nestor Canclini e Jesus Martin-Barbero na América Latina, para ficarmos apenas nos nossos mais próximos⁹.

A ampliação (como nos referimos) que os estudos culturais possibilitaram aos estudos da comunicação torna impossível o estudo fechado e monodisciplinar do jornalismo. Por isso, essa “teoria” talvez possa se alocar naquele rol que as Diretrizes denominam “disciplinas de formação humanística”, não necessariamente operacionais e instrumentais.

Outras teorias, no varejo

Estudar jornalismo como produção de sentido e não estritamente produção, divulgação e consumo de notícia é algo que requer um esforço semiótico de pensar de modo mais amplo a vocação dessa profissão. É prática comum associar “comunicação” a “divulgação” e “jornalismo” a “notícia”. Essa redução, porém, camufla e dissolve o que há de mais fundamental na comunicação e no jornalismo. A comunicação é uma atividade humana inerente à vida; está na natureza não-humana, em tudo o que é vivo. É a troca de informações a condição essencial de sobrevivência das espécies. Já o jornalismo é uma prática social de produção, manutenção, transformação e conservação de sentidos numa dada cultura e entre culturas. Não é apenas um mero trabalho técnico de produzir notícias para veicular na mídia. Assim, de todas as teorias que vimos aqui resumida e rasteiramente, as teorias semióticas seriam aquelas que, junto com as teorias culturoológicas e dos *cultural studies*, constituiriam o núcleo fundamental, a pedra filosofal dos cursos de jornalismo. No entanto, estão praticamente banidas dos novos currículos, muito ocupados em fornecer aportes pragmáticos e instrumentais aos futuros “profissionais de mídia”.

Caberiam aqui as teorias semióticas norte-americanas, notadamente a Teoria Geral dos Signos de Charles Peirce, na qual são dissecados mecanismos de uma engenharia de sentidos com um rigor lógico e matemático que não abandona subjetividades, afetos e hábitos culturais. As teorias semióticas francesas que estudam a produção do discurso, tais como a semiótica de A. Greimas e seus desenvolvedores, e as teorias semióticas da mídia desenvolvidas no leste europeu pelas escolas russas de Tartu e Moscou e pela escola de Alemã de Berlim, Dresden e Kassel são também fundamentais para que o jornalista aprenda a produzir a notícia com percepção ampliada dos elementos de sua cultura.

E, por fim, a mais importante delas, a Teoria da Informação que, de modo absolutamente

.....
9 Os estudos da cultura possuem grande abrangência, extrapolando o campo formal que a sociologia e a antropologia positivamente circunscreveram para eles. Daí que outros estudos que envolvem o caráter comunicativo da cultura, tais como as pesquisas do imaginário (Cassirer, Durand, Jung, e outros) e os estudos semióticos da cultura (de Lotman e seus parceiros das Escolas russas de Tartu e Moscou, Harry Pross, Vicente Romano e outros) ficam de fora do escopo do currículo dos cursos de comunicação examinados (veja os cursos na nota 3, página 6).

incompreensível, não frequenta os currículos dos cursos de comunicação (em geral) e Jornalismo (em particular). Parcialmente contemplada em conjunto com os conteúdos de teorias da comunicação (TICs), as Teorias da Informação acabam diluídas e fragmentadas como se fossem conteúdos acessórios. Algo incompreensível se levarmos em conta que a matéria prima da comunicação é a Informação.

O jornalista coleta e consome dados, gera, divulga e recebe constantemente informações; entretanto não estuda Teoria da Informação no currículo básico de seu curso de formação. Se a princípio essa relevância nos parece óbvia, a ausência de disciplinas afins é algo que precisa ser corrigido.

Teorias como práticas

Instrumentalizar as teorias da comunicação para ensinar jornalismo aos futuros profissionais de mercado não é, pois, uma tarefa difícil de ser empreendida. Tanto que já está sendo realizada, principalmente na forma como assinalamos, como uma migração dos mesmos conteúdos para ilustrações e aplicações diferentes, específicas do fazer jornalístico. Poderíamos nos perguntar se tal prática empobrece as categorias teóricas das teorias, reduzindo-as a uma série de conclusões, muitas delas óbvias.

Poderíamos também supor que assim agindo estaríamos atendendo aos princípios que norteiam as novas diretrizes, visivelmente preocupadas em formar mão de obra para o mercado. Teríamos, portanto, dessa forma, asseguradas a qualidade do ensino e da formação do profissional que queremos para o século XXI? O estímulo à consciência crítica, à articulação do pensamento lógico e à ampliação da percepção da realidade encontrariam nas disciplinas de Teorias do Jornalismo um lugar efervescente para a formação intelectual desse profissional? E, por fim, poderíamos nos perguntar até que ponto é necessário que o futuro jornalista se aprofunde em teorias cujas conclusões muitas vezes não trazem mais realidade do que as práticas laboratoriais?

Evidentemente, tudo vai depender da orientação de cada Escola, de cada curso, que devem, em seus colegiados e núcleos docentes promover esse debate e avaliar a qualidade do ensino nos moldes propostos.

Entendemos que o jornalismo se inscreve num espaço mais amplo que é o da comunicação e, como tal, não pode se circunscrever às disciplinas cuja aplicabilidade imediata ou mais visivelmente identificada seja privilegiada.

A formação humanista a que o projeto das Novas Diretrizes se refere passa também pela experiência do estudante em lidar com ideias, em buscar no exercício da abstração explicações, categorias e mecanismos de produção de sentido que ele vai precisar utilizar nas suas práticas diárias na empresa jornalística, seja como fôca, seja como Editor ou Diretor.

Por isso, o esforço no sentido de circunscrever ao jornalismo as teorias da comunicação pode resultar pouco produtivo e até mesmo empobrecedor da qualidade do ensino. E se tal esforço parece ser em vão, como vimos, por que não Teorias da Comunicação aplicadas ao Jornalismo?

Referências

DARIVA, Noemi. **Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais**. São Paulo: Paulinas, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para Entender a Comunicação: Contatos antecipados com a Nova Teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. Porto, Portugal: Campo das Letras, 1997.

MORIN, Edgar. **O Paradigma Perdido**. Mens Martins, Portugal: Publicações Europa-América, 1996.

MORIN, Edgar. **O Método III: O Conhecimento do Conhecimento**. Mens Martins, Portugal: Publicações Europa-América, 1987.

WOLF, Mauro. **Teoria da Comunicação**. Mass Media: contextos e Paradigmas. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

